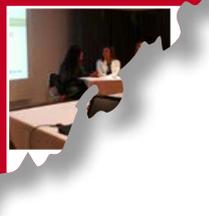
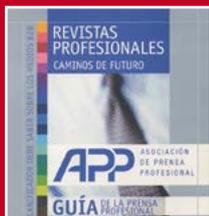
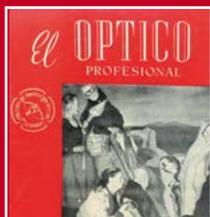
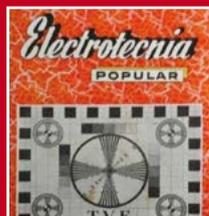
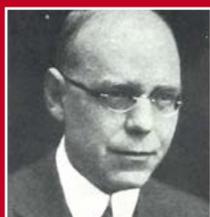


1925/2025 100 años de Prensa Profesional



coneotia

1925 - 2025

Un paseo por la historia
de la edición de contenidos
especializados para profesionales

Agradecimientos

Coneqtia expresa su más sincero agradecimiento a M^a Rosa Pons, gerente de la Asociación entre 2002 y 2008, y a Ramón Clapés, quien ha ocupado este cargo desde el 2011 hasta la actualidad, por su valiosa colaboración en la redacción de este libro. Sus conocimientos profundos de la historia de nuestra entidad y su amplia experiencia han sido fundamentales para plasmar el espíritu de esta asociación a lo largo de sus 100 años de vida.

Con la colaboración de  CEDRO

© 2025, coneqtia

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte del documento puede reproducirse, almacenarse bajo un sistema de recuperación o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, sin permiso por escrito del titular del copyright.

coneqtia

1925 - 2025

Calle Tarragona nº 161, planta 15

08014 Barcelona

Teléfono: 93 304 25 82

info@coneqtia.com

www.coneqtia.com

Edita:

 **krmedicine**

www.krmedicine.com

ISBN: 978-84-947553-9-2

D.L.: B 493-2025

PRESENTACIÓN

Es un honor presentar este libro conmemorativo que celebra el centenario de Coneqtia, Asociación de Prensa Profesional y Contenidos Multimedia, una andadura de un siglo que empezó en 1925, momento en el que un grupo de editores visionarios unieron sus fuerzas para dar vida a una institución que, fundada con el nombre de Asociación Española de Prensa Técnica, ha sido el punto de unión, coordinación y defensa de los intereses comunes del sector en España.

A lo largo de estas páginas los lectores encontrarán un recorrido apasionante por la historia de Coneqtia: desde el empuje inicial de los pioneros que les llevaron también a participar en la fundación coetánea de la asociación mundial de revistas (FIPP), hasta convertirse en una asociación reconocida y respetada. A lo largo de todos estos años Coneqtia ha sido testigo y protagonista de los acontecimientos más relevantes de nuestra historia.

Este libro no solo es un homenaje a los fundadores y a todos aquellos que han dedicado su vida a esta asociación, sino también un testimonio de valor del periodismo de calidad, de la elaboración de contenidos específicamente dirigidos a los profesionales de infinidad de sectores, basado en unos valores que la Asociación ha mantenido a lo largo de estos 100 años: contenido de calidad, máxima especialización, voluntad de transparencia, vocación internacional, defensa de la propiedad intelectual e independencia.

Con este libro invitamos a los profesionales de la multitud de sectores profesionales representados, a los amantes del periodismo, a las marcas que han apoyado su desarrollo y a la sociedad en general a sumarse a esta celebración. Que las páginas de este volumen sirvan de inspiración para las futuras generaciones de periodistas y profesionales, pues tenemos la certeza de que Coneqtia seguirá siendo un pilar fundamental en el mundo de la comunicación técnica y profesional.

José Henríquez Navarro
Presidente

coneQtia



eurocarne

Interempresas



GRUPO	SECTOR PROFESIONAL
Agricultura, ganadería y pesca	Agricultura Avicultura Horticultura Maquinaria agrícola Sector caprino Sector equino Sector ovino Sector pesquero Sector porcino Sector vacuno
Alimentación	Aceite de oliva y olivar Catering Dulces, golosinas, caramelos y chocolates Enología y viticultura Gastronomía Industria alimentaria Industria cárnica Pescado y marisco Productos de impulso, aperitivos y snacks Tecnología y maquinaria alimentaria Vending
Arquitectura y construcción	Arquitectura Ascensores y montacargas Canteras Climatización Construcción y obras públicas Iluminación Pavimentos y superficies Piedra natural Pintura industrial Smart cities Vidrio plano Puertas automáticas

GRUPO	SECTOR PROFESIONAL
Automoción	Estaciones de servicio Industria de la automoción Mecánica Talleres de automoción Tráfico y seguridad vial Transporte de mercancías
Economía	Contabilidad Economía y empresa Gestión empresarial Publicidad y marketing Recursos humanos
Industrial	Artes gráficas Electrónica Energía Envase y embalaje Fundición Industria aeronáutica Industria de la madera Industria del agua Industria del metal Industria del plástico Industria náutica Industria naval Industria química Ingeniería Limpieza y mantenimiento Maquinaria de envasado Materiales prefabricados Moldes, matrices y troqueles Robótica Seguridad industrial Tratamientos térmicos
Jurídico	Administración local Derecho administrativo Derecho civil Derecho digital Derecho fiscal Derecho laboral

GRUPO	SECTOR PROFESIONAL
Jurídico	Derecho mercantil Derecho penal Derecho procesal
Medicina y sanidad	Atención primaria Cardiología Cirugía Dermatología Endocrinología y nutrición Enfermería Epidemiología Maquinaria hospitalaria Farmacia Farmacia hospitalaria Gerontología Gestión hospitalaria Gestión médica Hematología y hemoterapia Hepatología Industria farmacéutica Inmunología Medicina interna Nefrología Neumología Neurología Obstetricia y ginecología Odontología y sector dental Oncología Ópticas Ortopedia Pediatría Podología Política sanitaria Psiquiatría Rehabilitación Reumatología Traumatología
Veterinaria	Animales de compañía Enfermería veterinaria Profesional veterinario

GRUPO	SECTOR PROFESIONAL
Retail, comercio y distribución	Animales de compañía Bicicleta Cocinas y baños Equipamiento educativo Ferretería y bricolaje Fitness Gran consumo Instalaciones deportivas Jardinería Joyería y relojería Juguete y juego Licencias Logística Menaje y decoración Deportes de outdoor Peluquería y estética Perfumería y cosmética Puericultura Retail Sector del deporte Electrodomésticos
Tecnologías de la Información y la Comunicación	Centros de datos Informática Redes informáticas Tecnologías de la Comunicación
Turismo y hostelería	Ferias, congresos, reuniones e incentivos Hostelería Restauración Turismo
Otros	Biotecnología Medio ambiente Piscinas Protección laboral Seguridad Seguros Vestuario profesional

ÍNDICE

...1925



LA PRENSA TÉCNICA:
DESDE SUS ORÍGENES
HASTA 1925

Pág. 2

1925/1939



DE LOS FELICES 20
A LA GUERRA CIVIL

Pág. 16

1940/1951



EL COMPÁS
DE ESPERA

Pág. 28

1976/1982



LA TRANSICIÓN:
DE LA CENSURA
A LA LIBERTAD
DE PRENSA

Pág. 66

1983/1988



EL DESPEGUE DE
LA TECNOLOGÍA

Pág. 80

1989/1999



DE LA TINTA
AL CIBERESPACIO

Pág. 96

2015/2025



DE LA ERA DIGITAL
A LA INTELIGENCIA
ARTIFICIAL

Pág. 128

2025...



SOLO EL
PERIODISMO
SALVARÁ
AL PERIODISMO

Pág. 142



NUESTROS
PRESIDENTES

Pág. 150

1952/1967

LA RECONSTRUCCIÓN

Pág. 40

1968/1975

MODERNIZACIÓN
EN EL TARDOFRANQUISMO

Pág. 56

2000/2009

ADAPTACIÓN
ACCELERADA AL RITMO
DE LA TRANSFORMACIÓN
GLOBAL

Pág. 106

2010/2014

DEL PAPEL
A LA MULTICANALIDAD

Pág. 118

1925/2025 **100 años**
de Prensa Profesional

coneotia

1925 - 2025

1925/2025 **100 años**
de **Prensa Profesional**



**LA PRENSA TÉCNICA:
DESDE SUS ORÍGENES
HASTA 1925**

...1925



¿Cómo se informaba un ciudadano de la antigua Roma? Alrededor del año 59 a.C., en pleno siglo I a.C., surgió en Roma algo que se asemeja mucho a lo que hoy conocemos como un periódico. Estamos hablando de las «Actas diarias del pueblo romano» (*Acta diurna populi romani*), creadas por Julio César. Estas Actas recopilaban eventos de diversa índole que sucedían diariamente en la ciudad de Roma, y su redacción estaba a cargo de profesionales especializados conocidos como *diurnarii*, a quienes podríamos considerar como los precursores en Roma de los periodistas. Para acceder a esta fuente de información, el ciudadano romano tenía que dirigirse al Foro, donde las Actas se exhibían públicamente custodiadas por la milicia. Estas noticias se inscribían en planchas de madera recubiertas de cal o enceradas.

Las primeras formas periodísticas hay que buscarlas en los albores de nuestra civilización. Entre los griegos, Alejandro Magno contaba con escribas y cronistas que lo acompañaban para documentar sus victorias, y escritores e historiadores como Homero, Jenofonte, Heródoto y Tucídides han sido considerados como periodistas de su época.

En todas las sociedades avanzadas han existido sistemas para registrar eventos significativos y difundir novedades. Por ejemplo, se tiene constancia de la existencia en China de lo que podría considerarse como un periódico mensual en la corte de Pekín, conocido como el "Kin Pau", que se remonta a finales del siglo IX. Este periódico pasó a ser semanal en 1361 y posteriormente se convirtió en diario a partir de 1830.

Más allá de estas referencias chinas y clásicas, las noticias manuscritas que se difundían por toda Europa casi dos siglos antes de la invención de la imprenta representan el antecedente más inmediato del periodismo. Estamos hablando de publicaciones como las italianas "Avisi" o las alemanas "Zeitungen" que, con la llegada de la imprenta en 1450 gracias a Johannes Gutenberg, adquirieron la capacidad de ser ampliamente reproducidas. Esto dio lugar a la aparición de las primeras gacetas semanales en el siglo XVII, aunque no fue hasta finales del siglo XVIII cuando los periódicos diarios pasaron a ser comunes y, durante gran parte del siglo XIX, fueron adquiriendo la forma que aún conocemos hoy en día.

Indudablemente, la invención de la imprenta por parte de Gutenberg marcó un momento clave en el surgimiento de las publicaciones periódicas.

Sin embargo, también es preciso destacar dos innovaciones adicionales que desempeñaron un papel determinante en este proceso. Por un lado, la creación de servicios públicos de correos. Por otro, el establecimiento de la libertad de imprenta que fue fundamental. Estos tres elementos en conjunto sentaron las bases para el florecimiento de las publicaciones periódicas.

En Europa, los servicios públicos de correos operaban con una frecuencia semanal y se apoyaban en una red compleja de postas. Estas postas eran establecimientos que ofrecían caballos de relevo y hospedaje en intervalos de unas dos o tres leguas, equivalentes a aproximadamente ocho o doce kilómetros. La frecuencia semanal se sincronizaba con la celebración de mercados en las ciudades, lo que facilitaba la comunicación y el intercambio de noticias. Estas noticias solían difundirse y venderse en forma de hojas sueltas y eran altamente

demandadas por príncipes y particulares, lo que generaba competencia entre los maestros de postas y los impresores.





El establecimiento de la libertad de imprenta desempeñó un papel crucial en el desarrollo de las publicaciones periódicas. La historia tiene sus raíces en la Inglaterra del siglo XVII, pero vivió un momento destacado durante la Revolución Francesa con la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano en 1789, que proclamó el derecho a la libre comunicación del pensamiento. Sin embargo, es importante señalar que Napoleón reintrodujo la censura y la autorización previa en 1800, de manera que se ejercía un control riguroso sobre los periódicos. En contraste, en Estados Unidos, desde sus inicios como nación independiente en 1786, la prensa pudo disfrutar de un amplio ámbito de libertad, con la supervisión de los tribunales.

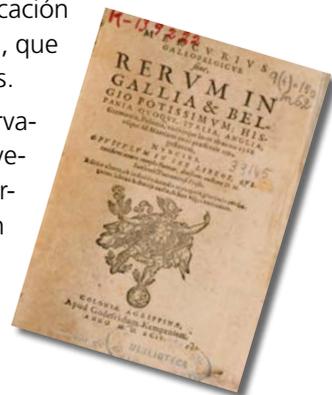
En el caso de España, la libertad de prensa experimentó un retraso notable, y paradójicamente se logró después de la invasión de las tropas napoleónicas en 1808. Aunque las Cortes de Cádiz decretaron la libertad de imprenta en noviembre de 1810 y la consolidaron en la Constitución de marzo de 1812, ya antes del levantamiento popular antifrancés del 2 de mayo de 1808 en Madrid habían surgido periódicos, folletos y diversas publicaciones. Este incipiente período de libertad de imprenta fue efímero, ya que, tras el final de la Guerra de la Independencia en 1814, se restauró el Antiguo Régimen. A pesar de un breve lapso liberal durante el Trienio Constitucional (1820-1823), no sería sino hasta la muerte de Fernando VII en 1833, y más específicamente con la promulgación de la Ley de Imprenta de 1837, cuando el periodismo liberal pudo comenzar una trayectoria más continua, aunque no siempre estable, que se mantendría hasta la Guerra Civil de 1936.

Los primeros pasos hacia la prensa técnica

En el siglo XVI comenzó a consolidarse un prototipo inicial de revista o periódico de periodicidad relativamente baja, que oscilaba entre mensual y anual, cuyo propósito era documentar los eventos políticos y militares más relevantes de la época. Estas publicaciones solían llevar el nombre de “Mercurio”, en homenaje al mensajero de los dioses griegos.

Es relevante mencionar el “*Mercurius Gallo-Belgicus*”, que se publicó en latín en Colonia en 1594. Comenzó siendo un extenso volumen anual de 625 páginas y luego continuó con volúmenes más compactos cada seis meses. Esta publicación abarcaba noticias europeas, y de su título surgió el término “*Mercuriales*”, que era la denominación común en esa época para este tipo de publicaciones.

En las primeras décadas del siglo XVII, los periódicos semanales conservaron sus antiguos nombres como “avisos”, “courants”, “currents”, “nouvelles”, “newes” o “zeitung”. Sin embargo, tras las “Gazettes” de la monarquía francesa en 1631, el término “gaceta” pasó a ser la denominación genérica para las publicaciones informativas con un acusado contenido político.



La "Gazette" fue la primera publicación semanal con autorización en Francia, editada por Théophraste Renaudot por encargo de Luis XIII y su ministro, el cardenal Richelieu. En poco tiempo se convirtió en un referente del periodismo estatal que inspiró imitaciones en otros países. En 1635 Renaudot también lanzó la "Feuille du Bureau d'Adresse".

En Cataluña, en el contexto de la Guerra dels Segadors, surgieron dos publicaciones en 1641: la "Gazeta" y las "Novas Ordinarias". Estas fueron las primeras manifestaciones de estilo gaceta en España, aunque con denominación francesa. Quiere esto decir que se trataba de traducciones al catalán de ejemplares de la "Gazette" y las "Nouvelles Ordinaires des divers endroits", publicadas en París por Théophraste Renaudot. Por lo tanto, no se considerarían gacetas propias de Barcelona.

Hasta el año 1661, España no contó con una gaceta oficial. Esta fue la "Relación" o "Gazeta", precursora del Boletín Oficial del Estado, que inicialmente se publicaba con periodicidad mensual. Sin embargo, a partir de 1677 pasó a ser semanal con el título de "Gaceta Ordinaria de Madrid". En 1697 pasó a titularse "Gaceta de Madrid". Esta publicación desempeñó un papel crucial al familiarizar al público con los eventos políticos y militares de la época. Además, contribuyó al desarrollo del lenguaje periodístico, incorporando traducciones de textos de otras gacetas europeas y enriqueciendo el nivel cultural de los españoles, a pesar de las reservas que generaba su carácter oficial.

En el año 1706 vio la luz la "Gazeta de Barcelona", y en 1762 apareció el "Diario Curioso, Histórico y Erudito, Comercial y Económico", con origen igualmente en la capital catalana. En un momento dado, este último se dividió en dos partes, segregando los contenidos científicos de los temas comerciales. La segunda sección podría considerarse como uno de los primeros ejemplos en España de recopilación de publicidad en la prensa, funcionando de manera similar a una guía de compras.

En 1761 vio la luz "El Caxón de sastre catalán", un semanario que se inspiró en el "Caxón de sastre" de Madrid. Posteriormente, en 1773, surgió "El Pensador Matritense", un semanario curioso, erudito y comercial que abordaba "discursos sobre todos los temas que involucran a la sociedad civil". Una particularidad de esta publicación era que se imprimía en Madrid y luego se reeditaba en Barcelona.



Europa, cuna de la prensa especializada y profesional

La prensa técnica es a menudo considerada como sinónimo de prensa especializada, pero en realidad presenta características adicionales que la definen de manera única. Sintetizando, podría describirse como un vehículo de información especializada destinado a profesionales de un determinado sector de actividad. El carácter profesional de su contenido y de su público es lo más importante.

Si la definición de límites ha sido siempre poco precisa, quizá lo era menos en los orígenes. Durante los siglos XVII y XVIII existieron publicaciones que en cierta medida podrían ser consideradas como técnicas y, al mismo tiempo, ofrecían información general. Esto es reflejo de una época en la que se produjo simultáneamente el surgimiento de la prensa y el comienzo de una sucesión de descubrimientos e invenciones que finalmente condujeron a la civilización técnica en la que vivimos hoy. Uno de los hitos iniciales en el desarrollo de las publicaciones especializadas fue la aparición de revistas científicas, como se detallará a continuación.

A finales del siglo XVII en Europa se publicaban alrededor de 30 revistas científicas y médicas. En el siglo XVIII esta cifra experimentó un significativo aumento, llegando a superar los 700 títulos, con una destacada predominancia de revistas alemanas. Este crecimiento estuvo vinculado al desarrollo de la especialización en campos como la química, la física, las ciencias naturales, la mecánica y la ingeniería.

De acuerdo con datos de la UNESCO, para el año 1850 ya existían alrededor de 1.000 revistas técnicas y científicas en todo el mundo, y este número se incrementó hasta llegar a más de 10.000 hacia 1900. Este considerable aumento se debió al enorme desarrollo industrial y tecnológico experimentado en la segunda mitad del siglo XIX.

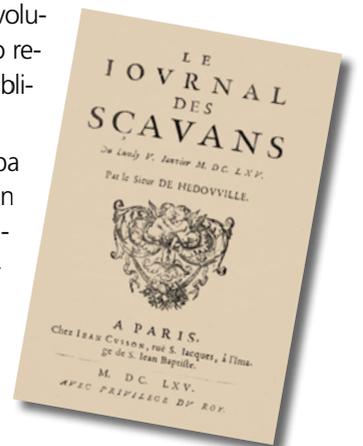


Francia

El "Journal des Sçavans" (1665) desempeñó un papel fundamental, al ser el primer periódico científico publicado en Europa. Contenía artículos, cartas y notas de relevancia científica. Su publicación se interrumpió en 1792, durante la Revolución Francesa, y aunque tuvo un breve resurgimiento en 1797, no recuperó su regularidad hasta 1816, cuando evolucionó hacia una publicación de carácter más literario.

En 1702 la publicación "Histoires et memoires", que publicaba de forma regular la Academie des Sciences de París, dio origen en 1750 a la nueva serie "Memoires de mathematiques et de physique présentées à l'Academie Royale des Sciences par divers sçavans et lus dans ses Assemblées".

A partir de 1771, el "Journal d'observations sur la Physique, l'Histoire naturelle et sur les Arts et Métiers" (Diario de obser-

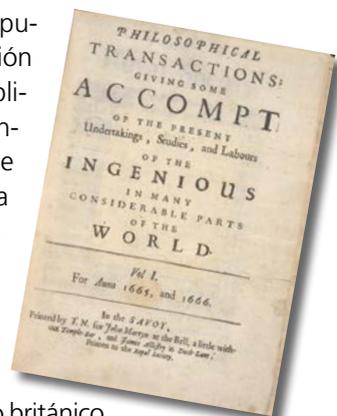


vaciones sobre la Física, la Historia natural y sobre las Artes y Oficios) fue publicado por Abbé Rozier, un botánico y agrónomo francés.

● Inglaterra

Destaca "Philosophical Transactions" (1665), publicada por la Royal Society de Londres, institución fundada en 1660. Esta revista fue la primera publicación científica en inglés y la primera en el mundo dedicada exclusivamente a la ciencia. Desde su creación se ha venido publicando de manera ininterrumpida y puede considerarse el boletín científico más antiguo y duradero en funcionamiento a escala global.

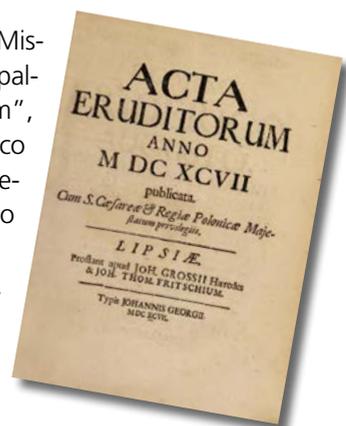
Londres fue también el lugar de nacimiento de "Nature", una de las revistas científicas más prestigiosas a escala mundial, fundada por el astrónomo británico de la Royal Society Joseph Norman Lockyer. El primer número de "Nature" se publicó en 1869.



● Alemania

Cabe mencionar dos publicaciones destacadas: "Miscellanea curiosa" (1670-1705), centrada principalmente en temas médicos, y "Acta eruditorum", considerada la primera revista de carácter científico en la historia de Alemania. Estas dos revistas sirvieron como modelo para otras publicaciones tanto en Inglaterra como en Francia.

Además, otra notable publicación, "Der Naturforscher" (1744-1804), editada en Halle, recopilaba contribuciones originales en el campo de las ciencias.



● España

En los inicios del periodismo especializado en España sobresalen dos corrientes principales. Por un lado, están las revistas científicas, creadas por instituciones o destacadas personalidades, como profesores, naturalistas o médicos, que introdujeron en nuestro país la literatura científica extranjera. Por otro lado, está lo que podríamos denominar "misceláneas de divulgación", publicaciones que desempeñaron un papel modesto, pero tal vez inestimable, en la divulgación del progreso técnico.

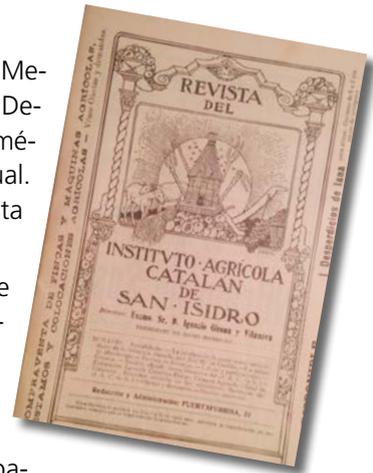
A partir de 1734, varios miembros de la Academia de Medicina y Cirugía, debidamente autorizados por un Real Decreto, iniciaron la publicación de las “Efemérides Barométrico-Médicas Matritenses” con una periodicidad mensual. Esta publicación está considerada como la primera revista científica en España y perduró hasta el año 1747.

Se podría considerar que las revistas “El Mercurio” de 1738, “El Correo General Histórico, Literario y Económico” de 1762, y el “Diario Curioso, Histórico y Erudito, Comercial y Económico” de 1762, en cierta medida tienen un enfoque parcialmente técnico y especializado.

En 1797 se crearon dos publicaciones notables en España. La primera es “El Semanario de Agricultura y Artes dirigido a los Párrocos”, a cargo del naturalista Juan A. Melón, con sede en Madrid y cuya publicación perduró hasta 1808. La segunda es “Misceláneas instructivas, curiosas y agradables, o anales de literatura, ciencias y artes”, también nacida en la capital del reino, aunque su existencia se limitó a tan solo tres años. Aún más breve fue la vida de los “Anales de Historia Natural”, con sede en Madrid, que surgió en 1797 y desapareció al año siguiente.

En el siglo XIX habían aparecido otras publicaciones en el ámbito agrario y técnico, muchas de ellas efímeras y vinculadas mayoritariamente a asociaciones diversas. Entre las más destacadas merecen mencionarse por la longevidad la “Revista del Instituto Agrícola Catalán de San Isidro”, nacida en 1881; también “El Magisterio Español” (1866) y “El Consultor” (1852), ambas fundadas a mitad del siglo XIX, que perviven en la actualidad.

Otro grupo de publicaciones perfectamente identificables son las revistas nacidas como órganos de comunicación y relación entre los miembros de ingenieros. La “Revista de Ingeniería Naval y Oceánica Española” fue la primera de ellas; apareció en 1929 en Madrid y fue creada por la Asociación de Ingenieros Navales y Oceánicos. En sus inicios fue un boletín de noticias financiado por dicha Asociación que ha evolucionado hacia un modelo informativo y con publicidad. La “Revista Clínica Española”, fundada en 1940, en la actualidad pertenece al grupo Reed Elsevier, y cuenta con más de 2.000 artículos publicados. “Revista Clínica Española” es otra revista con trayectoria centenaria que experimentó una profunda renovación en el año 2000, y actualmente es órgano oficial de la Sociedad Española de Medicina Interna.



La Revolución Industrial

(SIGLOS XIX-XX)

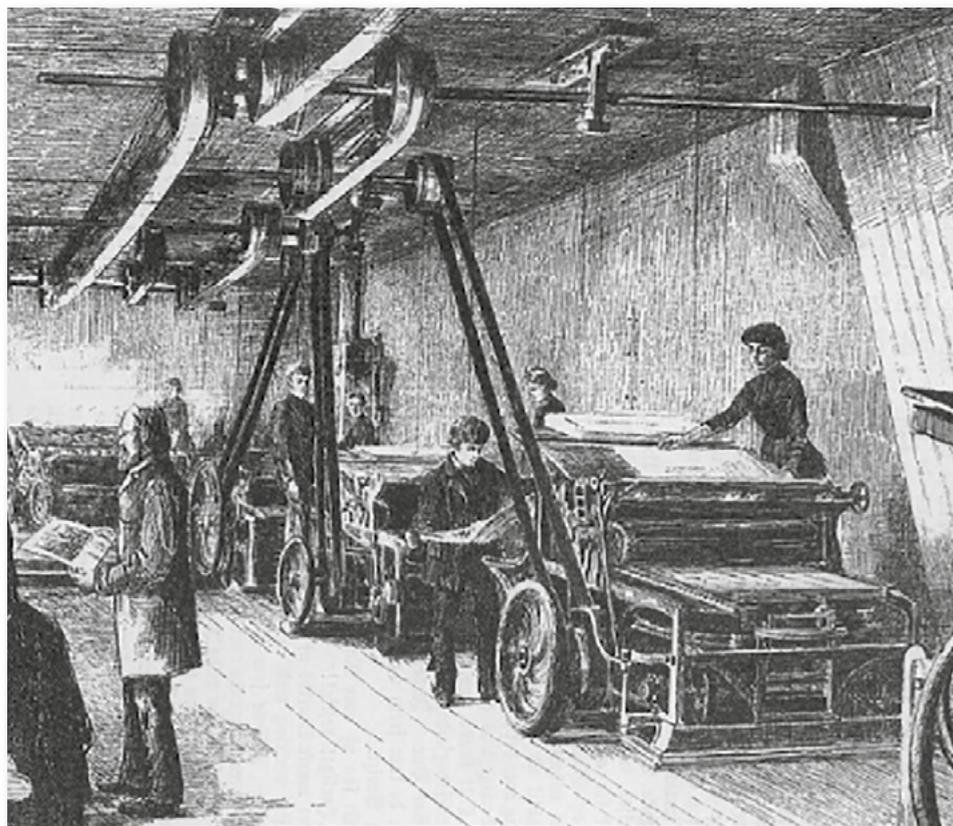
En la segunda mitad del siglo XIX y en los albores del siglo XX, el mundo ingresó en una nueva fase del proceso industrial, marcada por un notable crecimiento económico. Los avances técnicos y productivos dieron paso a un sistema técnico renovado centrado en el acero, la electricidad y el motor de explosión. En este período cabe resaltar la creciente especialización en las publicaciones, ya que se desarrollaron importantes técnicas en campos como la mecánica, la electricidad y, posteriormente, la química. Esto dio lugar a una proliferación de revistas que podríamos denominar “de oficios”.

A partir de principios del siglo XX, se registró, además, un importante avance en los medios de comunicación de masas en el mundo industrializado. Este fenómeno comenzó en Estados Unidos y luego se extendió por toda Europa, dando lugar a una expansión de diarios, semanarios y revistas en la sociedad occidental.

La radio, la televisión, el cine y la fotografía fueron fuente de inspiración para la creación de numerosas revistas especializadas dirigidas al público en general, como, por ejemplo, las revistas de entretenimiento, pero también a una amplia audiencia de aficionados con intereses o formación profesional específica. Los editores o promotores de revistas técnicas también se adaptaron a estos avances tecnológicos, especialmente en campos relevantes como el cine, el automóvil o la aviación.

La Revolución Industrial marcó un punto de inflexión en la industria de la comunicación y la prensa, impulsando la creación de un nuevo modelo de negocio. Varios factores contribuyeron a este cambio. Por un lado, los avances tecnológicos, como la máquina de vapor, revolucionaron la producción de periódicos al aumentar la velocidad de impresión y reducir los costes de producción.

Además, la expansión de la red ferroviaria y el transporte marítimo transformaron la distribución de periódicos y revistas, acelerando la entrega de noticias y permitiendo llegar a un público más amplio en menos tiempo. En el ámbito de las comunicaciones, la invención del telégrafo y el teléfono posibilitó el acceso a noticias de última hora desde fuentes distantes y su transmisión de manera rápida, y ello dio lugar a la creación de las primeras agencias de noticias. Estos avances tecnológicos y logísticos sentaron las bases para la evolución del negocio de la comunicación y la prensa en la era industrial.



El comienzo de una nueva era

En lo que respecta al contenido de las publicaciones, la inclusión de imágenes, como fotografías, ilustraciones, caricaturas o gráficos, pasó a ser una característica común, lo que desempeñó un papel crucial en la mejora de la calidad y el atractivo de los productos, al tiempo que permitió la diversificación de su contenido para llegar a audiencias más amplias, como mujeres, niños, profesionales y aficionados con una variedad de intereses y pasatiempos. Además, se introdujeron secciones dedicadas al deporte, el entretenimiento y la moda, lo que no solo amplió la audiencia, sino que también atrajo a anunciantes específicos interesados en llegar a estos grupos de población.

Las publicaciones se convirtieron en un medio altamente atractivo para la publicidad, y ello propició la generación de ingresos significativos para los editores. La competencia por captar la atención de los lectores impulsó el crecimiento de las agencias de publicidad, que buscaban nuevas formas de promoción y difusión de productos y servicios.



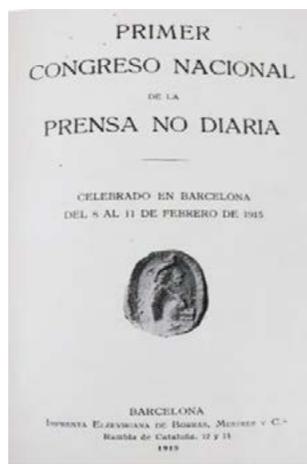
Los editores, conscientes de la creciente complejidad y dinamismo del entorno mediático, comenzaron a reconocer la importancia de la colaboración mutua a la hora de hacer frente a desafíos comunes y de preservar la integridad y calidad de su trabajo. Esta cooperación adoptó múltiples formas, que incluyeron la creación de asociaciones profesionales y la participación en proyectos periodísticos colaborativos, tanto internacionales como nacionales. Esta sinergia entre profesionales de la comunicación no solo fortaleció la industria de los medios, sino que también permitió un periodismo más sólido y efectivo en un mundo en constante cambio.

En el ámbito internacional, en 1910 Bruselas fue sede de un Congreso Internacional de Prensa No Diaria que englobó tanto a la prensa técnica como a la no técnica. A este evento le siguió otro congreso similar en París en 1912 y posteriormente un tercero en la misma ciudad en 1914. En 1925 se creó la Federación Internacional de Prensa Técnica (FIPT), una de las organizaciones más antiguas y prestigiosas del mundo en este campo. Inicialmente, la federación se formó como un consorcio de editores cuyo objetivo era facilitar el intercambio de ideas. Con el tiempo, su alcance se expandió para incluir a propietarios de medios y creadores de contenido de todo el mundo, con el propósito de empoderarlos en la construcción de negocios mediáticos internacionales líderes en el mercado, brindándoles inteligencia, soluciones y oportunidades de colaboración.

En España, la Asociación de Prensa de Madrid se había creado en 1895, bajo la dirección de Miguel Moya. Un poco más tarde, en 1915, tuvo lugar el I Congreso Nacional de Prensa No Diaria. Aunque este congreso no se centró específicamente en la prensa técnica, atrajo a destacados representantes de revistas técnicas y profesionales. El evento fue convocado por la Asociación de la Prensa No Diaria de Barcelona, presidida por don Francisco López Canto, director de "La Voz de Fernando Poo", y con don Miguel Boix Sanchón como secretario, quien a su vez dirigía "Tijeretazos".



Miguel Moya.
Director de la Asociación de Prensa
de Madrid, 1895.



I Congreso Nacional de Prensa
No Diaria. Barcelona 1915.

1925 fue un año clave para la prensa técnica y profesional. Al mismo tiempo que se constituía en París la Federación Internacional de la Prensa Técnica (FIPT), en Barcelona se fundó la Asociación Española de la Prensa Técnica y Profesional (AEPT) por parte de un grupo de editores liderado por Teodoro Colomina, que también había participado en la creación de la FIPT. Este grupo de profesionales pioneros sintió la necesidad de unirse y crear en España un espacio común donde defender sus intereses, promover la difusión de la labor cultural de sus publicaciones, fomentar la formación continua de sus miembros y establecer relaciones con otras asociaciones similares a nivel nacional e internacional. En poco tiempo esta entidad sin ánimo de lucro se convirtió en el punto de referencia para todos aquellos editores especializados dedicados a informar a profesionales de multitud de sectores.

En el año de fundación de la FIPT y la AEPT existían más de 800 revistas técnicas en España, que cubrían una amplia gama de sectores profesionales: agricultura, industria, tecnología, alimentación, medicina, educación, hostelería, etc. Estas publicaciones no solo proporcionaban información especializada y actualizada, sino que también actuaban como plataformas para la discusión y el intercambio de ideas entre los profesionales de las diversas disciplinas.



Asociación Española de la Prensa Técnica y Profesional (AEPT)

Al ritmo de los tiempos

Cinematografía

El 14 de mayo de 1896, justo antes de las festividades de San Isidro, tuvo lugar en España la primera proyección pública del Cinematógrafo de los hermanos Lumière. Esta histórica exhibición se llevó a cabo en uno de los salones del antiguo Hotel Rusia, ubicado en el número 34 de la Carrera de San Jerónimo. El invento llegó a España solo unos meses después de su presentación oficial en París y ofreció un programa similar, que constaba de 10 vistas documentales con una duración de 50 segundos cada una.

En 1906 nació “Cinematograph,” la primera revista especializada en esta temática. Esta publicación de carácter semanal vio la luz en Barcelona y desempeñó un papel fundamental en la difusión y promoción del cine en España.



Aeronáutica

Durante mucho tiempo se habían ido realizando sin éxito diferentes intentos, pero finalmente, el 17 de diciembre de 1903, los hermanos Orville y Wilbur Wright lograron llevar a cabo el primer vuelo controlado en la historia impulsado por un motor. Seis años más tarde, Louis Charles Joseph Blériot marcó un hito en la incipiente aviación del siglo XX al cruzar el Canal de la Mancha entre Francia e Inglaterra en un avión, lo que constituyó un logro sin precedentes.

En ese mismo año de 1909 se fundó la “Revista de Locomoción Aérea”, que servía de órgano oficial de la Asociación de Locomoción Aérea de Barcelona. Esta revista tenía una periodicidad mensual y publicaba trabajos originales sobre aviación, así como conferencias y artículos procedentes de revistas de otras asociaciones europeas.



Automovilismo

Poco después de que el primer Daimler marcara el inicio de la era del automóvil en 1886, valientes pilotos comenzaron a organizar los llamados “viajes desde París,” rutas que partían de la capital francesa hacia otras importantes ciudades europeas o atravesaban Francia en su totalidad. En 1895, Emile Levassor logró la victoria en la carrera París-Burdeos-París al volante de un Panhard.

En 1899, se fundó la revista “El Automovilismo Ilustrado”, que se publicó quincenalmente en Barcelona hasta 1907. Los primeros números se centraban en temas de mecánica, y a partir de 1905 empezó a incorporar noticias relacionadas con el automovilismo deportivo, como crónicas de la Copa Pirineos, la Copa Voiturettes y otras carreras populares. Los últimos números de 1907 se editaron en Madrid.



Portadas de ayer y hoy

El Magisterio Español

El Magisterio Español, con origen en 1866, se especializa en temas de enseñanza. Desde su inicio ha publicado suplementos sobre infancia, mujer, legislación y pedagogía, además de novelas pedagógicas por entregas, reflejando las tendencias educativas de cada época. Actualmente forma parte del portafolio de la editorial Siena Educación.



El Consultor de los Ayuntamientos

El Consultor es una publicación técnico-jurídica dedicada al asesoramiento en el ámbito municipal. Desde 1852, ha sido, y sigue siendo, una herramienta esencial para funcionarios de la Administración Local, alcaldes y concejales, destacándose por su rigor técnico y sus planteamientos prácticos. En la actualidad, El Consultor está integrado en Aranzadi-LaLey (Karnov Group).



Tal como el ciudadano romano de la antigüedad se habría asombrado ante las Actas diarias del pueblo romano, el siguiente capítulo nos llevará a maravillarnos con los precursores de la prensa técnica y especializada que, al igual que aquellos diurnarii en la Roma antigua, se unieron para abrir un nuevo camino. Viajaremos al corazón de las asociaciones de prensa técnica y conoceremos quiénes fueron los pioneros visionarios que se unieron en una búsqueda común por promover el conocimiento y la colaboración en sus respectivos campos. Desde la fundación de la FIPT hasta la creación de la AEPT, desvelaremos cómo ambas se convirtieron en pilares para el desarrollo y la difusión de la prensa técnica tanto en el mundo como en el contexto específico de España.



DE LOS FELICES 20

A LA GUERRA CIVIL

1925/1939





Como sugiere el título de la novela de Hemingway, “París era una fiesta”. El escritor y periodista estadounidense retrata en su obra los años dorados, salvajes y fructíferos de su juventud en la capital francesa de los años 20, en compañía de escritores como F. Scott Fitzgerald, Gertrude Stein y Ezra Pound, la llamada “generación perdida”.

Durante los primeros decenios del siglo, un hervidero de jóvenes escritores, artistas y músicos de todo el mundo se congregaron en los bohemios barrios de Montmartre y Montparnasse. Las luces del Moulin Rouge y de otros clubes nocturnos alumbraban la noche parisina, donde el jazz fluía en las calles. La moda era protagonista, con Coco Chanel definiendo la elegancia de la época con su estilo ‘flapper’. En 1925, la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas marcaba el nacimiento del estilo Art Deco, que ejerció una notable influencia en la arquitectura, el diseño de interiores y la moda a escala global.

CRONOLOGÍA

1925

Fundación de la Asociación Española de la Prensa Técnica (AEPT).
Fundación de la Federación Internacional de la Prensa Técnica (FIPT).

1927

La FIPT pasa a denominarse FIPTP (Federación Internacional de la Prensa Técnica y Profesional).

1929

Teodoro Colomina, presidente de la AEPT, es nombrado presidente de la FIPTP.
El V Congreso Internacional de Prensa Técnica se celebra en España.
Crisis de la bolsa en Nueva York e inicio de la Gran Depresión.

1931

Proclamación de la Segunda República en España que estableció un sistema democrático que reconocía el voto femenino, la separación entre Iglesia y Estado, y autonomía para Cataluña y el País Vasco.

1932

La AEPT pasa a denominarse AEPTP (Asociación Española de la Prensa Técnica y Profesional).
Creación de la Biblioteca de la Prensa Técnica y Profesional, por iniciativa de la AEPTP.

1933

Fallece Hipólito Mounier, presidente fundador de la Federación Internacional.

1935

Publicación del I Anuario de la AEPTP.
La FIPTP pasa a denominarse “de la Prensa Técnica y Periódica”, en vez de “Profesional”, aunque no implica cambio en las siglas.

1936

I Congreso Nacional de Prensa Técnica.
Punto de interrupción de toda actividad asociativa por el inicio de la Guerra Civil.

1939

Fin de la Guerra Civil.

Coincidiendo con la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas, el Sindicato de la Prensa Técnica, Industrial, Comercial y Agrícola de Francia organizó el I Congreso Internacional de Prensa Técnica que tuvo lugar del 30 de septiembre al 4 de octubre de 1925 en el Cercle de la Librairie, en el Boulevard Saint-Germain.

El Congreso, presidido por Hipólito Mounier, presidente del Sindicato francés, contó con la asistencia de congresistas de 25 países y representó a 3.000 publicaciones. El aspecto más trascendente fue la adopción por parte de editores de toda Europa, incluidos los de prensa técnica en España, del acuerdo unánime de fundar la Federación Internacional de la Prensa Técnica (FIPT), actual Federación Internacional de Publicaciones Periódicas (FIPP).

En la fundación de la FIPT destaca la participación de siete representantes españoles que asistieron a título personal, ya que en ese momento no existía ninguna entidad de prensa profesional en el país. Las publicaciones representadas por esos editores incluían "Automóvil-Comercio", "Cataluña Textil", "El Arte de Curtir", "Electricidad, Mecánica y Fundición", "El Progreso Fotográfico", "Ingeniería y Construcción" y "Técnica".

En la documentación que se ha conservado no figuran los nombres de los asistentes, pero se sabe que estuvo presente Teodoro Colomina Cases, director de la revista "Electricidad, Mecánica y Fundición", uno de los principales ideólogos en la constitución y consolidación de la FIPT junto a Mounier, que, además de presidente de la Federación, poco después se convertiría en presidente y fundador de la Asociación Española de Prensa Técnica (AEPT).



Hipólito Mounier.
Fundador y primer
Presidente de la FIPP,
1925.



El promotor del I Congreso Internacional de Prensa Técnica fue Hipólito Mounier, que en 1925 ocupaba la presidencia del Sindicato de la Prensa Técnica, Industrial, Comercial y Agrícola de Francia. Mounier había nacido en Champigny en 1864. Quedó huérfano a los 16 años y comenzó a trabajar en una imprenta. A partir de 1886 fue apoderado de la editorial de anuarios industriales internacionales Camille Rousset. En 1914 fundó la revista "L'Industrie Chimique" y en 1924 fue elegido presidente del sindicato, del que pasaría a ser, desde 1926, presidente honorario.



Teodoro Colomina.
Fundador y Presidente
de la AEPT, 1925-1957,
Presidente de la FIPP,
1929.



Teodoro Colomina, nacido en 1884, era un hombre de múltiples talentos y poseía una formación académica sólida. Licenciado en ciencias, ingeniero mecánico y electrónico, ocupaba el rango de comandante de artillería. Colomina destacó como promotor y miembro en diversas organizaciones, tanto antes como después de la creación de la AEPT. En particular, ocupó el cargo de presidente y fue el fundador de la Asociación Técnica de Estudios Metalúrgicos. Además dirigía la revista "Electricidad, Mecánica y Fundición". Posteriormente, también estaría al frente de publicaciones como "S.T.A." y "Técnica Metalúrgica". Su amplio conocimiento y compromiso con la industria y la técnica lo convirtieron en una figura influyente en el campo de la prensa técnica y la metalurgia en España.

La prensa técnica europea se reúne por primera vez en España en 1929

El año 1929 marcó un momento importante en la historia de la prensa técnica, puesto que Teodoro Colomina fue nombrado presidente de la FIPTP, y España asumió la responsabilidad de organizar el V Congreso Internacional de Prensa Técnica.

El V Congreso tuvo un triple escenario: Barcelona, Madrid y Sevilla, coincidiendo con la Exposición Internacional de 1929 en Barcelona y la gran Exposición Iberoamericana en Sevilla. En el evento participaron representantes de 25 naciones, con cerca de 300 congresistas, de los cuales más de 150 eran españoles. Destacó la presencia de 18 delegados de 13 países iberoamericanos, lo que constituyó una absoluta novedad. Además, se creó un Comité de Honor encabezado por el general Primo de Rivera, presidente del Consejo de Ministros, que contó con 42 miembros incluyendo a J. M. España, como cofundador de la AEPT.

La inauguración del congreso estuvo a cargo, en representación del general Primo de Rivera, del secretario general de Asuntos Exteriores, el embajador E.M. de Palacios, y tuvo lugar en la Sala de Actos del Palacio de la Agricultura de la Exposición Internacional de Barcelona. La mesa presidencial contó con la presencia de las principales autoridades regionales y locales, varios delegados de gobiernos extranjeros, así como representantes de organismos internacionales. Durante su discurso, Mounier abordó dos temas



Madrid, 1929. Recepción a los congresistas en el Ministerio de Estado. En primer término, el Presidente del Consejo de Ministros, Primo de Rivera.

destacados: la libertad de circulación de la prensa técnica en el mundo y la cuestión postal, para cuya solución se ponía como ejemplo el régimen existente entre España e Hispanoamérica.

El congreso fue un éxito y tuvo gran notoriedad a nivel internacional, pero apenas un mes después de haberse clausurado, estalló la gran crisis en la Bolsa de Nueva York. Esto marcó el comienzo de un prolongado período en el que mantener una revista técnica en funcionamiento, tanto a escala mundial como en España, se convirtió en una tarea heroica.

En el volumen que recopila la crónica y los trabajos del V Congreso Internacional, el mayor de los editados por la Federación con motivo de sus encuentros internacionales, figura un autógrafo del general Primo de Rivera, marqués de Estella, presidente del Consejo de Ministros en 1929 y presidente de Honor del V Congreso Internacional. Su mensaje decía:

“He tenido gran satisfacción en presidir la clausura del V Congreso de Prensa Técnica Mundial, porque ello me ha permitido conocer bien la importancia de esta actividad destinada a difundir la cultura técnica sin mezcla de las pasiones ni de política que suelen dividir a los hombres, llamados a unirse por lazos de amor y cultura”.

Madrid, 21 de septiembre de 1929.



Presidencia del Consejo de Ministros
Sala de Reuniones

He tenido gran satisfacción en presidir la clausura del V Congreso de Prensa Técnica Mundial, porque ello me ha permitido conocer bien la importancia de esta actividad destinada a difundir la cultura técnica sin mezcla de las pasiones ni de política que suelen dividir a los hombres, llamados a unirse por lazos de amor y cultura

Primo de Rivera
Madrid 21.9.29.

Autógrafo del general Primo de Rivera, Presidente del Consejo de Ministros en 1929, y Presidente de Honor del V Congreso Internacional de Prensa Técnica y Profesional.

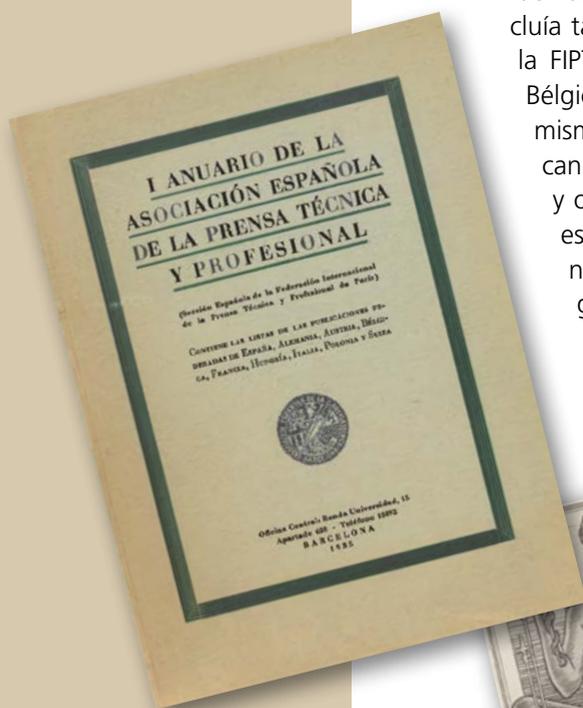


Publicación en 1935 del primer anuario de la AEPT

Tras la crisis económica de 1929, el panorama de la prensa técnica recibió un golpe significativo, con más cierres que nuevos lanzamientos de revistas. Las publicaciones mensuales seguían siendo predominantes y Barcelona se mantuvo como un centro editorial clave, destacándose por la creación de publicaciones en catalán, aunque muchas tuvieron una vida corta debido a las circunstancias históricas.

En este contexto, en 1935 se publicó el primer Anuario de la Asociación Española de Prensa Técnica y Profesional (AEPTP).

Además de las publicaciones españolas, el Anuario incluía también listados de las publicaciones afiliadas a la FIPT de los siguientes países: Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Hungría, Italia, Polonia y Suiza. Asimismo, contenía los estatutos de la AEPTP, destacando los artículos 1 y 2, que establecían las bases y objetivos de la Asociación, proporcionando una estructura formal y un reconocimiento institucional para la prensa técnica en un momento de grandes desafíos y cambios en el sector.



Estatutos de la AEPTP de 1925

Artículo 1

“Con la denominación de Asociación Española de la Prensa Técnica y Profesional queda constituida en Barcelona una entidad consagrada especialmente al desenvolvimiento de la prensa técnica en España, a la agrupación de las publicaciones que la componen para la mejor defensa de sus intereses morales y materiales y a la difusión de la alta labor cultural que las mismas realizan”.

Artículo 2

“Para cumplir dicho objetivo, la Asociación procurará formar parte de cuantos organismos oficiales o profesionales crea del caso para el mayor éxito de sus gestiones en pro de los intereses de los asociados y de la prensa técnica en general, se hará representar en los congresos o conferencias nacionales e internacionales que puedan afectarla, así como en las exposiciones y ferias que crea conveniente, intervendrá cerca del Gobierno para solicitar las disposiciones que contribuyan al fomento de la prensa técnica española en el país y en el extranjero y trabajará para lograr en lo posible que las publicaciones del ramo se mantengan al nivel que corresponde, facilitará el intercambio entre las revistas técnicas del país y las extranjeras, organizará congresos, exposiciones, cursillos y conferencias, y editará cuando lo crea oportuno fascículos con estudios que ofrezcan interés para los socios”.

Artículo 1 y 2 de los Estatutos de la AEPTP de 1925 recogidos en el Anuario.

La AEPTP, desde su constitución, ha abogado por la prensa técnica como vehículo fundamental para la transmisión de conocimiento especializado. Este propósito, plasmado en sus estatutos originales, pervive en la actualidad, cuando las publicaciones continúan siendo un pilar en la formación y actualización profesional. Con una vocación internacional desde sus orígenes, la AEPTP ha fomentado la conexión de la prensa profesional española con los avances globales. Asimismo, ha actuado como plataforma de promoción para sus miembros, organizando eventos y exposiciones que han visibilizado las publicaciones técnicas y facilitado la colaboración entre los asociados. En este sentido, el interior de la portada del Anuario alberga una serie de recomendaciones, dirigidas a las empresas anunciantes, que a pesar del paso del tiempo, siguen siendo pertinentes. Entre otras, destacan las siguientes: “No busque publicidad barata, escoja revistas serias y pague un precio razonable por los anuncios”, “Anuncie de manera consecuente. Es mejor la propaganda en pocas revistas que las apariciones esporádicas en gran número de ellas”.

Ocupese seriamente de su propaganda; considérela como una ayuda a su negocio y no como un impuesto.

Anuncie en escala proporcionada a la importancia de su negocio; si es una gran firma no dé una impresión equivocada tomando un espacio insignificante.

No busque publicidad barata; escoja revistas serias y pague un precio razonable por los anuncios.

Anuncie de manera consecuente. Es mejor la propaganda en pocas revistas que las apariciones esporádicas en gran número de ellas.

Cuide del estilo y de la forma de su anuncio, exponga en él la historia de su firma y los servicios que preste efectivamente. Hágalo atractivo e interesante para el lector: un anuncio que es a la vez instructivo y atrayente es mejor que el que entra por los ojos pero que se olvida fácilmente.

Cambie el material de vez en cuando; demuestre al lector que cuida de su anuncio.

Azaña y Companys presiden en 1936 el I Congreso Nacional de la Prensa Técnica

En 1936, once años después de la creación de la Asociación, se celebró el I Congreso Nacional de la Prensa Técnica, bajo la presidencia de honor de Manuel Azaña, presidente de la República Española, y de Lluís Companys, Presidente de la Generalitat de Catalunya. Este congreso, organizado por la AEPT, tuvo lugar del 4 al 7 de junio en Barcelona, en el marco de la IX Feria Internacional de Muestras de esta ciudad, con la asistencia de 80 congresistas que representaron a 58 publicaciones. Cinco semanas después estallaría la Guerra Civil.

Al revisar los temas abordados en este primer Congreso se observa que muchas de las inquietudes de aquella época permanecen vigentes en la actualidad, como la voluntad de acercar la innovación a los editores, el rigor en la elaboración de los contenidos, la vocación internacional de la Asociación, o la representación y defensa de los intereses del sector. Basten algunos ejemplos de las ponencias presentadas en las jornadas para constatarlo: «La difusión de las novedades e inventos en la Prensa Técnica» (L. Andreu), «Situación de la Prensa Técnica en el mundo» (M. Viada), «La circulación internacional de las publicaciones técnicas y profesionales» (A. Portabales), «Los Servicios de Correos y la Prensa Técnica» (R. Bori), «La marca de calidad. Conveniencia de que la Prensa Técnica contribuya a su implantación y secunde su desenvolvimiento» (M. Vidal) o «La publicidad en la Prensa Técnica y su modernización» (R. Bori).

Esta fructífera primera etapa en la vida de la Asociación se interrumpió abruptamente con el comienzo de la Guerra Civil. Ya no se pudo celebrar el II Congreso Nacional en Madrid en 1938, tal como se había acordado, y tampoco iban a tener lugar los siguientes congresos cada dos años.



Los participantes en el I Congreso Nacional de Prensa Técnica, Barcelona, junio de 1936, posan en un Salón del Ritz después de la cena de clausura.



Uno de los primeros stands de Prensa Técnica montados conjuntamente por la AEPT y la FIPP para concurrir a las Ferias Internacionales. En torno a 1930.



Al ritmo de los tiempos

El impacto de la Guerra Civil (1936-1939)

El levantamiento militar contra el gobierno democrático de la Segunda República en julio de 1936 marcó el inicio de la Guerra Civil española, que se prolongó hasta 1939 y dio paso a la dictadura liderada por el general Francisco Franco, que perduró hasta el fallecimiento de este en 1975.

Tras el final de la contienda, los diarios y revistas quedaron bajo la regulación de la Ley de Prensa de 1938, en la que se concebía el periodismo como un instrumento al servicio del Estado, destinado a promover la unidad política y religiosa que se buscaba en la era franquista. A partir de su implementación, los periodistas se vieron obligados a servir a los intereses del gobierno, transmitiendo sus órdenes y directrices de manera obligatoria. Para alcanzar estos objetivos, la normativa utilizaba diversos mecanismos, como la censura previa, las consignas, el registro de periodistas, la designación de directores de periódicos y la regulación de la cantidad y la extensión de las publicaciones existentes. Esta ley se mantuvo en vigor hasta 1966, funcionó como un instrumento de control y orientación del periodismo.

Durante los años de la Guerra Civil desaparecieron numerosas revistas profesionales y la mayoría de las que lograron sobrevivir se establecieron en Madrid.

Cuando estalló la guerra, medio millón de personas abandonaron su patria, cruzaron los Pirineos y se establecieron en el país vecino. El distrito XIX de París, junto con otros populares como el X o el XX, acogieron a una parte significativa de los exiliados españoles que se instalaron en la capital francesa después de la guerra. Esta estampa contrastaba profundamente con la del París cultural y artístico de 1925 con la que iniciamos esta historia. Los exiliados españoles formaron comunidades en la capital francesa y continuaron su lucha desde el extranjero. París se convirtió en un centro de actividad política en el que surgieron movimientos de resistencia, se publicaron periódicos y revistas clandestinas, y se siguió apoyando la causa republicana en España. París fue un refugio para aquellos que buscaban la libertad y la justicia en un mundo que se abría camino a la dictadura, un período que será abordado en el siguiente capítulo, ya de regreso a la España de los primeros años franquistas.

HEMEROTECA





EL COMPÁS DE ESPERA

1940/1951



“**T**ened presente el hambre: recordad su pasado”, vaticinaba el poeta Miguel Hernández poco antes de terminar la Guerra Civil. Era una premonición de su propia muerte en 1942, hambriento y enfermo, en una cárcel franquista. Pero también se adelantaba a lo que sucedería tras el fin de la guerra.

Entre 1939 y 1951 España se sumió en un período de escasez y miseria sin precedentes. La guerra había dejado el país devastado, con una economía en ruinas. Las cartillas de racionamiento se convirtieron en la única tabla de salvación para muchos. El hambre y la mala alimentación abrieron las puertas a un enjambre de enfermedades como el tifus, la meningitis, el tracoma y la tuberculosis, conocida como “la enfermedad de los pobres”.

Era una época en la que primaba el ingenio. Decretos como el de septiembre de 1941, que proclamaba de interés nacional la producción de gasógenos para vehículos y motores, evidenciaban la lucha por encontrar soluciones ante la crisis energética derivada de la escasez de petróleo.

La política autárquica e intervencionista controlaba oficialmente los precios, el comercio exterior, las inversiones o la adquisición de materias primas. No será hasta los años 50 cuando empezarán a vislumbrarse tímidas medidas liberalizadoras, que traerán consigo un atisbo de esperanza en el horizonte económico del país.

CRONOLOGÍA

1939

Fin de la Guerra Civil Española.
Inicio de la II Guerra Mundial.
Franco pone punto y seguido a la guerra con el inicio de la dictadura.
Cancelación por parte de la FIPTP de su X Congreso.

1941

Se crea la Escuela Oficial de Periodismo en Madrid, única vía de acceso a la profesión periodística en España.

1942

Creación del NO-DO.
Exigencia de un informe político-social favorable de los directores, gerentes y redactores para editar.

1945

Fin de la II Guerra Mundial.
Nace la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con el fin de promover la paz y la cooperación internacional para evitar futuros conflictos.

1948

Presentación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

1950

Celebración del X Congreso Internacional de la FIPTP en París.

Los años 40 del pasado siglo supusieron un compás de espera en la historia de la Asociación. Durante este período, la operatividad disminuyó, lo que refleja una tendencia similar a la observada en el caso de la FIPP. A pesar de las dificultades inherentes al contexto de posguerra, el sector no solo resistió, sino que también persistió en su determinación de organizarse y sobrevivir, aunque fuese mediante el ingenio. Un ejemplo de esto fue el envío por parte de Teodoro Colomina de un informe al ministro como vicepresidente de la FIPP y no como representante de la AEPT. También cuando los editores españoles asistieron al X Congreso Internacional por cuenta propia, no como delegados de la Asociación, demostrando un claro deseo de continuar con las actividades a pesar de las circunstancias del momento.

Las dificultades a las que se enfrentaron los editores en la posguerra fueron el reflejo de las dificultades generales a las que hizo frente el país: recesión económica, retraso tecnológico y aislamiento. Al margen del modelo establecido en 1938, que se centraba en mecanismos de control como la censura previa, las consignas, el acceso a la profesión mediante el Registro Oficial de Periodistas, el nombramiento de los directores y las licencias para crear empresas periodísticas, surgieron obstáculos materiales como la escasez y la mala calidad del papel. Para los editores de prensa técnica existían también las dificultades de los sectores de actividad a los que las revistas técnicas servían, y a los que estaba ligado su propio desarrollo.

A la debilidad del sector en sí se unía la desconfianza del régimen franquista ante cualquier actividad asociativa fuera del sindicalismo vertical. La proyección y presencia de la AEPT en foros internacionales y la ubicación de su sede en Cataluña eran asimismo causa para el recelo de las autoridades.

El libro "Cincuenta años de prensa técnica. Pasado, presente y futuro de la prensa técnica española" editado por la Asociación en 1975 con motivo de su 50 aniversario, refleja la desaparición en la posguerra de algunas revistas y personas. Otras, con la intención de reanudar su trayectoria en el futuro, se encontraban en un período de interrupción. Aunque algunos de los antiguos directivos en Barcelona continuaban reuniéndose de vez en cuando, lo hacían como un grupo de amigos.

En el libro se hace mención a las autorizaciones para la edición de publicaciones técnicas y se explica que, en ciertos casos, se podía tropezar con obstáculos de índole personal. Por ejemplo, la Orden de 24 de febrero de 1942, relativa a la concesión de autorizaciones para la edición de publicaciones periódicas no diarias, requería, en el caso de las de propiedad particular, la presentación de un informe político-social





para cada individuo que participara en ellas como director, gerente, redactor o administrador.

También se hace referencia a las Órdenes del 29 de octubre de 1940 y del 20 de septiembre de 1951, que dictaban las normas para la inscripción y funcionamiento del Registro Oficial de Periodistas, y que generaron una fuerte división entre los profesionales de la información política y general, por un lado, y los dedicados a la información técnica y científica, por otro. Destacados periodistas técnicos que habían gozado de prestigio en ambas áreas antes de la guerra se vieron impedidos de registrarse y obtener el carnet correspondiente. Dado que, según las normativas, cualquier órgano informativo debía ser dirigido, en términos de responsabilidades administrativas y políticas, por un periodista con carnet, surgió la figura del director-periodista de una revista técnica. Estos directores, a cambio de una remuneración más simbólica que efectiva y con escasa participación real, cumplían la función de aportar un número de registro para cumplir con los requisitos legales. Esto demuestra el ingenio de aquellos editores, quienes, a pesar de las adversidades generadas por el régimen y las restricciones legales, encontraron formas de sortear los obstáculos y mantener viva la actividad periodística y editorial.

Escuelas de periodismo en España

El periodismo en España se institucionalizó formalmente en 1941 con la Escuela Oficial de Periodismo en Madrid, la única vía de acceso durante el régimen franquista. Más tarde, en 1958, la Universidad de Navarra comenzó a ofrecer estudios universitarios en Periodismo y Comunicación, marcando un hito en la profesionalización del campo. En 1960, Ángel Herrera Oria fundó la Escuela de Periodismo de la Iglesia, combinando el periodismo con valores sociales y religiosos. La evolución continuó en 1971 con la apertura de centros universitarios en la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad Autónoma de Barcelona. En 1972, el Instituto de Periodismo de Navarra se convirtió en la Facultad de Ciencias de la Información, consolidando así el camino académico para los futuros periodistas.

Madrid, principal sede de las revistas en la posguerra

Barcelona tiene una larga y continuada tradición como epicentro editorial prácticamente desde los inicios de la imprenta, gracias a la existencia de un ecosistema completo de autores, editores, impresores, librerías, bibliotecas, etc. Esta tradición también se había mantenido en el ámbito de las revistas técnicas y profesionales y se vio impulsada en el primer tercio del siglo XX con la voluntad modernizadora de la ciudad que quería emular a las grandes metrópolis europeas.

Sin embargo, la Guerra Civil tuvo un efecto destructivo en la industria editorial española, pero especialmente la catalana, ya que fueron muchas las personas del mundo del libro, las revistas y la cultura catalana que se vieron obligadas a exiliarse o sufrieron represalias. Mientras tanto, la edición en catalán quedó reducida a una situación de semi-clandestinidad.

Al tiempo que algunas publicaciones de la preguerra comenzaban a reaparecer, emergían otras nuevas que, en muchos casos, tenían un carácter más o menos oficial, vinculadas a ministerios, servicios, cuerpos e instituciones, así como publicaciones sindicales y religiosas, que florecieron con abundancia en los años 40. Sin embargo, solo algunas de estas publicaciones fueron el origen de verdaderas revistas técnicas. En este período, Madrid desplazó a Barcelona como la sede preeminente de las ediciones periódicas, especialmente en el ámbito técnico.

En la siguiente página se presenta una relación de publicaciones especializadas y profesionales fundadas en el período 1939-1951, aunque la lista no pretende ser exhaustiva.



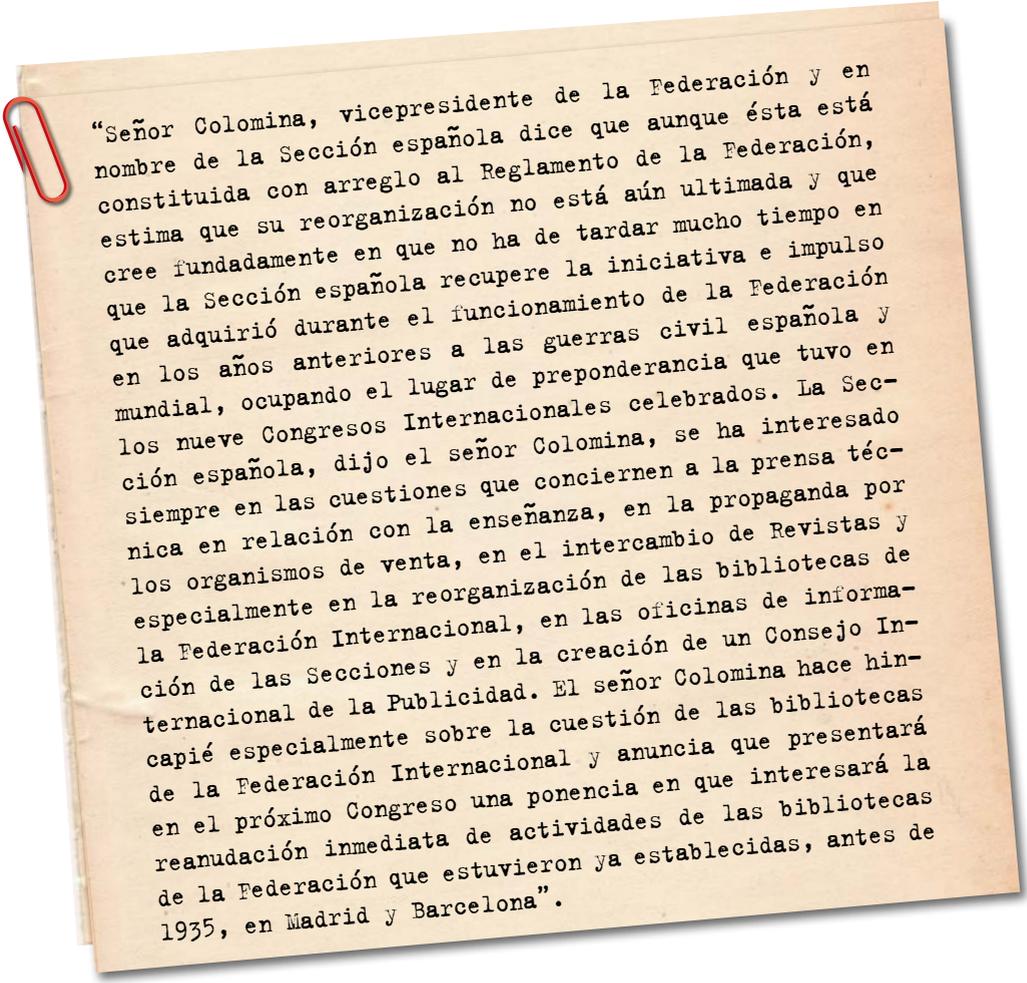
Año de fundación	Revistas
1939	Medicina y Cirugía Auxiliar (Madrid)
1940	Boletín Económico de la Construcción (Barcelona) Ejército (Madrid) • Posta Española (Madrid) Revista Clínica Española (Madrid)
1941	Siluetas (Barcelona) • Revista de Estudios Políticos (Madrid) Minería y Metalurgia, Plásticos y Electricidad (Madrid)
1942	El Automovilismo en España (Madrid) • Guión (Madrid) Revista Geofísica (Madrid) • Consigna (Madrid) • Campo (Sevilla)
1943	Alta Costura (Barcelona) • El Trabajo Nacional (Barcelona) Ganadería (Madrid) • Caza y Pesca (Madrid)
1944	Acero y Energía (Barcelona) • Motor Mundial (Madrid) Gráficas (Madrid) • Textil (Madrid) • Economía Mundial (Madrid) Escaparate (Madrid)
1945	Fomento de la Producción (Barcelona) • Siembra (Madrid) Gaceta de la Construcción (Madrid) • Nautilus (Madrid) Yatros (Oviedo) • La Semana Vitivinícola (Valencia)
1946	Insula (Madrid) • Avión (Madrid) • Hermandad (Madrid) El Mundo Financiero (Madrid) • Cirugía, Ginecología y Urología (Madrid)
1947	Eficiencia (Barcelona) • El Eco Filatélico (Pamplona)
1948	Oro y Hora (Barcelona) • Informes de la Construcción (Madrid) Boletín de Patología Médica (Madrid) Revista Española de Cardiología (Madrid)
1950	Anuario Automovilista de España (Barcelona) • Angiología (Barcelona) • Carreteras (Madrid) • Revista de Plásticos Modernos (Madrid) • España Hostelera (Madrid)
1951	Inversiones y Obras (Barcelona) • Mundo Turístico (Barcelona) Ferias, Mercados y Mataderos (Salamanca)

Revistas fundadas entre 1939 y 1951.

La FIPTP reanuda su actividad

La celebración del X Congreso Internacional de la FIPTP estaba programada para finales de 1939 en Berlín, pero el estallido de la Segunda Guerra Mundial el 1 de septiembre impidió que el evento se llevara a cabo. No fue hasta mayo de 1950 en París cuando la Federación comenzó a recuperar su actividad. En esta etapa Teodoro Colomina asumió la vicepresidencia de la FIPTP. La asistencia de la delegación española sólo fue posible tras vencer dificultades como la obtención de los permisos de salida del país y de obtención de moneda extranjera y tras garantizar que la FIPTP no acogía a la URSS ni a países de su órbita.

Colomina participó en este congreso y su contribución se describe en los siguientes términos en el informe sobre las "Sesiones Internacionales de París", presentado al ministro de Asuntos Exteriores de España en noviembre de 1948:



"Señor Colomina, vicepresidente de la Federación y en nombre de la Sección española dice que aunque ésta está constituida con arreglo al Reglamento de la Federación, estima que su reorganización no está aún ultimada y que cree fundadamente en que no ha de tardar mucho tiempo en que la Sección española recupere la iniciativa e impulso que adquirió durante el funcionamiento de la Federación en los años anteriores a las guerras civil española y mundial, ocupando el lugar de preponderancia que tuvo en los nueve Congresos Internacionales celebrados. La Sección española, dijo el señor Colomina, se ha interesado siempre en las cuestiones que conciernen a la prensa técnica en relación con la enseñanza, en la propaganda por los organismos de venta, en el intercambio de Revistas y especialmente en la reorganización de las bibliotecas de la Federación Internacional, en las oficinas de información de las Secciones y en la creación de un Consejo Internacional de la Publicidad. El señor Colomina hace hincapié especialmente sobre la cuestión de las bibliotecas de la Federación Internacional y anuncia que presentará en el próximo Congreso una ponencia en que interesará la reanudación inmediata de actividades de las bibliotecas de la Federación que estuvieron ya establecidas, antes de 1935, en Madrid y Barcelona".

Teodoro Colomina al regreso del X Congreso Internacional de la FIPTP redactó un informe para el ministro en su calidad de vicepresidente de la FIPTP y presidente de la sección española, sin mencionar explícitamente la denominación AEPTP.

En el informe de Colomina, después de realizar una descripción pormenorizada y neutral de las sesiones internacionales, añadió una "Ampliación complementaria de la participación de la Delegación Española", que responde claramente a las demandas de la época. A continuación se presentan algunos fragmentos destacados:

"Dada la situación política internacional en estos últimos meses y la posición de España ante la incompreensión de nuestros asuntos interiores por parte de importante número de naciones extranjeras, es natural que la Delegación Española, en previsión de cualquier incidente que la intemperancia o intencionada malevolencia de algún Delegado extranjero pudiese provocar tomara antes de salir de España la decisión irrevocable de retirarse de las Sesiones Internacionales a las que fue invitada, si en ellas se hubiera hecho la más leve alusión que pudiera molestar nuestro prestigio nacional".

[...]

"Afortunadamente nos convencimos muy pronto de que nuestras prevenciones si bien eran lógicamente admisibles, atendiendo lo mucho y mal que ha sido llevado y traído por esos mundos de Dios, el nombre de nuestra querida Patria, no tenían razón de subsistir ante la cordialidad y efusión con que fuimos tratados por todas las Delegaciones extranjeras asistentes a las sesiones. Hemos de hacer notar, sin embargo, que en esta reorganización de la Federación Internacional de la Prensa Técnica y Periódica, que, puede decirse en este año ha comenzado su segunda época, no forman parte de ella ni la URSS ni Polonia, Rumania, Yugoslavia, Hungría, Checoslovaquia, Bulgaria, países estos últimos satélites hoy de Rusia y que antes de la guerra mundial pertenecieron todos a la Federación, con excepción destacada de la URSS, que nunca formó parte en nuestras filas por ser el régimen comunista diametralmente opuesto a los principios básicos de nuestra Organización Internacional".

En el primer fragmento, “la decisión irrevocable de retirarse de las sesiones a las que fue invitada, si en ellas se hubiera hecho la más leve alusión que pudiera lesionar a nuestro prestigio internacional” muestra una sensibilidad extrema ante la situación política internacional y revela la importancia que se le daba a la imagen y reputación de España en el escenario internacional durante la posguerra.

En el segundo se menciona que la reorganización de la Federación excluye a países comunistas, reflejando la polarización ideológica generada por la Guerra Fría y la exclusión de países afiliados a regímenes comunistas, considerados opuestos.

Teodoro Colomina, entonces director de las revistas “Técnica Metalúrgica” y “Revista de Automoción” y no de la que era editor-director antes de la guerra “Electricidad, Mecánica y Fundición”, acudió al X Congreso Internacional acompañado de otros españoles. Todos lo hicieron a título personal como profesionales de la prensa técnica, no como directivos de la AEPTP. La memoria de la asociación correspondiente al año 1953 recoge que, al regreso del citado Congreso, Teodoro Colomina invitó a algunos de los miembros que habían pertenecido a la Junta Directiva de la AEPTP a crear una comisión organizadora con el objetivo de solicitar la reanudación de las actividades de la asociación a partir de 1952.

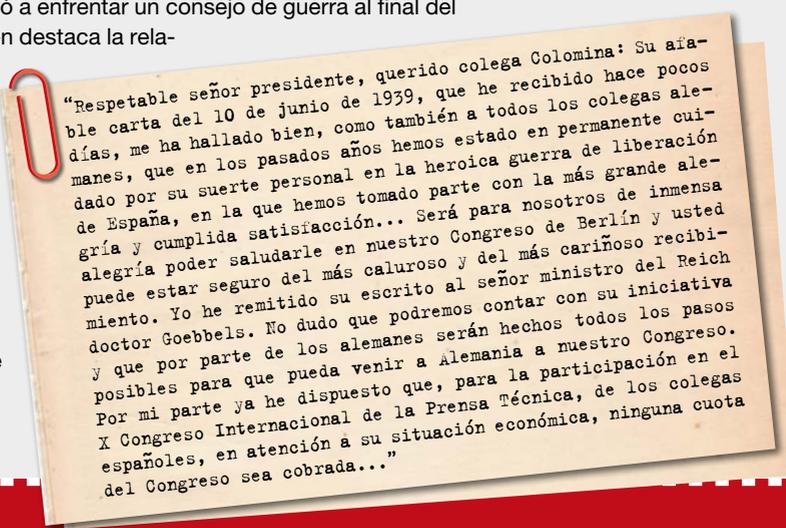


Al ritmo de los tiempos

La carta de Bischoff a Colomina

Carta del presidente de la Sección alemana de la FIPTP, Bischoff, dirigida al domicilio particular de Teodoro Colomina, presidente de la AEPTP, fechada el 4 de julio de 1939, que responde a una previa de Colomina (de la que no se tiene copia) y refleja las dificultades experimentadas durante la Guerra Civil, en especial en el sector editorial. Se menciona la “heroica guerra de liberación de España”, refiriéndose al conflicto bélico. Colomina, militar e ingeniero, participó en la producción de armamento para las fuerzas republicanas en Cataluña, lo que le llevó a enfrentar un consejo de guerra al final del conflicto. La carta también destaca la rela-

ción entre España y Alemania, probablemente por el apoyo alemán a Franco, y menciona las dificultades económicas de los editores españoles en la posguerra, con Bischoff dispuesto a renunciar a cuotas para asistir al congreso, como gesto de apoyo.



“Respetable señor presidente, querido colega Colomina: Su afable carta del 10 de junio de 1939, que he recibido hace pocos días, me ha hallado bien, como también a todos los colegas alemanes, que en los pasados años hemos estado en permanente cuidado por su suerte personal en la heroica guerra de liberación de España, en la que hemos tomado parte con la más grande alegría y cumplida satisfacción... Será para nosotros de inmensa alegría poder saludarle en nuestro Congreso de Berlín y usted puede estar seguro del más caluroso y del más cariñoso recibimiento. Yo he remitido su escrito al señor ministro del Reich doctor Goebbels. No dudo que podremos contar con su iniciativa y que por parte de los alemanes serán hechos todos los pasos posibles para que pueda venir a Alemania a nuestro Congreso. Por mi parte ya he dispuesto que, para la participación en el X Congreso Internacional de la Prensa Técnica, de los colegas españoles, en atención a su situación económica, ninguna cuota del Congreso sea cobrada...”

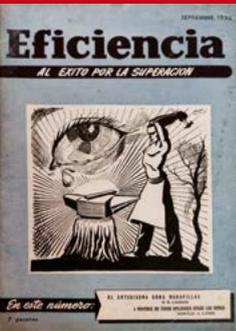
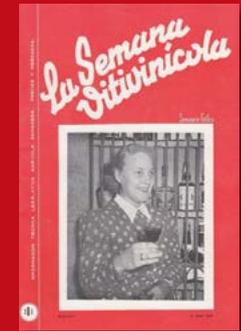
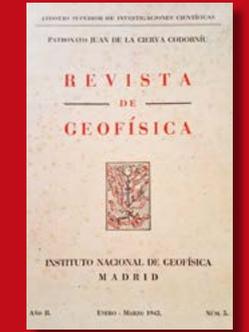
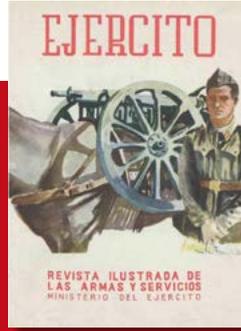
En los años 40 se impuso un fuerte control moral influenciado por la Iglesia Católica, que jugó un papel fundamental en la vida pública y en la educación.

Son los años en que la “Sección Femenina”, organización creada por la hermana del dictador Miguel Primo de Rivera, se convirtió en un instrumento clave del régimen para inculcar los valores tradicionales y religiosos, controlando el papel y la conducta de las mujeres en la sociedad.

Uno de los aspectos más característicos de la Sección Femenina era la obligatoriedad de realizar el “Servicio Social”, un requisito indispensable para que las mujeres pudieran acceder a un empleo, estudios superiores o incluso a obtener el pasaporte. Este servicio consistía en un período de formación y trabajo en el que las jóvenes eran educadas con el objetivo de que se convirtieran en “buenas esposas y madres”. La Sección Femenina, con el respaldo de la Iglesia Católica, también promovía el ideal de la mujer sumisa y dependiente del marido, condenando cualquier aspiración de independencia o emancipación femenina.

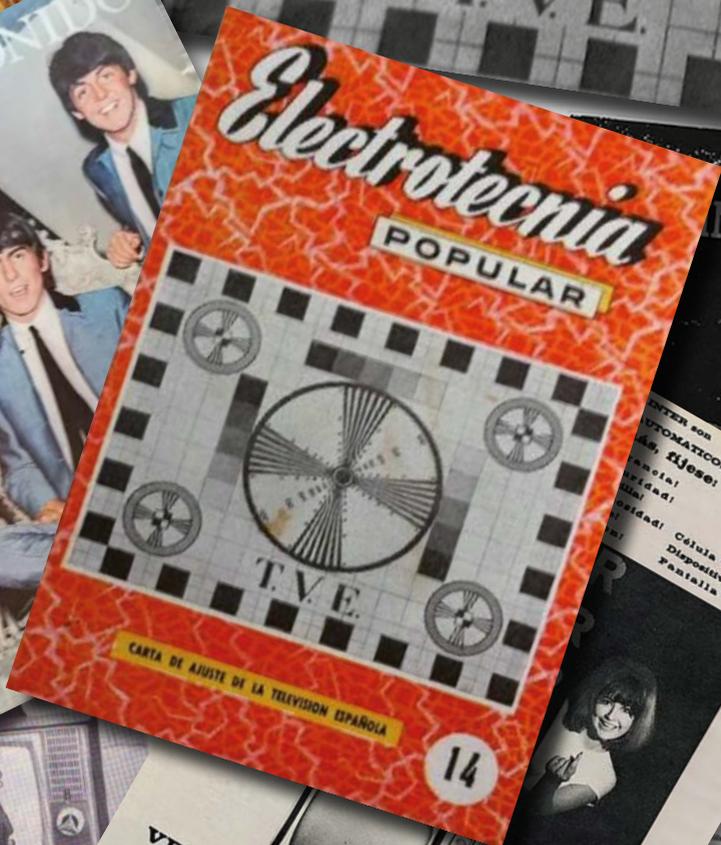
No resulta extraño que, en este contexto, no se haya encontrado en la documentación histórica de la Asociación referencia alguna a ninguna mujer editora de alguna publicación técnica de la época.

HEMEROTECA





LA RECONSTRUCCIÓN



1952/1967



La televisión inició su andadura en la década de los 50, y fue en los 60 cuando experimentó un crecimiento espectacular. Cuando se inauguró oficialmente en 1956, un aparato de televisión costaba 32.000 pesetas, y había solo un millar funcionando en Madrid. Las grabaciones realizadas por el NO-DO y noticias compradas a la CBS o United Press configuraban el grueso del contenido de dichos informativos.

En paralelo, la televisión reflejaba y amplificaba los grandes acontecimientos mundiales de la época. Los discursos y la trágica muerte de John F. Kennedy conmocionaron a los televidentes, mientras que las imágenes de la Guerra de Vietnam mostraban la crudeza del conflicto a nivel global. La Guerra Fría mantenía al mundo en vilo, y los Beatles revolucionaban la música y la cultura pop. Los grandes periódicos empezaron a dedicar columnas a la programación televisiva. Por su parte, la industria calibró pronto el enorme impacto publicitario del medio, que, igual que la radio o la prensa de información general, llegaba a públicos amplios, indiscriminados, heterogéneos y masificados. El público de la televisión era una colectividad característica de la sociedad moderna.

CRONOLOGÍA

1952

La Asociación obtiene la autorización para reanudar las actividades, volviendo a la denominación primitiva de Asociación Española de la Prensa Técnica (AEPT).

1953

Se celebra el XI Congreso Internacional en Bruselas. Se acuerda suprimir la palabra "Técnica" de la denominación de la organización, que pasa a llamarse FIPP (Federación Internacional de la Prensa Periódica).

1962

La AEPT crea una comisión de relaciones públicas para abordar el tema postal, una cuestión indisoluble a las revistas profesionales en papel. El público al que se dirigían las publicaciones técnicas se encontraba disperso geográficamente, lo que comportaba que la distribución en quiosco fuera inviable. En este contexto, solo Correos era capaz de proveer a los editores, dependientes por completo del servicio de entrega a domicilio para llegar a los lectores y suscriptores.

1963

El presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy es asesinado en Dallas.

1964

Creación de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), encargada del control de la tirada y difusión de diarios y revistas impresos en España.

1965

Se celebra una Asamblea Extraordinaria para aprobar una reforma de los estatutos, impuesta por la necesidad de adaptarlos a la nueva Ley de Asociaciones, introduciendo "Periódica" en la denominación de la entidad. Pasó a ser Asociación Española de la Prensa Técnica y Periódica (AEPTP).

1966

Se aprueba la Ley de Prensa e Imprenta en marzo (Ley Fraga).

1967

Teodoro Colomina presenta su dimisión a la edad de 82 años, y pasa a ser presidente de honor vitalicio tanto de la AEPTP como la FIPP.

Los años 50 fueron en España un período de apertura y dinamismo de la prensa técnica. Si bien se habían superado los desafíos de la posguerra, aún no se había ingresado plenamente en la etapa que posteriormente se conocería como el período de desarrollo, cuya máxima expresión sería el Plan de Estabilización de 1959.

Desde una perspectiva editorial, las condiciones económicas aún no daban paso a un período de expansión, aunque el ambiente cultural mostraba signos más favorables: la ruptura de la incomunicación con el extranjero permitía que el país se volviera permeable a las noticias y técnicas innovadoras. Durante la década de los 50 se crearon numerosas revistas de índole profesional, evidenciando una creciente apertura y dinamismo en el panorama editorial.

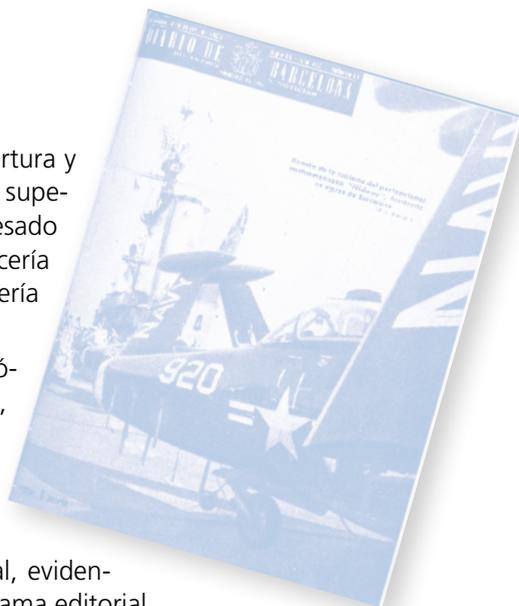
Son frecuentes en esta etapa emprendedores que no actúan con una vocación específica editorial, sino de cubrir las necesidades de información y comunicación de sectores en auge. El perfil de negocio iniciado por un empresario individual, apoyado por su círculo familiar directo, era habitual en estos años y en sectores muy dispares entre sí (automoción, industria química, siderurgia, alimentación, etc).

Después de participar en el X Congreso en París en 1950, Teodoro Colomina y sus colaboradores en España iniciaron las gestiones para reorganizar la Asociación Española de Prensa Técnica y Profesional (AEPTP). Sin embargo, no fue hasta mediados de junio de 1952 cuando presentaron un proyecto de estatutos para su aprobación por parte de las autoridades. Se volvía a la denominación primitiva de "Asociación Española de la Prensa Técnica", suprimiendo el término "Profesional" que había sido añadido en 1932 y que estaba en uso cuando estalló la guerra en 1936.

El domicilio quedó establecido en el número 50 del Paseo de Gracia de Barcelona, donde también tenían su domicilio las revistas de Teodoro Colomina, en los locales de la Asociación Técnica Española de Estudios Metalúrgicos (ATEEM). De los 17 directivos designados, únicamente seis eran figuras históricas provenientes de la Junta de 1936, y no todos compartían la misma vinculación con las revistas de la preguerra.

El 11 de enero de 1953, el "Diario de Barcelona" publicó una nota bajo el título "Renace una antigua Asociación". Oficialmente, fue confirmado el 15 de enero de 1953, fecha en la que los directivos asumieron sus cargos y se llevó a cabo la primera sesión regular. Durante esta reunión se acordó recaudar las cuotas correspondientes a los años 1952 y 1953 de manera conjunta, con el propósito de crear un fondo inicial que posibilitara el inicio de las actividades de la asociación. Según el registro de asociados, en ese momento constaban 25 revistas inscritas, principalmente pertenecientes a los directivos y algunas más. A finales de ese mismo año, la cifra ya era de 33.

En enero de 1954, se celebró una asamblea general ordinaria, en la que participaron 48 revistas afiliadas. Durante el año anterior se había planteado la iniciativa de crear un carné de prensa, y en este año casi todos los asociados ya contaban con dicho documento.



La prensa técnica como locomotora del cambio y la innovación en los años 60

Durante la década de los 60 la economía española experimentó un crecimiento sin precedentes, y el sector industrial era el motor principal de este progreso. Lo reflejan los títulos en materia de industria eléctrica y electrónica, tecnología y automatización, siderurgia, metalurgia, automóvil, entre otros. A medida que la mejora en la producción propició la bajada de los precios y favoreció las exportaciones. La agricultura también se modernizó, aumentando las cabeceras del sector agrícola. Simultáneamente, el sector terciario experimentó un avance considerable gracias al desarrollo del turismo, sector en el que también surgieron nuevas revistas.

El aumento de la riqueza y de la renta dio lugar a cambios sociales y culturales, transformando hábitos, generando actitudes nuevas y dando origen a nuevas necesidades. Se constata en publicaciones de hogar y estilo de vida surgidas en los 60 relacionadas con nuevas tendencias. La prensa especializada evolucionó ante estos cambios, asumiendo el papel de difusora de conocimientos en áreas técnicas antes desconocidas y, en ocasiones, desempeñando un papel pionero o impulsor en algunos sectores. De suma importancia son las publicaciones médicas de esta década y de la siguiente, con títulos como "Jano", "Noticias Médicas" u "Hospital General".

En líneas generales, el crecimiento de la prensa técnica estuvo directamente ligado al desarrollo y la diversificación del ámbito económico y profesional al que estaba íntimamente relacionado. En resumen, en los años 60 aparecieron en España numerosas revistas técnicas o de naturaleza técnica, evidenciando la necesidad de documentar y comunicar los avances y especializaciones que caracterizaban a este dinámico entorno económico, profesional, social y cultural.

Desde la perspectiva empresarial, en las décadas de los 50 y 60 emergieron revistas pertenecientes a editoriales privadas, con lo que se redujo la relevancia de las de origen semioficial o corporativo. Simultáneamente, se establecieron colaboraciones en varios casos con revistas extranjeras, lo que facilitó el intercambio de documentación y conocimiento.

A medida que la economía española ganaba mayor proyección internacional, la arraigada conexión cultural con América también canalizó una creciente influencia tecnológica e industrial. Para algunos sectores, los años sesenta marcaron el inicio de la apertura, o en ciertos casos la recuperación, del mercado lector americano. Aunque la comunión idiomática suponía una ventaja, la prensa técnica española aún no había aprovechado todo su potencial.

Año de fundación	Revistas
1952	El Óptico Profesional (Barcelona) • Construc (Barcelona) Potencialidad de la Industria Textil (Barcelona) Avicultura y Ganadería (Madrid) La Mesta (Madrid) • Arte Fotográfico (Madrid) • Ingeniería (Madrid) Radiovisión (Madrid) • Técnica Industrial (Madrid) • Caduceo (Madrid) Avigán (Valencia)
1953	Vivir (Barcelona) • Granja (Madrid) • Embalajes (Madrid) Química e Industria (Madrid) • Baluarte Médico (Madrid) Hogar y Arquitectura (Madrid)
1954	Glosa (Barcelona) • Nuestro Tiempo (Pamplona) Fundición (Madrid) • Madera y Corcho (Madrid) Técnica e Invención (Madrid)
1955	Materiales, Maquinaria y Métodos para la Construcción (Barcelona) El Viaje (Barcelona) • Fomento Social (Madrid) Energía Nuclear (Madrid) • Transistor (Madrid) Economía Internacional (Madrid)
1956	Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo (Barcelona) Técnica Textil Internacional (Barcelona) • Señor (Barcelona) La Cosecha (Sevilla)
1957	La Hora XXV (Barcelona) • Química (Barcelona) Pinturas y Acabados Industriales (Barcelona) • Arte y Cemento (Bilbao) Tesón (Oviedo)
1958	Amenidades (Barcelona) • Medicamentos de Actualidad (Barcelona) T.A. (Madrid) • Actualidad Económica (Madrid)
1959	Técnica Mecánica (Barcelona) Informaciones Psiquiátricas (Sant Boi de Llobregat) Lecciones de Cátedra después Lecciones Médicas (Barcelona) I.D.E. (Madrid) • El Financiero (Madrid) • Apoteka (Madrid)

Revistas fundadas entre 1952 y 1959.

La AEPT se abre a las revistas dirigidas al consumidor



En 1962, con la llegada de Raúl Mir Ragué a la secretaría general, se generó una nueva orientación, admitiendo en el seno de la asociación revistas periódicas no técnicas. La AEPT incorporó publicaciones como "Gaceta Ilustrada", "Sábado Gráfico" o "Blanco y Negro", entre otras. Esta inclusión no solo supuso una transformación en la composición de la Asociación, sino que también generó un impulso económico importante.



Emblema de la AEPT en los años 50.



Emblema de la APP 50 Aniversario.

En 1965, al mismo tiempo que se reformaban los estatutos para ajustar la entidad a la nueva Ley de Asociaciones, se introdujo el término “Periódica” en la denominación, transformándose así en la Asociación Española de la Prensa Técnica y Periódica (AEPTP), que recogía de este modo en la denominación esta apertura a las publicaciones periódicas dirigidas al consumidor final.

Durante estos años se fueron incorporando paulatinamente a la Asociación cerca de 70 revistas no técnicas. Cabe destacar el año 1966 en el que en pocos meses se unieron importantes publicaciones de la época como «Garbo», “Triunfo”, “Hola”, “Semana”, “Diez Minutos”, “La Actualidad Española”, “Destino”, “Dígame”, “Ama”, “SP”, “7 Fechas”, “Telva” o “Fotogramas”.

En este contexto, la entrada de las revistas de información en la AEPTP podría haber supuesto una revitalización de la Asociación, pero participaron poco en las actividades sociales y no entraron en la dirección de la entidad.

De todos modos, desde la FIPP no se veía con buenos ojos esta apertura de la AEPTP a las revistas de información, ya que en 1967 la Asociación recibió varias cartas de la Federación Internacional proponiendo la creación de dos asociaciones españolas: una para la prensa técnica, que continuaría siendo la AEPTP, y otra para la prensa periódica no técnica.

En 1968 se cerró esta etapa con la decisión del nuevo presidente de la Asociación, López del Arco, de que la Asociación volviera a ser únicamente de revistas técnicas y profesionales. A pesar de ello muchas de las revistas de información general permanecieron en la Asociación hasta que en 1977 se creó ARI, la Asociación de Revistas de Información, que sigue aglutinando en la actualidad a las revistas de información españolas.



Las revistas al consumidor ganan peso en la federación internacional

El desarrollo económico de los años 60 en España y la transformación de la sociedad de ese momento propició el crecimiento de las revistas de información general. A nivel internacional este proceso ya se había iniciado antes. Prueba de ello es la eliminación, durante el XI Congreso Internacional celebrado en Bruselas en 1953, de la palabra "Técnica" en la denominación de la organización, que pasó a llamarse Federación Internacional de la Prensa Periódica (FIPP). Esto determinaría un giro gradual hacia los desafíos de las grandes revistas generales, que iría distanciando los campos de interés entre la Federación y la Sección Española. Se introdujo la figura de un presidente de la Federación, con posibilidad de ser reelegido, y un presidente para cada Congreso, que sería el representante de la sección nacional organizadora. Esta medida implicó que la cúpula de la organización ya no sería itinerante entre países según el calendario de los Congresos, una tradición que se mantenía desde 1925.

A partir de octubre de 1953, la sede social de la FIPP quedó establecida en el "Cercle de la Librairie" del Boulevard St. Germain, donde ya había tenido su ubicación en los primeros años. Desde 1952, la FIPP publicaba boletines en cuatro idiomas, incluido el español, aunque a partir de 1957 se limitarían al francés y al inglés.

En línea con este cambio de tendencia, el programa del Congreso Internacional de la FIPP de 1966 estaba dirigido casi en su totalidad a las inquietudes



Imagen del XI Congreso Internacional celebrado en Bruselas en 1953.



Emblema de la FIPP en su segunda época (años 50).



Emblema de la FIPP adoptado al final de los años 60.

de la prensa periódica no técnica. Basten algunos ejemplos de los temas abordados en el Congreso para constatarlo: "La TV en color; la revista en color", "Estudio de las posibilidades de una campaña colectiva para la Prensa Periódica", "Las posibilidades de utilizar los medios audiovisuales para la Prensa Periódica".

En los años 60 se hicieron más explícitas en la FIPP las tensiones entre dos sectores enfrentados: por un lado, los socios fundadores que representaban básicamente a la Prensa Técnica de naciones como Francia, España, Italia y otros países europeos y, de otro, los representantes de la Prensa Periódica de carácter informativo fundamentalmente de Estados Unidos y Gran Bretaña que era más numerosa, más fuerte económicamente y que en 1968 ostentaba la presidencia. Como consecuencia de este importante peso de las revistas de información general anglosajonas, en 1968 la sede de la FIPP se trasladó de París a Londres, ubicación que se mantiene en la actualidad.

El despegue de la publicidad

Los años 60 fueron la década de oro de la publicidad en España, en la que se cimentaron los pilares del sector tal como lo conocemos en la actualidad. El despegue vino propiciado por la entrada en el gobierno de los tecnócratas y por el inicio del desarrollo económico en el país. El Plan de Estabilización de 1959 permitió que España experimentara su llamado "milagro económico". El crecimiento económico y la entrada de capital extranjero dieron lugar a una mayor demanda de publicidad. Las agencias existentes crecieron y se crearon otras nuevas.

En estos años no existía política publicitaria para las revistas técnicas por parte de las empresas anunciantes. Y dentro de las propias agencias, a la publicidad técnica el jefe de medios la consignaba en el presupuesto como "publicidad atípica".

Los editores, ante el desconocimiento de las agencias de la realidad de la prensa técnica, acudían directamente al anunciante. Por su parte, las agencias argumentaban que su desconocimiento obedecía a la falta de información facilitada por el propio medio.

El desconocimiento de las revistas técnicas por parte de las agencias radicaba en la complejidad de seleccionar entre una gran variedad de títulos y su adscripción a las áreas temáticas o de contenido. Además, aparte de la falta de clarificación del panorama de las publicaciones técnicas, las agencias de publicidad ignoraban en muchas ocasiones a la prensa técnica. La desatendían, según los editores, porque no les era rentable.

Nace la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) en 1964

A principios de los años 60 se carecía en España de fuentes fidedignas de información acerca de las tiradas de las publicaciones. El antecedente inmediato a la creación de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) fue la realización del “Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España”, que en 1964 ofreció cifras de tirada independientes de los editores.

La OJD se fundó en 1964 con la finalidad de supervisar y controlar la tirada y la difusión de diarios y revistas impresos en España. En 2004, la denominación de la sociedad pasó a ser Información y Control de Publicaciones (Introl).

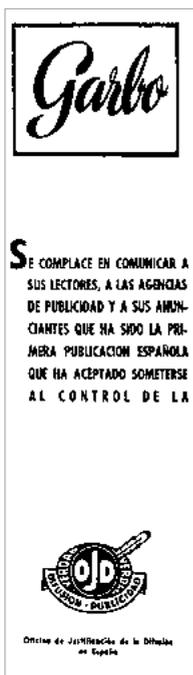
En mayo de 1965, tras su fundación, la OJD llevó a cabo los primeros controles de la difusión de la prensa española, que se publicaron en el primer Boletín de la OJD. Durante ese primer año de publicación de los boletines, la OJD certificó mensualmente la difusión de 18 diarios, 33 revistas y 2 publicaciones técnico/profesionales. Una década más tarde, esta cifra se cuadruplicaría, abarcando la certificación de 70 diarios, 86 revistas y 34 publicaciones técnico/profesionales.

Tirada vs calidad de las revistas técnicas

Para las agencias, los controles de la difusión por parte de la OJD eran fundamentales a los efectos de verificar la tirada de los diarios y las revistas. El primer interrogante que el jefe de publicidad planteaba al representante de un medio tenía que ver con su tirada. A continuación, para corroborar la veracidad de la respuesta, preguntaba si estaba controlado por la OJD.

La labor de la OJD en la verificación de la tirada y difusión de los diarios y revistas impresos era crucial en el ámbito publicitario. Sin embargo, las voces de los editores de la prensa técnica expresaban su preocupación por el enfoque exclusivamente cuantitativo, que consideraban válido fundamentalmente para los medios de información general, pero no para la prensa técnica. Los editores señalaban la necesidad de disponer de métodos de análisis cuantitativos y cualitativos acerca de la difusión para una adecuada promoción de las publicaciones técnicas como medio publicitario.

Los editores de prensa técnica defendían el papel de estas publicaciones como soporte publicitario por varias razones. En primer lugar, porque estaban dirigidas a audiencias específicas dentro de sectores particulares, y también porque garantizaban que los anuncios llegaran a un público altamente relevante y receptivo. Algunos editores de prensa técnica incluso consideraban la publicidad como un género informativo en sí mismo.



Garbo fue la primera revista española en someterse al control de la OJD en 1964.

Las revistas técnicas, al ser consideradas fuentes de información creíble y de confianza, permiten, en tanto que medio publicitario, asociar las marcas a la reputación y credibilidad de la publicación, lo que aumenta la confianza de los lectores en los productos y servicios.

En comparación con la publicidad en medios generalistas, los anunciantes tienen en la prensa técnica una mayor oportunidad de destacar y captar la atención de los lectores sin el ruido de fondo de una gran cantidad de anuncios de diferentes sectores.

Igualmente, la vida de estas publicaciones, al ser más larga (los lectores a menudo conservan como referencia o para futuras consultas), permite que los anuncios sigan siendo vistos y recordados mucho después de su publicación inicial.

La Ley Fraga y la evolución de las revistas técnicas

La Ley Fraga eximía a las revistas técnicas de la obligación de contar con un director periodista. Sin embargo, las discriminaciones para este tipo de prensa se manifestarían en otras áreas, como la postal, las subvenciones y los créditos, así como en la adquisición de papel prensa, entre otras. Una innovación crucial era la introducción de la figura de la “Empresa Periodística” como entidad con personalidad jurídica, en lugar de centrarse exclusivamente en la publicación en sí. Este cambio tendría repercusiones en los aspectos reglamentarios de la Asociación, que desde 1925 había sido concebida como una “sociedad de revistas”, adaptando su sistema de afiliación a este nuevo enfoque.



La Asociación se ve obligada a vincularse al Sindicato Vertical

Desde los inicios de la dictadura franquista hasta 1977 la Organización Sindical Española, conocida comúnmente como el Sindicato Vertical, era la única organización de obreros y patronos que existía en España. Todos los trabajadores y empresarios estaban obligados por ley a estar afiliados al Sindicato, mientras que otras organizaciones sindicales anteriores como la CNT o la UGT, estaban prohibidas y operaban en la clandestinidad.

En este contexto, después de la Guerra Civil la AEPTP estuvo operando sin unirse explícitamente al Sindicato Vertical, aunque siempre estuvo bajo su vigilancia y levantando suspicacias por el hecho de tener la sede en Barcelona. En palabras de Germán Martínez de Llanuces, director y redactor del libro '50 años de Prensa Técnica', la Asociación "tenía también que dejar de ser, a los ojos de Madrid, la manía fija de un grupo de catalanes".

De todos modos, al hablar de integración en el Sindicato se trata de la AEPTP como entidad, ya que las revistas individualmente ya pertenecían todas, puesto que la afiliación sindical era obligatoria, general y automática.

En 1966, la AEPTP solicitó oficialmente al Sindicato de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad su reconocimiento, preservando la autonomía en su funcionamiento. Como respuesta, el Sindicato propuso una integración mutua. Esto quería decir que todas las publicaciones del grupo se incorporarían a la Asociación, y la Asociación, de manera corporativa, se uniría al grupo. Esta propuesta podría interpretarse como una posible absorción de la AEPTP por parte del Grupo Sindical. Así, afloraron reservas en la Junta Directiva de la AEPTP y se acordó que "en su momento se decidirá cómo se deberá proceder para nuestra inclusión en sindicatos".

Durante este año la AEPTP tuvo que renunciar a organizar en España el XVI Congreso Internacional tal como se había acordado con la Federación Internacional, debido a la falta de apoyo del Sindicato y de la Administración, lo cual generó cierta incomodidad a la FIPP, que finalmente organizó a marchas forzadas el Congreso en Venecia en otoño de 1967.

En los últimos meses del año 1967, los principales directivos de la AEPTP ya habían comprendido que la Asociación se vería abocada a constantes limitaciones si no se vinculaba de manera más comprometida con la Organización Sindical y buscaron fórmulas para que este nexo fuera posible.

La solución se encontró en 1968 con la incorporación a la AEPTP de José López del Arco, persona muy bien relacionada con el Régimen y que era el presidente del Grupo Nacional de Empresas de Prensa Técnica del Sindicato. López del Arco, que no era asociado, era un editor y empresario del sector publicitario, hijo de Antonio R. López del Arco, quien sí que había formado parte de la Asociación antes de la Guerra Civil, en su calidad de director de la revista «Economía» en Madrid.

José López del Arco se incorporó a la AEPTP directamente para presidirla, con lo cual la Asociación se vinculó al Sindicato y, por otra parte, la cabeza de la misma se situaba en Madrid, dejando de estar justificada la acusación de 'excesivo catalanismo' que se había manifestado, aun cuando el domicilio social siguiera siendo el de Barcelona.

Teodoro Colomina, presidente y fundador de la AEPTP, se retira

En febrero de 1967 Teodoro Colomina, presidente y fundador de la AEPTP, que tenía en ese momento 82 años, comunicó su dimisión por razones de edad y salud. La FIPP también anunció la retirada del que había sido su presidente en 1929 y que no había dejado de participar activamente en la vida asociativa internacional, incluso en los peores momentos de aislamiento de la España autárquica.

El 29 de septiembre de 1967 la AEPTP organizó una cena en honor a Teodoro Colomina, y lo nombró presidente de honor vitalicio. En el Congreso de Venecia, celebrado en octubre, la FIPP le otorgó el título de presidente de honor vitalicio de la Federación. Este reconocimiento, tanto a escala nacional como internacional, resaltó la destacada labor realizada por Teodoro Colomina al servicio de la prensa técnica a lo largo de toda su vida. Teodoro Colomina falleció en 1975 a la edad de 91 años.



Teodoro Colomina es nombrado presidente de honor.

1967-1968: Pedro Cartanyà conduce la transición

En 1967 Pedro Cartanyà Aleu tomó el relevo de Colomina y presidió la Asociación hasta marzo de 1968, fecha en la que López del Arco se incorporó a la AEPTP y fue nombrado presidente.

Ocupó la vicepresidencia Federico Montagud de Miguel, continuando las responsabilidades que previamente había asumido su padre, Federico Montagud Castellano, trágicamente fallecido en accidente de tráfico en Segovia. Igualmente, Montagud (hijo) era el presidente de la Agrupación de Prensa Técnica en el Sindicato de Prensa, Radio, TV y Publicidad de Barcelona, además de ejercer como vicepresidente a nivel nacional en dicha agrupación.

Cartanyà aportó un enfoque práctico a las labores internas. Durante su mandato la Junta fue plenamente consciente de su carácter provisional y se dedicó principalmente a una misión de regularización administrativa. Al mismo tiempo trabajaron en la preparación de una renovación integral.



Pedro Cartanyà Aleu, presidente de la AEPTP de 1967 a 1968 (etapa de transición).



Al ritmo de los tiempos

La fotocomposición y la fotomecánica



En el ámbito de las publicaciones técnicas, la introducción de la fotomecánica y la fotocomposición en la década de 1950 representó un avance significativo. Estas tecnologías revolucionaron por completo la forma en que se creaban y diseñaban las publicaciones, haciéndolas más precisas y accesibles que nunca.

Con la fotomecánica, se pudo incorporar imágenes, gráficos y fotografías de alta calidad, lo que facilitó la explicación de conceptos complejos mediante ilustraciones detalladas y nítidas.

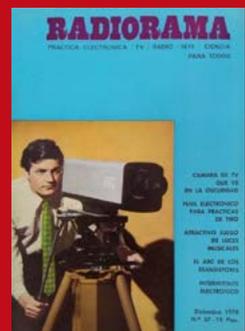
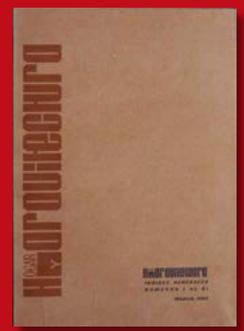
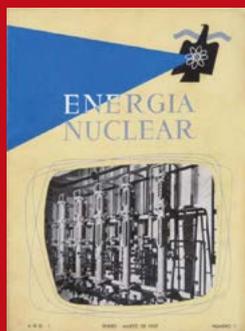
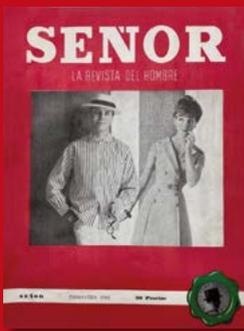
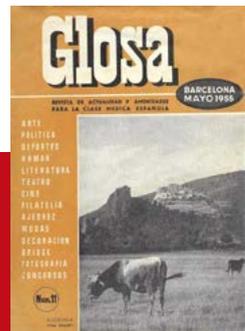
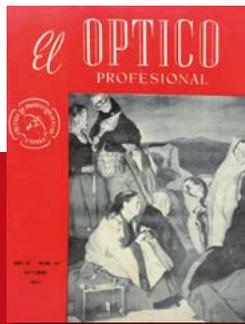
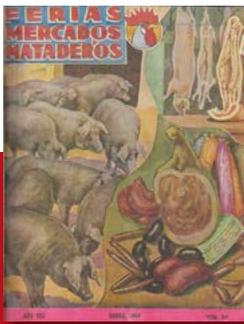
Por otro lado, la fotocomposición automatizó el proceso de composición de texto e imágenes, lo que agilizó enormemente la producción de contenido técnico. En lugar de depender de procesos manuales, a partir de ese momento ya era posible crear publicaciones con solo pulsar unos pocos botones.

En resumen, la introducción de la fotomecánica y la fotocomposición permitió mejorar la calidad visual y la accesibilidad de las publicaciones, además de agilizar su producción. Este avance marcó un hito importante en la historia del mundo editorial.

En los años 60 la televisión experimentó un crecimiento espectacular que supuso un poderoso impacto. A pesar de ello, las revistas mantuvieron su modelo de negocio gracias a que su público no era generalista, sino especialmente cualificado y con una influencia derivada precisamente del perfil profesional de sus lectores y suscriptores.

Esta audiencia específica permitió a las publicaciones técnicas alcanzar mayor personalización y conexión entre emisor y receptor. Esa cercanía también facilitó una comunicación más estrecha entre receptores. A diferencia de los medios masivos, que requerían organizaciones complejas, las revistas técnicas pudieron organizarse de forma más ágil y flexible en términos de producción y distribución, manteniendo su relevancia en este explosivo mercado publicitario dominado por la televisión.

HEMEROTECA





MODERNIZACIÓN EN EL TARDOFRANQUISMO



1968/1975



En 1968, mientras en Francia crecían las protestas estudiantiles y sindicales que llevaron a una enorme huelga general cuya repercusión traspasó fronteras, España consumía los últimos años de la dictadura, que seguía controlando la vida pública y que contrastaba con las ansias de libertad y modernidad de muchos ciudadanos.

Entretanto, la economía española se iba consolidando con crecimientos del PIB superiores al 7%, gracias a las reformas de los tecnócratas realizadas en años anteriores y al boom turístico sin precedentes que experimentó España durante esos años. Este escenario económico se mantuvo hasta la crisis mundial del petróleo de 1973, la cual, junto con la incertidumbre de la transición política en España, provocó una importante crisis, con estancamiento, inflación del 17% y una tasa de paro que empezó a crecer.

En ese contexto, en 1969 las Cortes Españolas ratificaron el nombramiento de Juan Carlos I como sucesor de Franco, con el título de Rey, pero la delicada salud del dictador vaticinaba un cambio que no se produciría hasta su muerte en noviembre de 1975.

El presidente Carlos Arias Navarro anunció oficialmente la muerte de Franco y que Juan Carlos asumiría la jefatura del Estado, marcando el inicio de la transición democrática en España.

CRONOLOGÍA

1968

José López del Arco y Soler, editor de la revista "Economía" y del "Anuario Financiero y de S.A. de España", asume la presidencia de la Asociación y su mandato se extiende hasta 1976.

En mayo de 1968 se inicia una cadena de protestas estudiantiles en Francia que culmina con la mayor huelga general de la historia de este país.

El activista en pro de los derechos civiles Martin Luther King es asesinado en Memphis.

1969

Neil Alden Armstrong es el primer ser humano en pisar la luna.

1970

Nacen las primeras agrupaciones sectoriales de la prensa técnica.

1971

La AEPTP prescinde de la "P" final en los nuevos logotipos, volviendo al concepto tradicional de "Prensa Técnica," aunque estatutariamente seguía siendo "Periódica."

1973

Inicio de la crisis del petróleo que provocó una recesión global y una crisis energética.

En Chile, el golpe de estado de Augusto Pinochet derroca el gobierno democrático de Salvador Allende.

1975

A comienzos de este año había fallecido el presidente honorario de la AEPT y fundador, y también presidente honorario de la FIPP, Teodoro Colomina, a los 91 años de edad.

El 20 de noviembre muere Francisco Franco y se inicia la Transición.

En 1968 se inicia un período de modernización de la Asociación, liderado por el nuevo presidente José López del Arco, que sigue la estela de los cambios económicos y sociales que poco a poco se iban produciendo en España. Asimismo se renovó por completo la dirección de la Asociación, que afectó a la mayor parte de los miembros históricos que habían reorganizado la AEPT en 1952.

José López del Arco, figura estrechamente vinculada a los ámbitos políticos y económicos, con un innegable influjo en el sindicalismo de la época y las actividades empresariales en los sectores de ediciones técnicas y publicidad, y con una sensibilidad acusada por las reminiscencias de su historial familiar en la Asociación, aceptó la propuesta de unirse con el propósito de asumir la presidencia. Con esta decisión, la cúpula directiva de la entidad se trasladó a Madrid, aunque el domicilio social continuó siendo el de Barcelona.

La nueva dirección fue pionera con iniciativas como la participación activa en ferias y salones sectoriales, la organización de actos con voluntad de facilitar el *networking* o la utilización de herramientas de comunicación interna como las «Cartas al Asociado», que fueron las antecesoras de los actuales boletines electrónicos que se remiten a los socios en la actualidad.

La AEPT comprometida con las ferias y salones profesionales

En 1968 la AEPTP comenzó a participar de manera regular con stands colectivos en salones monográficos, ocasionalmente organizando mesas redondas sobre temas profesionales. Ejemplos iniciales de esta iniciativa fueron eventos como Hogarotel y Expoquimia. Estas acciones reflejaban el compromiso de la Asociación con la cohesión de sus respectivos sectores de actividad, reconociendo que el *core business* de las revistas técnicas era y continúa siendo facilitar la interacción y el intercambio de conocimientos dentro de la comunidad profesional. A partir de 1969, la Asociación amplió aún más su presencia con jornadas de prensa técnica en la Feria de Maquinaria Agrícola (FIMA), en Zaragoza. Estas jornadas no solo ofrecían una plataforma para la exposición de los avances y productos de la industria, sino que también se convirtieron en un espacio crucial para el *networking* y la colaboración entre profesionales del sector. Con el tiempo, estas actividades adquirieron gran relevancia, consolidando el papel de la AEPTP como un actor clave en la promoción y el fortalecimiento de la comunidad técnica y científica en España.



Nacen las primeras agrupaciones sectoriales de la prensa técnica

Las revistas agrarias y químicas fueron precursoras en la actividad sectorial del grupo. No obstante, las primeras agrupaciones sectoriales oficialmente constituidas fueron las publicaciones turísticas, seguidas por las sanitarias, ambas iniciando sus funciones en 1970.

Cabe destacar la gran expansión a principios de los años 70 de las revistas sanitarias, con títulos muy especializados y que, con los años, experimentaron un proceso de concentración. En este sentido, aparecieron por primera vez en España multinacionales de revistas técnicas en el sector sanitario.



Los catálogos: un escaparate ideal para cautivar a los anunciantes



En los años 70, en los países desarrollados, la prensa técnica cobraba cada día mayor influencia, recibía una inversión publicitaria creciente y se consolidaba como el verdadero portavoz de los avances tecnológicos. Sin embargo, en España, la creciente importancia de los medios especializados contrastaba con la escasa inversión publicitaria recibida.



En 1972 la Asociación lanzó el Catálogo de Publicaciones de los Asociados, con un objetivo doble: por un lado, crear un escaparate para dar a conocer al mercado las enormes posibilidades de publicidad que ofrecían las revistas especializadas y, de otro, resaltar las ventajas de estos medios, que permiten seleccionar y comunicar de forma eficiente con un determinado público objetivo. Además, se destacaba la gran audiencia de estas revistas, ya que cada ejemplar enviado era leído por distintos profesionales de una misma empresa.

Desde el Anuario de la Asociación publicado en 1934, la AEPT no llevaba a cabo una iniciativa de este tipo. Los buenos resultados conseguidos aconsejaron la reedición y actualización del catálogo en los años siguientes, hasta que llegó a convertirse en una importante herramienta de cohesión del sector de los medios B2B.

El clima político de 1975 impide la celebración del cincuentenario



El año 1975 debía haber sido memorable por la celebración del cincuentenario de la AEPT. El programa de actos públicos del cincuentenario tenía prevista la celebración de exposiciones, conferencias y reuniones con altas personalidades, así como la convocatoria de un concurso de prensa, la concesión de distinciones especiales, la solicitud de matasellos conmemorativo y otros aspectos. Sin embargo, los planes no pudieron llevarse a cabo a causa de las circunstancias políticas de ese momento histórico. A propósito de esta situación, la memoria de la AEPT de 1975 dice lo siguiente:

El año 1975 ha sido, irrefutablemente, trascendental para nuestra nación. La muerte de Francisco Franco y el nombramiento de Su Majestad el Rey pueden considerarse como el cierre de una etapa histórica, que nosotros no somos indicados a enjuiciar pero que indudablemente marcará una transformación económica de España.

La Prensa Técnica, y esta Asociación como representante de un gran porcentaje de las publicaciones que la constituyen, tiene desde su fundación, como primordial y único objetivo, difundir la cultura técnica, prestigiar y dar a conocer su misión, cooperando al auge de la economía patria, pero siempre alejada de todo partidismo y sin mezcla en luchas políticas. Como bien dijo el presidente del Gobierno de aquel entonces, en el acto de clausura del Congreso Internacional de Prensa Técnica celebrado en Barcelona en el año 1929: "sin mezcla de pasiones que suelen dividir y separar a los hombres llamados a unirse por lazos de amor y cultura".

El evocar el pasado no nos impide ser hombres de nuestra época, de espíritu renovador, y por ello la Junta Directiva de la Asociación Española de Prensa Técnica no pretende, ni lo ha intentado jamás, ser inmovilista, sino por el contrario está atenta a todas las innovaciones, mostrándose siempre abierta a todas las sugerencias y actitudes que cooperen al engrandecimiento de nuestras empresas, a una más íntima colaboración entre ellas mediante el cambio continuo de impresiones y a seguir intensificando los contactos con la prensa mundial de nuestro sector para estudiar innovaciones y mejoras, procurando en todo momento asesorar con nuestra organización a todos aquellos que nos consultan.

En resumen, seamos, pues, optimistas, pero al mismo tiempo conscientes de que el mundo en que vivimos está lleno de problemas y que para enfrentarse a ellos hace falta una certera ejecutoria, para la que se precisa de un verdadero carácter asociativo.

Defendiendo intereses comunes se defienden, en definitiva, intereses propios. Esto jamás debemos olvidarlo.

Una vez más nos dirigimos a nuestros asociados para que colaboren con la Junta Directiva exponiendo sus criterios e indicando sus aspiraciones. Las Juntas por aquel asociado que esté dispuesto a colaborar y a sacrificar horas de trabajo en beneficio de la Asociación. Estamos seguros de que, con tales aptitudes y afanes, la Asamblea sabrá elegirlos en el momento oportuno y en ellos tenemos depositadas nuestras esperanzas para el mejor y más próspero futuro de la entidad.



Extracto de la Memoria de 1975.

CORREOS: EL ETERNO DESAFÍO PARA EL DESARROLLO DE LA PRENSA PROFESIONAL

Los editores de revistas para profesionales fundamentan principalmente la distribución de sus publicaciones en papel en el servicio postal. La dispersión de sus lectores hace inviable otros canales, que sí son adecuados para cabeceras dirigidas al gran público. De ahí el alto grado de sensibilidad ante cualquier irregularidad o incidencia en los envíos y que la relación con “Correos y Telégrafos” como proveedor estratégico aparezca, contumaz y recurrentemente, a lo largo de la historia de la prensa técnica española.

Los esfuerzos ante Correos, buscando su sensibilidad hacia las particularidades de la prensa profesional, han sido una constante en la trayectoria de la Asociación. En este contexto, dos aspiraciones han sido objeto de permanente reivindicación: por una parte, el reconocimiento de las publicaciones técnicas como merecedoras de la clasificación como “Periódico” a efectos postales, a la vista de sus contenidos informativos, culturales y formativos; por otra, la exigencia de un trato tarifario justo, equitativo y exento de discriminaciones.

En la Memoria de 1954 se documentaron las primeras preocupaciones por las tarifas postales y el aumento que habían experimentado. *“Así, con motivo del aumento que han sufrido las tarifas postales, conjuntamente con la instancia formulada para el cupo de papel, se ha redactado otra para solicitar la reducción de las citadas tarifas, con el fin de no gravar tanto el coste de las revistas cuyo aumento representa al final de cada año un tanto por ciento muy elevado”.*



En 1974, esto es, veinte años más tarde, la Memoria de Actividades de la Asociación denuncia igualmente que *“la prensa técnica especializada se encontró “sorprendida” de manera “desagradable” por el incremento “exorbitante” de las tarifas, que alcanzó un 400% sobre las anteriores y que gravó de forma “injusta” la economía de los editores”*. Ya entonces, y en los años posteriores, se dejó expresa constancia del perjuicio ocasionado: *“Y es que los envíos de libros y revistas se han visto afectados en proporciones desmesuradas. No debemos olvidar que la prensa técnica promueve y facilita la continua puesta al día de los conocimientos del profesional y del mantenimiento de su competencia en aquellas capacidades intelectuales que, aunque no de uso diario, son vitales para la práctica de su profesión”* (Memoria de la AEPT de 1975).

Las demandas del sector hacia el operador monopolístico público fueron asimismo objeto de atención en los foros de debate. Los archivos de la Asociación recogen la denuncia de lo que consideraban una *“discriminación injustificada”* por parte de la Administración en relación con las tarifas del servicio de Correos en el marco del II Congreso Español de la Prensa Técnica celebrado en 1978. Juan Cardona, director del Grupo Editorial Men-Car, abordó esta problemática en una ponencia titulada *“Correos y otros canales de distribución”* y señaló la disparidad de las tarifas en vigor (BOE 31/8/77) aplicadas a una publicación técnica de hasta 200 gramos de peso (50 céntimos) respecto de las tarifas para publicaciones de información general, (13 céntimos para el mismo peso). La publicación técnica pagaba casi cuatro veces más que una publicación de información general, infantil o para adultos. Cardona afirmaba: *“Creo que, por su contenido formativo, profesional y cultural, la prensa técnica merece, sin duda alguna, un trato más equitativo”*.





Al ritmo de los tiempos



50 Aniversario AEPT

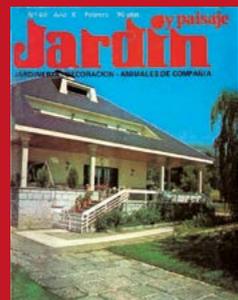
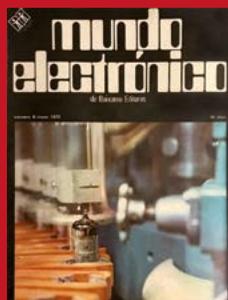
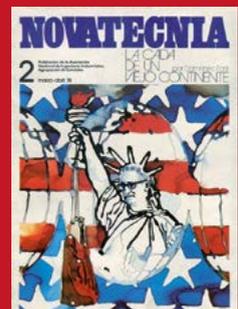
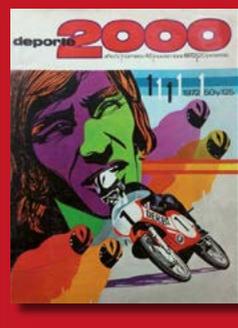
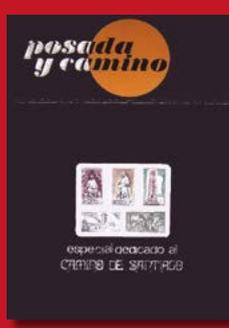
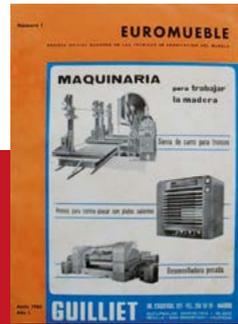
Para el cincuentenario se diseñó un logotipo especial, creado por Publicaciones Controladas, empresa editora de varias revistas asociadas a la AEPT, y cuyo departamento artístico había prestado su colaboración en diversas ocasiones. Se creó para ser utilizado en las cabeceras por parte de las publicaciones socias, desde el verano de 1975 al verano de 1976.

La Asociación editó el libro '50 años de Prensa Técnica' para celebrar el cincuentenario de la AEPT, aunque su publicación efectiva se retrasó tres años, hasta 1978, debido a las circunstancias históricas del momento.



En 1975 nos despedimos de Teodoro Colomina, quien lideró la Asociación desde su fundación en los años 20 hasta finales de los 60 y que falleció el mismo año que Franco, a la edad de 91 años. Teodoro Colomina, ingeniero mecánico y electrónico, comandante de artillería, destacó por su excepcional talento, vasto conocimiento e inteligencia, especialmente por su dedicación al sector industrial y a la prensa técnica, tanto a escala nacional como internacional. Su legado lo consagra como una figura histórica, precursora, pionera y visionaria, y por ello fue nombrado presidente honorario de la Federación y de la Asociación. Tuvo el privilegio de presenciar cómo ambas instituciones alcanzaban los cincuenta años de existencia. Sin lugar a dudas, su aportación y experiencia durante cuatro décadas lo posicionan como una de las figuras más influyentes en la historia de la Asociación, la Federación y la prensa técnica en España.

HEMEROTECA



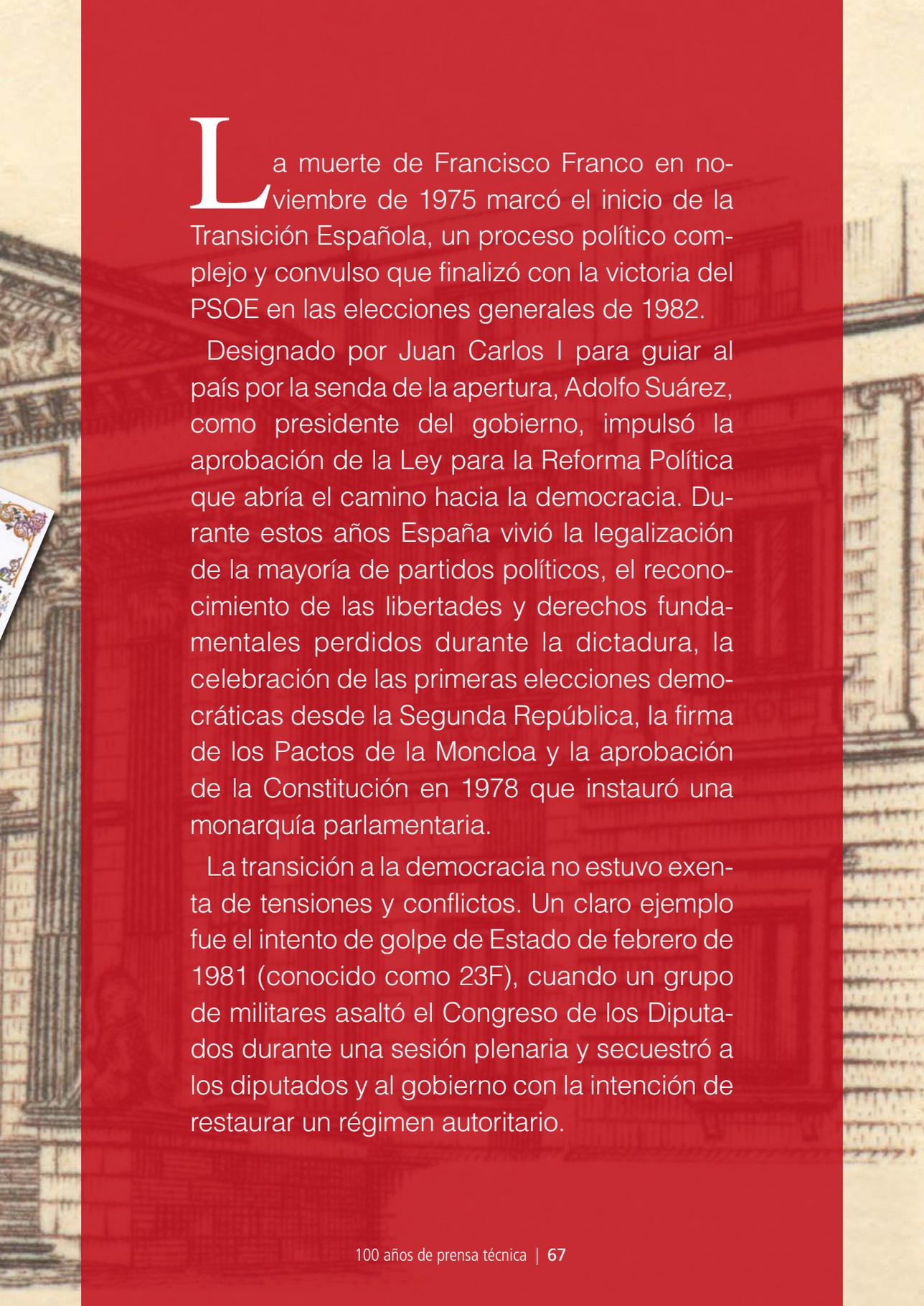


LA TRANSICIÓN: DE LA CENSURA A LA LIBERTAD DE PRENSA



1976/1982





La muerte de Francisco Franco en noviembre de 1975 marcó el inicio de la Transición Española, un proceso político complejo y convulso que finalizó con la victoria del PSOE en las elecciones generales de 1982.

Designado por Juan Carlos I para guiar al país por la senda de la apertura, Adolfo Suárez, como presidente del gobierno, impulsó la aprobación de la Ley para la Reforma Política que abría el camino hacia la democracia. Durante estos años España vivió la legalización de la mayoría de partidos políticos, el reconocimiento de las libertades y derechos fundamentales perdidos durante la dictadura, la celebración de las primeras elecciones democráticas desde la Segunda República, la firma de los Pactos de la Moncloa y la aprobación de la Constitución en 1978 que instauró una monarquía parlamentaria.

La transición a la democracia no estuvo exenta de tensiones y conflictos. Un claro ejemplo fue el intento de golpe de Estado de febrero de 1981 (conocido como 23F), cuando un grupo de militares asaltó el Congreso de los Diputados durante una sesión plenaria y secuestró a los diputados y al gobierno con la intención de restaurar un régimen autoritario.

CRONOLOGÍA

1976

La AEPT renueva sus estatutos y elige a Miguel de Haro como presidente.

Se aprueba la Ley para la Reforma Política que abre el camino hacia la democracia.

1977

Se celebran las primeras elecciones democráticas desde la Segunda República y se aprueba la Ley de Amnistía.

1978

Celebración del II Congreso Español de la Prensa Técnica.

Se aprueba y ratifica en referéndum la Constitución Española.

1979

Se celebran las primeras elecciones generales bajo la nueva Constitución.

Se aprueban los estatutos de autonomía de Cataluña y el País Vasco.

Felipe González se convierte en líder del PSOE, consolidando la renovación del partido.

1980

Josep Oriol Àvila Monteso es elegido presidente.

Se aprueban los estatutos de autonomía de Galicia y Andalucía.

1981

Intento fallido de golpe de Estado, conocido como 23-F.

IBM lanza la IBM Personal Computer (IBM PC).

1982

La AEPT cuenta con 116 empresas editoras.

La AEPT intensifica su presencia en Iberoamérica.

España organiza por primera vez la Copa Mundial de Fútbol.

El PSOE gana las elecciones generales y Felipe González se convierte en presidente del Gobierno.

Los países exportadores de petróleo anunciaron el 22 de diciembre de 1973 que duplicaban el precio del barril de crudo. Esta decisión impactó en los países industrializados, dado que su economía dependía en gran medida del petróleo como principal fuente de energía. La consecuencia inmediata fue un acusado aumento de la inflación a escala mundial, que afectaba severamente a la economía española en pleno proceso de despegue. El alza en el costo del combustible repercutió en el encarecimiento de sus derivados, con repercusiones en toda la economía al incrementar los costos del transporte. Inicialmente se intentó mitigar los primeros signos de crisis mediante el aumento del gasto público, aunque esta estrategia se volvió insostenible cuatro años después, en 1977.

A finales de 1977 se aprobaron los conocidos como Pactos de la Moncloa, unos acuerdos económicos y políticos entre el gobierno y los partidos de la oposición que se firmaron en plena crisis económica, con la inflación al 26%, los tipos de interés entre el 10% y el 20%, un déficit exterior que situaba a España al borde de la suspensión de pagos y una cifra de paro que pasaría del 5% al 15% en poco tiempo.

Por un lado, los Pactos aprobaron un programa de saneamiento y reforma de la economía, basado en la devaluación de la peseta, la reforma tributaria, un proceso de ajuste salarial y la libertad de despido para un máximo del 5% de las plantillas de las empresas.

Por otro, se firmó un acuerdo jurídico y político en el que se reconocía la libertad de prensa, la libertad de reunión y asociación, la libertad de expresión y la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo se despenalizó el adulterio, se legalizó el uso de anticonceptivos y también se aprobó la escolarización universal, entre otros muchos acuerdos.

Con todos sus defectos y su escasa vida, apenas un año, los Pactos situaron a España en la senda de la modernización, sentaron las bases para la elaboración de la Constitución de 1978 e iniciaron el camino de la homologación con los estándares de las economías europeas, cuyo rastro se había perdido hacía mucho tiempo. No hay que olvidar que en esos años España estaba en un proceso de tránsito de la dictadura a la democracia, la cual no estaba en absoluto consolidada, sino más bien amenazada, como demostró el intento de golpe de Estado de 1981.



La prensa y las revistas como motores del cambio

Los primeros años de la transición española se distinguieron por el advenimiento de nuevos periodistas y la aparición de nuevos periódicos y revistas de todo tipo. En 1976, los primeros estudiantes de periodismo titulados, quienes habían iniciado sus estudios en 1971 en las Facultades de Información de Madrid, Barcelona y Navarra, marcaron el comienzo de una nueva generación de profesionales comprometidos e impulsados por los renovados vientos de libertad que caracterizaron ese período de transformación en España.

Los Diarios

Los nuevos medios adoptaron fórmulas más ágiles y dinámicas, alineadas con la creciente sensibilidad democrática de la sociedad. En muchos casos lograron imponerse sobre los periódicos más antiguos, liderando la transición hacia nuevas tendencias y enfoques.

La aparición de "El País" en mayo de 1976 en Madrid no solo lo consolidó como un rotativo de éxito comercial, sino que también lo erigió como el modelo más imitado de la época gracias a su estilo distintivo. En ese mismo año, en Madrid, veía la luz "Diario 16" y en Barcelona, debutaba "Avui". "El Periódico de Cataluña", que se lanzó en 1978 en Barcelona, representó otro modelo innovador. En el País Vasco, los periódicos "Deia" y "Egin" emergieron en 1977 y 1978, respectivamente.

Los periódicos tradicionales, como "ABC", "Ya" y "La Vanguardia", enfrentaron diversos desafíos para adaptarse a los nuevos tiempos en los ámbitos empresarial, tecnológico, periodístico e ideológico-político. Estas dificultades se agravaron aún más debido a la crisis económica general que atravesaba el país.



Las revistas de información general

Tras años de censura y control franquista, las revistas de información general experimentaron un florecimiento sin precedentes, convirtiéndose en uno de los actores clave en el proceso de democratización de la sociedad. Las nuevas publicaciones desafiaban la narrativa oficial, ofrecían un periodismo de calidad y abordaban temas hasta entonces tabú, como la política y la sexualidad.

Entre las distintas revistas políticas que proliferaron durante la Transición, "Cambio 16" ocupa un lugar especial. Nacida en el ocaso del Franquismo (1971) como revista técnica de economía, "Cambio 16" supo camuflarse bajo esta temática para defender la democracia y la libertad de expresión en España. Asimismo, sobresalieron numerosos títulos representativos del periodismo económico, como "Cinco Días", "Lunes Económico", "Nueva Empresa", "Mercado" y "Dinero". Completando el panorama se encontraban las revistas eróticas como "Lib", "Interviú" y las versiones españolas de "Penthouse" y "Playboy".

Todas ellas se sumaron a un variado grupo de semanarios que habían surgido durante el período franquista, y se mantuvieron en circulación gracias a su apoliticismo. Este fenómeno incluyó a revistas de crónica social como "¡Hola!", "Lecturas", "Semana" y "Diez Minutos".

En este contexto, las revistas de información vieron la necesidad de unirse para defender sus intereses y promover un periodismo libre y plural. Así, en 1977 crearon ARI, la Asociación de Revistas de Información, que tuvo un papel relevante en esa época de consolidación de la democracia española. En la actualidad, ARI sigue uniendo y representando a las revistas dirigidas al consumidor en España.

Las revistas técnicas

El proceso de liberalización económica que se inició en la Transición (eliminación del intervencionismo estatal, privatizaciones de empresas públicas, apertura comercial, etc.) transformó profundamente la economía española e impulsó el crecimiento de muchos sectores industriales y comerciales. Paralelamente, el desarrollo científico y tecnológico de la época creaba continuamente nuevos ámbitos de saber especializado.

Esta demanda de información especializada en múltiples campos de actividad se tradujo en un crecimiento significativo de las revistas técnicas. Surgieron publicaciones especializadas en informática, electrónica, automatización y muchísimos otros nuevos sectores.

Mientras tanto, el contenido se convertía en más técnico y especializado, con análisis de mercado, artículos de investigación y reportajes sobre tecnologías punteras.



En contraste con la irrupción de nuevos medios, las revistas técnicas mantenían su papel fundamental desde sus inicios. Profesionales de cualquier sector (agricultura, medicina, farmacia, arquitectura, derecho, ingeniería, industria, etc.) las seguían considerando como su principal fuente de información y conocimiento. La actualización constante y la formación continua eran imperativas para estos profesionales, y las publicaciones especializadas se tornaban indispensables en su desarrollo profesional.

En este contexto, merece la pena resaltar el panorama de las **revistas sanitarias**, que en 1970 ya habían creado en la AEPT una agrupación sectorial específica y que en este período proliferaron considerablemente, con una amplia variedad de títulos altamente especializados y con un contenido riguroso y de gran calidad. Contribuyó a este crecimiento el auge de la publicidad de la industria farmacéutica, que estaba en una fase de expansión, con la llegada a España de multinacionales del sector como Pfizer, Bayer, Roche o Abbott.

Así pues, al igual que en otros períodos históricos, las publicaciones profesionales siguieron jugando un papel crucial en la difusión del conocimiento y la promoción de la innovación en un país que estaba en plena transformación.

La AEPT, impulsora de la renovación

En línea con el cambio histórico de la sociedad española, la AEPT impulsó en 1977 una **“Declaración de Principios”** con la intención de presentar una visión más amplia y detallada de los objetivos de la asociación, que no solo quería adaptarse a los nuevos tiempos sino participar activamente en la modernización. En este sentido, cabe destacar algunos de estos valores declarados que, vistos con perspectiva, cobran relevancia:

- **Participar activamente de la transformación socio-económica vigente**, conformando las nuevas estructuras, con realismo y representando las aspiraciones de los asociados.
- **Fomentar la deontología y la ética.** Promover la deontología en la prensa técnica, considerando la promulgación de un Código de Ética Profesional y la creación de un órgano para la defensa de la profesión
- **Promover la prensa técnica como medio de formación e información**, maximizando la difusión del conocimiento de las publicaciones técnicas.
- **Potenciar la eficacia publicitaria de las publicaciones técnicas.**

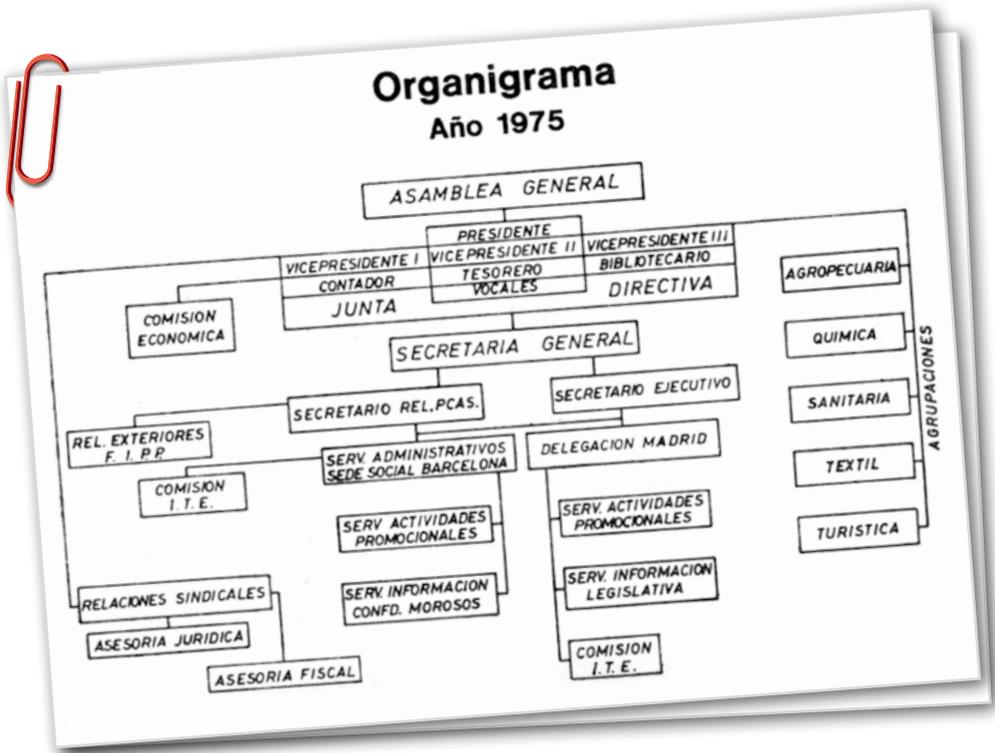
A principios de 1976, con José López del Arco en sus últimos meses como presidente, se renovaron los estatutos de la Asociación. Aunque esta renovación se esperaba desde hacía tiempo y era considerada esencial, al tener que hacerse los cambios estatutarios bajo las mismas normas y supervisión del Sindicato, se realizaron siguiendo modelos destinados a desaparecer a corto plazo, como así sucedió.

José López del Arco había cumplido un mandato de ocho años, desde 1968 a 1976, período durante el cual importantes medios de difusión, como "ABC", "Radio Nacional de España" y "Televisión Española", abordaron por primera vez la temática de la prensa técnica, publicando declaraciones del propio presidente. Como reconocimiento a su labor, José López del Arco y Soler fue posteriormente nombrado presidente de honor de la AEPT.

La renovada Junta Directiva liderada por Miguel de Haro inició en 1976 una nueva etapa en la historia de la AEPT, asumiendo el proceso general de transformación que experimentó España en aquellos años.

El primer paso fue el registro de la Asociación bajo el amparo de la nueva Ley de Asociaciones, abandonando así el marco sindical de la Dictadura. De este modo la AEPT se adentró en un período de libertad asociativa, ofreciendo un amplio espacio a su capacidad de iniciativa, defendiendo, representando y posicionando al sector de la prensa técnica.

A continuación se programó la celebración del II Congreso Español de Prensa Técnica, que se celebraría en mayo de 1978, pocos meses antes de que las Cortes Generales aprobaran la Constitución Española.



Organigrama de la AEPT en 1975 con agrupación por sectores específicos (documento original).

Tarradellas inaugura en 1978 el II Congreso Español de la Prensa Técnica

En mayo de 1978, en un momento clave de la transformación económica y social de España, se celebró el II Congreso Español de la Prensa Técnica en Barcelona, bajo la presidencia honorífica de su Majestad Don Juan Carlos I y la vicepresidencia del Molt Honorable Josep Tarradellas, presidente de la Generalitat de Catalunya. Tarradellas abrió el acto inaugural, celebrado en los salones de la Llotja de Barcelona, recordando que habían pasado 42 años desde la primera edición del congreso de la Asociación, celebrado en 1936, semanas antes del estallido de la Guerra Civil.

La Junta Directiva de la AEPT, liderada por el presidente Miguel de Haro, impulsó la celebración de este congreso con la voluntad de relanzar la Prensa Técnica después de los años de la Dictadura. El Congreso tuvo gran repercusión en los medios y se abrió a todos los profesionales relacionados con la prensa especializada y profesional: tanto a editores, redactores y periodistas como a anunciantes, agencias, y otros profesionales vinculados con el sector.

Se presentaron numerosas ponencias que generaron un intenso debate, tal como recoge el libro editado por la Asociación "II Congreso Español de Prensa Técnica". Al examinar los temas abordados en el Congreso, se observa la clara voluntad de los editores de mirar al futuro y defender de forma conjunta los intereses de un sector que consideraban poco valorado. En este sentido cabe destacar las siguientes ponencias: Influencia de la prensa técnica en el desarrollo socioeconómico (Jorge Vila Fradera), Promoción de la Prensa Técnica a través de la circulación selectiva. La evaluación de la audiencia como medio de promoción publicitaria de la prensa técnica (Ramón Sala Balust), La revista técnica del futuro (D. Turuguet), Correos y otros canales de distribución. La importancia del Servicio de Correos para la prensa técnica (Juan Cardona Delclós y José María Espasa Civit), Distribución internacional de la prensa técnica (Oriol Àvila).



Momento en que el President de la Generalitat de Catalunya, Honorable Josep Tarradellas, dirige la palabra a los congresistas en la sesión inaugural.



Intervención de don Miguel de Haro Serrano, Presidente del Congreso y de la AEPT, durante el acto inaugural de este.



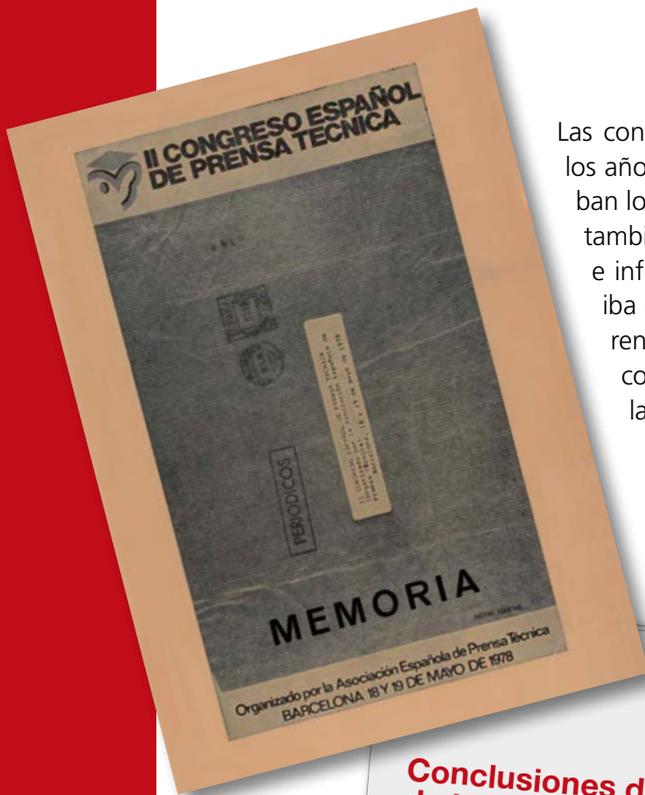
Don Miguel de Haro, hace entrega al señor Fernando Colea de un trofeo conmemorativo.



El Presidente de Honor de la AEPT, don José López del Arco, dando paso a la intervención del señor Herrero, primer ponente del Congreso.



Lectura de las conclusiones del Congreso por parte del Secretario Ejecutivo del mismo, señor Martínez, durante el acto de clausura.



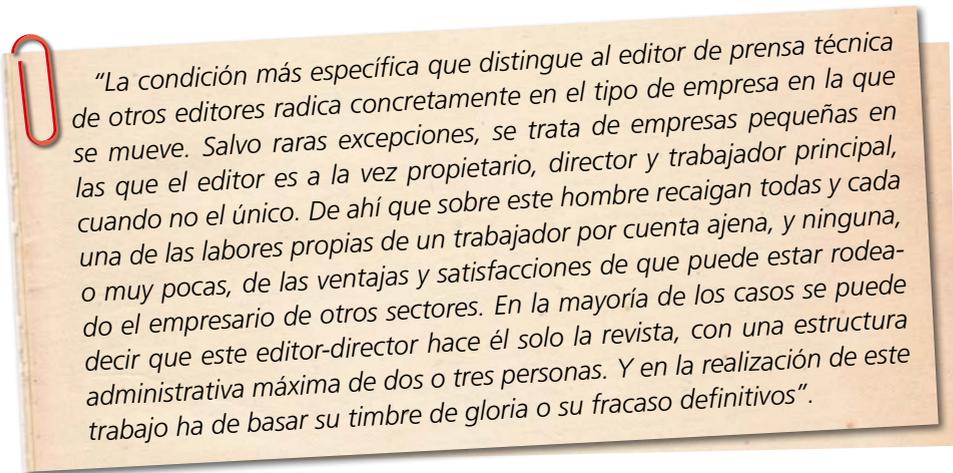
Las conclusiones del congreso son reflejo de los años de la transición. Los editores apoyaban los principios democráticos incipientes y también querían destacar el valor formativo e informativo de la prensa técnica, que se iba consolidando como un sector de referencia. En este sentido, entre las muchas conclusiones del congreso cabe destacar las tres siguientes:



Conclusiones del II Congreso Español de la Prensa Técnica

1. El Congreso se pronuncia a favor del incremento de la profesionalidad, independencia y libertad de expresión, así como de la supresión del Registro Oficial de Periodistas, solicitando el reconocimiento oficial de su acreditación propia para el ejercicio de su labor.
2. La prensa técnica es un medio indispensable para la formación e información permanentes del científico y del profesional. Esta realidad debe ser transmitida a la sociedad en general y a los poderes públicos en particular, tarea a la que deberían contribuir las entidades científicas o profesionales.
3. Para potenciar la imagen de la prensa técnica en el mercado publicitario, debe ponerse de relieve el valor informativo de la publicidad como característica peculiar de esta.

La dualidad del editor de prensa técnica como empresario y profesional



“La condición más específica que distingue al editor de prensa técnica de otros editores radica concretamente en el tipo de empresa en la que se mueve. Salvo raras excepciones, se trata de empresas pequeñas en las que el editor es a la vez propietario, director y trabajador principal, cuando no el único. De ahí que sobre este hombre recaigan todas y cada una de las labores propias de un trabajador por cuenta ajena, y ninguna, o muy pocas, de las ventajas y satisfacciones de que puede estar rodeado el empresario de otros sectores. En la mayoría de los casos se puede decir que este editor-director hace él solo la revista, con una estructura administrativa máxima de dos o tres personas. Y en la realización de este trabajo ha de basar su timbre de gloria o su fracaso definitivos”.

Son palabras de Raúl Mir Ragué, periodista, técnico de publicidad y director de “El Cultivador Moderno”, en la ponencia “Los editores de prensa técnica como empresarios y como profesionales”, presentada al II Congreso Español de la Prensa Técnica de 1978. Mir Ragué, como presidente de honor de la Sección de Publicaciones Agropecuarias de la AEPT, aporta una perspectiva única sobre la dualidad del editor de prensa técnica como empresario y profesional. Mir Ragué también confiesa en su ponencia: *“La íntima satisfacción que invade al editor cuando comprueba que su revista cala hondo entre los lectores, cuando descubre que hay alguien esperando la salida de su publicación. Esta ilusión no te abandona -esto es bien cierto- ni aunque el editor esté perdiendo dinero con la revista”.*

Hasta la aparición de distintos grupos empresariales y de las multinacionales en el sector editorial, prácticamente la totalidad de los editores de prensa técnica españoles unían en su persona dos roles distintos: eran empresarios y además profesionales de un sector de actividad.

El perfil habitual de este tipo de editor de prensa técnica era el de un profesional experto en su sector (ingeniero, médico, arquitecto, veterinario, etc.) que, por vocación o por colaborar con el colectivo del cual forma parte, decidía publicar noticias, estudios o innovaciones de su especialidad. Poco a poco esta afición periodística se iba profesionalizando y se estructuraba una pequeña empresa que le obligaba a desarrollar las funciones de empresario para asegurar la viabilidad de la compañía.

Como empresario, el editor debe gestionar el negocio, administrando recursos financieros y humanos, estableciendo la estrategia de la empresa o dirigiendo la gestión comercial. Pero, al mismo tiempo, como profesional, el editor es un experto que domina el contenido de la publicación que edita y debe garantizar su calidad y rigor.

Al ritmo de los tiempos



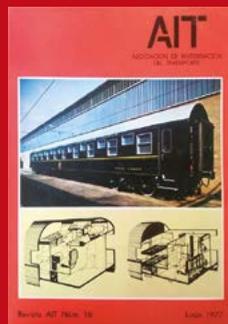
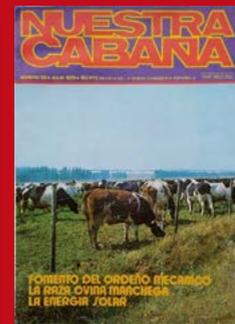
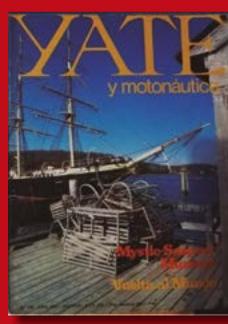
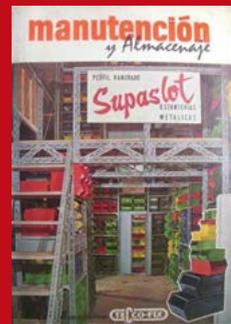
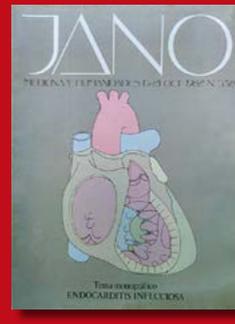
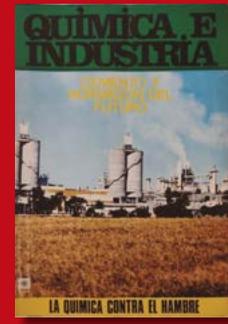
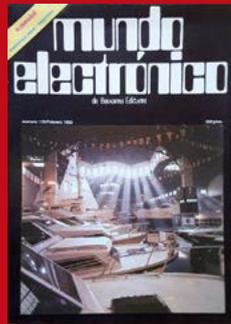
Audiencia real del Rey Juan Carlos I a la Junta Directiva de la AEPT, el 22 de enero de 1980.

El camino de España hacia la integración en Europa no fue un proceso sencillo y estuvo estrechamente ligado a la transición del país hacia la democracia. La primera solicitud formal de adhesión de España a la CEE, predecesora de la Unión Europea, se presentó en 1962, durante la dictadura. Sin embargo, esta solicitud no prosperó porque la CEE establecía unos criterios políticos y económicos para la adhesión de nuevos miembros que incluían la existencia de una democracia estable, una economía de mercado y el respeto a los derechos humanos. Evidentemente la dictadura franquista no cumplía con estos requisitos.

Tras la muerte de Franco y con el inicio de la transición, el gobierno de Adolfo Suárez renovó la solicitud de adhesión en 1977. Esta vez, la petición fue respaldada por la comunidad internacional y se iniciaron unas largas y complejas negociaciones que culminaron con la firma del Tratado de Adhesión en Madrid en 1985, el cual entró en vigor el 1 de enero de 1986.

La adhesión de España a la UE fue un catalizador esencial para la consolidación de la democracia y la transformación económica del país. Al vincularse a un proyecto político y económico de gran envergadura, España tuvo acceso al mercado único europeo, recibió importantes fondos estructurales, adoptó los estándares europeos y también se benefició de una mayor estabilidad macroeconómica.

HEMEROTECA





EL DESPEGUE DE LA TECNOLOGÍA

1983/1988





Los años 80 fueron una década crucial en la historia de la tecnología, marcada por avances que sentaron las bases de la era digital actual.

Los 80 fueron testigos de la explosión del ordenador personal y del desarrollo de los primeros softwares. El avance en la infraestructura de redes sentaría las bases para la internet que conocemos y el lanzamiento de las telecomunicaciones trajo consigo los primeros teléfonos móviles, el fax y los sistemas de mensajería electrónica.

En nuestro país esta década estuvo marcada por importantes eventos políticos, como el intento de golpe de estado del 23F o la entrada de España en la CEE, así como por reformas legislativas progresistas que iban ampliando las libertades individuales, entre las que destacan la legalización del divorcio.

CRONOLOGÍA

1983

“Plan de Informatización de la Prensa Técnica.”

1984

Apple lanza Macintosh, el primer ordenador que se comercializó con éxito.

1985

La AEPT crea la comisión de informatización.

1986

El 1 de enero España entra en la CEE.
III Congreso Español de la Prensa Técnica.

1987

Lanzamiento de QuarkXPress.

1988

Fin de la presidencia de José Oriol Ávila Montesó.
Fundación del Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO), la asociación sin ánimo de lucro de autores y editores que defiende los derechos de reproducción, transformación, comunicación pública y distribución.

El despegue tecnológico de los 80 marcó el mundo de la edición. La introducción de los primeros ordenadores, impresoras láser y software de autoedición cambió la manera de crear, diseñar y distribuir el contenido de libros y publicaciones. Estos avances permitieron a los profesionales de la industria generar contenido con mayor precisión, velocidad y calidad visual. La automatización de tareas tediosas, la capacidad de realizar correcciones de manera más eficiente y la posibilidad de crear diseños y gráficos más elaborados transformaron por completo el proceso de producción de las publicaciones, incluidas las revistas técnicas, sentando las bases para la era digital en este campo.

La democratización de la informática transformó la forma de trabajar, estudiar, comunicarse y entretenerse, impactando en todos los ámbitos de la sociedad.

En la década de los 70 varias empresas competían para introducir los primeros ordenadores personales comerciales. Hasta 1981 no llegarían a los hogares, cuando el fabricante de ordenadores IBM creó la máquina IBM Personal Computer (IBM PC) con el microprocesador Intel 8088 y con el sistema operativo MS-DOS 1.0 elaborado por Microsoft.

En 1984 Apple lanzó el Macintosh, abreviado como "Mac", con un coste de 2.500 dólares. Fue el primer ordenador personal que se comercializó con éxito, usando una interfaz gráfica de usuario y un ratón en lugar de la línea de comandos. Los primeros Mac estaban basados en la familia de microprocesadores Motorola 68000 y tenían 128 KB de memoria RAM.

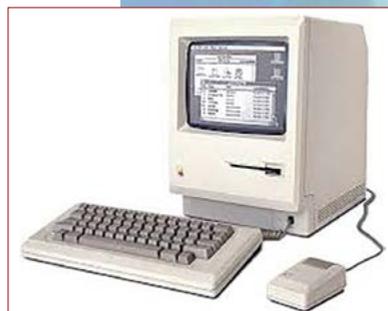
En 1985 Microsoft lanzó Windows 1.0, su sistema operativo gráfico, marcando el inicio de su presencia dominante en el mercado de los sistemas operativos.



APPLE LISA



IBM Personal computer



MACINTOSH 128 K

La autoedición: del pasado artesanal al futuro digital

En los años 80 vieron la luz los ordenadores personales, las primeras impresoras láser, las hojas de cálculo, los procesadores de texto y también el software de edición de publicaciones, que transformó radicalmente el proceso productivo de las revistas.

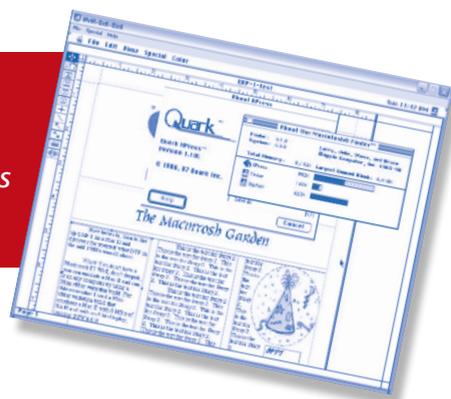
Hasta la aparición de la autoedición, la elaboración de una publicación era un proceso lento, altamente manual y artesanal, que requería de la participación de profesionales externos como talleres de fotocomposición, tipógrafos o diseñadores.

La autoedición requirió de los editores una inversión inicial en formación para dominar el nuevo software, pero a cambio les abrió un nuevo mundo de posibilidades y ventajas únicas:

- **Ahorro** significativo de costes al eliminar los servicios de fotocomposición.
- **Control** total interno del proceso productivo.
- **Flexibilidad** de realizar cambios o experimentar con distintos diseños sin costes adicionales, ni depender de terceros.

Por otro lado, la autoedición implicó la eliminación de una barrera de entrada al negocio editorial, facilitando la aparición de nuevos actores en el sector de las publicaciones en general, pero especialmente en las publicaciones especializadas para profesionales.

La autoedición emergió como una poderosa herramienta, con sus ventajas en costes y flexibilidad, aunque planteaba desafíos técnicos y de aprendizaje.



Una de las primeras impresoras láser.

Nacimiento de los grupos multimedia

La década de los años 80 en España estuvo marcada por un proceso de transición política y económica sin precedentes. Tras la muerte del dictador, el país se embarcó en una compleja transición hacia la democracia, que implicaba no solo la consolidación de un sistema político pluralista, sino también la necesaria transformación de las estructuras económicas y sociales heredadas del régimen franquista.

Uno de los aspectos más significativos de esta transición fue el progresivo desmantelamiento de la estructura del Estado, que había ejercido un control absoluto sobre diversos aspectos de la vida pública y privada durante casi cuatro décadas. Esta estructura, caracterizada por una fuerte centralización del poder y una estricta regulación de los medios de comunicación, había limitado la libertad de expresión y coartado el desarrollo de una prensa independiente y pluralista.

En el campo de la comunicación, la total desarticulación de la estructura franquista permitió que se asentaran las bases de las empresas dedicadas a la información que liderarían la estructura mediática española durante las siguientes décadas. En los 80, por tanto, se va configurando el grueso de la estructura mediática empresarial que existe en la actualidad, con la aparición de nuevos grupos de comunicación que contaban con medios impresos, televisiones y emisoras de radio.

Con estos grandes grupos llegará también un periodismo más abierto, al estilo de lo que acaecía en Europa, más dinámico y más apoyado en la publicidad.

En este sentido, Fernando Montañés en “Una historia de la publicidad y el consumidor en España”, de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), indica que los años 80 son la “década prodigiosa de la publicidad española”.

Con el inicio de la década de los años 80 en España, llegó también un periodismo más abierto, más dinámico y más apoyado en la publicidad.



El 'Boom' de las revistas especializadas

El auge de las revistas especializadas en los 80 fue el resultado de una sinergia entre factores socioeconómicos (mayor poder adquisitivo, inversión extranjera en medios, mayor acceso a la cultura y a la información) y tecnológicos (la autoedición), que propiciaron un ecosistema favorable para su proliferación. La expansión de la publicidad, por su parte, actuó como motor financiero, impulsando el crecimiento de estos medios.

En España penetraron con especial interés y rapidez en el sector de las revistas del área de Medicina, que además del progresivo crecimiento económico y del aumento del poder adquisitivo, contaban también con un motivo añadido: pasadas las secuelas de la doble crisis del petróleo de 1974 y 1979 se había generalizado la asistencia sanitaria a todas las capas de la población, con el resultado de una homologación con el resto de los países europeos en comportamientos, costumbres y atención a la salud. Esto demandaba mejores instalaciones, nuevas técnicas, más profesionales y mayor preparación. También mejores canales de información y formación, y más y mejores revistas.

Una vez lograda la incorporación a la CEE en 1986, España vivió un gran crecimiento económico, en el que mercados como el bursátil pasaron a tener un protagonismo desconocido hasta entonces, no solo para las empresas sino también para los ciudadanos, que participaban en cierta medida del "capitalismo popular" que se empezaba a impulsar dentro y fuera de nuestras fronteras. Estas circunstancias posibilitaron el nacimiento de diarios y revistas especializados en un número ciertamente espectacular, lo que permite caracterizar a este período, entre principios de los ochenta y principios de los 90, como el 'boom' de la prensa económica.

La apertura al mundo occidental, la consolidación de la democracia y el crecimiento económico trastocaron las bases sobre las que pivotaban todos los productos culturales propios, incluyendo los dirigidos al mundo infantil y juvenil. Las importaciones masivas del cómic norteamericano y luego del japonés y europeo hicieron que el "tebeo" comenzara a perder popularidad en favor del "cómic" de origen anglosajón.

Y en el segmento femenino, el terremoto en el sector llegaría también en 1986. Los años 80 fueron el período más floreciente para la prensa femenina. Una vez acabado el franquismo las mujeres españolas eran práctica-



mente irreconocibles con respecto al modelo que había impulsado el régimen. Se hablaba en los 80 de los movimientos de liberación, de las feministas, de la anticoncepción e incluso del divorcio y el aborto. La revista que acompañó a esta nueva mujer española fue "Dunia". Durante una década las mujeres españolas se dividieron entre "Dunia" y "Telva". Las primeras más progresistas y avanzadas. Las segundas más tradicionales y conservadoras. Desde 1985 a 1995 hubo muchos nacimientos, algunas remodelaciones y bastantes defunciones en el segmento de la prensa femenina.

Por otra parte, y desde la entrada de España en la CEE, el lanzamiento de nuevos títulos pertenecientes al segmento de agricultura y ganadería fue especialmente prolífico, y al respecto destaca la aparición de publicaciones tales como "Fruticultura Profesional" (1986), "Plantfor Cultivo & Comercio" (1987), "Surcos de Aragón" (1987), "Medio Ambiente Retema" (1987), "Agricultura Familiar" (1988), "Phytoma España" (1988) o "Ardatza" (1988). Esta circunstancia dio lugar a un cierto rejuvenecimiento de la prensa especializada en ese sector y, al mismo tiempo, acentuó todavía más la segmentación tanto geográfica como temática de las audiencias.

Radiografía de la Prensa Técnica en los 80

La Prensa Técnica de la década de los 80 en España incrementó como nunca su presencia en distintos nichos de mercado. La lista de áreas profesionales que contaban con una revista técnica se amplió, abarcando sectores tan diversos como la medicina, los juegos, la arquitectura, el turismo, la moda, la puericultura, la fotografía, la bioquímica, la metalurgia, la alimentación, la robótica, la enseñanza, la estética, el transporte, los seguros, etc.

Según el estudio realizado por José Mompín, ingeniero técnico y director de la revista "Mundo Electrónico", junto con Jaume Barnat, diplomado en Marketing por ESADE, licenciado en Derecho y redactor jefe de la revista "Alta dirección", presentado en el Congreso de Prensa Técnica de 1986, el sector facturaba cerca de 38.000 millones de pesetas de la época, de los cuales una cuarta parte provenía de las suscripciones y el resto de la publicidad.

Geográficamente, las regiones de Cataluña, Madrid y Andalucía destacaban como los principales centros de producción y consumo de la prensa técnica en España, lo que evidencia la importancia de estos mercados en el panorama editorial del país.

En cuanto al perfil de los lectores, el 50% eran titulados superiores o titulados medios, lo que refleja que se trataba de un público con un nivel educativo importante. La periodicidad de estas revistas variaba, siendo la mayoría de ellas mensuales, aunque también se encontraban algunas de periodicidad bimestral o semanal.

La Asociación en la década de los 80

Los años 80 en España se caracterizaron por una vorágine de transformaciones que impactaron todos los aspectos de la vida. En el ámbito económico, la incorporación al Mercado Común Europeo en 1986 fue un momento crucial que abrió las puertas a un nuevo panorama de oportunidades e inversiones. En el frente tecnológico, la irrupción de los ordenadores personales y el software de autoedición revolucionaron la forma de trabajar y comunicarse.

En este contexto, la Asociación actuó como locomotora del cambio y la innovación, impulsando la adopción de las nuevas tecnologías y prácticas en el sector. Así, en 1983 llevó a cabo un exhaustivo estudio que culminó con un “Plan de Informatización de la Prensa Técnica”. El objetivo era integrar y hacer accesibles los avances tecnológicos a los editores, adaptándose a las demandas del nuevo entorno digital.

Asimismo, la AEPT demostró una clara vocación internacional durante los años 80, intensificando su penetración en Iberoamérica. En 1982 logró la primera concesión de una subvención por parte de la Secretaría de Estado para la Información, lo que le permitió fortalecer su presencia. Además, contaba con la Dirección General de Medios de Comunicación Social. La Asociación participó en ferias en Colombia, Panamá y Puerto Rico, y sufragó, con cargo a la subvención oficial, el envío a Iberoamérica de más de 20.000 ejemplares de promoción, con un importe de más de 1.300.000 pesetas tan solo para el franqueo.

Por otro lado, la AEPT creó en 1985 los “I Premios PT de publicidad”, con la intención de adaptarse a un mercado publicitario en constante evolución e incrementar la colaboración entre anunciantes, agencias y medios. En 1986 tuvo lugar la segunda edición.

No obstante, el punto álgido de esta época para la Asociación se produjo a finales de 1986 con la celebración del III Congreso Español de Prensa Técnica.

Anuncios institucionales

PRENSA TECNICA ESPAÑOLA



Tecnología y mercados en el mismo idioma.

- Agricultura y Ganadería
- Alimentación y Bebidas
- Arquitectura y Construcción
- Artes Gráficas.
- Belleza y Moda.
- Comercio y Transporte.
- Economía, Finanzas y Marketing.
- Electrónica y Energía.
- Ferrería.
- Ingeniería y Técnica.
- Medicina y Farmacia.
- Organización de oficinas.
- Piel y Calzado.
- Químico.
- Relojería y Joyería.
- Siderurgia y Metalmeccánica.
- Turismo y Hostelería.

Solicite catálogo e información gratuita de las revistas que le interesen a:



asociación española de prensa técnica
BALMES 200, 2º - BARCELONA-6 - (ESPAÑA)



ASOCIACION ESPAÑOLA DE PRENSA TECNICA
COMO REVISTA ASOCIADA

¡RECLAMAMOS IVA "0" PARA LA CULTURA!

Inglaterra, Italia, Portugal y Grecia aplican IVA "0" a periódicos, libros y revistas.

Reclamamos el mismo trato para la cultura de nuestro país.

ANUNCIANTE:

La Prensa Técnica, el medio más directo para su publicidad.

La Prensa Técnica le presta los servicios que necesita.



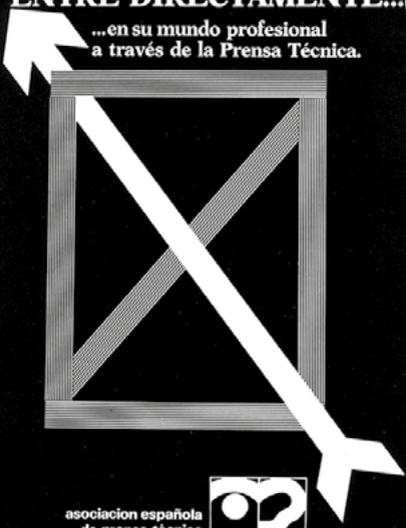

asociación española de prensa técnica
Balmes, 200, 2º - 08006 BARCELONA
Tel. (93) 218 02 50

Tel. (93) 218 02 50

Tel. (93) 218 02 50

ENTRE DIRECTAMENTE...

...en su mundo profesional a través de la Prensa Técnica.




asociación española de prensa técnica
BALMES 200, 2º TEL. (93) 218 02 50 - BARCELONA-6

La lectura de la Prensa Técnica es tiempo PRODUCTIVO en la empresa

ASOCIACION ESPAÑOLA DE PRENSA TECNICA



Balmes, 200, 2º
Teléfonos (93) 218 02 50
218 00 77
08006 BARCELONA



El III Congreso de Prensa Técnica pone el foco en las nuevas tecnologías

Entre el 3 y el 6 de diciembre de 1986 se celebró en Barcelona la tercera edición del Congreso Español de Prensa Técnica, con la participación de 66 editores y la presentación de 17 ponencias. Las sesiones se celebraron en un momento clave para las revistas profesionales, que debían decidir la forma más acertada de adecuar la prensa técnica a las apasionantes posibilidades que ofrecían las nuevas tecnologías aplicadas a la información, en el contexto de la nueva situación de España dentro de la Comunidad Económica Europea (CEE).

Algunas ponencias anticiparon la transformación de las revistas profesionales y de los medios en general, como la del catedrático de Teoría de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, **Miquel de Moragas i Spà**, uno de los fundadores de los estudios universitarios de comunicación en España, quien afirmó:

“Las nuevas tecnologías impulsan la implantación progresiva de la transmisión electrónica de información, y hacen disminuir los procesos de transmisión por transporte físico de la información.”

De forma similar, **Manuel Calvo Hernando**, periodista, licenciado en Derecho y Ciencias de la Información, subdirector de “Ya” y director de TVE, aseguraba que se estaba gestando la revolución tecnológica basada en el creciente papel de las nuevas tecnologías. “Todavía no conocemos sus efectos precisos, pero muchos atribuyen a este fenómeno una trascendencia histórica y cambios revolucionarios que crearán nuevos modelos de empleo, de ocio, de sistema económico, etc., y que modificarán nuestro modo de vivir, de producir, de gestionar, de consumir, de divertirnos y hasta de morir”, expresaba.

Por otro lado, **el impacto de la entrada de España en la CEE** también fue objeto de debate destacado. En este sentido, **Fernando Craven-Bartle**, director de “Merksa-Encuestas y





Estadísticas” presentó en el congreso los resultados de una encuesta a los editores de medios profesionales, en la que se observaba que el ingreso en la CEE no había afectado a corto plazo a los medios españoles, aunque sí que se observaba un marcado interés por parte de los principales grupos de comunicación europeos y alguno norteamericano en participar en un mercado ya liberalizado, con la mirada puesta en los 400 millones de personas que hablaban español.

Entre el resto de temas abordados en el Congreso, destacan tres ponencias: **J. Enrique Nebot**, director de redacción de la revista “Control de Publicidad y Ventas”, explicó una problemática de los años 80 que persiste en la actualidad: las grandes agencias de publicidad cuentan muy poco con los medios técnicos. Por su parte, **José Mompín Poblet**, director de la revista “Mundo Electrónico”, insistió en la necesaria apuesta por la calidad y el rigor de las revistas técnicas, mientras que la ponencia de **Josep M^a Boixareu Vilaplana**, administrador de Marcombo y de Boixareu Editores, puso el foco en el carácter formativo de la prensa técnica en escuelas y universidades.

Reflexiones del III Congreso Español de Prensa Técnica. Vigentes en la actualidad

A pesar del paso del tiempo, muchos principios y reflexiones presentados en el congreso continúan siendo relevantes y aplicables en el mundo contemporáneo.

- **Voluntad de ofrecer contenido de calidad**
- **Reforzar la protección de los derechos de autor**
- **Prestigiar la Prensa Técnica ante el mercado publicitario**
- **Adaptarse y aprovechar las nuevas tecnologías**
- **Afianzar la orientación internacional**



Revistas profesionales: motores de progreso

En la apertura del III Congreso Español de Prensa Técnica en 1986, **Josep Oriol Àvila Montesó**, presidente de la Asociación entre 1980 y 1988, pronunció un apasionado discurso en el que puso de relieve el papel crucial de las revistas técnicas y profesionales como motores del progreso de la sociedad, insistiendo en la necesidad de conjugar las nuevas tecnologías que estaban revolucionando la forma de trabajar, con las antiguas virtudes de los editores fundadores de la Asociación (honradez, rigor y amor al trabajo). Además destacó los 5 aspectos fundamentales que, a su juicio, tenían las revistas técnicas:

- **Permanencia.** *Los trabajos publicados en la prensa técnica generalmente se incorporan a los bancos de datos de la especialidad, con lo que pasan a formar parte del patrimonio cultural permanente.*
- **Fuerza de penetración.** *Nuestras publicaciones llegan hasta el último rincón de cada área profesional.*
- **Especialización.** *Por definición, nuestras publicaciones están consagradas a una especialidad científica, tecnológica o profesional concreta. Esta especialización comporta una dedicación muy profunda de sus directivos, que, con el transcurso del tiempo y por la amplitud de sus relaciones personales, llegan a poseer un completo dominio de los pequeños secretos y de los grandes problemas de su respectiva especialidad.*
- **Potencia dinamizadora.** *La intercomunicación constante de experiencias, necesidades e innovaciones entre todos los lectores nacionales y extranjeros de la prensa técnica, genera un extraordinario efecto dinamizador de la actividad en el sector industrial o profesional correspondiente. Esta fuerza dinamizadora sectorial especializada se manifiesta no solamente mediante la transmisión periódica de información adecuada a la especialidad sobre soporte papel como es tradicional en artes gráficas, sino también en el futuro mediante el empleo de nuevas tecnologías audiovisuales e informáticas, así como también mediante la organización de seminarios, simposios, jornadas técnicas, congresos, tanto para reciclado de conocimientos como para acciones de tipo puntual en defensa del sector.*

Independencia. El máspreciado tesoro de la prensa técnica es su independencia frente a cualquier poder. Independencia que más que un privilegio es una gran responsabilidad de la que los editores somos plenamente conscientes y que guardamos celosamente. Perder o condicionar esta independencia nos representaría perder inmediatamente la credibilidad frente a nuestros lectores y nuestra fuerza frente a nuestros anunciantes.



Al ritmo de los tiempos

El Catálogo de la Asociación: el buscador de revistas en la era analógica

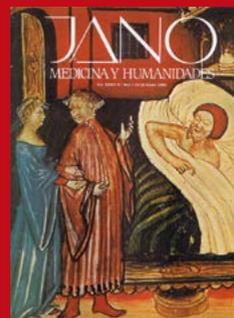
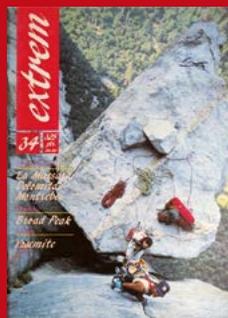
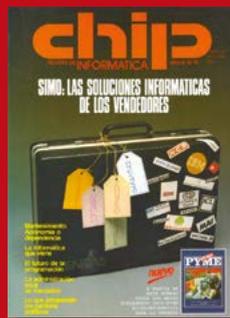
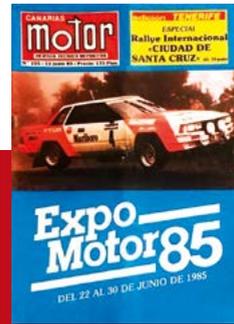
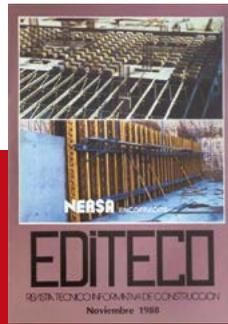
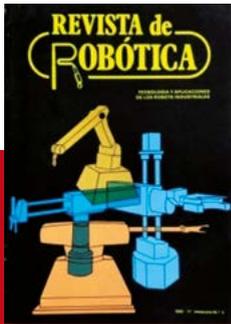
Desde sus inicios en 1925, la Asociación ha reunido a editores B2B comprometidos con contenidos de alta calidad dirigidos a los decisores de las empresas de multitud de sectores profesionales. Su Catálogo General, una herramienta imprescindible durante décadas, reflejaba la diversidad de la prensa especializada y facilitaba la planificación publicitaria en revistas B2B a las agencias de medios y a los anunciantes, antes de la revolución digital.



Los niños de los 80 fueron la última generación antes de la revolución digital, pero también los primeros que aprendieron a sacar provecho de ella. Se convirtieron en hábiles manipuladores de cintas, ya fueran de VHS o de casete, que utilizaban en sus walkmans para escuchar música. Los casetes se rebobinaban con un bolígrafo, el mismo que se usaba en la escuela para los dictados y hacer los ejercicios en la libreta. Una vez en casa, si había que pedirle los deberes a un compañero de clase se recurría al teléfono fijo.

Siguiendo el instinto de un niño o niña de aquella época, presionamos el botón de play en nuestro reproductor de vídeo para descubrir qué aconteció en la prensa técnica a partir de los años 90. O, alternativamente, presionamos el play en nuestro walkman y nos dejamos llevar con nostalgia por la música hacia otro capítulo de nuestra historia.

HEMEROTECA





DE LA TINTA AL CIBERESPACIO

1989/1999



La caída del muro de Berlín en 1989 marcó el fin de la Guerra Fría. La debilidad de la Unión Soviética hizo inevitable su colapso, lo que acabó con la política de bloques bipolares establecida tras la Segunda Guerra Mundial. Esto no solo permitió la reunificación de Alemania, sino que también consolidó a los Estados Unidos como única superpotencia.

La década de los noventa se definió por un nuevo orden internacional y por eventos políticos clave: la guerra del Golfo, las crisis humanitarias en Bosnia, Somalia y Ruanda, la recuperación de Hong Kong y Macao por China, y la independencia de Estonia, Letonia y Lituania.

América Latina también vivió cambios: en Chile terminó la dictadura de Pinochet, en Nicaragua finalizó la guerra civil, y Fujimori y Menem asumieron las presidencias de Perú y Argentina.

Culturalmente, los años 90 destacaron por el auge del multiculturalismo y de los medios alternativos (TV por cable, la telefonía móvil e internet). La WWW pasó de ser una herramienta académica a una plataforma accesible al público, popularizando el correo electrónico, foros, chats y mensajería instantánea. Internet se convirtió en una fuente de información y democratizó el acceso a contenidos.

En España, dos eventos marcaron la década: la Exposición Universal de Sevilla y los Juegos Olímpicos de Barcelona 92. No obstante, la corrupción política, el terrorismo de ETA y el grupo GAL desestabilizaban el país. La década terminó con la explosión de la burbuja de las punto-com en el año 2000, llevando a la quiebra a numerosas empresas tecnológicas.

CRONOLOGÍA

1989

Caída del muro de Berlín, acontecimiento que marcó el fin de la Guerra Fría y la división de Alemania.

1990

La profusión y diversidad temática de revistas asociadas se refleja en la creación, en el seno de la Asociación, de subsecciones específicas: la sección de editores de publicaciones de ciencias de la salud -promotora a su vez de la Asociación para el Estudio de la Promoción de la Industria Farmacéutica y Sanitaria- y la sección de revistas de electrónica, informática y tecnologías industriales.

1991

Disolución de la URSS y formación de 15 nuevas naciones independientes en Europa.

La Asociación cuenta en este período con la participación activa de 147 empresas editoras que producían un total de 390 publicaciones.

1992

La Asociación muta de nuevo su denominación, adaptando la de "Asociación de Prensa Profesional (APP)".

Celebración de la Exposición Universal de Sevilla y los Juegos Olímpicos de Barcelona.

1995

La APP lanzó la campaña "En defensa del anunciante", que obligaba a las revistas asociadas con más de un 10% de publicidad a pasar el control de OJD.

1997

La vocación internacional se manifiesta en la participación de la APP en un seminario sobre las alternativas a la distribución postal organizado en Bruselas por la Federación Europea de Editores de Periódicos y Revistas y en el Foro Show de Nueva York. Asimismo, se consolida la labor de formación para los asociados con la creación del formato "Encuentros de la Prensa Profesional".

1998

La APP se incorpora a CEDRO ("Centro Español de Derechos Reprográficos") en calidad de entidad colaboradora.

1999

La página web de la APP incluye, por primera vez, la versión digital del Catálogo de Publicaciones asociadas.

La irrupción de la informática en los años 80 y de internet en los 90 revolucionó por completo el acceso a la información, la comunicación y el entretenimiento. Con solo un ordenador que tuviera acceso a la red, cualquier persona podía sumergirse en un vasto océano de datos con un simple clic, sin importar la distancia geográfica. Los chats, foros y otras plataformas se convirtieron en el epicentro de una nueva forma de interactuar y socializar. Los cibercafés, emblemáticos de los años 90, ofrecían un espacio donde las personas podían reunirse, navegar por la red y conectar con otros mientras disfrutaban de una bebida.

Este fenómeno dio lugar a un nuevo lenguaje de comunicación online que fusionaba elementos de los medios tradicionales con las nuevas posibilidades del mundo digital. Así, permitió la integración de múltiples formatos (texto, imágenes estáticas, audio y vídeo) en un único medio digital, abriendo un abanico sin precedentes para la expresión y el intercambio de información.

Las primeras experiencias de prensa online datan de 1992, coincidiendo con la Exposición Universal de Sevilla, donde se presentó el "Diario Expo 92" en formato exclusivamente electrónico. A partir de entonces se inició una carrera hacia la expansión de los periódicos en internet, con Estados Unidos liderando el proceso. El avance de la prensa digital en Europa no fue tan notorio debido a desafíos como la carencia de infraestructura técnica, los costos de equipos y telecomunicaciones. Para evitar que la prensa europea pudiera quedarse rezagada en la carrera tecnológica, a principios de los años 90 la Unión Europea inició una política de subvenciones destinadas a proyectos que impulsaran el desarrollo de la edición digital de periódicos.

Así, a finales de los años 90 el objetivo principal de cualquier medio de comunicación tradicional era asegurar su presencia en internet para mantenerse al día con los avances tecnológicos. La mayoría de los medios de prensa europeos optó por lanzar versiones digitales en CD-ROM de sus diarios o se conectaron a redes para ofrecer noticias en línea a través de internet.



Las revistas profesionales de la época tampoco se quedaron atrás en esta carrera tecnológica, y algunas de ellas fueron de las pioneras no solo dentro de su área temática sino del mundo editorial en general. Ejemplo de ello fue Ediciones Doyma, que en la primera mitad de la década de los 90 había digitalizado y distribuido en CD-ROM ediciones de múltiples revistas de medicina: "Revista Española de Cardiología, de la Sociedad Española de Cardiología", "Enfermedades Infecciosas y Microbiología Clínica", de la Sociedad Española de Enfermedades Infecciosas y Microbiología Clínica (SEIMC) o "Formación Médica Continuada en Atención Primaria".



Acompañamiento al desarrollo empresarial



En este contexto de adaptación y evolución constante al nuevo medio digital, la Asociación reforzó su condición de plataforma de servicios. Bajo la presidencia de Ferran Puig Vilar (entre los años 1988 y 1996), la elaboración del primer Libro Blanco en 1993 sentó las bases de la acción posterior más allá de constituir un exhaustivo inventario del sector. La apuesta por el desarrollo y la capacitación de los editores asociados se materializó en una amplia oferta formativa mediante cursos especializados y adaptados a todos los perfiles de sus departamentos (redacción, producción, publicidad, tele-marketing, asesoría jurídica, finanzas, etc). Asimismo, se siguieron muy de cerca las novedades legislativas de esos años en ámbitos muy dispares pero a su vez muy relevantes para el sector: la promulgación en 1994 del marco regulatorio para el tratamiento y la protección de datos de carácter personal y, dos años antes, en 1992, la modificación de la Ley de la Propiedad Intelectual en la que, por primera vez y gracias al impulso de la Asociación, se reconocieron los derechos a la compensación económica por la reproducción de los contenidos de las revistas técnicas y profesionales. Como consecuencia de ello, el Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO) -la entidad sin ánimo de lucro que representa y defiende de manera colectiva los derechos de propiedad intelectual de los autores y editores en España- acogió como miembro en 1998 a la APP en calidad de "entidad colaboradora". Como tal, la Asociación participa desde entonces en su Comisión de Derechos de Autor, órgano evaluador de la originalidad y la calidad de los contenidos de las publicaciones que dan lugar a remuneración patrimonial.



Publicación del primer Libro Blanco de la Prensa en 1993.



En la década de los 90 la mejora del servicio postal continuó siendo una prioridad. Las actas que documentan la participación activa de la Asociación en el Comité Postal de la FIPP acreditan no solo que la importancia estratégica de la distribución postal se mantuvo constante sino que su compromiso con la investigación y la búsqueda de soluciones innovadoras en el ámbito de la distribución y la logística de la prensa profesional motivó la elaboración del informe titulado "Estudio de la incidencia de un hipotético cambio de tarifas de correos en el sector de la prensa profesional y análisis de canales privados de distribución como alternativa de servicio".

La estrategia de apoyo a la labor empresarial se plasmó en otras iniciativas destinadas a la proyección del sector. La Asociación pasó a contar, a partir de 1996, con una página web y prosiguió con la publicación anual del Catálogo de Publicaciones como herramienta dirigida a anunciantes y agencias de medios para la promoción y difusión de las publicaciones asociadas.

Respuestas para un entorno desafiante

El empuje de la actividad de la Asociación a principios de la década prosiguió en el quinquenio 1996-2001, bajo la presidencia de Juan Carlos Aramburu, editor de Especial Directivos. Durante su mandato convivieron la promoción y el fomento de la presencia de los medios profesionales en internet junto con la consolidación del acompañamiento a los asociados en tanto que empresas editoriales. El nuevo entorno generaba oportunidades pero también amenazas para el modelo de negocio tradicional, basado en las suscripciones y en la venta de publicidad. De ahí que la Asociación abordara una reflexión estratégica en profundidad, basada en una encuesta circulada entre las principales editoriales del país. Como principal preocupación afloraron múltiples interrogantes generados por el impacto de las nuevas tecnologías, además de otras cuestiones recurrentes, como las tarifas de Correos.

Apuesta decidida por la transparencia

La excelente noticia que supuso la aparición de nuevos formatos digitales (ya fuera como newsletter o publicaciones electrónicas o contenidos en sitios web) aceleró, como efecto colateral, la constatación de prácticas indeseables en el sector. En la otra cara de la moneda, la relajación de las barreras de entrada en el negocio editorial y en la creación de contenidos permitía la proliferación de publicaciones no sometidas a ningún tipo de control en sus datos de difusión, abusando de la buena fe de anunciantes y agencias de medios y generando confusión y desconfianza en su contratación de espacios publicitarios. De ahí que la Asociación implementara distintas iniciativas contra el intrusismo y a favor de la transparencia.

Puertas adentro, la apuesta firme y decidida por el fomento de las buenas prácticas se plasmó en una modificación de los Estatutos en el sentido de incorporar, como exigencia para la condición de asociado, el control de difusión por parte de OJD (“Oficina de Justificación de la Difusión, S. A.”). En esta línea, la Asociación fue muy activa en la promoción de nuevos y rigurosos estándares de medición y certificación y en la reclamación de un reglamento específico capaz de reflejar el factor multiplicador de la publicidad en revistas técnicas por la especial cualificación del profesional de sus lectores y suscriptores.

De puertas afuera, el lanzamiento de la campaña “Vamos con la verdad por delante” se orientó a poner en valor la veracidad de los datos de audiencia y el poder prescriptor de la prensa técnica y profesional miembro de la Asociación, en contraste con productos carentes del filtro de credibilidad derivado de la sujeción de sus tiradas al control de OJD.





Al ritmo de los tiempos



Ferran Puig (Presidente 1988-1996) en el Catálogo de la APP de 1996 hace una apuesta decidida por la transparencia

“La Asociación de Prensa Profesional acoge a todas aquellas editoriales que comparten unos criterios de seriedad y profesionalidad comunes: las reglas que, a modo de autorregulación, se han dado a sí mismas en cuanto a transparencia de sus cifras de tirada y difusión.

En todos los países del mundo existen revistas cuyas cifras de tirada y difusión declaradas no se corresponden con la realidad, lo que supone una falta de respeto por los anunciantes. En España, este problema es, en cuanto a prensa profesional se refiere, especialmente serio. Este factor distorsionador de nuestra actividad al suponer la presencia de una bolsa importante de competencia desleal, perjudica a todos. Pero muy especialmente a los anunciantes de nuestras publicaciones, muchos de ellos susceptibles de ser sorprendidos en su buena fe y comprensible desconocimiento de los medios a quienes se ofrecen inserciones de publicidad a precios unitarios inexplicablemente bajos: en realidad, la tirada y la difusión son mucho menores que lo afirmado, a menudo con diferencias sorprendentes, y están pagando una fortuna por cada inserción”.

Ferran Puig Vila

El cambio estratégico que la APP tenía previsto para en el año 2000 se desarrolló en el contexto del cambio de milenio, un período influenciado por el llamado “Efecto 2000”. En aquel momento se pensaba que el paso de 1999 al 2000 traería consecuencias catastróficas, incluso un posible colapso tecnológico y social. Esta creencia se basaba en el temor al “Efecto 2000”, junto con profecías y teorías apocalípticas.

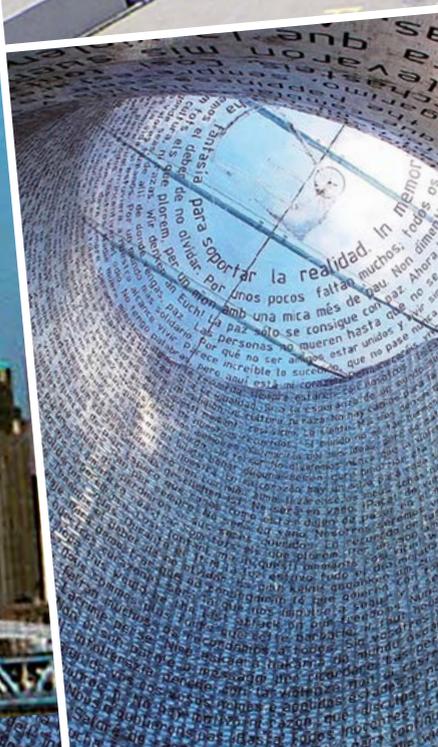
Se esperaba que los ordenadores interpretaran el “00” en la fecha como 1900, provocando fallos en los sistemas. Por tanto, los sistemas informáticos, en lugar de continuar con una línea temporal progresiva, retrocederían en el tiempo 100 años, generando un efecto cascada que derivaría en fallos en sistemas primarios de los equipos. Sin embargo, los problemas en todo el mundo fueron escasos.

Se dieron anécdotas como la de un videoclub que cobró 90.000 dólares por un alquiler de más de un siglo y un bebé que nació con 100 años en Dinamarca debido a errores en los sistemas informáticos. En Suecia, 100.000 personas no pudieron acceder a sus cuentas bancarias, mientras que en Italia y España algunos juzgados emitieron citaciones para 1900.



ADAPTACIÓN ACELERADA AL RITMO DE LA TRANSFORMACIÓN GLOBAL

2000/2009





El siglo XXI se inició con las secuelas de los ataques terroristas del 11S en Estados Unidos, que provocaron que el Gobierno español, presidido por José María Aznar, aprobara la participación española en las intervenciones militares estadounidenses en Afganistán en 2001 e Irak en 2003.

El 1 de enero de 2002 el euro se convirtió en la moneda oficial de España en sustitución de la peseta. Ese mismo año tenía lugar la catástrofe ecológica por el hundimiento del buque “Prestige” en la costa gallega.

Tres días antes de las elecciones generales de 2004, la organización terrorista Al Qaeda perpetró en la red ferroviaria de cercanías de Madrid un ataque que provocó la muerte de 192 personas y dejó casi 1.500 heridos. La reacción a la tragedia provocó un vuelco electoral inesperado y la victoria del PSOE.

Con José Luís Rodríguez Zapatero ocupando la presidencia del Gobierno, las tropas españolas en Irak fueron retiradas. Previa consulta mediante referéndum, se firmó la Constitución Europea y se aprobó en 2005 el matrimonio homosexual.

A mediados de la década casi cuatro millones de inmigrantes entraron en España procedentes de Latinoamérica y diferentes puntos de África, Asia y Europa. El crecimiento económico desde los 90 generaba oportunidades laborales para abundante mano de obra.

En 2008 se celebró en Zaragoza la Expo, cuyos ejes temáticos fueron el agua y el desarrollo sostenible. Su final coincidió con el principio de una gran crisis económica internacional. La explosión de la burbuja inmobiliaria provocó la mayor crisis conocida hasta ese momento en España. Desde el comienzo de esta creció el desempleo, que en 2013 superó por primera vez en la historia de España la cifra de seis millones de parados.

En mayo de 2011 estalló el movimiento de los indignados o 15M. A finales de ese mismo año ETA anunció el abandono definitivo de las armas y volvieron a celebrarse elecciones generales anticipadas, en las que el PP obtuvo mayoría absoluta con Mariano Rajoy.

CRONOLOGÍA

2000

La Asociación de Prensa Profesional conmemora el 75º aniversario de su fundación.

2001

Ataques terroristas derriban las Torres Gemelas de Nueva York, causando más de 3.000 víctimas.

A finales de 2001 Correos procedió unilateralmente al aumento desaforado de sus tarifas de distribución de publicaciones para 2002, iniciando un conflicto con la prensa profesional que duró hasta 2011.

2002

Miquel Vila, presidente de la APP, se incorpora en representación de la Asociación y en calidad de vocal, al Consejo de Administración de OJD. El euro entra en circulación física en 12 países europeos, entre ellos España.

2003

Entre 2003 y 2007 la inversión publicitaria experimenta un crecimiento continuo.

2004

La APP organiza en Barcelona el Congreso Internacional de Editores de Prensa Periódica, en cuyo marco se celebra la gala de los Premios APP a la Publicidad en Prensa Profesional.

Atentado terrorista en la red ferroviaria de cercanías de Madrid que causa la muerte de 192 personas y deja casi 1.500 heridos.

2005

La APP es recibida en audiencia en palacio por los Príncipes de Asturias, Felipe y Letizia, con motivo del 80º aniversario de la Asociación. Ese mismo año, la Asociación impulsa un Código de Buenas Prácticas de la Prensa Profesional como expresión del compromiso con la credibilidad de los medios profesionales y la excelencia editorial y publicitaria.

2006

Publicación de la "Guía de la Prensa Profesional: Todo lo que el planificador debe saber sobre los medios B2B" para su distribución entre anunciantes y agencias de medios.

2007

La Audiencia Nacional confirma la condena a Correos por su comportamiento abusivo y discriminatorio hacia la prensa profesional.

2008

La crisis financiera internacional tras el estallido de la burbuja inmobiliaria impacta en España y provoca una recesión económica importante y un aumento del desempleo.

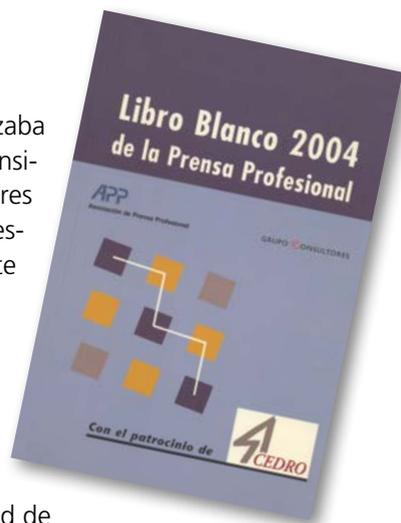
Zaragoza acoge la Exposición Internacional 2008, cuyos ejes temáticos fueron el agua y el desarrollo sostenible.

2009

La Asociación afronta una transformación profunda con el objetivo de adaptarse al cambiante entorno configurado por las TIC, que facilitaban distribuir el contenido en otros soportes además del papel. Esta transformación se refleja en el cambio de denominación social de APP a ConeQTia.

Al inicio del nuevo milenio la prensa profesional gozaba de buena salud. En tanto que industria altamente sensible a la coyuntura macroeconómica, el auge de nuevos sectores se reflejaba en el nacimiento de nuevas cabeceras y en una especialización creciente de contenidos acorde con la creciente complejidad de la diversificación industrial.

Los títulos dirigidos a perfiles profesionales consolidaron su condición de fuente, difusión e incluso creación de información de valor y de conocimiento, bajo modelos de negocio basados bien en la publicidad o en las suscripciones, o en ambos. En todos los casos, la premisa para formar parte de la Asociación debía ser la misma: la relevancia y calidad de los contenidos dirigidos a profesionales. En consonancia con ello, y tras un debate poco pacífico que condujo a algunos asociados a solicitar su baja, la APP modificó sus Estatutos para exigir a sus miembros la sujeción al control de difusión de OJD (Oficina de Justificación de la Difusión).



A pesar de la bonanza de resultados empresariales, la prensa profesional se enfrentaba a una serie de desafíos por tratarse de negocios poco diversificados y altamente dependientes de los ingresos por publicidad. Además, la contracción cíclica en la inversión publicitaria y la falta de implementación tecnológica eran amenazas que debían abordarse. Para ello contaba con fortalezas importantes -su flexibilidad estructural para reaccionar, la proximidad y conocimiento del lector, así como la relación directa con los anunciantes- que ofrecían oportunidades para aprovechar la alta capacidad de prescripción publicitaria, desarrollar servicios de valor para el lector basados en la gestión del conocimiento, y fomentar la innovación en servicios para anunciantes, creando así nuevos puentes entre los intereses del lector y del anunciante.

En este contexto, la Asociación procedió a finales del año 2000 a la renovación de cargos de su Junta Directiva, cuya presidencia asumiría Miquel Vila Regard, consejero-delegado de EDITUR. La incorporación a ella de nuevos editores, de procedencias geográficas diversas, ámbitos de edición distintos y dimensiones empresariales dispares, reflejaba la heterogeneidad del sector y reforzó la ambición de la entidad por posicionar la prensa profesional en los entornos publicitario e institucional y por cubrir sus necesidades empresariales.

Las iniciativas desplegadas para tales objetivos fueron múltiples y variadas. La APP impulsó la elaboración del "Libro Blanco 2004", la publicación de "Adaptarse o Morir" y la reivindicación de los derechos de reproducción y remuneración por propiedad intelectual mediante la incorporación a CEDRO.

Además, a los servicios tradicionales de representación y asesoramiento general de una asociación sectorial, la APP sumaba una labor ingente para la defensa colectiva de los intereses comunes: en lo que respecta a la distribución postal, rechazó rotundamente la discriminación de Correos, operador estatal monopolístico, hacia los editores profesionales, asumiendo su defensa incluso ante los tribunales; en materia



Premios APP 2005.
Mejor agencia creativa.

formativa, los “Encuentros de la Prensa Profesional” se amplió la oferta para adaptarla a todos los perfiles de las empresas editoriales (redacción, producción, comercial, etc.); en el ámbito institucional, incrementó su proximidad a las asociaciones de otros colectivos editoriales (revistas culturales, revistas de información general, prensa diaria) promoviendo la formación, la información y la conexión con ellas; y, en el entorno internacional, se intensificó la relación histórica con la FIPP y la APP se incorporó a la FAEP (Fédération Européenne d’Éditeurs de Périodiques) y a la IAA (International Advertising Association).

La desaceleración económica en 2001 se tradujo en un recorte del presupuesto de inversión publicitaria, que en medios convencionales descendió un 5,74% respecto al año anterior. Un dato, por otro lado, inevitable en un mercado que se había desarrollado de modo imparable desde 1997 y cuyo crecimiento acumulado había sido del 37% en cinco años.

Eran varios los factores que habían influido en la bajada de la inversión publicitaria: la desaceleración de la economía, la escasa evolución del mercado de valores internacional, la preparación de una nueva moneda de los países de la zona euro, los acontecimientos del 11 de septiembre en Estados Unidos y la reducción de la inversión de las empresas de la “nueva economía”. Aún así, algunos sectores en España, como el automovilístico, acrecentaron las ventas en los tres últimos meses del año y el consumo privado prácticamente se mantuvo.

A principios del 2002 la economía recobraba su estado de salud: Estados Unidos había emprendido una política económica que empezaba a devolver la confianza perdida tras los ataques al World Trade Center, se manifestaba una evolución de las bolsas internacionales, y el euro se había integrado perfectamente como moneda única en 12 países de Europa. La desaceleración económica de los medios convencionales fue del 1,2%, alejándose del 5,7% de disminución de 2001.

Los medios convencionales, considerando como tales la televisión, la prensa diaria y las revistas de gran consumo, se enfrentarían a retrocesos debido a la dificultad para demostrar al anunciante la relación coste-beneficio de su inversión, mientras que inter-

net ofrecía acceso directo al público objetivo, capacidad de segmentación y retroalimentación, a un precio más bajo.

En este contexto, la APP instituyó los Premios a la Publicidad en Prensa Profesional. Dirigidos a distinguir la apuesta de anunciantes, agencias creativas y agencias de medios por las revistas profesionales en el marco de su estrategia comunicativa, en las ediciones de 2004, 2005 y 2006 resultaron premiados CARAT, ALMIRALL PRODEFARMA, DELL COMPUTER, SCACS, GREY & TRACE, GIRBAU, TRADES, SANOFI, GUPO INDO, CRÉDITO Y CAUCIÓN, OLAS PUBLICIDAD y ZENITH MEDIA. El evento se celebraría alternativamente en espacios emblemáticos de Madrid y Barcelona como el Teatro Real, el Liceu, el Palacio de Pedralbes o la Fundació Joan Miró.

De APP a ConeQtia

Los cambios estructurales que sacudían el mercado editorial motivaron una intensa reflexión estratégica en la Asociación para abrirse a nuevas plataformas y soportes de contenidos: eventos profesionales, canales web, boletines informativos, dispositivos móviles, contenido digital en pantallas públicas, televisión digital terrestre (TDT), televisión por internet, entre otros. Así, en 2009 la Asociación de Prensa Profesional evolucionaba hacia su reposicionamiento para integrar, junto a los editores en papel, empresas generadoras y gestoras de contenido B2B sobre cualquier soporte.

La profundidad de la transformación de la entidad se visualizó con el cambio de la denominación social. De la tradicional "Asociación de Prensa Profesional" se evolucionó hacia "ConeQtia", con el propósito de enfatizar la conexión (entre los asociados y la Asociación, entre la Asociación y el mercado, entre todos ellos y los anunciantes y lectores); el conocimiento (como base de la edición de contenidos que realizan los medios profesionales, aportando un alto valor añadido); y la calidad (en los procesos de auditoría, asesoramiento y formación de la Asociación), enfatizada con la grafía "Q".



Evolución del logo
de la "Asociación de Prensa Profesional"
al actual de "ConeQtia"



Asociación de Prensa Profesional
y Contenidos Multimedia

EL CONFLICTO CON CORREOS: UNA HISTORIA DE ÉXITO PARA LA PRENSA PROFESIONAL

Las publicaciones de carácter técnico se dirigen a profesionales de los más variados sectores. Son, para todos ellos -sanitarios, abogados, arquitectos, transportistas, fabricantes de piscinas, distribuidores, peluqueros, veterinarios, ingenieros, especialistas en alimentación, etc.- una herramienta esencial de trabajo como medio para acceder a las novedades, a los avances tecnológicos y a las innovaciones científicas que se producen en los distintos ámbitos del saber. En muchos casos las revistas sectoriales especializadas han sido, y continúan siendo, un instrumento fundamental de reciclaje y actualización profesional, además de ejercer una labor muy valiosa de interrelación y cohesión sectorial.

Hasta la irrupción de internet, incipiente en los primeros años del siglo XXI, el envío postal era la única manera de hacer llegar las revistas a sus suscriptores y lectores, ubicados geográficamente de manera muy dispersa en todo el territorio español. A diferencia de otros productos editoriales como diarios y revistas de gran consumo, disponibles en quioscos y otros puntos de venta, no había alternativa a su distribución mediante la entrega a domicilio, ni tampoco a que dicha tarea la ejecutase otro operador postal que no fuera "Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A.". La capilaridad de su red y la inexistencia de otras empresas capaces de prestar un servicio equivalente, la convertían en un proveedor imprescindible (lo es todavía) para hacer llegar las publicaciones a sus suscriptores, ubicados a lo largo y ancho de la geografía.

A finales de 2001, en este contexto de cautividad de la prensa profesional respecto de la distribución postal y bajo la presidencia de Alberto Núñez Feijoo, Correos procedió unilateralmente a un aumento desaforado de sus tarifas de distribución de publicaciones para 2002. Sin ningún tipo de preaviso ni margen para repercutirlo a suscriptores o anunciantes, el coste del llamado "franqueo concertado" se encareció en un 100% para ese ejercicio respecto del anterior, lo que comportaba para los editores la imposibilidad de absorber un incremento tan importante y repentino y un riesgo nada despreciable para la viabilidad y supervivencia de sus negocios.

La Junta Directiva de la Asociación se puso inmediatamente en marcha para revertir la situación. Pronto comprobó que el agravio revestía todavía mayor gravedad: no solo los editores se veían obligados a soportar un daño emergente en su cuenta de explotación sin margen para aliviarlo modificando sus tarifas de suscripción, sino que Correos estaba aplicando a otro colectivo de editores, los de prensa diaria, descuentos respecto de la tarifa oficial tan sustanciosos como injustificados.

La aplicación de descuentos es una posibilidad contemplada en la normativa postal, condicionada al respeto de los principios de transparencia y no discriminación, tanto en lo que se refiere a los precios como a las condiciones asociadas. Tras un trabajo ingente, la Asociación consiguió acreditar que Correos facturaba sus descuentos de modo desigual sin que tal circunstancia respondiera a causas objetivas de acuerdo con los criterios legalmente previstos. Así, entre los hitos más importantes de esta década se encuentra la Resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia que condena a Correos al pago de multa y requerimiento a cesar en la conducta discriminatoria denunciada por la APP y Central de Compras S.L. en la aplicación de las tarifas de Correos.

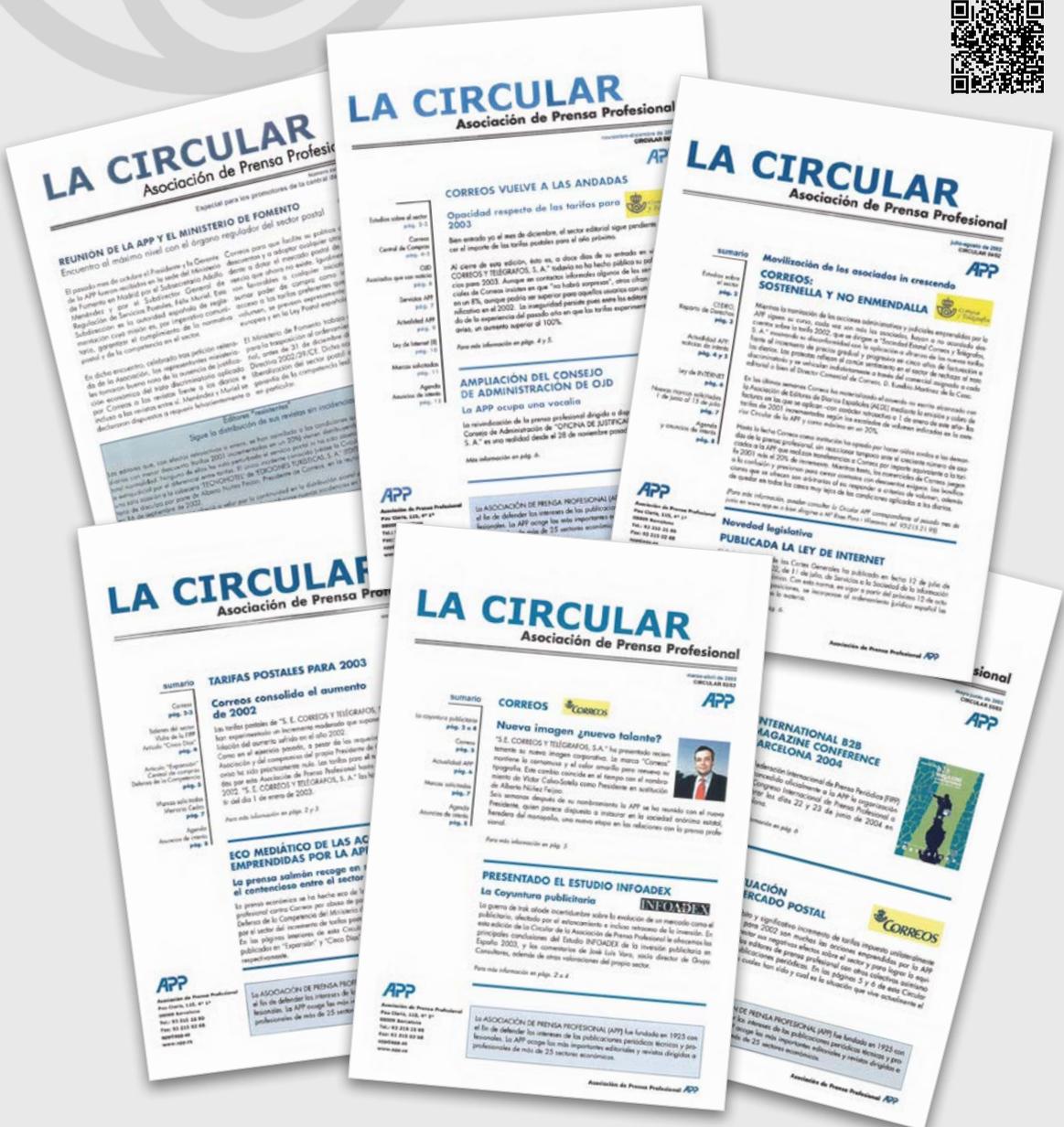
Contra tal arbitrariedad, constitutiva de un abuso de posición de dominio especialmente sangrante, siendo su causante una empresa íntegramente participada con capital público y para la defensa de sus asociados, la APP emprendió una intensa acción de lobby en distintos frentes: en el político, manteniendo reuniones con distintos ministerios, con todos los partidos del arco parlamentario; con miembros del Congreso de los Diputados, del Senado y del Parlamento Europeo; en el mediático, denunciando la situación ante creadores de opinión para la ulterior publicación de artículos al respecto; en el parlamentario, impulsando iniciativas legislativas y comparecencias ante la Comisión de Fomento; y en el plano internacional, consiguiendo la complicidad de la Federación Europea de Editores (FAEP) y de la Internacional (FIPP).

Sin duda, el frente jurídico requirió concentrar el mayor de los esfuerzos. La modestia de recursos de una asociación pequeña contrastaba de forma llamativa con la dimensión y medios de Correos, en aquel momento el mayor empleador en España con más de 60.000 trabajadores y asesorado por los más prestigiosos bufetes de abogados del país. Fueron necesarias grandes dosis de resiliencia, mucha imaginación -incluyendo la creación de un sello contra la discriminación que los editores reproducían en sus cabeceras- y una gran implicación y audacia de las sucesivas juntas directivas de la Asociación para no sucumbir al poder del monopolio postal ejercido por Correos con el aval del Estado.

El esfuerzo se materializó en denuncias del comportamiento abusivo de Correos ante las autoridades de defensa de la competencia y los tribunales ordinarios. Fruto de tales acciones, la Comisión Nacional de la Competencia calificó dicha conducta (expediente PRENSA-CORREOS nº 584/04) como discriminatoria, exigiendo a Correos abstenerse de realizar en lo sucesivo este tipo de práctica, además de imponerle una multa económica de 900.000 euros. Este pronunciamiento fue sucesivamente confirmado en todos sus términos por la Audiencia Nacional en 2007 y el Tribunal Supremo en 2010. A pesar de ello, Correos siguió resistiéndose a indemnizar a los editores hasta un año después. En 2011 y en fase de ejecución, los editores asociados y Correos formalizaron un acuerdo por el que el operador postal indemnizó con una cifra millonaria a los asociados afectados por los daños y perjuicios sufridos y las costas incurridas. Durante esos diez años y a tenor de la alternancia política PP-PSOE acontecida en tal período se habían sucedido en la presidencia del operador postal público hasta cuatro presidentes: Víctor Calvo-Sotelo (2003-2004), José Damián Santiago Martín (2004-2008), Sixto Heredia Herrera (2008-2010) y Alberto Lafuente Féliz (2010-2011).

La gravedad del impacto del conflicto con Correos tiñó en los años 2000 muchísimos aspectos de la vida asociativa. Las portadas de "La Circular", la newsletter interna publicada en esos años, son un reflejo de ello.

Por su relevancia, la prensa generalista y económica también se hizo eco de la problemática.



Expansión

Monopolio vigoroso en Correos

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

CincoDías

Competencia abre otro expediente contra Correos por abuso de posición de dominio

El Tribunal de Defensa de la Competencia tramita un expediente sancionador contra Correos.

El Tribunal de Defensa de la Competencia tramita un expediente sancionador contra Correos

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

LA VANGUARDIA

27 de Febrero de 2004

Liberalización a la carta

RANON TREMOSA Y BALCELLES

El envío a la que de Correos Nacional de España ha sido la principal política de liberalización de la competencia postal en España...

Expansión

24 de Enero de 2003

Diversificación y competencia son los principales retos de Correos

El nuevo presidente de Correos, Víctor Calvo-Sotelo, tiene por delante dos tareas: diversificar la librerización del mercado y diversificar la oferta de sus servicios.

CincoDías

30 de Enero de 2003

El camino hacia la competencia es escarpado

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

LA VANGUARDIA

14 de Septiembre de 2003

Correos recibe su cuarta multa por parte del TDC

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

Expansión

Competencia impone a Correos su cuarta multa por abuso de posición de dominio

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

CincoDías

Competencia impone a Correos su cuarta multa en tres años por abuso de dominio

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

EL PAIS

Competencia sanciona a Correos por abuso de posición dominante

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

TDC multa 900.000 euros Correos

CORREOS HA AUMENTADO UN 100% las tarifas postales de las revistas para profesionales

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

invertia

TDC impone multa 900.000 euros Correos por abuso posición dominio

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

lapublicidad

Cuarta multa a Correos por abuso

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

AVUI

30 de Juliol de 2005

Societat civil tomba societat estatal

El organismo de competencia regulator del servicio postal denuncia la independencia regulatoria y el carácter monopolístico.

Al ritmo de los tiempos



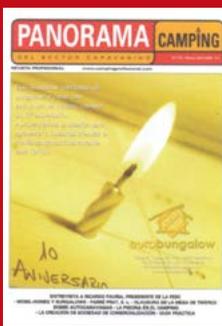
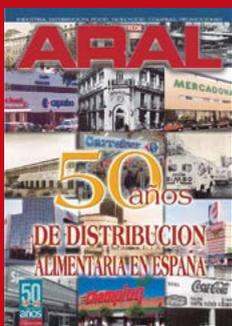
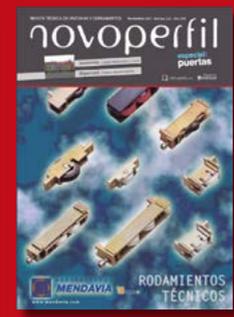
Audiencia con la Junta Directiva de la Asociación, celebrada en La Zarzuela en 2007, en conmemoración del 80 aniversario de la APP.

Libro de visitas de ConeQtia.



Esta fue una década de importantes cambios con los que la Asociación demostró su destacada capacidad de resiliencia y adaptación, una característica arraigada desde sus inicios. En un contexto en el que la televisión dominaba la inversión publicitaria e internet emergía y crecía incluso en tiempos de crisis, la Asociación centró sus esfuerzos en resaltar la prensa profesional como un medio publicitario extraordinariamente eficaz, capitalizando su relevancia en cada uno de los diversos nichos profesionales. Hacia el final de la década, la prensa profesional evolucionó desde un enfoque de prensa B2B a servicios B2B, y el reposicionamiento de la Asociación en 2010 supuso una adaptación a las nuevas necesidades de los editores hacia diversos canales y plataformas. La APP se transformó en ConeQtia, un referente en el que todos los editores de prensa profesional eran gestores de contenido B2B sobre cualquier soporte.

HEMEROTECA





DEL PAPEL

A LA MULTICANALIDAD



2010/2014

La segunda década del siglo XXI se inició bajo los efectos de la crisis económica mundial iniciada en 2008. Las tensiones en los mercados de materias primas, los desastres naturales como el terremoto acontecido en Japón, seguido de un tsunami y del accidente nuclear en Fukushima, y la inestabilidad en la Unión Europea, marcada por los rescates de Portugal, Irlanda y Grecia, se conjugaban con una penetración acelerada de un nuevo entorno tecnológico y el uso masivo de internet.

Mientras los movimientos contra los regímenes dictatoriales en Túnez, Egipto y Argelia se bautizaban como la “Primavera Árabe”, Europa era el destino de millones de personas desplazadas de esas zonas y de otros países africanos (Libia, Malí, Yemen, etc.) igualmente en conflicto. En los Estados Unidos, Barack Obama ejercía su primer mandato presidencial, en Europa se producían relevos en las monarquías belga y holandesa (2013) y en la española (2014), y un obispo argentino se convertía en el primer Papa católico de procedencia americana.

En 2010 Apple presentaba en California el primer modelo de iPad, un revolucionario dispositivo para navegar en la red, leer y mandar correos electrónicos, visionar fotos y videos, escuchar música, disfrutar de videojuegos o leer libros. A partir de 2011 Barcelona se convertía en la sede mundial de las comunicaciones móviles con la organización del Mobile World Congress.

CRONOLOGÍA

2010

El auge de las redes sociales con la aparición de Facebook en 2004, Youtube en 2005, Twitter en 2006 y Whatsapp en 2009, crece en 2010 con la aparición de Instagram y Pinterest.

Apple presenta el primer iPad, y abre el camino a una nueva forma de trabajar, comunicarse y entretenerse.

2011

Barcelona acoge el Mobile World Congress, cita anual de la industria de las comunicaciones móviles que continúa celebrándose en la capital catalana en la actualidad.

ConeQtia promueve el Postgrado en Periodismo Temático y de Proximidad de la Universitat Autònoma de Barcelona.

2012

Organizado conjuntamente por ConeQtia y ARI (Asociación de Revistas de Información), se celebra en Madrid el I Foro de Revistas, una iniciativa consolidada desde entonces con periodicidad anual. Ese mismo año, ConeQtia publica la "Guía de recursos para la digitalización" dirigida a sus asociados.

2013

ConeQtia pone a disposición de sus asociados un buscador que permite asociar cada cuenta publicitaria con la correspondiente agencia de medios, con una base de datos de más de 1.600 cuentas publicitarias de distintos sectores económicos.

2014

Fin de la crisis económica iniciada en 2008 con la crisis financiera. A medida que avanzaba el año, se observaban signos de recuperación económica en varios países y regiones clave, incluidas las economías desarrolladas y emergentes.

La accesibilidad instantánea a lecturas, audios y videos, su compatibilidad entre diversas tecnologías y la proliferación de nuevos dispositivos electrónicos capaces de reproducir contenido digital, determinaron la aparición de un nuevo paradigma. La comunicación dejaba de ser unidireccional. La interacción con el lector/suscriptor/usuario ya era posible, por lo que nacían nuevos retos y oportunidades: por una parte la desaparición de las barreras clásicas de distancia y tiempo permitían una nueva relación con el destinatario de los contenidos profesionales, enriquecedora para todos; por otra, el rol tradicional del editor como intermediario entre los anunciantes y el lector profesional corría el riesgo de desdibujarse, a la vez que la agregación de contenidos por parte de los motores de búsqueda en internet generaban nuevas necesidades de protección de los contenidos en materia de propiedad intelectual.

El sector de los periódicos y las revistas seguía evolucionando hacia un modelo de negocio que se adaptase mejor a las preferencias de los usuarios. En los últimos años, se habían llevado a cabo experimentos con plataformas diseñadas específicamente para dispositivos móviles, como Orbyt o Kioscoymas, plataformas basadas en suscripciones a diversos periódicos y revistas con la opción de configurar paquetes de contenidos según las necesidades individuales de cada usuario. Otro modelo de negocio implementado fue el *paywall*, en el que el usuario que deseaba acceder a

las noticias del medio digital se encontraba con una pantalla previa que le ofrecía distintas modalidades de pago. A pesar de la existencia de estos modelos de negocio, la publicidad seguía siendo la fuente de ingresos más importante.



El reto de la adaptación a un entorno radicalmente nuevo

Con el fin de ayudar a dar a conocer las publicaciones de prensa profesional como soporte para la publicidad de gran consumo, la APP había promovido unos años antes, en 2004, un estudio en profundidad del sector plasmado en el "Libro Blanco de Prensa Profesional". Se trataba de un análisis exhaustivo que tenía por objeto identificar los puntos fuertes y las áreas de mejora de la prensa profesional, además de proponer nuevos modelos de negocio.

El Libro Blanco identificaba alrededor de 364 editoriales técnicas y profesionales que publicaban 985 títulos, de los cuales apenas un 26,29% de ellos (259 publicaciones) estaban sujetos al control de OJD. La extrapolación de su circulación anual certificada, de más de 35 millones de ejemplares, situaba la difusión total del sector en los 62 millones de copias anuales y en una facturación publicitaria en el entorno de los 260 millones de euros al año, en 102 categorías sectoriales tan dispares como agricultura, alimentación, arquitectura, construcción, industria, comercio, transporte, logística y distribución, economía, tecnología, electrónica, informática y telecomunicación, derecho, ciencias de la salud, seguros, turismo, hostelería, medio ambiente, junto con todas las disciplinas profesionales imaginables.

Asimismo, el Libro Blanco 2004 había recogido algunas tendencias que el transcurso de los años confirmaba a toda velocidad. La principal debilidad estructural radicaba en el escaso músculo financiero de la industria, debido a la gran dependencia de los ingresos publicitarios y a la gratuidad de la información que impedía el desarrollo de proyectos de pago por demanda. En un contexto de alta penetración de dispositivos de reproducción y de digitalización de catálogos, el soporte papel ya no era el único cauce. El mercado de publicaciones digitales experimentaba un crecimiento notable, basado en la gratuidad, por lo que los nuevos tiempos requerían una nueva estrategia de comercialización y de remuneración y la revisión del concepto empresarial: de industria a servicio.

Para acometer esa profunda transformación los editores tradicionales contaban con diversas fortalezas: la afinidad del lector, el concepto de comunidad asociado a sus respectivas marcas, la segmentación de su público, la superespecialización y, sobre todo, la percepción de que los contenidos profesionales son imprescindibles para los decisores como herramienta regular y continuada de adquisición y actualización de conocimientos y del estado del arte de sus respectivos ámbitos de actividad.

El ritmo trepidante de los cambios y el desafío resultante de ellos fue objeto de análisis en múltiples encuentros de editores en todo el mundo, promoviendo espacios para el intercambio de ideas, aprendizaje, inspiración y evolución. ConeQtia dedicó muchos esfuerzos a apoyar y estar presente en las principales plataformas internacionales y ser punta de lanza del intercambio de conocimientos y experiencias, de la detección de tendencias y del establecimiento de acciones conjuntas en materias comunes (distribución, fiscalidad, protección de la propiedad intelectual, etc.). Por ello participó activamente en todos los foros internacionales de interés para los asociados de esos años, ya fueran organizados por la Federación Internacional de Publicaciones Periódicas (FIPP), por la Federación Europea de Editores de Revistas (FAEP), por la World Association Newspapers (WAN) o por la International Advertising Association (IAA), entre otros.



La eficacia publicitaria de los medios B2B

La tecnología iba transformando las relaciones entre los lectores y los medios, lo que afectaba a la producción de los contenidos y a su difusión, así como al consumo de la información y, desde luego, a la manera en la que los anunciantes decidían insertar sus anuncios.

Los cambios en los hábitos y preferencias de acceso a la información de los lectores determinaron la migración de los anunciantes hacia los canales online con el fin de aprovechar las ventajas que les ofrecía la tecnología digital a los efectos de rentabilizar mejor sus campañas. Ambas tendencias, de carácter general, alcanzaron también a los lectores en la búsqueda de información y el acceso a los contenidos B2B, y a los anunciantes de prensa profesional en la planificación de las campañas. La tradicional inserción gráfica offline se complementaba con formatos online, newsletters, informes especiales, bases de datos, y también con eventos presenciales como ferias y seminarios que facilitaban el encuentro cara a cara de los actores del sector destacando el valor del *networking* en la conexión empresarial.

En un entorno saturado de información, la prensa profesional conseguía mantener su principal valor y ofrecer contenido valioso, con la tecnología como aliada.



El Foro de Revistas

En noviembre de 2012 se celebró en Madrid el I Foro de Revistas, organizado conjuntamente por ARI (Asociación de Revistas de Información) y ConeQtia, Asociación de Prensa Profesional. El Foro nació con la voluntad de reunir en un único acto a los editores de revistas dirigidas al consumidor y a las revistas técnicas y profesionales, junto con anunciantes, agencias, distribuidores, grupos de comunicación y otros profesionales del sector.

El Foro contaba siempre con un ponente de excepción que disertaba sobre un tema de actualidad y de interés para los editores y el mercado. En la primera edición, el consultor internacional especialista en medios, Juan Señor, presentó la ponencia “Mediamorfosis: cómo reinventar la revista en la era digital”.

El éxito de la iniciativa ha hecho que el Foro se haya venido celebrando anualmente desde entonces cada otoño, convirtiéndose en una cita anual imprescindible del sector. En el 2024 el Foro de Revistas celebró su XIII edición.

I FORO DE REVISTAS



III FORO DE REVISTAS



II FORO DE REVISTAS



IV FORO DE REVISTAS



Al ritmo de los tiempos

ConeQtia presenta la “Guía de Recursos para la Digitalización”



ConeQtia publicó en febrero de 2012 una guía de recursos para ayudar a los editores de prensa profesional y de contenidos multimedia, en los procesos de cambio que comportaba la digitalización de sus actividades y publicaciones.

El contenido se presentó en dos documentos. El primero recogía un análisis de la situación del mercado de los medios de información, así como los cambios que se estaban registrando en ese momento, y hacía una propuesta a los editores relativa a la necesidad de cambiar al modelo de comunicación digital como solución para seguir la tendencia del mercado.

El segundo era una base de datos donde se ofrecían numerosas ofertas de servicios y referencias de profesionales, clasificadas en diferentes capítulos, para ayudar a los editores que necesitan de apoyo profesional, en el desarrollo y en la aplicación de soluciones para el cambio digital. La mayoría de estas referencias tenían experiencia en trabajar con publicaciones profesionales y/o especializadas, así como con otros medios de comunicación.

El cine, la televisión, la pantalla del ordenador y, más recientemente, la del teléfono móvil. En la era de la tecnología nos encontramos inmersos en lo que algunos llaman la “cuarta pantalla”, donde el tiempo dedicado a actividades online ha alcanzado proporciones exorbitantes en la vida cotidiana.

A escala mundial, las personas pasan casi siete horas diarias frente a una pantalla, y los móviles son los dispositivos más utilizados. Con un promedio de casi el 44% del tiempo que estamos despiertos dedicado a ellas, surge una reflexión inevitable: ¿hasta dónde llegará este consumo de tecnología? ¿Nos acercamos peligrosamente a una era en la que la sociedad se quedará “ciega” ante la realidad que nos rodea?

Este nivel de inmersión digital plantea interrogantes sobre el equilibrio entre la vida online y fuera de ella, así como sobre los posibles efectos a largo plazo en nuestra salud física, mental y en nuestras relaciones sociales, poniendo sobre la mesa la importancia de ser conscientes de nuestro uso de la tecnología y de las medidas para preservar nuestro bienestar en un mundo cada vez más conectado.

HEMEROTECA



A woman with dark hair tied back, wearing a blue surgical face mask, is shown in profile looking towards the right. The background is a dark blue, futuristic digital space filled with glowing, translucent virus-like particles and data points. The woman is wearing a grey sweater over a white shirt and is seated at a desk, with her hands on a laptop keyboard. A black pen is visible in her right hand.

DE LA ERA DIGITAL A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

2015/2025

“**L**a Organización Mundial de la Salud (OMS) considera que el riesgo de transmisión de la Covid-19 a través del papel impreso es infinitamente insignificante, por lo que la acción de coger un periódico o una revista para leerlos u hojearlos sea por una o por varias personas, tanto en casa como en un establecimiento público, es segura y no es causa de contagio.”

Aunque ahora pueda parecer evidente que el virus SARS-CoV-2 no se transmite a través de objetos de uso común, en los primeros días de la pandemia la falta de información clara y la incertidumbre acerca de la magnitud y las consecuencias de la infección por este coronavirus sumieron al mundo en un estado de angustia generalizada y de constantes dudas.

La COVID-19 marcaría un antes y un después en el siglo XXI, impulsando la transformación digital y condicionando tanto aspectos de la vida cotidiana como el panorama global, recordando la fragilidad de las estructuras económicas y sociales existentes y, a su vez, mostrando la capacidad de adaptación y resiliencia de la humanidad.

En España la pandemia provocó una fuerte contracción económica, con una caída del PIB del 11%, un desempleo disparado y un aumento significativo de la deuda pública. Sin embargo, apenas tres años después, la economía española recuperó las cifras del PIB pre-pandemia, gracias, fundamentalmente, al plan de recuperación de la UE NextGeneration y al crecimiento del turismo y del sector exterior.

Al mismo tiempo, la crisis de la COVID-19 impulsó cambios significativos en la cultura y las formas de trabajo, como el aumento del teletrabajo, el impulso de las herramientas digitales o el crecimiento del comercio electrónico.

La pandemia fue un punto de inflexión que aceleró la digitalización, lo cual nos acercó rápidamente al mundo de la inteligencia artificial (IA).

CRONOLOGÍA

2015

El atentado contra el semanario Charlie Hebdo deja 12 muertos y es perpetrado por islamistas radicales en represalia por caricaturas que consideraban ofensivas hacia el profeta Mahoma. Como resultado, se popularizó la frase "Je suis Charlie" como lema de solidaridad y apoyo a la revista.

2016

España es el país europeo que más navegó por teléfono móvil en 2016, según Eurostat. El 93% de los españoles navegó por internet, superando al 88% en Chipre y Holanda, 87% en Croacia, 86% en Reino Unido y 85% en Dinamarca.

2017

Los atentados terroristas en Barcelona y Cambrils en agosto de 2017 dejan 14 muertos y son portada de gran parte de la prensa internacional. Ocurrieron en medio del enfrentamiento político entre los gobiernos español y catalán por el referéndum del 1 de octubre de ese año.

2018

El 25 de mayo entra en vigor en España el nuevo Reglamento General de Protección de Datos Personales (RGPD), que regula la protección de las personas físicas en el tratamiento de datos personales y su libre circulación. Este reglamento impactó profundamente la forma en que las organizaciones manejan la información personal.

2019

Cumbre del Clima de Madrid de 2019: España acoge la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP25), buscando compromisos para combatir el calentamiento global. Greta Thunberg viaja en un yate sin emisiones de carbono desde Inglaterra hasta Nueva York para asistir a la Cumbre de Acción Climática de la ONU.

2020

La OMS declaró la pandemia de Covid-19 como emergencia de salud pública de importancia internacional, condición que se mantuvo hasta el 5 de mayo de 2023, cuando decretó el fin de la emergencia sanitaria.

2021

Se hace efectivo el Brexit. A partir del 1 de enero la legislación de la Unión Europea deja de aplicarse en el Reino Unido. Los efectos del Brexit se dejaron sentir en todos los ámbitos: economía, comercio, política nacional e internacional.

2022

OpenAI lanza ChatGPT. La empresa presenta la primera versión de ChatGPT, su herramienta revolucionaria de inteligencia artificial. En pocos meses, millones de personas utilizaban este sistema que impacta en diversas industrias y sectores. Rusia invade Ucrania. La invasión rusa de Ucrania comienza el 24 de febrero de 2022, marcando una escalada en el conflicto ruso-ucraniano que se inicia tras las protestas del Euromaidán en 2014, provocadas por la decisión de suspender un acuerdo de asociación con la UE.

2023

La selección femenina española de fútbol gana su primer mundial en Australia

2024

La UE aprueba la Ley de IA. El primer reglamento mundial de IA aparece en agosto de 2024 en la UE. El reglamento tiene por objeto estimular la adopción de una IA segura y fiable, la salud, la seguridad y los derechos fundamentales.

2025

100 años de prensa técnica. ConeQtia conmemora un siglo de dedicación a la prensa profesional. Desde su creación hace cien años, ha sido una firme defensora y representante de los intereses del sector en España. Hoy en día, continúa siendo un punto de unión, coordinación y defensa de los intereses comunes. En este momento emblemático, celebra su legado y mira con entusiasmo hacia el futuro.

El año 2015 estuvo marcado por un cambio en la dirección de la Asociación. Al llegar a marzo, finalizó el mandato de la Junta Directiva presidida por Eduardo García Guerra y pasaron el relevo a una junta renovada liderada por Joan Juan Loshuertos, de Elsevier.

Los servicios ofrecidos por la Asociación se mantuvieron consistentes, con una voluntad expresa de la nueva junta de priorizar la formación en temáticas innovadoras que permitieran a los socios ajustarse a los cambios profundos que estaban experimentando las formas de consumo de la información y de los contenidos.

La digitalización, la irrupción de nuevos actores digitales, la crisis del modelo tradicional basado en la publicidad en papel y la necesidad de diversificar las fuentes de ingresos, son algunos de los temas que más preocupaban a los creadores de contenido especializado en este periodo.

Muchas de las jornadas organizadas por ConeQtia en estos años son fiel reflejo de las inquietudes de los editores y de los cambios experimentados por los medios. Es el caso de las sesiones *“Marketing en redes sociales: La estrategia de los editores B2B en las redes sociales”*, *“Display Performance y otros canales digitales alternativos a Google”*, *“El contenido en píldoras audiovisuales. La experiencia de las editoras de Empresas Saludables”*, *“Influencers y medios profesionales: La socialización del prestigio en la nueva era digital”*.

Al mismo tiempo, la Asociación seguía siendo fuente de actualización para los editores, ofreciéndoles sesiones formativas sobre temas de obligado cumplimiento como los contratos editoriales, la propiedad intelectual o el impacto del nuevo reglamento de protección de datos en el sector editorial.

Durante este decenio es importante destacar el estrecho proyecto de cooperación con la Asociación de Revistas de Información (ARI) en la organización del Foro de Revistas, que empezó a celebrarse en 2012 con la voluntad de unir en un mismo acto a las revistas técnicas y las revistas dirigidas al consumidor junto con anunciantes, agencias, distribuidores y otros profesionales del sector. En 2024 el Foro de Revistas celebró su XIII edición.

A lo largo de estos años, participaron en el Foro oradores españoles como Rosalía Lloret, Directora de Relaciones Institucionales de OPA Europe (Asociación Europa de Editores Online) y actualmente CEO de eldiario.es, que presentó su *“Guía para editores en el ecosistema digital”*; Juan Señor, presidente de Innovation Media Consulting, profesor en Oxford y editor del libro *Innovation in Magazine Media World Report*, quien explicó *“El camino hacia el futuro. Cómo puede triunfar tu marca en la nueva era digital”*, así como entre otros muchos ponentes internacionales de excepción como James Hewes, Presidente & CEO de FIPP, la asociación mundial de revistas, que disertó sobre *“Edición de revistas tras el COVID-19. ¿Y ahora qué?”*; Richard Shotton, Head of Evidence de MG OMD (UK) que presentó la ponencia *“The Choice factory: findings from behavioural science to improve advertising”*; Brian Morrissey, fundador de The Rebooting y expresidente y Editor de Digiday, que expuso su visión optimista

del negocio a través de “Why magazines can thrive in a changing media landscape”; Marcus Rich, CEO de Time Inc. (UK), con la ponencia “The power of magazine brands in today’s media world”; o Peter Kreisky, Profesor en Yale, en Stanford, en la Escuela de Periodismo de Columbia y en la NY University, quien presentó la conferencia “Magazine Media: Publishing Reinvented”.

Después de ocho años al frente de la Asociación, Joan Juan Los Huertos (Elsevier España), expresó su deseo de no optar a un nuevo mandato para facilitar la renovación de la organización.

En 2023, la Asamblea eligió una nueva Junta Directiva presidida por José Henríquez Navarro, Gerente de Infoedita Comunicación Profesional, con la Vicepresidencia a cargo de Lola Fernández Paniagua, Directora General de Sweet Press. José Henríquez tomó las riendas con el objetivo claro de seguir preservando la calidad de los contenidos en medios profesionales, independientemente de los formatos utilizados para su distribución y comunicación. Asimismo, encaró el reto de preparar los actos de celebración del centenario de la Asociación en el año 2025.



Homenaje a los expresidentes de ConeQtia



El once de diciembre de 2019, la Junta Directiva de la Asociación, bajo la dirección de Joan Juan y la gerencia de Ramón Clapés, rindió en Barcelona un reconocimiento a los expresidentes de la Asociación desde 1980.



ConeQtia, fundada en 1925 bajo la denominación de Asociación Española de Prensa Técnica, celebraría su 95º aniversario en 2020. Con el centenario ya a la vista, los miembros de la Junta Directiva de ConeQtia vivieron una jornada memorable con las personas que habían liderado la organización en los últimos cuarenta años, reconociendo y agradeciendo su esfuerzo altruista en favor de los editores de contenidos profesionales.

El evento reunió a figuras destacadas de la historia de ConeQtia. Entre los asistentes estaban Josep Oriol Àvila, quien presidió la Asociación de 1980 a 1988; Ferran Puig, al mando de 1988 a 1996; Juan Carlos Aramburu, que dirigió la institución de 1996 a 2001; Miquel Vila, presidente de 2001 a 2010; Eduardo García, líder de 2010 a 2015; y el presidente de ese momento, Joan Juan. También se contó con la presencia especial de Jaime de Haro, hijo de Miguel de Haro, quien fue presidente entre 1976 y 1980.

La encargada de guiar este emotivo recorrido por la historia de ConeQtia fue María Rosa Pons, exgerente de la Asociación. Pons resumió los casi 95 años de historia de la organización destacando el inquebrantable compromiso de generaciones de editores por compartir inquietudes e intereses comunes. En su intervención subrayó el “compromiso de cooperar para competir” que siempre ha caracterizado a la Asociación y expresó su profunda gratitud por haber sido parte de esta comunidad.

La COVID-19, un desafío inesperado

El año 2020 trajo consigo un reto inesperado: la pandemia de la COVID-19. Esta situación condicionó gran parte de la actividad de la Asociación y de sus editores. A pesar de las dificultades, se adaptaron rápidamente a la nueva normalidad, llevando a cabo la mayoría de sus actividades de forma virtual.

El gobierno de España tomó una serie de medidas económicas para paliar los efectos del confinamiento por la COVID-19, que se extendió desde marzo hasta mayo de 2020. Entre estas disposiciones destacan la ampliación de las prestaciones por desempleo, las ayudas directas a autónomos y empresas con dificultades, una moratoria de seis meses en las cotizaciones sociales a la Seguridad Social, así como la apertura de una línea de financiación a través del ICO dirigida a las pymes.

Sin embargo, en el listado de actividades detalladas en el Real Decreto de medidas extraordinarias de apoyo a la solvencia empresarial, quedaron fuera la Edición de Revistas (CNAE 5814), a pesar del reconocimiento gubernamental de que las publicaciones periódicas son un servicio de primera necesidad y que la caída de ingresos fue muy superior al 30% requerido en esta convocatoria de ayudas. ConeQtia, junto con otras asociaciones sectoriales (ARI, CLABE y ARCE), defendieron intensamente los intereses de los editores de revistas, aunque finalmente no se consiguieron resultados positivos.

Por otro lado, a pesar de los desafíos que entrañaba producir revistas y periódicos en condiciones de conexión remota, las marcas de medios de todo el mundo fueron testigos de la emergencia de varias tendencias a raíz de la pandemia, algunas de las cuales, como el teletrabajo, se mantienen en la actualidad.



Recuperación de las suscripciones digitales. A pesar de la disminución de la demanda publicitaria, las suscripciones digitales no solo se recuperaron, sino que también experimentaron un aumento notable. Con la movilidad de las personas restringida, estas buscaron fervientemente proveedores de contenido de alta calidad que ofrecieran entretenimiento, inspiración e información confiable, tanto general como especializada. Y allí estaba la prensa técnica.



Aumento de la información local y sectorial. Conforme la crisis se intensificaba, las personas no solo buscaban información más precisa, sino que también mostraban un creciente interés por datos locales y especializados, una necesidad a la que la prensa técnica supo dar respuesta.



Auge de los medios técnicos especializados en salud. Todas las publicaciones profesionales vinculadas al sector de la salud (medicina, farmacia, enfermería, etc.) se convirtieron en una fuente fundamental de información y crecieron de forma importante, no solo durante la pandemia sino también en los años siguientes.



Caída de los eventos presenciales y crecimiento exponencial de la formación online. La pandemia supuso un catalizador del crecimiento de la formación online a un ritmo sin precedentes. En las primeras décadas del siglo XXI, con la finalidad de diversificar fuentes de ingresos, muchos editores apostaron por la organización de eventos profesionales presenciales. Aunque no era nada nuevo, ya que los editores técnicos siempre han participado e incluso organizado ferias sectoriales, sí que experimentaron un crecimiento significativo. Con la llegada de la pandemia, esta línea de negocio desapareció, debido a la necesidad de reducir al mínimo el contacto social. Los editores para los cuales los eventos tenían un peso importante en su cuenta de explotación, sufrieron un impacto importante, mientras que otros con mayor capacidad para organizarlos de forma virtual, no solo salvaron el envite, sino que mejoraron sus resultados.

Con el fin de la pandemia, se recuperaron a pleno rendimiento los actos presenciales, incluso en mayor medida, después de muchos meses de confinamiento y restricciones sociales.



Proliferación del teletrabajo. La pandemia de COVID-19 ha actuado como un catalizador sin precedentes para la proliferación del teletrabajo a nivel global. Esta modalidad laboral, que antes era una opción poco común, se ha convertido en una realidad para millones de personas en todo el mundo.



Lucha contra la “infodemia” y las noticias falsas. Aunque el fenómeno de la desinformación no es nuevo, el término “infodemia” se popularizó durante la pandemia de COVID-19. La Organización Mundial de la Salud (OMS) lo adoptó para describir la gran cantidad de información falsa y engañosa que circulaba en línea sobre el virus, las vacunas y las medidas de prevención. Las redes sociales, con sus algoritmos que priorizan el contenido viral y la interacción, aceleraron la propagación de las “fake news” no solo en el ámbito de la salud. En este contexto, los contenidos elaborados por periodistas y avalados por los editores, cobraron valor.



Menos editores, más títulos: la evolución de la industria editorial profesional

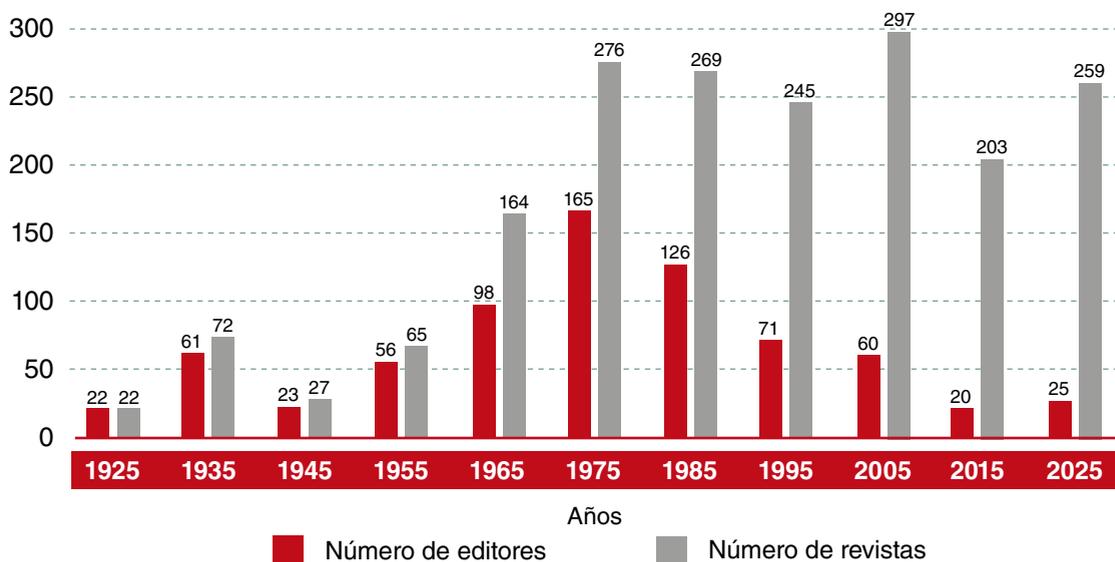
En sus inicios, la Asociación agrupaba una veintena de editores, cada uno de los cuales publicaba una revista. Aunque con el tiempo algunos empresarios editoriales publicaban más de un título, no se produjo un cambio relevante hasta finales de los años 90 y, sobre todo, en el siglo XXI, en el que la concentración empresarial se hizo bien patente.

Los motivos de esta acumulación de revistas en manos de pocas empresas son básicamente dos: por un lado, la aparición de multinacionales extranjeras con suficiente músculo financiero para crear y adquirir cabeceras y, por otro, la necesidad que se hizo evidente con las crisis de disponer de economías de escala para ganar eficiencia en un mercado cada vez más competitivo.

Por otro lado, al analizar la evolución de las revistas profesionales de ConeQ-tia, destacan varios momentos históricos:

- Entre 1962 y 1968 la Asociación acogió a las revistas dirigidas al consumidor, no técnicas, que no tenían un paraguas asociativo en España, lo que hizo que aumentara el número de títulos de forma significativa (165 editores y 276 revistas en 1975). ARI, la Asociación de Revistas de Información nació años más tarde, en 1977, y las publicaciones dirigidas al consumidor fueron abandonando progresivamente la Asociación para incorporarse a ARI. En paralelo, en los años 80 se produjo un auge de las revistas especializadas para profesionales que amortiguó esta salida de revistas hacia ARI.
- En los años 90 se produjo una salida en bloque de algunos editores de revistas técnicas que no estaban de acuerdo con el criterio de transparencia de tiradas y difusión impuesto por la Junta Directiva de la Asociación, lo que implicó una reducción significativa del número de editores, aunque no tanto en número de revistas (71 editores y 245 revistas en 1995).
- La consecuencias de la crisis financiera del 2008, que se inició con el estallido de la burbuja inmobiliaria, se prolongaron durante varios años, afectando a todos los sectores de la economía y, por supuesto, también a las revistas profesionales, algunas de las cuales desaparecieron y otras buscaron refugio en multinacionales o empresas de mayor tamaño, facilitando la concentración.

Evolución de los editores y de las revistas asociadas



Los contenidos multimedia especializados más cerca del profesional que nunca

La prensa profesional es un medio que tiene el privilegio de llegar a un público selecto, cualificado y prescriptor: los decisores de las empresas.

Un medio al que, por tanto, se le exige una alta calidad de contenidos y que cuenta con un elevado poder de prescripción y una enorme credibilidad, que cobra mayor valor en el contexto actual marcado por la desinformación.

Un medio en el que, sin renunciar a las revistas en papel, se ha ido abriendo a la creación de servicios y marcas de ayuda al profesional. Revistas online, boletines especializados, ferias virtuales, jornadas y eventos, formación en línea, libros en papel y digital, plataformas de contenidos, consultoría sectorial especializada, etc. Hoy, los medios profesionales han superado barreras para estar más cerca del profesional que nunca.

ConeQtia lanza la campaña “Información para decidir” y presenta el buscador de artículos profesionales

ConeQtia puso en marcha en enero de 2021 una campaña de comunicación orientada a los lectores de revistas especializadas para poner en valor el papel que juegan los medios de comunicación profesional en la elaboración de información rigurosa y de calidad que aporta gran valor a las empresas de cada sector.

Bajo el lema “Información para decidir”, la campaña ponía de relieve que los editores que forman parte de ConeQtia son garantía de profesionalidad, veracidad, responsabilidad y rigor. Y sus medios son fiables y fuente de inspiración.



Asimismo, ConeQtia incorporó en su web el “Buscador de Artículos”, una herramienta que permite encontrar informes y artículos especializados publicados en más de cuarenta revistas dirigidas a los profesionales que trabajan en multitud de sectores económicos que se agrupan en 9 grandes áreas: Alimentación, Arquitectura y Construcción, Automoción, Deportes, Distribución, Industrial, Salud, TIC y Multisectorial. El resultado de la búsqueda presenta el resumen o los primeros párrafos del artículo. Para leer el contenido completo es necesario seguir el enlace hasta la web de cada editor.

Este buscador, disponible en abierto, está en permanente revisión y ampliación a medida que nuevos editores incorporan revistas de su catálogo.

Valores que duran 100 años, y más

Los primeros editores que constituyeron la Asociación procedían de sectores tan diversos como la agricultura, la ingeniería o la farmacia. Descubrieron que, a pesar de representar ámbitos tan distintos, les unía la voluntad de servicio a su industria, trasladando innovaciones, informaciones relevantes, dinamizando su sector y facilitando el intercambio de conocimiento.

La Asociación se convirtió en el *clúster* de estos medios técnicos dirigidos a profesionales y su larga vida no se entendería sin la existencia de unos valores comunes intrínsecos de la Asociación que se han mantenido a lo largo de estos 100 años:

- **Compromiso con la calidad del contenido.** Los lectores de la prensa especializada para profesionales son los decisores de las empresas, por lo que el rigor y la calidad de los contenidos es una cualidad absolutamente indispensable.
- **El valor de la hiperespecialización.** Los editores de la Asociación desarrollan en profundidad un nicho de mercado concreto, lo cual permite no solo estar al corriente de las innovaciones del sector, sino también conocer a la mayor parte de los actores de esa industria, lo que representa un gran valor para el mercado.
- **Voluntad de transparencia.** La Asociación ha hecho siempre una fuerte apuesta por la transparencia de las tiradas y la difusión de las publicaciones, colaborando estrechamente con la OJD a lo largo de toda su historia.
- **Vocación internacional.** La Asociación tuvo una participación activa en la creación de la Federación Internacional (FIPP) en 1925, el mismo año en el que se fundó ConeQtia. Desde entonces y hasta la actualidad, la vinculación con la Federación Internacional ha sido estrecha. En este sentido, la edición número 47 del congreso mundial de la FIPP se celebrará en Madrid en 2025.
- **Defensa de la propiedad intelectual.** La Asociación tiene un profundo compromiso con la protección de la propiedad intelectual y los derechos de autor a fin de garantizar que los autores sean remunerados justamente por su trabajo, fomentar la creación y difusión de obras originales y permitir que autores y editores desarrollen su actividad de manera sostenible.
- **Independencia.** La Asociación no está sujeta a intereses comerciales o políticos externos, de forma que puede defender de manera imparcial los intereses de los editores profesionales asociados. Esto contribuye a un ecosistema editorial más robusto y dinámico, beneficiando tanto a los autores como a los lectores.



Al ritmo de los tiempos

Ley para regular la IA

En el 2024, la Unión Europea aprobó el primer reglamento mundial sobre inteligencia artificial, conocido como Ley de IA, que entró en vigor en agosto de 2024, aunque algunas de sus disposiciones lo irán haciendo de forma escalonada hasta el 2027.

Este reglamento tiene por objeto perfeccionar el mercado interior y estimular la adopción de una IA segura y fiable, asegurando al mismo tiempo la salvaguarda de la salud, la seguridad y los derechos fundamentales

No obstante, la protección legal de los derechos de autores y editores cuyos trabajos sirven de base para el entrenamiento de modelos de IA, es por el momento escasa.



En este capítulo nos hemos acercado al último decenio de vida de ConeQtia, marcado por la transformación digital y el impacto de la COVID-19 en el sector de las publicaciones, resaltando una vez más la faceta camaleónica de la prensa técnica. Desde sus inicios en 1925, los editores han demostrado la habilidad para adaptarse y evolucionar a tenor de las circunstancias, igual que un camaleón cambia de color para mimetizarse con su entorno.

En el inesperado contexto de crisis sanitaria, se subrayó la importancia de la veracidad, la independencia y la calidad en la creación de contenidos. Las publicaciones especializadas en salud y sus profesionales desempeñaron una labor encomiable en un mundo en el que la información sanitaria está cobrando una importancia creciente de cara al futuro.

La crisis sanitaria reafirmó el valor de la prensa especializada no solo en el ámbito de la salud, sino también en otras áreas del conocimiento.

Al mismo tiempo, la pandemia aceleró exponencialmente la adopción de tecnologías digitales, catapultándonos hacia una era en la que la IA Generativa se perfila como el agente de cambio más disruptivo que ha experimentado la industria de los medios en décadas.

Mientras el lector celebra ahora el centenario de ConeQtia, queda claro que la prensa profesional sigue siendo fundamental para proporcionar información de calidad en un mundo en cambio constante. Con su integridad y rigurosidad, la prensa especializada y profesional ha sido, es y seguirá siendo un faro, orientando a los lectores hacia una información fidedigna para que puedan formar su propio criterio, además de facilitar la inspiración y abrir puertas a la innovación.

EDITORIALES 360°: DE PUBLICAR A CONECTAR



• <https://www.bps.com.es/>



• <https://cdecomunicacion.es/>



• <https://www.cmedc.net/es/>



• <https://www.elpublicista.es/>



• <https://www.elsevier.com/es-es/>



• <https://eurocarne.com/>



• <https://puntomice.com/>



• <https://www.grupoaseguranza.com/>



• <https://www.grupoasis.com/>



• <https://www.gruposenda.es/>



• <https://www.infoedita.es/>



• <https://www.interempresas.net/>



• <https://www.izaro.com/>



• <https://krmedicine.com/>



• <https://www.mercacei.com/>



• <http://www.ondiseno.com/>



• <https://www.pedeca.es/>



• <https://www.publinasdigital.com/>



• <https://www.puertasautomaticasediciones.com/>



• <https://www.sweetpress.com/>

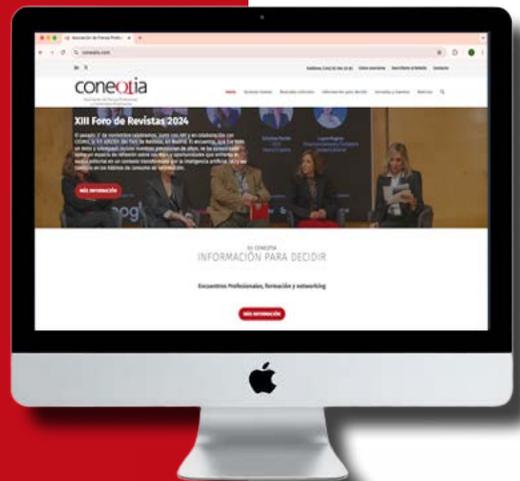
• <https://techpress.es/>



• <https://www.todotransporte.com/>



• <https://www.linkedin.com/company/versysediciones/about/>





SOLO EL PERIODISMO SALVARÁ AL PERIODISMO



JUAN SEÑOR,
Presidente de INNOVATION
Media Consulting Group,
Londres, Reino Unido

2025...





Es innegable que el momento actual es el más crucial para el futuro de nuestra industria, sector en el que el ritmo del cambio tecnológico es frenético y en el que planificar el futuro puede parecer absurdamente inútil cuando estamos permanentemente luchando por ponernos al día con lo último en Inteligencia Artificial.

Entonces, ¿cómo lograr que la adopción de nuevas innovaciones nos asegure que dedicamos el tiempo suficiente para garantizar que los fundamentos se mantengan firmes? ¿Cómo navegamos hacia adelante? Esta es la pregunta que todos los editores deben plantearse en un momento en que las decisiones adoptadas hoy tienen numerosas repercusiones en cadena en el ecosistema de medios del mañana.

Estos principios se aplican a todos los editores, incluidos los miembros de ConeQtia dedicados a la edición profesional B2B. Durante 35 de los 100 años de existencia de ConeQtia, en Innovation Media Consulting Group hemos ayudado a editores de todo el mundo a sobrevivir y prosperar. Así pues, aquí ofrecemos algunas perlas de 'sabiduría de la innovación', basadas en las aportaciones de editores internacionales y nuestra experiencia orientada a fomentar la reflexión.



DIEZ PRINCIPIOS RECTORES PARA PUBLICAR EN LA ERA DE LA IA

1

HAGAMOS ESTO BIEN

Los trenes digitales llegan y se van, y seguimos perdiéndolos solo para luego apresurarnos a alcanzarlos. Inicialmente descartamos el cambio global hacia el consumo digital de escritorio, luego perdimos el cambio a lo social y después el cambio a lo móvil.

En el ámbito digital, siempre vamos un paso por detrás. Y cuando nos unimos, terminamos en desventaja, porque las audiencias ya han desarrollado sus hábitos digitales, y las grandes tecnológicas han acaparado el mercado publicitario.

Debemos hacerlo bien. La era digital de la IA es un cambio de época. No se trata de transformación digital; es transformación de lo digital. No perdamos el tren de la IA.

2

ESTUPIDEZ ARTIFICIAL: ESO ES LO QUE OBTENDREMOS SI NO CREAMOS LOS FUNDAMENTOS CORRECTOS ANTES DE EXPERIMENTAR CON IA

Y aunque no podemos perder el tren de la IA, tampoco podemos apresurarnos a la hora de definir cómo adaptamos y adoptamos lo que está por venir. Debemos establecer directrices claras: editoriales y de negocio. 'Primero humanos y por último humanos', como sostiene The New York Times, es la forma sensata de abordar cualquier

interacción con soluciones de IA para la publicación. Y, sin embargo, hemos pasado del escepticismo a la experimentación masiva, y ahora la mayoría de los periodistas están usando algún tipo de IA sin directrices. En la mitad de las redacciones se utilizan herramientas de IA generativa, pero solo una quinta parte tiene directrices.

Si primero y ante todo no disponemos de los fundamentos correctos, terminaremos con estupidez artificial. Es un error miope usar la IA en las redacciones solo por motivos de eficiencia. Si abordamos la IA pensando solo en eficiencia de costes, corremos el riesgo de deshumanizar el periodismo. Sí, la IA puede transcribir, resumir, reutilizar contenido y reempaquetar periodismo original, pero no puede hacer periodismo original.

Según una encuesta global reciente, solo el 8% de la población confía en la IA generativa, así que preparémonos para una reacción adversa. Quieren humanos, no robots. Las personas siguen a personas, no a robots. Si el uso de la IA se deja sin supervisión, nuestros lectores se enfadarán y cualquier ahorro que podamos percibir como tal terminará costándonos más en daño reputacional de marca.



NO SE PUEDE CONSTRUIR UN NEGOCIO DE MEDIOS EN LA PLATAFORMA DE OTRA PERSONA

Cuando miramos hacia atrás en la historia de la publicación y las grandes tecnológicas, uno de los pecados capitales que hemos cometido repetidamente desde el principio ha sido perseguir cualquier elemento brillante que hace aparición sin preguntarnos dónde está el valor para nosotros. Las plataformas de las grandes tecnológicas ofrecieron audiencias gratuitas si les dábamos contenido gratuito. Lo gratuito resultó ser muy caro.

Los últimos tres años han llevado a muchos editores a comprender plenamente que la esencia de la publicación es tener una relación directa con los lectores. Si establecemos esta relación directa con el lector, podemos dictar el precio, la frecuencia y el tipo de contenido. Si nuestro contenido está en la plataforma de terceros, ellos ganarán el dinero y establecerán la relación con los lectores, no nosotros. El dinero se genera donde se lee el artículo. La relación se desarrolla en la plataforma donde se lee. No se puede construir un negocio de medios en la plataforma de otra persona. Los lectores o vienen a nuestro sitio primero y siempre, o nunca tendremos el control sobre nuestros activos de medios.



4

LA AUDIENCIA CORRECTA ES MÁS IMPORTANTE QUE UNA GRAN AUDIENCIA

Durante mucho tiempo hemos interpretado mal el modelo de negocio de la publicación en línea, asumiendo que más sería mejor. Hemos perseguido implacablemente el volumen en lugar del valor. Algunos llamaron a los últimos 20 años de publicación digital 'cocaína de clics'. Pasamos del periodismo al voyeurismo. Nos hemos medido por el número de seguidores, clics, me gusta y compartidos. Esto es algo que ningún otro negocio haría jamás. No podemos ser todo para todos. Nos dijeron que cuanto mayor fuera el alcance, mayor sería el compromiso. Estaban equivocados. Nosotros estábamos equivocados.

Hoy los editores entienden que la audiencia adecuada es más importante que una gran audiencia. Pero aún se hace poco para segmentar audiencias y establecer objetivos específicos basados en audiencias realistas. Lo último que muchos de nosotros necesitamos son más visitantes; lo que necesitamos son clientes dispuestos a pagar.

5

PRIORIZAR LO DIGITAL NO SIGNIFICA PRIORIZAR LAS REDES SOCIALES

La obsesión por el volumen se ha desarrollado principalmente en plataformas de redes sociales. Muchos editores todavía hoy miden el éxito de su estrategia digital basándose en el volumen de tráfico generado por sus redes sociales. Esto es simplemente incorrecto. Ha funcionado muy bien para las plataformas de redes sociales, pero muy mal para nosotros, los editores. Les proporcionamos contenido que nos cuesta euros producir, y ellos nos devuelven centavos que no les cuesta nada generar.

La desvinculación de las redes sociales es ahora la norma para los editores inteligentes. En lugar de tiktokizar nuestro contenido, debemos usar las redes sociales solo para adelantos, aperitivos y llamadas a la acción, en lugar de ofrecer historias completas, lis-

tas, ideas o infografías gratis. Nada que sea gratis en la vida se valora. El valor dicta el precio. La desvinculación de las estrategias digitales centradas en las redes sociales es real y permanente. Debemos evitar los intermediarios de redes sociales. Es un modelo de negocio fallido para nosotros, no para ellos.

6

REALMENTE TENEMOS EL PODER DE REUNIR

Los humanos somos sociales. Anhelamos reunirnos y conectarnos en persona. Y en una era de eventos virtuales, distantes e impersonales, los eventos que nos reúnen son más importantes que nunca. Los editores a menudo subestiman su poder de convocar, de reunir a las personas en torno a intereses profesionales, pasatiempos y pasiones.

Nuestras marcas se han convertido en identificadores tribales y, sin embargo, no explotamos en todo su potencial nuestro poder para organizar eventos, conferencias, cumbres, galas y premios de la industria. Los eventos son periodismo en el escenario. Debemos tratar la selección, organización y comunicación de nuestros eventos con el mismo cuidado y atención que damos a cada una de nuestras publicaciones digitales y físicas. Y deberíamos cobrar más que nunca por encontrarnos, pertenecer, conectar y celebrar nuestro conocimiento común, pasiones e intereses. Ninguna otra industria puede reunir como nosotros. Aprovechemos aún más esta ventaja clave.

7

CONVIÉRTETE EN UNA PULGADA DE ANCHO Y UNA MILLA DE PROFUNDIDAD: EN UN MUNDO DE ABUNDANCIA, ENCUENTRA TU ESCASEZ

La economía es la creación de valor al satisfacer una demanda existente. En nuestra era digital hay un suministro ilimitado de demanda superficial. Esa abundancia ha devaluado





nuestra relevancia como editores, ya que no podemos esperar cobrar por contenido estandarizado.

Entonces, el futuro de la publicación está en los nichos, y dentro del nicho en los 'micro-nichos'. Si encontramos la pulgada en la brecha de la abundancia, podemos perforar en profundidad una milla, o incluso más allá, y aprovechar la escasez. Cuanto más escaso sea tu contenido, mayor será la parte del valor de marketing o publicidad de ese nicho que poseerás.

Todo esto suena sensato y básico y, sin embargo, muchos editores todavía se centran en el periodismo informativo o el periodismo de boletines, enumerando lo que sucede en una industria o convirtiéndose en un registrador diario del quién, dónde, cuándo y qué del periodismo, cuando nuestro futuro está en el por qué, qué sigue y qué significa todo.

Por tanto, deja de vender información y comienza a vender inteligencia. Y el secreto es hacerlo con rapidez, con análisis instantáneos, ideas breves e inteligentes, prediciendo las noticias, avanzándolas, comentándolas. Invierte en este tipo de periodismo y la economía de los medios se volverá cada vez más eficiente.



LA IMPRESIÓN ES ETERNA. NO SERÁ REEMPLAZADA, PERO HA SIDO DESPLAZADA

La impresión no morirá; no está siendo reemplazada sino reinventada como la 'nueva impresión'. Esta nueva impresión es un objeto de colección: piensa en el libro-revista donde jugamos con las fortalezas de la impresión: permanencia, fisicalidad, sensualidad. Los humanos somos seres sensoriales. Aprendemos tocando.

Así que en una era de menos impresión, impresión más grande e impresión más cara. El precio importa. Puedes cobrar hasta 5 veces el precio de venta antiguo.

Usa la impresión para hacer una declaración, iniciar una conversación. Usa la impresión para ganar visibilidad y credibilidad. La impresión seguirá siendo tu buque insignia, tu propuesta premium. La impresión es alta costura; lo digital es prêt-à-porter.

9

ESCUCHA A TUS EDITORES: ELLOS TE HARÁN GANAR DINERO

Desde hace algún tiempo, a los editores se les ha dicho que deben convertirse en empresas tecnológicas. Y aunque debemos adoptar y dominar las tecnologías digitales, estas son un medio para un fin, no un fin en sí mismas.

La publicación es un negocio de contenido. Los negocios de contenido requieren originalidad y creatividad basadas en la percepción humana. Solo un cerebro humano puede crear. Uno artificial puede recrear. Pero son los editores y periodistas quienes producen el contenido diario que sorprende, informa, inspira y educa a nuestros lectores. Y, sin embargo, los editores a menudo se encuentran al final del proceso de producción. Se les asigna y encarga producir contenido definido por comités estratégicos o equipos de marketing. Deberían ser escuchados e incluidos desde el principio y a lo largo de cualquier proceso de publicación. Si los escuchas, harán que se produzca la magia editorial que hace que se genere el dinero.

10

SOLO EL PERIODISMO SALVARÁ AL PERIODISMO

George Orwell dijo: *“el periodismo es publicar lo que alguien no quiere que publiques. El resto es relaciones públicas.*

Necesitamos ser claros en esta era de maravillas tecnológicas con el extraordinario advenimiento de todas las cosas relacionadas con la IA que, sin importar el enfoque en tecnología, velocidad, volumen, nuevos modelos de negocio o innovaciones paralelas, salvarán nuestro negocio. Solo un enfoque constante en el periodismo de calidad, que posea una voz informada, inteligente, única y provocativa, generará la audiencia leal que pagará y seguirá pagando más por nuestro periodismo. No podemos hacer periodismo para nuestros anunciantes; debe hacerse para nuestros lectores primero y ante todo. Produzcamos periodismo diario por el que valga la pena pagar, y nuestra publicación vivirá otros 100 años.



NUESTROS PRESIDENTES



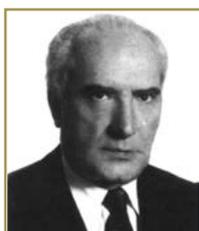
Teodoro Colomina Cases

Presidente de 1925 a 1967



Pedro Cartanyá Aleu

Presidente de 1967 a 1968



José López del Arco y Soler

Presidente de 1968 a 1976



Miguel de Haro Serrano

Presidente de 1976 a 1980



Josep Oriol Àvila Montesó

Presidente de 1980 a 1988



Ferran Puig Vilar

Presidente de 1988 a 1996



Juan Carlos Aramburu

Presidente de 1996 a 2001



Miquel Vila i Regard

Presidente de 2001 a 2010



Eduardo García Guerra

Presidente de 2010 a 2015



Joan Juan Los Huertos

Presidente de 2015 a 2023



José Henríquez Navarro

Presidente desde 2023

1925/2025 **100 años**
de Prensa Profesional



Con la colaboración de



conetia
Asociación de Prensa Profesional
y Contenidos Multimedia