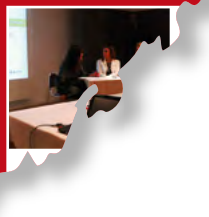
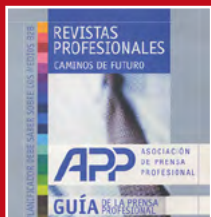
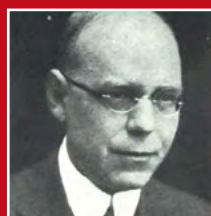


1925-2025 100 anys de Premsa Professional



Generalitat
de Catalunya

coneQtia

1925 - 2025

1925-2025 **100 anys** de **Prensa Professional**

Un passeig per la història
de l'edició de continguts
especialitzats per a professionals



**Generalitat
de Catalunya**

PRESENTACIÓ

Moltes felicitats a Coneqta pels seus cent anys d'història en defensa de la premsa professional i per la iniciativa de traduir aquest volum commemoratiu al català. Aquesta defensa avui esdevé un veritable servei públic, ja que en l'era de la gran transformació tecnològica que vivim és indispensable comptar amb el rigor i el compromís a favor de la veritat.

És essencial que la ciutadania trobi en tots els àmbits els elements que configuren el bon periodisme: aquell que ens explica el món des de l'honestetat, el rigor, la llibertat, el qüestionament i la vocació de servei públic.

Salvador Illa i Roca

President de la Generalitat de Catalunya

Agraïments a l'edició en castellà

ConeQtia expressa el seu agraïment més sincer a M. Rosa Pons, gerenta de l'Associació entre el 2002 i el 2008, i a Ramón Clapés, que ha ocupat aquest càrrec des del 2011 fins a l'actualitat, per la seva valuosa col·laboració en la redacció d'aquest llibre. Els seus profunds coneixements de la història de la nostra entitat i la seva àmplia experiència han estat cabdals per plasmar l'esperit d'aquesta Associació al llarg dels seus 100 anys de vida.

Amb la col·laboració de  CEDRO

© 2026, Generalitat de Catalunya per aquesta edició en català

© 2025, ConeQtia de l'edició en castellà

Tots els drets reservats. Ni la totalitat ni part del document es poden reproduir, emmagatzemar sota un sistema de recuperació ni transmetre per cap procediment electrònic o mecànic, incloent-hi la fotocòpia, sense permís per escrit del titular del copyright.

Amb el suport tècnic de l'Entitat Autònoma del Diari Oficial i de Publicacions

DL: B 8776-2026

INTRODUCCIÓ

Cent anys són més que una xifra. Són memòria, compromís i evolució. Són la suma de generacions de professionals que han entès la comunicació no com un simple ofici, sinó com una responsabilitat amb la societat.

L'any 1925, a Barcelona, naixia l'Asociación Española de Prensa Técnica, avui ConeQtia, Associació de Premsa Professional i Continguts Multimèdia, en un context històric profundament diferent de l'actual, però ja marcat per la necessitat de rigor informatiu, especialització i servei públic. Des d'aquells primers fonaments, la nostra associació ha evolucionat fins a convertir-se en l'entitat que avui representa grups editorials de l'àmbit professional de tot Espanya, reflectint la diversitat, la riquesa i la fortalesa del sector al nostre país.

Al llarg d'aquest segle, ConeQtia ha estat testimoni i protagonista de les transformacions més profundes de la comunicació: des de la premsa impresa fins a la digitalització, des dels models tradicionals fins als ecosistemes multiplataforma, des de la comunicació unidireccional fins a la conversa global.

Celebrar aquest centenari no és únicament mirar enrere amb orgull, sinó també reafirmar els valors que han sostingut aquesta trajectòria: la qualitat, l'especialització, la independència i la capacitat d'adaptació. En un món on la informació circula a una velocitat sense precedents i on els desafiaments a la credibilitat són constants, la tasca de la premsa professional resulta més necessària que mai.

ConeQtia ha sabut evolucionar sense perdre la seva essència, actuant com a punt de trobada, impuls i representació d'un sector clau per al desenvolupament econòmic i social. Al llarg d'aquests cent anys, ha contribuït a enfortir comunitats professionals, a promoure el coneixement especialitzat i a defensar el valor del periodisme de qualitat.

Aquest llibre commemoratiu recull aquesta història col·lectiva: veus, fites, transformacions i aprenentatges. Però, sobretot, és una invitació a mirar cap al futur. Perquè, si alguna cosa defineix ConeQtia, és la seva capacitat per anticipar-se, innovar i continuar connectant talent, informació i societat.

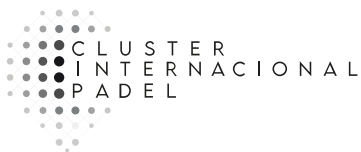
Que aquests cent anys siguin, a més d'una celebració, un punt de partida.

Lola Fernández Paniagua
Presidenta

coneQtia



el
publicista



eurocarne



infoedita

Interempresas



pro
tien
das
editorial

>medicine



Mercacei
GRUPO EDITORIAL



on
diseño



PEDECA *press* Publicaciones
S O M O S S U M E D I O



GRUP	SECTOR PROFESSIONAL
Agricultura, ramaderia i pesca	Agricultura Avicultura Horticultura Maquinària agrícola Sector caprí Sector equí Sector oví Sector pesquer Sector porcí Sector boví
Alimentació	Oli d'oliva i oliverars Càtering Dolços, lliminadures, caramels i xocolata Enologia i viticultura Gastronomia Indústria alimentària Indústria càrnia Peix i marisc Productes d'impuls, aperitius i snacks Tecnologia i maquinària alimentàries Venda automàtica
Arquitectura i construcció	Arquitectura Ascensors i muntacàrregues Pedreres Climatització Construcció i obres públiques Il·luminació Paviments i superfícies Pedra natural Pintura industrial Ciutats intel·ligents Vidre pla Portes automàtiques

GRUP	SECTOR PROFESSIONAL
Automoció	Estacions de servei Indústria de l'automoció Mecànica Tallers d'automoció Trànsit i seguretat viària Transport de mercaderies
Economia	Comptabilitat Economia i empresa Gestió empresarial Publicitat i màrqueting Recursos humans
Industrial	Arts gràfiques Electrònica Energia Envasos i embalatges Fosa Indústria aeronàutica Indústria de la fusta Indústria de l'aigua Indústria del metall Indústria del plàstic Indústria nàutica Indústria naval Indústria química Enginyeria Neteja i manteniment Maquinària d'envasament Materials prefabricats Motlles, matrius i encunyats Robòtica Seguretat industrial Tractaments tèrmics
Jurídic	Administració local Dret administratiu Dret civil Dret digital Dret fiscal Dret laboral



GRUP	SECTOR PROFESSIONAL
Jurídic	Dret mercantil Dret penal Dret processal
Medicina i sanitat	Atenció primària Cardiologia Cirurgia Dermatologia Endocrinologia i nutrició Infermeria Epidemiologia Maquinària hospitalària Farmàcia Farmàcia hospitalària Gerontologia Gestió hospitalària Gestió mèdica Hematologia i hemoteràpia Hepatologia Indústria farmacèutica Immunologia Medicina interna Nefrologia Pneumologia Neurologia Obstetrícia i ginecologia Odontologia i sector dental Oncologia Òptiques Ortopèdia Pediatria Podologia Política sanitària Psiquiatria Rehabilitació Reumatologia Traumatologia
Veterinària	Animals de companyia Infermeria veterinària Professional veterinari

GRUP	SECTOR PROFESSIONAL
Comerç al detall, comerç i distribució	Animals de companyia Bicicletes Cuines i banys Equipament educatiu Ferreteria i bricolatge Fitnes Gran consum Instal·lacions esportives Jardineria Joieria i rellogeria Joguines i jocs Llicències Logística Parament i decoració Esports d'exterior Perruqueria i estètica Perfumeria i cosmètica Puericultura Comerç al detall Sector de l'esport Electrodomèstics
Tecnologies de la informació i la comunicació	Centres de dades Informàtica Xarxes informàtiques Tecnologies de la comunicació
Turisme i hostaleria	Fires, congressos, reunions i incentius Hostaleria Restauració Turisme
Altres	Biotecnologia Medi ambient Piscines Protecció laboral Seguretat Assegurances Vestuari professional

ÍNDEX

...1925



LA PREMSA TÈCNICA:
DES DELS SEUS
ORÍGENS FINS AL 1925
Pàg. 2

1925-1939



DELS FELIÇOS 20 A
LA GUERRA CIVIL
Pàg. 16

1940-1951



EL COMPÀS
D'ESPERA
Pàg. 28

1976-1982



LA TRANSICIÓ: DE LA
CENSURA A LA LLIBERTAT
DE PREMSA
Pàg. 66

1983-1988



L'ARRENCADA DE LA
TECNOLOGIA
Pàg. 80

1989-1999



DE LA TINTA AL
CIBERESPAI
Pàg. 96

2015-2025



DE L'ERA DIGITAL A
LA INTEL·LIGÈNCIA
ARTIFICIAL
Pàg. 128

2025...



NOMÉS EL
PERIODISME
SALVARÀ EL
PERIODISME
Pàg. 142



ELS NOSTRES
PRESIDENTS
Pàg. 150

1952-1967

LA RECONSTRUCCIÓ

Pàg. 40

1968-1975

MODERNITZACIÓ EN EL
TARDOFRANQUISME

Pàg. 56

2000-2009

ADAPTACIÓ
ACCELERADA AL RITME
DE LA TRANSFORMACIÓ
GLOBAL

Pàg. 106

2010-2014

DEL PAPER A LA
MULTICANALITAT

Pàg. 118

1925-2025 **100 anys**
de **Prensa Professional**



LA PREMSA TÈCNICA: DES DELS SEUS ORÍGENS FINS AL 1925

...1925





Com s'informava un ciutadà de l'antiga Roma? Al voltant de l'any 59 aC, en ple segle I aC, va sorgir a Roma quelcom que s'assembla molt al que avui coneixem com a diari. Estem parlant de les «Actes diàries del poble romà» (*Acta diurna populi romani*), creades per Juli Cèsar. Aquestes actes recopilaven esdeveniments de diversa índole que succeïen diàriament a la ciutat de Roma i la seva redacció era a càrrec de professionals especialitzats coneguts com a *diurnarii*, als quals podríem considerar com els precursors dels periodistes a Roma. Per accedir a aquesta font d'informació, el ciutadà romà havia de dirigir-se al fòrum, on les actes s'exhibien públicament custodiades per la milícia. Aquestes notícies s'inscrivien en planxes de fusta recobertes de calç o encerades.

Les primeres formes periodístiques les hem de buscar en les albors de la nostra civilització. Entre els grecs, Alexandre el Gran comptava amb escribes i cronistes que l'acompanyaven per documentar les seves victòries, i escriptors i historiadors com Homer, Xenofont, Heròdot i Tucídides han estat considerats com a periodistes de la seva època.

A totes les societats avançades han existit sistemes per enregistrar esdeveniments significatius i difondre novetats. Per exemple, es té constància de l'existència a la Xina del que es podria considerar com un diari mensual a la cort de Pequín, conegut com el *Kin pau*, que es remunta a finals del segle IX. Aquest diari va passar a ser setmanal el 1361 i, posteriorment, va esdevenir diari a partir del 1830.

Més enllà d'aquestes referències xineses i clàssiques, les notícies manuscrites que es difonien arreu d'Europa gairebé dos segles abans de la invenció de la impremta representen l'antecedent més immediat del periodisme. Estem parlant de publicacions com les italianes *Avisi* o les alemanyes *Zeitungen* que, amb l'arribada de la impremta el 1450, gràcies a Johannes Gutenberg, van adquirir la capacitat de ser àmpliament reproduïdes. Això va donar lloc a l'aparició de les primeres gasetes setmanals el segle XVII, encara que no va ser fins a finals del segle XVIII que els periòdics diaris van passar a ser comuns i, durant gran part del segle XIX, van anar adquirint la forma que encara coneixem avui dia.

Indubtablement, la invenció de la impremta de Gutenberg va marcar un moment clau en el sorgiment de les publicacions periòdiques. Tanmateix, també cal destacar dues altres innovacions que van tenir un paper determinant en aquest procés: d'una banda, la creació dels serveis públics de correus, i de l'altra, l'establiment de la llibertat d'impremta fonamental. Aquests tres elements en conjunt van establir les bases per a la florida de les publicacions periòdiques.

A Europa, els serveis públics de correus operaven amb una freqüència setmanal i es recolzaven en una xarxa complexa de postes. Aquestes postes eren establiments que oferien cavalls de relleu i hostalatge en intervals de dues o tres llegües, equivalents a aproximadament vuit o dotze quilòmetres. La freqüència setmanal se sincronitzava amb la celebració de mercats a les ciutats, cosa que facilitava la comunicació i l'intercanvi de notícies. Aquestes notícies s'acostumaven a difondre i vendre en forma de fulles soltes i eren altament sol·licitades per prínceps i particulars, la qual cosa generava competència entre els mestres de postes i els impressors.





L'establiment de la llibertat d'impremta va tenir un paper crucial en el desenvolupament de les publicacions periòdiques. La història té les arrels a l'Anglaterra del segle XVII, però va viure un moment destacat durant la Revolució Francesa amb la Declaració dels Drets de l'Home i del Ciutadà el 1789, que va proclamar el dret a la lliure comunicació del pensament. Tot i això, és important assenyalar que Napoleó va reintroduir la censura i l'autorització prèvia el 1800, de manera que s'exercia un control rigorós sobre els diaris. En contrast, als Estats Units, des dels seus inicis com a nació independent el 1786, la premsa va poder gaudir d'un àmbit de llibertat extens, amb la supervisió dels tribunals.

En el cas d'Espanya, la llibertat de premsa va experimentar un retard notable i, paradoxalment, es va aconseguir després de la invasió de les tropes napoleòniques el 1808. Encara que les Corts de Cadis van decretar la llibertat d'impremta el novembre del 1810 i la van consolidar a la Constitució de març del 1812, ja abans de l'aixecament popular antifrancès del 2 de maig del 1808 a Madrid havien sorgit diaris, fulletons i diverses publicacions. Aquest període de llibertat d'impremta incipient va ser efímer, atès que, després del final de la Guerra del Francès el 1814, es va restaurar l'Antic Règim. Tot i un breu lapse liberal durant el Trienni Constitucional (1820-1823), no seria sinó fins a la mort de Ferran VII el 1833, i més específicament amb la promulgació de la Llei d'impremta del 1837, que el periodisme liberal va poder començar una trajectòria més contínua, encara que no sempre estable, que es mantindria fins a la Guerra Civil del 1936.

Els primers passos cap a la premsa tècnica

Al segle XVI es va començar a consolidar un prototip inicial de revista o diari de periodicitat relativament baixa, que oscil·lava entre mensual i anual, el propòsit del qual era documentar els esdeveniments polítics i militars més rellevants de l'època. Aquestes publicacions acostumaven a portar el nom de **Mercuri**, en homenatge al missatger dels déus grecs.

Cal esmentar el *Mercurius Gallo-Belgicus*, que es va publicar en llatí a Colònia el 1594. Va començar sent un volum anual extens de 625 pàgines i, després, va continuar amb volums més compactes cada sis mesos. Aquesta publicació abastava notícies europees i del seu títol va sorgir el terme *mercurials*, que era la denominació comuna en aquesta època per a aquesta mena de publicacions.

A les primeres dècades del segle XVII, els diaris setmanals van conservar els seus antics noms com a **avisos**, **courants**, **currents**, **nouvelles**, **newes** o **Zeitung**. No obstant això, després de les **gazettes** de la monarquia francesa el 1631, el terme **gasete** va passar a ser la denominació genèrica per a les publicacions informatives amb un acusat contingut polític.

La Gazette va ser la primera publicació setmanal amb autorització a França, editada per Téophraste Renaudot per encàrrec de Lluís XIII i el



seu ministre, el cardenal Richelieu. En poc temps es va convertir en un referent del periodisme estatal que va inspirar imitacions a altres països. El 1635, Renaudot també va llançar la *Feuille du Bureau d'Adresse*.

A Catalunya, en el context de la Guerra dels Segadors, van sorgir dues publicacions el 1641: la *Gazeta* i les *Novas Ordinarias*. Aquestes van ser les primeres manifestacions d'estil gaseta a Espanya, encara que amb denominació francesa. Això vol dir que es tractava de traduccions al català d'exemplars de *La Gazette* i les *Nouvelles Ordinaires des Divers Endroits*, publicades a París per Téophraste Renaudot. Per tant, no es considerarien gasetes pròpies de Barcelona.

Fins a l'any 1661, Espanya no va tenir cap gaseta oficial. Aquesta va ser la *Relación* o *Gazeta*, precursora del Boletín Oficial del Estado, que inicialment es publicava amb periodicitat mensual. No obstant això, a partir del 1677 va passar a ser setmanal amb el títol de *Gaceta Ordinaria de Madrid*. El 1697 va canviar el seu títol per *Gaceta de Madrid*. Aquesta publicació va exercir un paper crucial perquè va familiaritzar el públic amb els esdeveniments polítics i militars de l'època. A més, va contribuir al desenvolupament del llenguatge periodístic, incorporant traduccions de textos d'altres gasetes europees i enriquint el nivell cultural dels espanyols, malgrat les reserves que generava el seu caràcter oficial.

L'any 1706 va veure la llum la *Gazeta de Barcelona* i el 1762 va aparèixer el *Diario Curioso, Histórico y Erudito, Comercial y Económico*, també amb origen a la capital catalana. En un moment donat, aquest darrer es va dividir en dues parts, segregant els continguts científics dels temes comercials. La segona secció es podria considerar com un dels primers exemples a Espanya de recopilació de publicitat a la premsa, que funcionava de manera similar a una guia de compres.

El 1761 va veure la llum el *Caxón de Sastre Catalán*, un setmanari que es va inspirar en el *Caxón de Sastre* de Madrid. Posteriorment, el 1773, va sorgir *El Pensador Matritense*, un setmanari curiós, erudit i comercial que abordava «discursos sobre tots els temes que involucren la societat civil». Una particularitat d'aquesta publicació era que s'imprimia a Madrid i, després, es reeditava a Barcelona.



Europa, bressol de la premsa especialitzada i professional

La premsa tècnica és sovint considerada com a sinònim de premsa especialitzada, però, en realitat, presenta característiques addicionals que la defineixen de manera única. En resum, es podria descriure com un vehicle d'informació especialitzada destinat a professionals d'un sector d'activitat determinat. El caràcter professional del seu contingut i del seu públic és el més important.

Si la definició de límits ha estat sempre poc precisa, potser ho era menys en els seus orígens. Durant els segles XVII i XVIII va haver-hi publicacions que, en certa manera, es podrien considerar com a tècniques i, al mateix temps, oferien informació general. Això és un reflex d'una època en què es va produir simultàniament el sorgiment de la premsa i el començament d'una successió de descobriments i invencions que, finalment, van conduir a la civilització tècnica en què vivim avui. Una de les fites inicials en el desenvolupament de les publicacions especialitzades va ser l'aparició de les revistes científiques, com es detallarà a continuació.

A finals del segle XVII, a Europa es publicaven al voltant de 30 revistes científiques i mèdiques. Al segle XVIII, aquesta xifra va experimentar un augment significatiu i va arribar a superar els 700 títols, amb un predomini destacat de revistes alemanyes. Aquest creixement va estar vinculat al desenvolupament de l'especialització en camps com ara la química, la física, les ciències naturals, la mecànica i l'enginyeria.

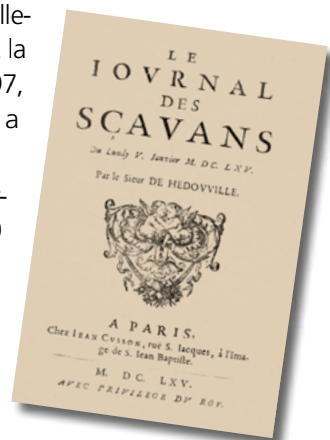
D'acord amb dades de la UNESCO, l'any 1850 ja hi havia al voltant de 1.000 revistes tècniques i científiques a tot el món, i aquesta xifra es va incrementar fins a arribar a més de 10.000 cap al 1900. Aquest augment considerable va ser degut a l'enorme desenvolupament industrial i tecnològic experimentat a la segona meitat del segle XIX.

França

El *Journal des Sçavans* (1665) va tenir un paper fonamental perquè va ser el primer diari científic publicat a Europa. Contenia articles, cartes i notes de rellevància científica. La seva publicació es va interrompre el 1792, durant la Revolució Francesa i, malgrat que va tenir un breu ressorgiment el 1797, no va recuperar la seva regularitat fins al 1816, quan va evolucionar cap a una publicació de caràcter més literari.

El 1702, la publicació *Histoires et Mémoires*, que publicava de forma regular l'Académie des Sciences de París, va donar origen el 1750 a la nova sèrie *Mémoires de mathématique et de physique, présentés à l'Académie Royale des Sciences, par divers sçavans et lûs dans ses assemblées*.

A partir del 1771, el *Journal d'observations sur la physique*,

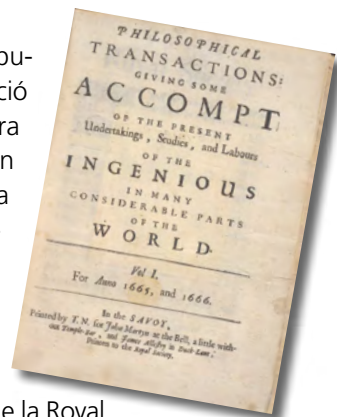


l'histoire naturelle et sur les arts et métiers (diari d'observacions sobre la física, la història natural i sobre les arts i els oficis) va ser publicat per Abbé Rozier, un botànic i agrònom francès.

● Anglaterra

Destaca *Philosophical Transactions* (1665), publicada per la Royal Society de Londres, institució fundada el 1660. Aquesta revista va ser la primera publicació científica en anglès i la primera al món dedicada exclusivament a la ciència. Des de la seva creació, ha publicat de manera ininterrompuda i es pot considerar el butlletí científic en funcionament més antic i durador del món.

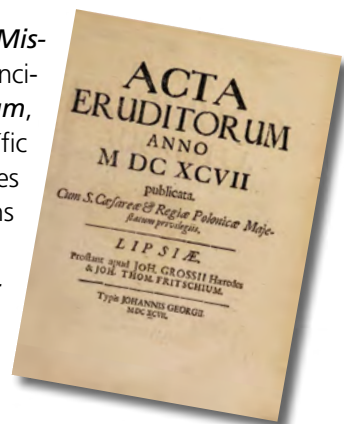
Londres també va ser el lloc de naixement de *Nature*, una de les revistes científiques més prestigioses del món, fundada per l'astrònom britànic de la Royal Society Joseph Norman Lockyer. El primer número de *Nature* es va publicar el 1869.



● Alemanya

Cal esmentar dues publicacions destacades: *Miscellanea Curiosa* (1670-1705), centrada principalment en temes mèdics, i *Acta Eruditorum*, considerada la primera revista de caràcter científic de la història d'Alemanya. Aquestes dues revistes van servir com a model per a altres publicacions tant a Anglaterra com a França.

A més, una altra publicació notable, *Der Naturforscher* (1744-1804), editada a Halle, recopilava contribucions originals del camp de les ciències.



● Espanya

Als inicis del periodisme especialitzat a Espanya, destaquen dos corrents principals. D'una banda, hi ha les revistes científiques, creades per institucions o personalitats de renom, com ara professors, naturalistes o metges, que van introduir al nostre país la literatura científica estrangera. D'altra banda, hi ha el que podríem anomenar «miscel·lànies de divulgació», que són publicacions que van tenir un paper modest, però potser inestimable, en la divulgació del progrés tècnic.

A partir del 1734, diversos membres de l'Acadèmia de Medicina i Cirurgia, degudament autoritzats per un reial decret, van iniciar la publicació de les **Efemérides Barométrico-médicas Matritenses** amb una periodicitat mensual. Aquesta publicació és considerada com la primera revista científica d'Espanya i va perdurar fins a l'any 1747.

Es podria considerar que les revistes *El Mercurio* del 1738, *El Correo General Histórico, Literario y Económico* del 1762 i el *Diario Curioso, Histórico y Erudito, Comercial y Económico* del 1762, en certa manera, tenen un enfocament parcialment tècnic i especialitzat.

El 1797 es van crear dues publicacions notables a Espanya. La primera és el **Semanario de Agricultura y Artes Dirigido a los Párrocos**, a càrrec del naturalista Juan A. Melón, amb seu a Madrid i la publicació del qual va perdurar fins al 1808. La segona és **Miscelánea Instructiva, Curiosa y Agradable** o **Anales de Literatura, Ciencias y Artes**, també nascuda a la capital del regne, encara que la seva existència es va limitar a només tres anys. Encara més breu va ser la vida dels **Anales de Història Natural**, amb seu a Madrid, que va sorgir el 1797 i va desaparèixer l'any següent.

El segle XIX havien aparegut altres publicacions en l'àmbit agrari i tècnic, moltes efímeres i vinculades majoritàriament a associacions diverses. Entre les més destacades mereix un esment, per la seva longevitat, la **Revista del Instituto Agrícola Catalán de San Isidro** (1881); també cal mencionar *El Magisterio Español* (1866) i *El Consultor* (1852), ambdues fundades a mitjan segle XIX i que perviuen actualment.

Un altre grup de publicacions perfectament identificables són les revistes nascudes com a òrgans de comunicació i relació entre els membres d'enginyers. La **Revista de Ingeniería Naval y Oceánica Española** en va ser la primera; va aparèixer el 1929 a Madrid i va ser creada per l'Associació d'Enginyers Navals i Oceànics. Als seus inicis, va ser un butlletí de notícies finançat per aquesta associació que ha evolucionat cap a un model informatiu i amb publicitat. La **Revista Clínica Española**, fundada el 1940, actualment pertany al grup Reed Elsevier i disposa de més de 2.000 articles publicats. La **Revista Clínica Española** és una altra revista amb trajectòria centenària que va experimentar una profunda renovació l'any 2000 i, actualment, és òrgan oficial de la Societat Espanyola de Medicina Interna.



La revolució industrial

(SEGLES XIX-XX)

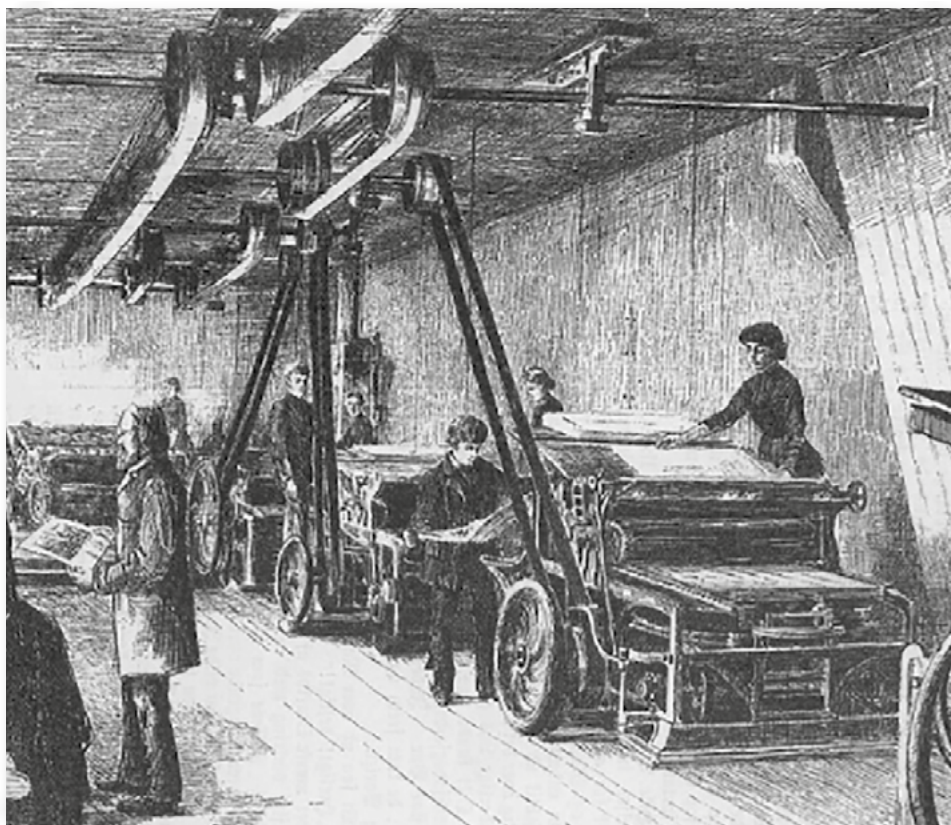
Durant la segona meitat del segle XIX i en les albors del segle XX, el món va entrar en una nova fase del procés industrial, marcada per un notable creixement econòmic. Els avenços tècnics i productius van donar pas a un sistema tècnic renovat centrat en l'acer, l'electricitat i el motor d'explosió. En aquest període cal ressaltar la creixent especialització de les publicacions, ja que es van desenvolupar tècniques importants en camps com la mecànica, l'electricitat i, posteriorment, la química. Això va donar lloc a una proliferació de revistes que podríem anomenar «d'oficis».

A partir de principis del segle XX es va registrar, a més, un important avenç als mitjans de comunicació de masses al món industrialitzat. Aquest fenomen va començar als Estats Units i, després, es va estendre per tot Europa, la qual cosa va donar lloc a una expansió de diaris, setmanaris i revistes a la societat occidental.

La ràdio, la televisió, el cinema i la fotografia van ser fonts d'inspiració per a la creació de nombroses revistes especialitzades adreçades al públic en general, com ara les revistes d'entreteniment, però també a una àmplia audiència d'aficionats amb interessos o formació professional específics. Els editors o promotors de revistes tècniques també es van adaptar a aquests avenços tecnològics, especialment en camps rellevants com el cinema, l'automòbil o l'aviació.

La revolució industrial va marcar un punt d'inflexió en la indústria de la comunicació i la premsa, impulsant la creació d'un nou model de negoci. Diversos factors van contribuir a aquest canvi. D'una banda, els avenços tecnològics, com la màquina de vapor, van revolucionar la producció de diaris perquè van augmentar la velocitat d'impressió i van reduir els costos de producció.

A més, l'expansió de la xarxa ferroviària i el transport marítim van transformar la distribució de diaris i revistes, atès que acceleraven el lliurament de notícies i permetien arribar a un públic més ampli en menys temps. En l'àmbit de les comunicacions, la invenció del telègraf i el telèfon va possibilitar l'accés a notícies d'última hora des de fonts distants i la seva transmissió de manera ràpida, cosa que va donar lloc a la creació de les primeres agències de notícies. Aquests avenços tecnològics i logístics van establir les bases per a l'evolució del negoci de la comunicació i la premsa a l'era industrial.



El començament d'una nova era

Pel que fa al contingut de les publicacions, la inclusió d'imatges, com fotografies, il·lustracions, caricatures o gràfics, va passar a ser una característica comuna, la qual cosa va tenir un paper cabdal en la millora de la qualitat i l'atractiu dels productes, alhora que va permetre'n la diversificació del contingut per a arribar a públics més amplis, com dones, nens, professionals i aficionats amb una varietat d'interessos i passatemps. A més, es van introduir seccions dedicades a l'esport, l'entreteniment i la moda, cosa que no només va ampliar l'audiència, sinó que també va atreure anunciants específics interessats a arribar a aquests grups de població.

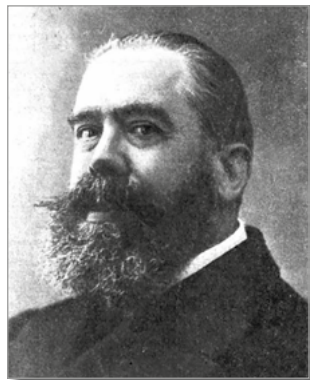
Les publicacions es van convertir en un mitjà altament atractiu per a la publicitat i això va propiciar la generació d'ingressos significatius per als editors. La competència per captar l'atenció dels lectors va impulsar el creixement de les agències de publicitat, que buscaven noves formes de promoció i difusió de productes i serveis.



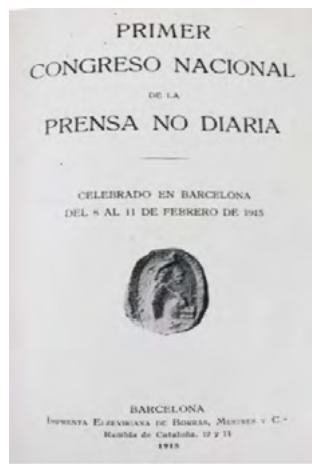
Els editors, conscients de la creixent complexitat i dinamisme de l'entorn mediàtic, van començar a reconèixer la importància de la col·laboració a l'hora de fer front a reptes comuns i de preservar la integritat i la qualitat de la seva feina. Aquesta cooperació va adoptar múltiples formes, que van incloure la creació d'associacions professionals i la participació en projectes periodístics col·laboratius, tant internacionals com nacionals. Aquesta sinergia entre professionals de la comunicació no només va enfortir la indústria dels mitjans, sinó que també va permetre fer un periodisme més sòlid i efectiu en un món que no parava de canviar.

En l'àmbit internacional, el 1910 Brussel·les va ser la seu d'un congrés internacional de premsa no diària que va englobar tant la premsa tècnica com la no tècnica. A aquest esdeveniment va seguir un altre congrés similar a París el 1912 i, posteriorment, un tercer a la mateixa ciutat el 1914. El 1925 es va crear la Federació Internacional de la Premsa Tècnica (FIPT), una de les organitzacions més antigues i prestigioses del món en aquest camp. Inicialment, la Federació es va formar com un consorci d'editors que tenia com a objectiu facilitar l'intercanvi d'idees. Amb el temps, el seu abast es va expandir per incloure propietaris de mitjans i creadors de contingut de tot el món, amb el propòsit d'empoderar-los en la construcció de negocis mediàtics internacionals líders al mercat i brindant-los intel·ligència, solucions i oportunitats de col·laboració.

A Espanya, l'Associació de Premsa de Madrid s'havia creat el 1895 sota la direcció de Miguel Moya. Una mica més tard, el 1915, va tenir lloc el I Congrés Nacional de Premsa no Diària. Encara que aquest congrés no es va centrar específicament en la premsa tècnica, va atreure representants destacats de revistes tècniques i professionals. L'esdeveniment va ser convocat per l'Associació de Premsa no Diària de Barcelona, presidida pel senyor Francisco López Canto, director de *La Voz de Fernando Poo*, i amb el senyor Miguel Boix Sanchón com a secretari, que al seu torn dirigia *Tijeretazos*.



Miguel Moya.
Director de l'Associació de Premsa
de Madrid, 1895.



I Congrés Nacional de Premsa
no Diària. Barcelona 1915.

El 1925 va ser un any clau per a la premsa tècnica i professional. Alhora que es constituïa a París la Federació Internacional de la Premsa Tècnica (FIPT), a Barcelona es va fundar l'Associació Espanyola de la Premsa Tècnica (AEPT) sota el guiatge d'un grup d'editors liderat per Teodoro Colomina, que també havia participat en la creació de la FIPT. Aquest grup de professionals pioners va sentir la necessitat d'unir-se i crear a Espanya un espai comú on defensar els seus interessos, promoure la difusió de la tasca cultural de les seves publicacions, fomentar la formació contínua dels seus membres i establir relacions amb altres associacions similars en l'àmbit nacional i internacional. En poc temps, aquesta entitat sense ànim de lucre es va convertir en el punt de referència per a tots els editors especialitzats dedicats a informar professionals de multitud de sectors.

L'any de fundació de la FIPT i l'AEPT hi havia més de 800 revistes tècniques a Espanya, que cobrien una àmplia gamma de sectors professionals: agricultura, indústria, tecnologia, alimentació, medicina, educació, hostaleria, etc. Aquestes publicacions no sols proporcionaven informació especialitzada i actualitzada, sinó que també actuaven com a plataformes per a la discussió i l'intercanvi d'idees entre els professionals de les diverses disciplines.



Associació Espanyola de la Premsa Tècnica (AEPT).

Al ritme dels temps

Cinematografia

El 14 de maig del 1896, just abans de les festivitats de Sant Isidre, va tenir lloc a Espanya la primera projecció pública del cinematògraf dels germans Lumière. Aquesta històrica exhibició es va dur a terme en un dels salons de l'antic Hotel Rusia, ubicat al número 34 de la carretera de San Jerónimo. L'invent va arribar a Espanya només uns mesos després de la presentació oficial a París i va oferir un programa similar, que constava de 10 vistes documentals amb una durada de 50 segons cadascuna.

El 1906 va néixer *Cinematograph*, la primera revista especialitzada en aquesta temàtica. Aquesta publicació de caràcter setmanal va veure la llum a Barcelona i va tenir un paper fonamental en la difusió i la promoció del cinema a Espanya.



Aeronàutica

Durant molt de temps s'havien fet diversos intents sense èxit, però, finalment, el 17 de desembre del 1903, els germans Orville i Wilbur Wright van aconseguir dur a terme el primer vol controlat a la història impulsat per un motor. Sis anys més tard, Louis Charles Joseph Blériot va marcar una fita en la incipient aviació del segle xx quan va travessar el canal de la Mànega entre França i Anglaterra en un avió, cosa que va constituir un èxit sense precedents.

Aquell mateix, el 1909, es va fundar la *Revista de Locomoción Aérea*, que servia d'òrgan oficial de l'Associació de Locomoció Aèria de Barcelona. Aquesta revista tenia una periodicitat mensual i publicava treballs originals sobre aviació, així com conferències i articles procedents de revistes d'altres associacions europees.



Automobilisme

Poc després que el primer Daimler marqués l'inici de l'era de l'automòbil el 1886, pilots valents van començar a organitzar els anomenats «viatges des de París», que eren rutes que partien de la capital francesa cap a altres ciutats europees importants o travessaven tota França. El 1895, Émile Levassor va guanyar la cursa París-Bordeus-París al volant d'un Panhard.

El 1899 es va fundar la revista *El Automovilismo Ilustrado*, que es va publicar quinzenalment a Barcelona fins al 1907. Els primers números se centraven en temes de mecànica i, a partir del 1905, va començar a incorporar notícies relacionades amb l'automobilisme esportiu, com cròniques de la Copa Pirineus, la Copa Voiturettes i altres curses populars. Els darrers números del 1907 es van editar a Madrid.



Portades d'ahir i avui

El Magisterio Español

El Magisterio Español, amb origen el 1866, s'especialitza en temes d'ensenyament. Des del seu inici ha publicat suplementos sobre infància, feminisme, legislació i pedagogia, a més de novel·les pedagògiques de fulletó que reflectien les tendències educatives de cada època. Actualment forma part del catàleg de l'editorial Siena Educación.



El Consultor de los Ayuntamientos

El Consultor de los Ayuntamientos és una publicació tecnicojurídica dedicada a l'assessorament en l'àmbit municipal. Des del 1852 ha estat, i continua sent, una eina essencial per a funcionaris de l'Administració local, alcaldes i regidors, i destaca pel seu rigor tècnic i els seus plantejaments pràctics. En l'actualitat, *El Consultor de los Ayuntamientos* està integrat a Aranzadi La Ley (Karnov Group).



De la mateixa manera que el ciutadà romà de l'antiguitat s'hauria sorprès davant les actes diàries del poble romà, el següent capítol ens portarà a meravellar-nos amb els precursors de la premsa tècnica i especialitzada que, igual que aquells *diurnarii* a la Roma antiga, es van unir per obrir un nou camí. Viatjarem al cor de les associacions de premsa tècnica i coneixerem qui van ser els pioners visionaris que es van unir en una recerca comuna per promoure el coneixement i la col·laboració en els seus camps respectius. Des de la fundació de la FIPT fins a la creació de l'AEPT, desvetllarem com totes dues van esdevenir pilars per al desenvolupament i la difusió de la premsa tècnica tant al món com al context específic d'Espanya.

A stylized, high-contrast illustration of a crowd of people in 1920s or 1930s fashion. The style is reminiscent of mid-century modern graphic design. In the foreground, a woman in a yellow dress and a man in a dark suit with a bow tie are prominent. To the right, a woman in a red dress is seen from the back. In the background, other figures are visible, including a man holding a child. The overall tone is somber, with muted colors and sharp lines.

DELS FELIÇOS 20 A LA GUERRA CIVIL

1925-1939



Com suggereix el títol de la novel·la de Hemingway, *París era una festa*. L'escriptor i periodista nord-americà retrata a la seva obra els anys daurats, salvatges i fructífers de la seva joventut a la capital francesa dels anys 20, en companyia d'escriptors com F. Scott Fitzgerald, Gertrude Stein i Ezra Pound, l'anomenada «generació perduda».

Durant els primers decennis del segle, un formiguer de joves escriptors, artistes i músics d'arreu del món es van congregar als barris bohemis de Montmartre i Montparnasse. Els llums del Moulin Rouge i d'altres clubs nocturns il·luminaven la nit parisenca, on el jazz fluïa als carrers. La moda era protagonista i Coco Chanel definia l'elegància de l'època amb el seu estil *flapper*. El 1925, l'Exposició Internacional d'Arts Decoratives i Industrials Modernes marcava el naixement de l'estil *art-déco*, que va exercir una influència notable en l'arquitectura, el disseny d'interiors i la moda a escala global.

CRONOLOGIA

1925

Fundació de l'Associació Espanyola de la Premsa Tècnica (AEPT).
Fundació de la Federació Internacional de la Premsa Tècnica (FIPT).

1927

La FIPT passa a anomenar-se FIPTP (Federació Internacional de la Premsa Tècnica i Professional).

1929

Teodoro Colomina, president de l'AEPT, és nomenat president de la FIPTP.
El V Congrés Internacional de Premsa Tècnica se celebra a Espanya.
Crisi de la Borsa de Nova York i inici de la Gran Depressió.

1931

Proclamació de la Segona República a Espanya, que va establir un sistema democràtic que reconeixia el vot femení, la separació entre Església i Estat, i l'autonomia de Catalunya i el País Basc.

1932

L'AEPT passa a anomenar-se AEPTP (Associació Espanyola de la Premsa Tècnica i Professional).
Creació de la Biblioteca de la Premsa Tècnica i Professional, per iniciativa de l'AEPTP.

1933

Mor Hipólito Mounier, president fundador de la Federació Internacional.

1935

Publicació del primer anuari de l'AEPTP.
La FIPTP passa a anomenar-se «de la Premsa Tècnica i Periòdica», en comptes de «Professional», encara que això no implica cap canvi en les sigles.

1936

I Congrés Nacional de Premsa Tècnica.
Punt d'interrupció de tota activitat associativa per l'inici de la Guerra Civil.

1939

Fi de la Guerra Civil.

Coincidint amb l'Exposició Internacional d'Arts Decoratives i Industrials Modernes, el Sindicat de la Premsa Tècnica, Industrial, Comercial i Agrícola de França va organitzar el I Congrés Internacional de Premsa Tècnica, que va tenir lloc del 30 de setembre al 4 d'octubre del 1925 al Cercle de la librairie, al boulevard Saint-Germain.

El Congrés, presidit per Hipólito Mounier, president del sindicat francès, va comptar amb l'assistència de congressistes de 25 països i va representar 3.000 publicacions. L'aspecte més transcendent va ser l'adopció per part d'editors de tot Europa, incloent-hi els de premsa tècnica a Espanya, de l'acord unànime de fundar la Federació Internacional de la Premsa Tècnica (FIPT), l'actual Federació Internacional de Publicacions Periòdiques (FIPP).

A la fundació de la FIPT destaca la participació de set representants espanyols que hi van assistir a títol personal, ja que en aquell moment no existia cap entitat de premsa professional al país. Les publicacions representades per aquests editors incloïen *Automóvil Comercio, Cataluña Textil, El Arte de Curtir, Electricidad, Mecánica y Fundición, El Progreso Fotográfico, Ingeniería y Construcción i Técnica*.

A la documentació que s'ha conservat no figuren els noms dels assistents, però se sap que hi va ser present Teodoro Colomina Cases, director de la revista *Electricidad, Mecánica y Fundición*, un dels principals ideòlegs en la constitució i la consolidació de la FIPT al costat de Mounier, que, a més de president de la Federació, poc després esdevindria president i fundador de l'Associació Espanyola de la Premsa Tècnica (AEPT).



Hipólito Mounier.
Fundador i primer
president de la FIPP,
1925.



El promotor del I Congrés Internacional de Premsa Tècnica va ser Hipólito Mounier, que el 1925 ocupava la presidència del Sindicat de la Premsa Tècnica, Industrial, Comercial i Agrícola de França. Mounier havia nascut a Champigny el 1864. Va quedar orfe als 16 anys i va començar a treballar en una impremta. A partir del 1886, va ser apoderat de l'editorial d'anuaris industrials internacionals *Camille Rousset*. El 1914 va fundar la revista *L'Industrie Chimique* i el 1924 va ser elegit president del sindicat, del qual passaria a ser, des del 1926, president honorari.



Teodoro Colomina.
Fundador i president
de l'AEPT, 1925-1957;
president de la FIPT,
1929.



Teodoro Colomina, nascut el 1884, era un home de múltiples talents i posseïa una formació acadèmica sòlida. Era llicenciat en

ciències i enginyer mecànic i electrònic, i ocupava el rang de comandant d'artilleria. Colomina va destacar com a promotor i membre a diverses organitzacions, tant abans com després de la creació de l'AEPT. En particular, va exercir el càrrec de president i va ser el fundador de l'Associació Tècnica d'Estudis Metal·lúrgics. A més, dirigia la revista *Electricidad, Mecánica y Fundición*. Posteriorment, també va estar al capdavant de publicacions com *S. T. A.* i *Técnica Metalúrgica*. El seu ampli coneixement i compromís amb la indústria i la tècnica el van convertir en una figura influent al camp de la premsa tècnica i la metal·lúrgia a Espanya.

La premsa tècnica europea es reuneix per primera vegada a Espanya el 1929

L'any 1929 va marcar un moment important en la història de la premsa tècnica, ja que Teodoro Colomina va ser nomenat president de la FIPTP i Espanya va assumir la responsabilitat d'organitzar el V Congrés Internacional de Premsa Tècnica.

El V Congrés va tenir un triple escenari, Barcelona, Madrid i Sevilla, i va coincidir amb l'Exposició Internacional del 1929 a Barcelona i la gran Exposició Iberoamericana a Sevilla. En l'esdeveniment hi van participar representants de 25 nacions, amb prop de 300 congressistes, dels quals més de 150 eren espanyols. Va destacar la presència de 18 delegats de 13 països iberoamericans, cosa que va constituir una novetat absoluta. A més, es va crear un comitè d'honor encapçalat pel general Primo de Rivera, president del Consell de Ministres, que tenia 42 membres, incloent-hi J. M. España, com a cofundador de l'AEPT.

La inauguració del congrés va anar a càrrec, en representació del general Primo de Rivera, del secretari general d'Afers Estrangers, l'ambaixador E. M. de Palacios, i va tenir lloc a la sala d'actes del Palau de l'Agricultura de l'Exposició Internacional de Barcelona. La mesa presidencial va comptar amb la presència de les principals autoritats regionals i locals, diversos delegats de governs estrangers i representants d'organismes internacionals. Durant el seu discurs, Mounier va abordar dos temes destacats: la llibertat de



Madrid, 1929. Recepció als congressistes al Ministeri d'Estat. En primer terme, el president del Consell de Ministres, Primo de Rivera.

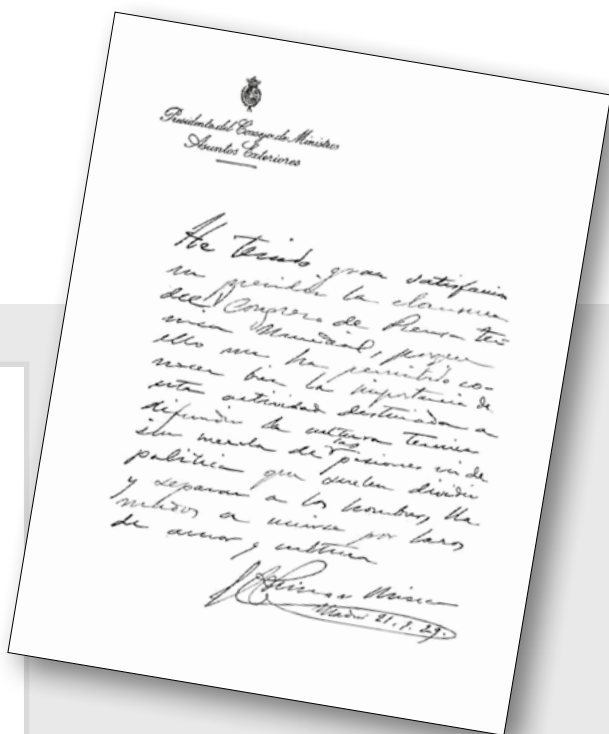
circulació de la premsa tècnica al món i la qüestió postal, per a la solució de la qual es posava com a exemple el règim entre Espanya i Hispanoamèrica.

El congrés va ser un èxit i va tenir gran notorietat a escala internacional, però tot just un mes després d'haver-se clausurat, va esclatar la gran crisi a la Borsa de Nova York. Això va marcar el començament d'un període prolongat en què mantenir una revista tècnica en funcionament, tant a escala mundial com a Espanya, es va convertir en una tasca heroica.

En el volum que recopila la crònica i els treballs del V Congrés Internacional, el més gran dels editats per la Federació amb motiu de les seves trobades internacionals, figura un autògraf del general Primo de Rivera, marquès d'Estella, president del Consell de Ministres el 1929 i president d'honor del V Congrés Internacional. El seu missatge deia:

«He tingut la gran satisfacció de presidir la cloenda del V Congrés de Premsa Tècnica Mundial, perquè això m'ha permès conèixer bé la importància d'aquesta activitat destinada a difondre la cultura tècnica sense la barreja de les passions i la política que solen dividir els homes, cridats a unir-se per llaços d'amor i cultura.»

Madrid, 21 de setembre del 1929

Aquesta és una imatge d'un autògraf manuscrit de Primo de Rivera. El document està inclinat i presenta el text en castellà. A la part superior, hi ha el text "Presidencia del Consejo de Ministros" i "Señores Excmos." amb un petit escut reial. El cos del text és una carta manuscrita que parla de la satisfacció de presidir la cloenda del V Congrés de Premsa Tècnica Mundial i destaca la importància de difondre la cultura tècnica sense la barreja de passions i política. La carta està signada "Primo de Rivera" i data "Madrid 21.9.29".

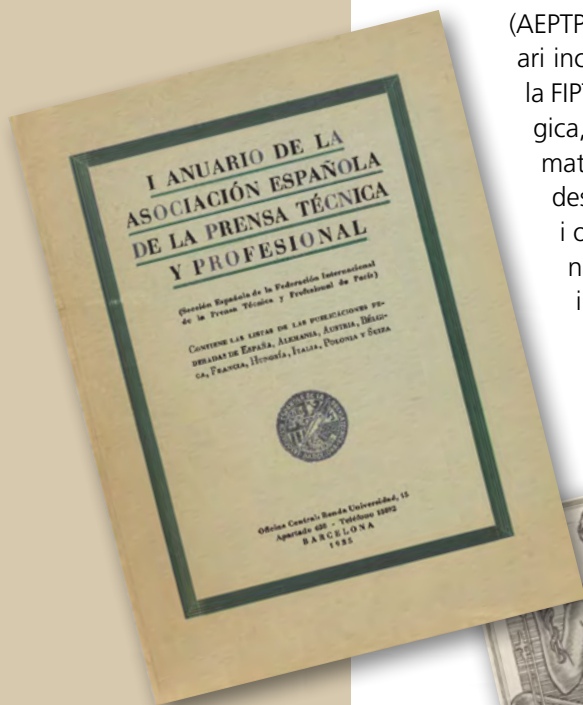
Autògraf del general Primo de Rivera, president del Consell de Ministres el 1929 i president d'honor del V Congrés Internacional de Premsa Tècnica i Professional.



Publicació el 1935 del primer anuari de l'AEPTP

Després de la crisi econòmica del 1929, el panorama de la premsa tècnica va rebre un cop significatiu, amb més tancaments que nous llançaments de revistes. Les publicacions mensuals continuaven sent predominants i Barcelona es va mantenir com un centre editorial clau que destacava per la creació de publicacions en català, encara que moltes van tenir una vida curta a causa de les circumstàncies històriques.

En aquest context, el 1935 es va publicar el primer anuari de l'Associació Espanyola de la Premsa Tècnica i Professional (AEPTP). A més de les publicacions espanyoles, l'anuari incloïa també llistes de les publicacions afiliades a la FIPTP dels països següents: Alemanya, Àustria, Bèlgica, França, Hongria, Itàlia, Polònia i Suïssa. Així mateix, contenia els estatuts de l'AEPTP, dels quals destacaven els articles 1 i 2, que estableixen les bases i objectius de l'Associació, la qual cosa proporcionava una estructura formal i un reconeixement institucional per a la premsa tècnica en un moment de grans reptes i canvis en el sector.



Estatuts de l'AEPT del 1925

Article 1

«Amb la denominació Associació Espanyola de la Premsa Tècnica i Professional queda constituïda a Barcelona una entitat consagrada especialment al desenvolupament de la premsa tècnica a Espanya, a l'agrupació de les publicacions que la componen per a la millor defensa dels seus interessos morals i materials, i a la difusió de l'alta tasca cultural que duen a terme.»

Article 2

«Per assolir aquest objectiu, l'Associació procurarà formar part de tots els organismes oficials o professionals que cregui convenients per a l'èxit més gran de les seves gestions en pro dels interessos dels associats i de la premsa tècnica en general, es farà representar en els congressos o conferències nacionals i internacionals que puguin afectar-la, així com en les exposicions i fires que cregui adients; intervindrà prop del Govern per sol·licitar les disposicions que contribueixin al foment de la premsa tècnica espanyola al país i a l'estranger; treballarà per aconseguir, en la mesura que sigui possible, que les publicacions del ram es mantinguin al nivell que correspon; facilitarà l'intercanvi entre les revistes tècniques del país i les estrangeres; organitzarà congressos, exposicions, cursets i conferències, i editarà, quan ho cregui oportú, fascicles amb estudis que ofereixin interès per als socis.»

Articles 1 i 2
dels estatuts
de l'AEPT del 1925,
recollits
a l'anuari.

L'AEPT, des de la seva constitució, ha advocat per la premsa tècnica com a vehicle fonamental per a la transmissió de coneixement especialitzat. Aquest propòsit, plasmat en els seus estatuts originals, perviu actualment, quan les publicacions continuen sent un pilar en la formació i l'actualització professionals. Amb una vocació internacional des dels orígens, l'Associació ha fomentat la connexió de la premsa professional espanyola amb els avenços globals. Així mateix, ha actuat com a plataforma de promoció per als seus membres, organitzant esdeveniments i exposicions que han donat visibilitat a les publicacions tècniques i han facilitat la col·laboració entre els associats. En aquest sentit, l'interior de la portada de l'anuari aplega una sèrie de recomanacions, adreçades a les empreses anunciants, que, malgrat el pas del temps, continuen sent pertinents. Entre d'altres, destaquen les següents: «No busqueu publicitat barata, escolliu revistes serioses i pagueu un preu raonable pels anuncis», «Anuncieu de manera conseqüent. És millor la propaganda en poques revistes que les aparicions esporàdiques en moltes».

Ocúpese 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 i Companys presideixen el 1936 el I Congrés Nacional de Premsa Tècnica

El 1936, 11 anys després de la creació de l'Associació, es va celebrar el I Congrés Nacional de la Premsa Tècnica sota la presidència d'honor de Manuel Azaña, president de la República Espanyola, i de Lluís Companys, president de la Generalitat de Catalunya. Aquest congrés, organitzat per l'AEPTP va tenir lloc del 4 al 7 de juny a Barcelona, dins el marc de la IX Fira Internacional de Mostres d'aquesta ciutat, amb l'assistència de 80 congressistes que van representar 58 publicacions. Cinc setmanes després esclataria la Guerra Civil.

Si revisem els temes que es van tractar en aquest primer congrés, s'observa que moltes de les inquietuds d'aquella època romanen vigents actualment, com ara la voluntat d'apropar la innovació als editors, el rigor en l'elaboració dels continguts, la vocació internacional de l'Associació o la representació i la defensa dels interessos del sector. N'hi ha prou amb alguns exemples de les ponències presentades a les jornades per constatar-ho: «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).

Aquesta fructífera primera etapa de la vida de l'Associació es va interrompre abruptament amb el començament de la Guerra Civil. Ja no es va poder celebrar el II Congrés Nacional a Madrid el 1938, tal com s'havia acordat, i tampoc no tindrien lloc els següents congressos cada dos anys.



Els participants en el I Congrés Nacional de Premsa Tècnica, (Barcelona, juny del 1936), posen en un saló del Ritz després del sopar de cloenda.

ASOCIACION ESPAÑOLA DE LA PRENSA TÉCNICA

FEDERACION INTERNACIONAL DE LA PRENSA TECNICA Y PROFESIONAL

Un dels primers estands de premsa tècnica muntats conjuntament per l'AEPT i la FIPTP per concórrer a les fires internacionals. Al voltant del 1930.



Al ritme dels temps

L'impacte de la Guerra Civil (1936-1939)

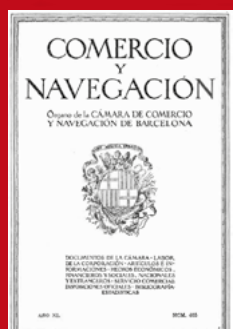
L'aixecament militar contra el govern democràtic de la Segona República el juliol del 1936 va marcar l'inici de la Guerra Civil Espanyola, que es va prolongar fins al 1939 i va donar pas a la dictadura liderada pel general Francisco Franco, que va perdurar fins a la seva mort el 1975.

Després del final de la contesa, els diaris i les revistes van quedar sota la regulació de la llei de premsa del 1938, en què es concebia el periodisme com un instrument al servei de l'Estat, destinat a promoure la unitat política i religiosa que es buscava a l'era franquista. A partir de la seva implementació, els periodistes es van veure obligats a servir els interessos del Govern, transmetent les seves ordres i directrius de manera obligatòria. Per assolir aquests objectius, la normativa utilitzava diversos mecanismes, com la censura prèvia, les consignes, el registre de periodistes, la designació de directors de diaris i la regulació de la quantitat i l'extensió de les publicacions existents. Aquesta llei es va mantenir en vigor fins al 1966 i va funcionar com un instrument de control i orientació del periodisme.

Durant els anys de la Guerra Civil van desaparèixer nombroses revistes professionals i la majoria de les que van aconseguir sobreviure es van establir a Madrid.

Quan va esclatar la guerra, mig milió de persones van abandonar la seva pàtria, van travessar els Pirineus i es van establir al país veí. El districte XXI de París, juntament amb altres de populars com el X o el XX, van acollir una part significativa dels exiliats espanyols que es van instal·lar a la capital francesa després de la guerra. Aquesta imatge contrastava profundament amb la del París cultural i artístic del 1925 amb què van iniciar aquesta història. Els exiliats espanyols van formar comunitats a la capital francesa i van continuar lluitant des de l'estranger. París es va convertir en un centre d'activitat política on van sorgir moviments de resistència, es van publicar diaris i revistes clandestines, i es va continuar donant suport a la causa republicana a Espanya. París va ser un refugi per als qui buscaven la llibertat i la justícia en un món que s'obria camí a la dictadura, un període que tractarem al capítol següent, ja de tornada a l'Espanya dels primers anys franquistes.

HEMEROTECA





EL COMPÀS D'ESPERA

1940-1951





«**T**ingueu present la gana: recordeu-ne el passat», vaticinava el poeta Miguel Hernández poc abans d'acabar la Guerra Civil. Era una premonició de la seva pròpia mort el 1942, afamat i malalt, en una presó franquista. Però també s'avançava al que passaria després de la fi de la guerra.

Entre el 1939 i el 1951, Espanya es va sumir en un període d'escassetat i misèria sense precedents. La guerra havia deixat el país devastat, amb una economia en ruïnes. Les cartilles de racionament es van convertir en l'única taula de salvació per a molts. La fam i la mala alimentació van obrir les portes a un eixam de malalties com el tifus, la meningitis, el tracoma i la tuberculosi, coneguda com «la malaltia dels pobres».

Era una època en què prevalia l'enginy. Decrets com el de setembre del 1941, que proclamava d'interès nacional la producció de gasògens per a vehicles i motors, evidenciaven la lluita per trobar solucions davant de la crisi energètica derivada de l'escassetat de petroli.

La política autàrquica i intervencionista controlava oficialment els preus, el comerç exterior, les inversions o l'adquisició de matèries primeres. No serà fins als anys 50 quan començaran a entreveure's tímides mesures liberalitzadores, que comportaran un índex d'esperança a l'horitzó econòmic del país.

CRONOLOGIA

1939

Fi de la Guerra Civil Espanyola.
Inici de la Segona Guerra Mundial.
Franco posa punt i seguit a la guerra amb l'inici de la dictadura.
La FIPTP cancel·la el seu X Congrés.

1941

Es crea l'Escola Oficial de Periodisme a Madrid, l'única via d'accés a la professió periodística a Espanya.

1942

Creació del NO-DO.
Exigència d'un informe politicosocial favorable dels directors, gerents i redactors per editar.

1945

Fi de la Segona Guerra Mundial.
Neix l'Organització de les Nacions Unides (ONU) amb l'objectiu de promoure la pau i la cooperació internacionals per evitar futurs conflictes.

1948

Presentació de la Declaració Universal dels Drets Humans.

1950

Celebració del X Congrés Internacional de la FIPTP a París.

Els anys 40 del segle passat van suposar un compàs d'espera en la història de l'Associació. Durant aquest període, l'operativitat va disminuir, cosa que reflecteix una tendència similar a l'observada en el cas de la FIPTP. Tot i les dificultats inherents al context de postguerra, el sector no només va resistir, sinó que també va persistir en la determinació d'organitzar-se i sobreviure, encara que fos mitjançant l'enginy. Un exemple va ser l'enviament per part de Teodoro Colomina d'un informe al ministre com a vicepresident de la FIPTP i no com a representant de l'AEPTP. També quan els editors espanyols van assistir al X Congrés Internacional per compte propi i no com a delegats de l'Associació, la qual cosa demostrava un desig clar de continuar amb les activitats malgrat les circumstàncies del moment.

Les dificultats a què es van enfrontar els editors a la postguerra van ser el reflex de les complexitats generals a què va fer front el país: recessió econòmica, retard tecnològic i aïllament. Al marge del model establert el 1938, que se centrava en mecanismes de control com la censura prèvia, les consignes, l'accés a la professió mitjançant el Registre Oficial de Periodistes, el nomenament dels directors i les llicències per crear empreses periodístiques, van sorgir obstacles materials com l'escassetat i la mala qualitat del paper. Per als editors de premsa tècnica, també hi havia les dificultats dels sectors d'activitat a què servien les revistes tècniques i als quals estava lligat el seu propi desenvolupament.

A la feblesa del sector s'hi afegia la desconfiança del règim franquista davant de qualsevol activitat associativa fora del sindicalisme vertical. La projecció i la presència de l'AEPTP en fòrums internacionals i la ubicació de la seva seu a Catalunya eren una altra causa del recel de les autoritats.

El llibre *Cincuenta años de prensa técnica. Pasado, presente y futuro de la prensa técnica española*, editat per l'Associació el 1975 amb motiu del seu 50è aniversari, reflecteix la desaparició d'algunes revistes i persones durant la postguerra. D'altres, amb la intenció de reprendre la seva trajectòria en el futur, es trobaven en un període d'interrupció. Tot i que alguns dels antics directius de Barcelona continuaven reunint-se de tant en tant, ho feien com a grup d'amics.

Al llibre s'esmenten les autoritzacions per a l'edició de publicacions tècniques i s'explica que, en certs casos, es podia topar amb obstacles d'índole personal. Per exemple, l'Ordre, de 24 de febrer de 1942, relativa a la concessió d'autoritzacions per a l'edició de publicacions periòdiques no diàries, requeria, en el cas de les de propietat particular, la presentació d'un informe politicosocial per a cada individu que hi participés com a director, gerent, redactor o administrador.





També es fa referència a les ordres, de 29 d'octubre de 1940 i de 20 de setembre de 1951, que dictaven les normes per a la inscripció i el funcionament del Registre Oficial de Periodistes i que van generar una forta divisió entre els professionals de la informació política i general, d'una banda, i els dedicats a la informació tècnica i científica, de l'altra. Destacats periodistes tècnics que havien gaudit de prestigi a totes dues àrees abans de la guerra es van veure impeditos de registrar-se i obtenir el carnet corresponent. Atès que, segons les normatives, qualsevol òrgan informatiu havia de ser dirigit, en termes de responsabilitats administratives i polítiques, per un periodista amb carnet, va sorgir la figura del director periodista d'una revista tècnica. Aquests directors, a canvi d'una remuneració més simbòlica que efectiva i amb una participació real escassa, complien la funció d'aportar un número de registre per complir els requisits legals. Això demostra l'enginy d'aquells editors, que, malgrat les adversitats generades pel règim i les restriccions legals, van trobar maneres d'esquivar els obstacles i mantenir viva l'activitat periodística i editorial.

Escoles de periodisme a Espanya

El periodisme a Espanya es va institucionalitzar formalment el 1941 amb l'Escola Oficial de Periodisme a Madrid, l'única via d'accés durant el règim franquista. Més tard, el 1958, la Universitat de Navarra va començar a oferir estudis universitaris de periodisme i comunicació, la qual cosa va marcar una fita en la professionalització del camp. El 1960, Àngel Herrera Oria va fundar l'Escola de Periodisme de l'Església, que combinava el periodisme amb valors socials i religiosos. L'evolució va continuar el 1971 amb l'obertura de centres universitaris a la Universitat Complutense de Madrid i la Universitat Autònoma de Barcelona. El 1972, l'Institut de Periodisme de Navarra es va convertir en la Facultat de Ciències de la Informació, amb la qual cosa es va consolidar el camí acadèmic per als futurs periodistes.

Madrid, seu principal de les revistes en la postguerra

Barcelona té una llarga i continuada tradició com a epicentre editorial pràcticament des dels inicis de la impremta, gràcies a l'existència d'un ecosistema complet d'autors, editors, impressors, llibreries, biblioteques, etc. Aquesta tradició també s'havia mantingut en l'àmbit de les revistes tècniques i professionals, i es va veure impulsada el primer terç del segle xx amb la voluntat de modernització de la ciutat, que volia emular les grans metròpolis europees.

Tot i això, la Guerra Civil va tenir un efecte destructiu en la indústria editorial espanyola, però especialment la catalana, ja que van ser moltes les persones del món del llibre, les revistes i la cultura catalana que es van veure obligades a exiliar-se o que van patir represàlies. Mentrestant, l'edició en català va quedar reduïda a una situació de semiclandestinitat.

Al mateix temps que algunes publicacions de la preguerra començaven a reaparèixer, emergien altres de noves que, en molts casos, tenien un caràcter més o menys oficial, vinculades a ministeris, serveis, cossos i institucions, així com publicacions sindicals i religioses, que van florir amb abundància als anys 40. Així i tot, només algunes d'aquestes publicacions van ser l'origen de veritables revistes tècniques. En aquest període, Madrid va desplaçar Barcelona com la seu preeminent de les edicions periòdiques, especialment en l'àmbit tècnic.

A la pàgina següent es presenta una relació de publicacions especialitzades i professionals fundades en el període 1939-1951, encara que la llista no pretén ser exhaustiva.

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

Revistes fundades entre el 1939 i el 1951

La FIPTP reprèn la seva activitat

La celebració del X Congrés Internacional de la FIPTP estava programada per la finals de 1939 a Berlín, però l'esclat de la Segona Guerra Mundial l'1 de setembre va impedir que l'esdeveniment es portés a terme. No va ser fins al maig del 1950, a París, que la Federació va començar a recuperar la seva activitat. En aquesta etapa, Teodoro Colomina va assumir la vicepresidència de la FIPTP. L'assistència de la delegació espanyola només va ser possible després de vèncer dificultats com l'obtenció dels permisos de sortida del país i d'obtenció de moneda estrangera, i després de garantir que la FIPTP no acollia l'URSS ni els països de la seva òrbita.

Colomina va participar en aquest congrés i la seva contribució es descriu en els termes següents a l'informe sobre les «Sessions internacionals de París», presentat al ministre d'Afers Estrangers d'Espanya el novembre del 1948:



«El senyor Colomina, vicepresident de la Federació i en nom de la secció espanyola, diu que, malgrat que aquesta està constituïda d'acord amb el reglament de la Federació, estima que la seva reorganització no està encara enllestida i que creu fonamentadament que no ha de passar molt de temps fins que la secció espanyola recuperi la iniciativa i l'impuls que va adquirir durant el funcionament de la Federació els anys anteriors a les guerres civil espanyola i mundial, ocupant el lloc de preponderància que va tenir als nou congressos internacionals celebrats. La secció espanyola, va dir el senyor Colomina, s'ha interessat sempre per les qüestions que concerneixen la premsa tècnica en relació amb l'ensenyament, la propaganda pels organismes de venda, l'intercanvi de revistes i, especialment, la reorganització de les biblioteques de la Federació Internacional, les oficines d'informació de les seccions i la creació d'un Consell Internacional de la Publicitat. El senyor Colomina posa èmfasi, concretament, en la qüestió de les biblioteques de la Federació Internacional i anuncia que presentarà al pròxim congrés una ponència sobre la represa immediata de l'activitat de les biblioteques de la Federació que van estar ja establertes, abans del 1935, a Madrid i Barcelona.»

Teodoro Colomina, al retorn del X Congrés Internacional de la FIPTP, va redactar un informe per al ministre en qualitat de vicepresident de la FIPTP i president de la secció espanyola, sense esmentar explícitament la denominació AEPTP.

A l'informe de Colomina, després de fer una descripció detallada i neutral de les sessions internacionals, va afegir una «Ampliació complementària de la participació de la delegació espanyola», que respon clarament a les demandes de l'època. A continuació es presenten alguns fragments destacats:

«Atesa la situació política internacional en aquests darrers mesos i la posició d'Espanya davant la incomprensió dels nostres assumptes interiors per part d'un nombre important de nacions estrangeres, és natural que la delegació espanyola, en previsió de qualsevol incident que la intemperància o intencionada malvolença d'algun delegat estranger pogués provocar, prenguéss la decisió irrevocable, abans de sortir d'Espanya, de retirar-se de les sessions internacionals a les quals va ser convidada, si s'hi hagués fet la més lleu al·lusió que pogués destorbar el nostre prestigi internacional.»

[...]

«Afortunadament, ens vam convèncer molt aviat que les nostres prevencions, si bé eren lògicament admissibles, tenint en compte com de molt i malament ha estat menat per aquests mons de Déu el nom de la nostra estimada pàtria, no tenien raó de subsistir davant la cordialitat i l'efusió amb què ens van tractar totes les delegacions estrangeres a les sessions. Hem de fer notar, però, que en aquesta reorganització de la Federació Internacional de la Premsa Tècnica i Periòdica, que podríem dir que enguany ha començat la seva segona època, no en formen part l'URSS, Polònia, Romania, Iugoslàvia, Hongria, Txecoslovàquia ni Bulgària; aquests darrers països són ara satèl·lits de Rússia i, abans de la guerra mundial, tots pertanyien a la Federació, amb la notable excepció de l'URSS, que mai no es va unir a les nostres files perquè el seu règim comunista era diametralment oposat als principis bàsics de la nostra organització internacional.»

Al primer fragment, «la decisió irrevocable, abans de sortir d'Espanya, de retirar-se de les sessions internacionals a les quals va ser convidada, si en s'hi hagués fet la més lleu al·lusió que pogués destorbar el nostre prestigi internacional» mostra una sensibilitat extrema davant la situació política internacional i revela la importància que se li donava a la imatge i la reputació d'Espanya a l'escenari internacional durant la postguerra.

Al segon s'esmenta que la reorganització de la Federació exclou països comunistes, la qual cosa reflecteix la polarització ideològica generada per la guerra freda i l'exclusió de països afiliats a règims comunistes, considerats oposats.

Teodoro Colomina, aleshores director de les revistes *Técnica Metalúrgica* i *Revista de Automoción*, i no de la qual era editor director abans de la guerra, *Electricidad, Mecánica y Fundición*, va acudir al X Congrés Internacional acompanyat d'altres espanyols. Tots ho van fer a títol personal com a professionals de la premsa tècnica, no com a directius de l'AEPTP. La memòria de l'Associació corresponent a l'any 1953 recull que, quan va tornar del congrés esmentat, Teodoro Colomina va convidar alguns dels membres que havien format part de la Junta Directiva de l'AEPTP a crear una comissió organitzadora amb l'objectiu de sol·licitar la represa de les activitats de l'Associació a partir del 1952.



La carta de Bischoff a Colomina

Carta del president de la secció alemanya de la FIPTP, Bischoff, dirigida al domicili particular de Teodoro Colomina, president de l'AEPTP, datada el 4 de juliol del 1939, que respon a una prèvia de Colomina (de la qual no se'n té còpia) i reflecteix les dificultats experimentades durant la Guerra Civil, especialment al sector editorial. S'esmenta l'«heroica guerra d'alliberament d'Espanya», referint-se al conflicte bèl·lic. Colomina, militar i enginyer, va participar en la producció d'armament per a les forces republicanes a Catalunya, fet que el va portar a afrontar un consell de guerra al final del conflicte.

La carta també destaca la relació entre

Espanya i Alemanya, probablement pel suport alemany a Franco, i esmenta les dificultats econòmiques dels editors espanyols a la postguerra, amb Bischoff disposat a renunciar a quotes per assistir al congrés, com a gest de suport.

«Respectable senyor president, estimat col·lega Colomina: la vostra cordial carta del 10 de juny del 1939, que he rebut fa pocs dies, ens ha trobat bé tant a mi com a tots els col·legues alemanys, que en els anys passats hem parat una atenció permanent a la vostra sort personal en l'heroica guerra d'alliberament d'Espanya, en què hem pres part amb la més gran alegria i plena satisfacció... Serà per a nosaltres d'immensa alegria poder saludar-vos al nostre Congrés de Berlín i podeu estar segur de la rebuda més calorosa i afectuosa. He remès el vostre escrit al senyor ministre del Reich, el doctor Goebbels. No dubto que podrem comptar amb la seva iniciativa i que, per part dels alemanys, es faran tots els passos possibles perquè pugueu venir a Alemanya al nostre congrés. Per part meua, ja he disposat que, per a la participació en el X Congrés Internacional de la Premsa Tècnica, dels col·legues espanyols, en atenció a la vostra situació econòmica, cap quota del congrés sigui cobrada...»

Als anys 40 es va imposar un fort control moral influït per l'Església catòlica, que va tenir un paper fonamental en la vida pública i en l'educació.

Són els anys en què la Secció femenina, organització creada per la germana del dictador Miguel Primo de Rivera, va esdevenir un instrument clau del règim per inculcar els valors tradicionals i religiosos, controlant el paper i la conducta de les dones a la societat.

Un dels aspectes més característics de la Secció Femenina era l'obligatorietat de fer el «Servei social», un requisit indispensable perquè les dones poguessin accedir a una ocupació, a estudis superiors o, fins i tot, a obtenir el passaport. Aquest servei consistia en un període de formació i treball en què s'educava les joves amb l'objectiu que esdevinguessin «bones esposes i mares». La Secció Femenina, amb el suport de l'Església catòlica, també promovia l'ideal de la dona submissa i dependent del marit, que condemnava qualsevol aspiració d'independència o emancipació femenina.

No és estrany que, en aquest context, no s'hagi trobat cap referència a cap dona editora de cap publicació tècnica de l'època en la documentació històrica de l'Associació.



LA RECONSTRUCCIÓN

1952-1967



La televisió va iniciar el seu camí a la dècada dels 50 i va ser als 60 quan va experimentar un creixement espectacular. Quan es va inaugurar oficialment el 1956, un aparell de televisió costava 32.000 pessetes i només n'hi havia un miler funcionant a Madrid. Els enregistraments duts a terme pel NO-DO i notícies comprades a la CBS o a United Press configuraven el gruix del contingut d'aquests informatius.

Paral·lelament, la televisió reflectia i amplificava els grans esdeveniments mundials de l'època. Els discursos i la tràgica mort de John F. Kennedy van commocionar els televidents, mentre les imatges de la guerra del Vietnam mostraven la cruesa del conflicte a escala global. La guerra freda mantenia el món en suspens i els Beatles revolucionaven la música i la cultura pop. Els grans diaris van començar a dedicar columnes a la programació televisiva. Per la seva banda, la indústria aviat va calibrar l'enorme impacte publicitari del mitjà, que, igual que la ràdio o la premsa d'informació general, arribava a públics amplis, indiscriminats, heterogenis i massificats. El públic de la televisió era una col·lectivitat característica de la societat moderna.

CRONOLOGIA

1952

L'Associació obté l'autorització per reprendre les activitats i torna a la denominació primitiva d'Associació Espanyola de la Premsa Tècnica (AEPT).

1953

Se celebra l'XI Congrés Internacional a Brussel·les. S'acorda suprimir la paraula *tècnica* de la denominació de l'organització, que passa a anomenar-se FIPP (Federació Internacional de la Premsa Periòdica).

1962

L'AEPT crea una comissió de relacions públiques per abordar el tema postal, una qüestió indissociable a les revistes professionals en paper. El públic al qual s'adreçaven les publicacions tècniques es trobava dispers geogràficament, cosa que comportava que la distribució al quiosc fos inviable. En aquest context, només Correos era capaç de proveir els editors, dependents completament del servei de lliurament a domicili per arribar als lectors i subscriptors.

1963

El president dels Estats Units, John F. Kennedy, és assassinat a Dallas.

1964

Creació de l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD), encarregada del control del tiratge i la difusió de diaris i revistes impresos a Espanya.

1965

Se celebra una Assemblea Extraordinària per aprovar una reforma dels estatuts, imposada per la necessitat d'adaptar-los a la nova llei d'associacions, introduint *periòdica* en la denominació de l'entitat. Va passar a dir-se Associació Espanyola de la Premsa Tècnica i Periòdica (AEPTP).

1966

S'aprova la llei de premsa i impremta al març (Llei Fraga).

1967

Teodoro Colomina presenta la dimissió a l'edat de 82 anys i passa a ser president d'honor vitalici tant de l'AEPTP com de la FIPP.

Els anys 50 a Espanya van ser un període d'obertura i dinamisme de la premsa tècnica. Si bé s'havien superat els reptes de la postguerra, encara no s'havia entrat plenament en l'etapa que posteriorment es coneixeria com el període de desenvolupament, la màxima expressió del qual seria el Pla d'estabilització del 1959.

Des d'una perspectiva editorial, les condicions econòmiques encara no donaven pas a un període d'expansió, encara que l'ambient cultural mostrava signes més favorables: la ruptura de la comunicació amb l'estranger permetia que el país esdevingués permeable a les notícies i les tècniques innovadores. Durant la dècada dels 50 es van crear nombroses revistes d'índole professional, la qual cosa evidenciava una creixent obertura i dinamisme al panorama editorial.

Són freqüents en aquesta etapa els emprenedors que no actuen amb una vocació editorial específica, sinó de cobrir les necessitats d'informació i comunicació de sectors en auge. El perfil de negoci iniciat per un empresari individual, amb el suport del seu cercle familiar directe, era habitual aquests anys i en sectors molt dispars entre si (automoció, indústria química, siderúrgia, alimentació, etc.).

Després de participar en el X Congrés a París el 1950, Teodoro Colomina i els seus col·laboradors a Espanya van iniciar les gestions per reorganitzar l'Associació Espanyola de la Premsa Tècnica i Professional (AEPTP). Tot i això, no va ser fins a mitjan juny del 1952 que van presentar un projecte d'estatuts per a la seva aprovació per part de les autoritats. Es tornava a la denominació primitiva d'Associació Espanyola de la Premsa Tècnica, suprimint el terme *professional*, que s'havia afegit el 1932 i que estava en ús quan va esclatar la guerra el 1936.

El domicili va quedar establert al número 50 del passeig de Gràcia de Barcelona, on també tenien el domicili les revistes de Teodoro Colomina, als locals de l'Associació Tècnica Espanyola d'Estudis Metal·lúrgics (ATEEM). Dels 17 directius designats, únicament sis eren figures històriques provinents de la Junta del 1936 i no tots compartien la mateixa vinculació amb les revistes de la preguerra.

L'11 de gener del 1953, el *Diario de Barcelona* va publicar una nota sota el títol «Renace una antigua asociación». Oficialment, va ser confirmat el 15 de gener del 1953, data en què els directius van assumir els seus càrrecs i es va dur a terme la primera sessió regular. Durant aquesta reunió es va acordar recaptar les quotes corresponents als anys 1952 i 1953 de manera conjunta, per tal de crear un fons inicial que possibilités l'inici de les activitats de l'Associació. Segons el registre d'associats, en aquell moment constaven 25 revistes inscrites, principalment pertanyents als directius i algunes altres. A finals del mateix any, la xifra ja era de 33.

El gener del 1954 es va celebrar una assemblea general ordinària en què van participar 48 revistes afiliades. L'any anterior s'havia plantejat la iniciativa de crear un carnet de premsa i aquest any gairebé tots els associats ja tenien aquest document.



La premsa tècnica com a locomotora del canvi i la innovació als anys 60

Durant la dècada dels 60, l'economia espanyola va experimentar un creixement sense precedents i el sector industrial era el motor principal d'aquest progrés. Ho reflecteixen els títols en matèria d'indústria elèctrica i electrònica, tecnologia i automatització, siderúrgia, metal·lúrgia i automòbil, entre d'altres. La millora en la producció va propiciar la baixada dels preus i va afavorir les exportacions. L'agricultura també es va modernitzar, amb un augment de les capçaleres del sector agrícola. Simultàniament, el sector terciari va experimentar un avenç considerable gràcies al desenvolupament del turisme, sector en què també van sorgir noves revistes.

L'augment de la riquesa i la renda va donar lloc a canvis socials i culturals, va transformar hàbits, va generar actituds noves i va donar origen a noves necessitats. Això es fa palès en publicacions de llar i estil de vida sorgides als 60 i relacionades amb noves tendències. La premsa especialitzada va evolucionar davant aquests canvis, assumint el paper de difusora de coneixements en àrees tècniques abans desconegudes i, de vegades, exercint un paper pioner o impulsor en alguns sectors. De summa importància són les publicacions mèdiques d'aquesta dècada i de la següent, amb títols com *Jano*, *Notícies Mèdicas* o *Hospital General*.

En línies generals, el creixement de la premsa tècnica va estar directament lligat al desenvolupament i la diversificació de l'àmbit econòmic i professional amb què estava íntimament relacionat. En resum, als anys 60 van aparèixer a Espanya nombroses revistes tècniques o de naturalesa tècnica, la qual cosa evidenciava la necessitat de documentar i comunicar els avenços i especialitzacions que caracteritzaven aquest entorn econòmic, professional, social i cultural tan dinàmic.

Des de la perspectiva empresarial, a les dècades dels 50 i 60 van emergir revistes pertanyents a editorials privades, de manera que es va reduir la rellevància de les d'origen semioficial o corporatiu. Simultàniament, es van establir col·laboracions en diversos casos amb revistes estrangeres, fet que va facilitar l'intercanvi de documentació i coneixement.

A mesura que l'economia espanyola guanyava més projecció internacional, l'arrelada connexió cultural amb Amèrica també va canalitzar una influència tecnològica i industrial creixent. Per a alguns sectors, els anys 60 van marcar l'inici de l'obertura o, en certs casos, la recuperació del mercat lector americà. Tot i que la comunitat idiomàtica suposava un avantatge, la premsa tècnica espanyola encara no n'havia aprofitat tot el potencial.

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

Revistes fundades entre el 1952 i el 1959.

L'AEPT s'obre a les revistes adreçades al consumidor



El 1962, amb l'arribada de Raúl Mir Ragué a la secretaria general, es va generar una nova orientació que admetia al si de l'Associació revistes periòdiques no tècniques. L'AEPT va incorporar publicacions com *Gaceta Ilustrada*, *Sábado Gráfico* o *Blanco y Negro*, entre d'altres. Aquesta inclusió no sols va suposar una transformació en la composició de l'Associació, sinó que també va generar un impuls econòmic important.



Emblema de l'Associació als anys 50.



Emblema de l'Associació del 50è aniversari.

El 1965, alhora que es reformaven els estatuts per ajustar l'entitat a la nova llei d'associacions, es va introduir el terme **periòdica** en la denominació per transformar-la en l'Associació Espanyola de la Premsa Tècnica i Periòdica (AEPTP), que recollia així en el nom aquesta obertura a les publicacions periòdiques.

Durant aquests anys, es van anar incorporant progressivament a l'Associació prop de 70 revistes no tècniques. Cal destacar l'any 1966, en què en pocs mesos es van unir importants publicacions de l'època, com **Garbo**, **Triunfo**, **¡Hola!**, **Semana**, **Diez Minutos**, **La Actualidad Española**, **Destino**, **Dígame**, **Ama**, **SP**, **7 fechas**, **Telva** o **Fotogramas**.

En aquest context, l'entrada de les revistes d'informació a l'AEPTP podria haver suposat una revitalització de l'Associació, però van participar poc en les activitats socials i no van entrar en la direcció de l'entitat.

Tot i això, des de la FIPP no es veia amb bons ulls aquesta obertura de l'AEPTP a les revistes d'informació, ja que el 1967 l'Associació va rebre diverses cartes de la Federació Internacional en què proposaven la creació de dues associacions espanyoles: una per a la premsa tècnica, que continuaria sent l'AEPTP, i una altra per a la premsa periòdica no tècnica.

El 1968 es va tancar aquesta etapa amb la decisió del nou president de l'Associació, López del Arco, que l'Associació tornés a ser únicament de revistes tècniques i professionals. Així i tot, moltes de les revistes d'informació general van romandre a l'Associació fins que el 1977 es va crear l'ARI, l'Associació de Revistes d'Informació, que continua aglutinant actualment les revistes d'informació espanyoles.



Les revistes per al consumidor guanyen pes a la Federació Internacional

El desenvolupament econòmic dels anys 60 a Espanya i la transformació de la societat d'aquell moment van propiciar el creixement de les revistes d'informació general. En l'àmbit internacional, aquest procés ja s'havia iniciat abans. N'és una prova l'eliminació, durant l'XI Congrés Internacional celebrat a Brussel·les el 1953, de la paraula *tècnica* en la denominació de l'organització, que va passar a anomenar-se Federació Internacional de la Premsa Periòdica (FIPP). Això determinaria un gir gradual cap als reptes de les grans revistes generals, que aniria distanciant els camps d'interès entre la Federació i la secció espanyola. S'hi va introduir la figura d'un president de la Federació, amb possibilitat de ser reelegit, i un president per a cada congrés, que seria el representant de la secció nacional organitzadora. Aquesta mesura va implicar que la cúpula de l'organització ja no seria itinerant entre països segons el calendari dels congressos, una tradició que es mantenia des del 1925.

A partir de l'octubre del 1953, la seu social de la FIPP va quedar establerta al Cercle de la librairie del boulevard Saint-Germain, on ja havia tingut la seva ubicació en els primers anys. Des del 1952, la FIPP publicava butlletins en quatre idiomes, incloent-hi l'espanyol, encara que a partir del 1957 es limitarien al francès i a l'anglès.

En línia amb aquest canvi de tendència, el programa del Congrés Internacional de la FIPP del 1966 era dirigit gairebé íntegrament a les inquietuds de la



Imatge de l'XI Congrés Internacional celebrat a Brussel·les el 1953.



Emblema de la FIPP a la seva segona època (anys 50).



Emblema de la FIPP adoptat al final dels anys 60.

premsa periòdica no tècnica. N'hi ha prou amb alguns exemples dels temes abordats al congrés per constatar-ho: «La TV en color; la revista en color», «Estudi de les possibilitats d'una campanya col·lectiva per a la premsa periòdica» o «Les possibilitats d'utilitzar els mitjans audiovisuals per a la premsa periòdica».

Als anys 60 es van fer més explícites a la FIPP les tensions entre dos sectors enfrontats: d'una banda, els socis fundadors, que representaven bàsicament la premsa tècnica de nacions com França, Espanya, Itàlia i altres països europeus, i, d'altra banda, els representants de la premsa periòdica de caràcter informatiu, fonamentalment dels Estats Units i la Gran Bretanya, que era més nombrosa, més forta econòmicament i que el 1968 n'ostentava la presidència. A conseqüència d'aquest pes important de les revistes d'informació general anglosaxones, el 1968 la seu de la FIPP es va traslladar de París a Londres, ubicació que es manté actualment.

L'arrencada de la publicitat

Els anys 60 van ser la dècada d'or de la publicitat a Espanya, en què es van fonamentar els pilars del sector tal com el coneixem actualment. L'arrencada va venir propiciada per l'entrada al Govern dels tecnòcrates i per l'inici del desenvolupament econòmic al país. El Pla d'estabilització del 1959 va permetre que Espanya experimentés el seu anomenat «miracle econòmic». El creixement econòmic i l'entrada de capital estranger van donar lloc a una demanda de publicitat més gran. Les agències existents van créixer i se'n van crear de noves.

En aquests anys no hi havia cap política publicitària de les empreses anunciants per a les revistes tècniques. I, dins de les agències mateixes, el cap de mitjans consignava la publicitat tècnica al pressupost com a «publicitat atípica».

Els editors, davant del desconeixement de les agències de la realitat de la premsa tècnica, acudien directament a l'anunciant. Per part seva, les agències argumentaven que el seu desconeixement obeïa a la manca d'informació facilitada pel mitjà mateix.

El desconeixement de les revistes tècniques per part de les agències radicava en la complexitat de seleccionar entre una gran varietat de títols i la seva adscripció a les àrees temàtiques o de contingut. A més, a banda de la manca d'aclariment del panorama de les publicacions tècniques, les agències de publicitat ignoraven molt sovint la premsa tècnica. La desatenien, segons els editors, perquè no els era rendible.

Neix l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD) el 1964

A principis dels anys 60 mancaven a Espanya fonts fidedignes d'informació sobre els tiratges de les publicacions. L'antecedent immediat a la creació de l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD) va ser la realització de l'«Estudi sobre els mitjans de comunicació de masses a Espanya», que el 1964 va oferir xifres de tiratge independents dels editors.

L'OJD es va fundar el 1964 amb la finalitat de supervisar i controlar el tiratge i difusió de diaris i revistes impresos a Espanya. El 2004, la denominació de la societat va passar a ser Información i Control de Publicaciones (Introl).

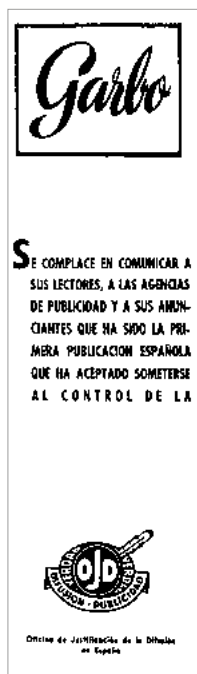
El maig del 1965, després de la seva fundació, l'OJD va dur a terme els primers controls de la difusió de la premsa espanyola, que es van publicar al primer butlletí de l'OJD. Durant aquest primer any de publicació dels butlletins, l'OJD va certificar mensualment la difusió de 18 diaris, 33 revistes i 2 publicacions tècnicoprofessionals. Una dècada més tard, aquesta xifra es quadruplicaria fins a abastar la certificació de 70 diaris, 86 revistes i 34 publicacions tècnicoprofessionals.

Tiratge vs. qualitat de les revistes tècniques

Per a les agències, els controls de la difusió de l'OJD eren fonamentals a l'efecte de verificar el tiratge dels diaris i les revistes. El primer interrogant que el cap de publicitat plantejava al representant d'un mitjà tenia a veure amb el seu tiratge. Tot seguit, per corroborar la veracitat de la resposta, preguntava si estava controlat per l'OJD.

La tasca de l'OJD en la verificació del tiratge i la difusió dels diaris i revistes impresos era crucial en l'àmbit publicitari. Tot i això, les veus dels editors de la premsa tècnica expressaven la seva preocupació per l'enfocament exclusivament quantitatiu, que consideraven vàlid fonamentalment per als mitjans d'informació general, però no per a la premsa tècnica. Els editors assenyalaven la necessitat de disposar de mètodes d'anàlisi quantitatius i qualitatius sobre la difusió per a una promoció adequada de les publicacions tècniques com a mitjà publicitari.

Els editors de premsa tècnica defensaven el paper d'aquestes publicacions com a suport publicitari per diverses raons. En primer lloc, perquè estaven adreçades a audiències específiques dins de sectors particulars i, en segon lloc, perquè garantien que els anuncis arribessin a un públic altament rellevant i receptiu. Alguns editors de premsa tècnica fins i tot consideraven la publicitat com un gènere informatiu en si mateix.



Garbo va ser la primera revista espanyola a sotmetre's al control de l'OJD el 1964.

Les revistes tècniques, en ser considerades fonts d'informació creïble i de confiança, permeten, en tant que mitjà publicitari, associar les marques a la reputació i la credibilitat de la publicació, cosa que augmenta la confiança dels lectors en els productes i serveis.

En comparació amb la publicitat als mitjans generalistes, els anunciants tenen amb la premsa tècnica una oportunitat més gran de destacar i captar l'atenció dels lectors sense el soroll de fons d'una gran quantitat d'anuncis de diferents sectors.

Igualment, la vida d'aquestes publicacions, com que és més llarga (els lectors sovint les conserven com a referència o per a futures consultes), permet que els anuncis continuïn sent vistos i recordats molt després de la publicació inicial.

La llei Fraga i l'evolució de les revistes tècniques

La llei Fraga eximia les revistes tècniques de l'obligació de tenir un director periodista. Tot i això, les discriminacions per a aquest tipus de premsa es manifestarien en altres àrees, com la postal, les subvencions i els crèdits, així com en l'adquisició de paper premsa, entre d'altres. Una innovació crucial era la introducció de la figura de l'empresa periodística com a entitat amb personalitat jurídica, en lloc de centrar-se exclusivament en la publicació en si. Aquest canvi tindria repercussions en els aspectes reglamentaris de l'Associació, que des del 1925 havia estat concebuda com una «societat de revistes», ja que va haver d'adaptar el seu sistema d'afiliació a aquest nou enfocament.



L'Associació es veu obligada a vincular-se al Sindicat Vertical

Des dels inicis de la dictadura franquista fins al 1977, l'Organització Sindical Espanyola, coneguda popularment com el Sindicat Vertical, era l'única organització d'obriers i patrons que hi havia a Espanya. Tots els treballadors i empresaris estaven obligats per llei a estar-hi afiliats, mentre que altres organitzacions sindicals anteriors, com la CNT o la UGT, estaven prohibides i operaven en la clandestinitat.

En aquest context, després de la Guerra Civil, l'AEPTP va estar funcionant sense unir-se explícitament al Sindicat Vertical, malgrat que sempre va estar sota la seva vigilància i va despertar sospites pel fet de tenir la seu a Barcelona. En paraules de Germán Martínez de Llanuces, director i redactor del llibre *50 años de prensa técnica*, l'Associació «també havia de deixar de ser, als ulls de Madrid, la mania fixa d'un grup de catalans».

Tanmateix, quan es parla d'integració al sindicat, es tracta de l'AEPTP com a entitat, ja que les revistes, individualment, ja hi pertanyien totes, atès que l'afiliació sindical era obligatòria, general i automàtica.

El 1966, l'AEPTP va sol·licitar oficialment al Sindicat de Premsa, Ràdio, Televisió i Publicitat el seu reconeixement, preservant l'autonomia en el seu funcionament. Com a resposta, el sindicat va proposar una integració mútua. Això volia dir que totes les publicacions del grup s'incorporarien a l'Associació, la qual de manera corporativa, s'hi uniria. Aquesta proposta es podria interpretar com una possible absorció de l'AEPTP per part del grup sindical. Així, van aflorar reserves a la Junta Directiva de l'AEPTP i es va acordar que «en el moment oportú es decidirà com s'haurà de procedir per a la nostra inclusió en sindicats».

Durant aquest any, l'AEPTP va haver de renunciar a organitzar a Espanya el XVI Congrés Internacional, tal com s'havia acordat amb la Federació Internacional, a causa de la manca de suport del sindicat i de l'Administració, la qual cosa va generar certa incomoditat a la FIPP, que finalment va organitzar a marxes forçades el Congrés de Venècia a la tardor del 1967.

En els darrers mesos de l'any 1967, els principals directius de l'AEPTP ja havien entès que l'Associació es veuria abocada a constants limitacions si no es vinculava de manera més compromesa amb l'Organització Sindical i van buscar fórmules perquè aquest nexes fos possible.

La solució es va trobar el 1968 amb la incorporació a l'AEPTP de José López del Arco, una persona molt ben relacionada amb el règim i que era el president del Grup Nacional d'Empreses de Premsa Tècnica del sindicat. López del Arco, que no era associat, era un editor i empresari del sector publicitari, fill d'Antonio R. López del Arco, que sí que havia format part de l'Associació abans de la Guerra Civil, en qualitat de director de la revista *Economía* a Madrid.

José López del Arco es va incorporar a l'AEPTP directament per presidir-la, amb la qual cosa l'Associació es va vincular al sindicat i, d'altra banda, el cap se situava a Madrid, cosa que feia que deixés d'estar justificada l'acusació d'«excessiu catalanisme» que s'havia manifestat, malgrat que el domicili social continués sent el de Barcelona.

Teodoro Colomina, president i fundador de l'AEPTP, es jubila

El febrer del 1967, Teodoro Colomina, president i fundador de l'AEPTP, que tenia en aquell moment 82 anys, va comunicar la seva dimissió per raons d'edat i salut. La FIPP també va anunciar la retirada del que havia estat el seu president el 1929 i que no havia deixat de participar activament en la vida associativa internacional, fins i tot en els pitjors moments d'aïllament de l'Espanya autàrquica.

El 29 de setembre del 1967, l'AEPTP va organitzar un sopar en honor a Teodoro Colomina i el va nomenar president d'honor vitalici. Al Congrés de Venècia, celebrat a l'octubre, la FIPP li va atorgar el títol de president d'honor vitalici de la Federació. Aquest reconeixement, tant a escala nacional com internacional, va ressaltar la destacada tasca de Teodoro Colomina al servei de la premsa tècnica al llarg de tota la vida. Teodoro Colomina va morir el 1975 a l'edat de 91 anys.



Teodoro Colomina és nomenat president d'honor.

1967-1968: Pedro Cartanyà condueix la transició

El 1967, Pedro Cartanyà Aleu va prendre el relleu de Colomina i va presidir l'Associació fins al març del 1968, data en què López del Arco es va incorporar a l'AEPTP i va ser nomenat president.

Va ocupar la vicepresidència Federico Montagud de Miguel, que va continuar les responsabilitats que prèviament havia assumit el seu pare, Federico Montagud Castellano, mort tràgicament en un accident de trànsit a Segòvia. Igualment, Montagud (fill) era el president de l'Agrupació de Premsa Tècnica al Sindicat de Premsa, Ràdio, TV i Publicitat de Barcelona, a més d'exercir com a vicepresident en l'àmbit nacional en aquesta agrupació.

Cartanyà va aportar un enfocament pràctic a les tasques internes. Durant el seu mandat, la Junta va ser plenament conscient del seu caràcter provisional i es va dedicar principalment a una missió de regularització administrativa. Alhora, van treballar en la preparació d'una renovació integral.



Pedro Cartanyà Aleu, president de l'AEPTP del 1967 al 1968 (etapa de transició).



Al ritme dels temps

La fotocomposició i la fotomecànica



En l'àmbit de les publicacions tècniques, la introducció de la fotomecànica i la fotocomposició a la dècada del 1950 va representar un avenç significatiu. Aquestes tecnologies van revolucionar completament la manera com es creaven i dissenyaven les publicacions, fent-les més precises i accessibles que mai.

Amb la fotomecànica, es van poder incorporar imatges, gràfics i fotografies d'alta qualitat, fet que va facilitar l'explicació de conceptes complexos mitjançant il·lustracions detallades i nítides.

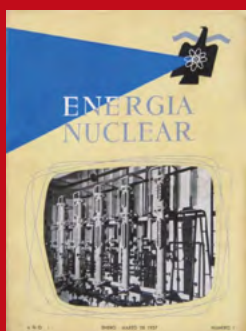
D'altra banda, la fotocomposició va automatitzar el procés de composició de text i imatges, cosa que va agilitar enormement la producció de contingut tècnic. En lloc de dependre de processos manuals, a partir d'aquell moment ja era possible crear publicacions només prement uns quants botons.

En resum, la introducció de la fotomecànica i la fotocomposició va permetre millorar la qualitat visual i l'accessibilitat de les publicacions, a més d'agilitzar-ne la producció. Aquest avenç va marcar una fita important a la història del món editorial.

Als anys 60, la televisió va experimentar un creixement espectacular que va suposar un poderós impacte. Així i tot, les revistes van mantenir el seu model de negoci gràcies al fet que el seu públic no era generalista, sinó especialment qualificat i amb una influència derivada precisament del perfil professional dels seus lectors i subscriptors.

Aquesta audiència específica va permetre a les publicacions tècniques assolir més personalització i connexió entre emissor i receptor, una proximitat que també va facilitar una comunicació més estreta entre receptors. A diferència dels mitjans massius, que requerien organitzacions complexes, les revistes tècniques es van poder organitzar de manera més àgil i flexible en termes de producció i distribució, mantenint la seva rellevància en aquest mercat publicitari explosiu dominat per la televisió.

HEMEROTECA





MODERNITZACIÓ EN EL TARDOFRANQUISME

1968-1975





El 1968, mentre a França creixien les protestes estudiantils i sindicals que van portar a una enorme vaga general la repercussió de la qual va traspasar fronteres, Espanya consumia els últims anys de la dictadura, que continuava controlant la vida pública i que contrastava amb les ànsies de llibertat i modernitat de molts ciutadans.

Mentrestant, l'economia espanyola s'anava consolidant amb creixements del PIB superiors al 7 % gràcies a les reformes dels tecnòcrates dutes a terme en anys anteriors i al boom turístic sense precedents que va experimentar Espanya durant aquests anys. Aquest escenari econòmic es va mantenir fins a la crisi mundial del petroli del 1973, la qual, juntament amb la incertesa de la transició política a Espanya, va provocar una crisi important, amb estancament, inflació del 17 % i una taxa d'atur que va començar a créixer.

En aquest context, el 1969 les Corts Espanyoles van ratificar el nomenament de Joan Carles I com a successor de Franco amb el títol de rei, però la delicada salut del dictador vaticinava un canvi que no es produiria fins a la seva mort, el novembre del 1975.

El president Carlos Arias Navarro va anunciar oficialment la mort de Franco i que Juan Carlos assumiria la prefectura de l'Estat, la qual cosa va marcar l'inici de la transició democràtica a Espanya.

CRONOLOGIA

1968

José López del Arco y Soler, editor de la revista *Economía* i de l'*Anuario Financiero y de S.A. de España*, assumeix la presidència de l'Associació i el seu mandat s'estén fins al 1976.

Al maig del 1968 s'inicia una cadena de protestes estudiantils a França que culmina amb la vaga general més gran de la història d'aquest país.

L'activista a favor dels drets civils, Martin Luther King, és assassinat a Memphis.

1969

Neil Alden Armstrong és el primer ésser humà a trepitjar la Lluna.

1970

Neixen les primeres agrupacions sectorials de la premsa tècnica.

1971

L'AEPTP prescindeix de la pe final als nous logotips i torna al concepte tradicional de «premsa tècnica», encara que estatutàriament continuava sent «periòdica».

1973

Inici de la crisi del petroli que va provocar una recessió global i una crisi energètica.

A Xile, el cop d'estat d'Augusto Pinochet enderroca el govern democràtic de Salvador Allende.

1975

Al començament d'aquest any mor el president honorari i fundador de l'AEPT, i també president honorari de la FIPP, Teodoro Colomina, als 91 anys.

El 20 de novembre mor Francisco Franco i comença la Transició.

El 1968 s'inicia un període de modernització de l'Associació, liderat pel nou president José López del Arco, que segueix les petjades dels canvis econòmics i socials que a poc a poc s'anaven produint a Espanya. Així mateix, es va renovar per complet la direcció de l'Associació, la qual cosa va afectar la major part dels membres històrics que havien reorganitzat l'AEPT el 1952.

José López del Arco, figura estretament vinculada als àmbits polítics i econòmics, amb un innegable influx en el sindicalisme de l'època i les activitats empresarials als sectors d'edicions tècniques i publicitat, i amb una sensibilitat acusada per les reminiscències del seu historial familiar a l'Associació, va acceptar la proposta d'unir-se amb el propòsit d'assumir-ne la presidència. Amb aquesta decisió, la cúpula directiva de l'entitat es va traslladar a Madrid, tot i que el domicili social va continuar sent el de Barcelona.

La nova direcció va ser pionera amb iniciatives com la participació activa en fires i salons sectorials, l'organització d'actes amb voluntat de facilitar el treball en xarxa o l'ús d'eines de comunicació interna com les cartes a l'associat, que van ser les antecessores dels butlletins electrònics que es remeten als socis actualment.

L'AEPTP, compromesa amb les fires i els salons professionals

El 1968, l'AEPTP va començar a participar de manera regular amb estands col·lectius en salons monogràfics, ocasionalment organitzant taules rodones sobre temes professionals. Exemples inicials d'aquesta iniciativa van ser esdeveniments com Hogarotel i Expoquímia. Aquestes accions reflectien el compromís de l'Associació amb la cohesió dels seus respectius sectors d'activitat, amb el reconeixement que l'activitat principal de les revistes tècniques era i continua sent facilitar la interacció i l'intercanvi de coneixements dins de la comunitat professional. A partir del 1969, l'Associació va ampliar encara més la seva presència amb jornades de premsa tècnica a la Fira de Maquinària Agrícola (FIMA), a Saragossa. Aquestes jornades no només oferien una plataforma per a l'exposició dels avenços i els productes de la indústria, sinó que també es van convertir en un espai crucial per al *networking*, o treball en xarxa, i la col·laboració entre professionals del sector. Amb el temps, aquestes activitats van adquirir una gran rellevància, fet que va consolidar el paper de l'AEPTP com un actor clau en la promoció i l'enfortiment de la comunitat tècnica i científica a Espanya.



Neixen les primeres agrupacions sectorials de la premsa tècnica

Les revistes agràries i químiques van ser precursora en l'activitat sectorial del grup. Tot i això, les primeres agrupacions sectorials oficialment constituïdes van ser les publicacions turístiques, seguides per les sanitàries, totes dues amb l'inici de les seves funcions el 1970.

Cal destacar la gran expansió a principis dels anys 70 de les revistes sanitàries, amb títols molt especialitzats i que, amb els anys, van experimentar un procés de concentració. En aquest sentit, van aparèixer per primera vegada a Espanya multinacionals de revistes tècniques al sector sanitari.



Els catàlegs: un aparador ideal per captivar els anunciants



Als anys 70, als països desenvolupats, la premsa tècnica cobrava cada dia més influència, rebia una inversió publicitària creixent i es consolidava com el veritable portaveu dels avenços tecnològics. No obstant això, la creixent importància dels mitjans especialitzats a Espanya contrastava amb l'escassa inversió publicitària rebuda.



L'any 1972, l'Associació va llançar el catàleg de publicacions dels associats amb un objectiu doble: d'una banda, crear un aparador per donar a conèixer al mercat les enormes possibilitats de publicitat que oferien les revistes especialitzades i, d'altra banda, ressaltar els avantatges d'aquests mitjans, que permeten seleccionar un públic objectiu determinat i comunicar-s'hi de manera eficient. A més, destacava la gran audiència d'aquestes revistes, ja que cada exemplar enviat el llegien diversos professionals d'una mateixa empresa.

Des de l'anuari de l'Associació publicat el 1934, l'AEPT no havia dut a terme cap iniciativa d'aquesta mena. Els bons resultats aconseguits van aconsellar la reedició i l'actualització del catàleg els anys següents, fins que va arribar a convertir-se en una important eina de cohesió del sector dels mitjans d'empresa a empresa (B2B).

El clima polític del 1975 impedeix la celebració del cinquantenari



L'any 1975 havia d'haver estat memorable per la celebració del cinquantenari de l'AEPTP. El programa d'actes públics de l'aniversari tenia prevista la celebració d'exposicions, conferències i reunions amb altes personalitats, així com la convocatòria d'un concurs de premsa, la concessió de distincions especials, la sol·licitud d'un mata-segells commemoratiu i altres aspectes. Així i tot, els plans no es van poder dur a terme a causa de les circumstàncies polítiques d'aquell moment històric. A propòsit d'aquesta situació, la memòria de l'AEPTP del 1975 diu el següent:

L'any 1975 ha estat, irrefutablement, transcendental per a la nostra nació. La mort de Francisco Franco i el nomenament de Sa Majestat el Rei es poden considerar com el tancament d'una etapa històrica, que nosaltres no som indicats per a enjudiciar, però que, indubtablement, marcarà una transformació econòmica d'Espanya.

La premsa tècnica, i aquesta Associació com a representant d'un gran percentatge de les publicacions que la constitueixen, té des de la seva fundació, com a objectiu primordial i únic, difondre la cultura tècnica, prestigiar-la i donar-ne a conèixer la missió, cooperant a l'auge de l'economia de la païsa, però sempre allunyada de tot partidisme i sense barrejar-se en lluites polítiques. Com va dir el president del Govern d'aquell moment a l'acte de cloenda del Congrés Internacional de Premsa Tècnica celebrat a Barcelona l'any 1929: «sense la barreja de les passions i la política que solen dividir i els homes, cridats a unir-se per llaços d'amor i cultura».

El fet d'evocar el passat no ens impedeix ser homes de la nostra època, d'esperit renovador, i, per això, la Junta Directiva de l'Associació Espanyola de Premsa Tècnica no pretén, ni ho ha intentat mai, ser immobilitista, sinó, per contra, està atenta a totes les innovacions, mostrant-se sempre oberta a tots els suggeriments i actituds que cooperin a l'engrandiment de les nostres empreses, a una col·laboració més íntima entre elles mitjançant l'intercanvi continu d'impressions i a continuar intensificant els contactes amb la premsa mundial del nostre sector per estudiar innovacions i millores, procurant en tot moment assessorar tots aquells que ens consulten amb la nostra organització.

En resum, siguem, doncs, optimistes, però alhora conscients que el món en què vivim és ple de problemes i que, per enfrontar-s'hi, cal una executòria encertada, per a la qual es necessita un veritable caràcter associatiu.

Defensant els interessos comuns es defensen, en definitiva, els interessos propis. Això no ho hem d'oblidar mai.

Un cop més, ens dirigim als nostres associats perquè col·laborin amb la Junta Directiva exposant els seus criteris i indicant les seves aspiracions. Les juntes no tenen caràcter inamovible i qualsevol lloc pot ser ocupat per aquell associat que estigui disposat a col·laborar i a sacrificar hores de treball en benefici de l'Associació. Estem segurs que, amb aquestes aptituds i afany, l'Assemblea sabrà triar-los en el moment oportú i hi tenim dipositades les nostres esperances per al millor i més pròsper futur de l'entitat.



Extracte de la memòria del 1975.

CORREOS: EL REPTE ETERN PER AL DESENVOLUPAMENT DE LA PREMSA PROFESSIONAL

Els editors de revistes per a professionals fonamenten principalment la distribució de les seves publicacions en paper en el servei postal. La dispersió dels seus lectors fa inviable altres canals, que sí que són adequats per a capçaleres adreçades al gran públic. D'aquí ve l'alt grau de sensibilitat davant de qualsevol irregularitat o incidència en les trameses i que la relació amb Correos y Telégrafos com a proveïdor estratègic aparegui, de forma contumaç i recurrent, al llarg de la història de la premsa tècnica espanyola.

Els esforços davant de Correos per buscar-ne la sensibilitat cap a les particularitats de la premsa professional han estat una constant en la trajectòria de l'Associació. En aquest context, dues aspiracions han estat objecte de reivindicació permanent: d'una banda, el reconeixement de les publicacions tècniques com a mereixedores de la classificació de diari als efectes postals, a la vista dels seus continguts informatius, culturals i formatius; i de l'altra, l'exigència d'un tracte tarifari just, equitatiu i exempt de discriminacions.

A la memòria del 1954 es van documentar les primeres preocupacions per les tarifes postals i l'augment que havien experimentat.

«Així doncs, amb motiu de l'augment que han patit les tarifes postals, conjuntament amb la instància formulada per a la quota de paper, se n'ha redactat una altra per sol·licitar la reducció de les esmentades tarifes, a fi de no gravar tant el cost de les revistes l'augment de les quals representa, al final de cada any, un tant per cent molt elevat».

El 1974, és a dir, 20 anys més tard, la memòria d'activitats de l'Associació denuncia igualment que



«la premsa tècnica especialitzada es va trobar “sorpresa” de manera “desagradable” per l’increment “exorbitant” de les tarifes, que va assolir un 400 % sobre les anteriors i que va gravar de manera “injusta” l’economia dels editors». Ja aleshores, i en els anys posteriors, es va deixar expressa constància del perjudici ocasionat: «El fet és que les trameses de llibres i revistes s’han vist afectades en proporcions desmesurades. No hem d’oblidar que la premsa tècnica promou i facilita la posada al dia contínua dels coneixements del professional i del manteniment de la seva competència en aquelles capacitats intel·lectuals que, encara que no d’ús diari, són vitals per a la pràctica de la seva professió» (memòria de l’AEPTP del 1975).

Les demandes del sector cap a l’operador monopolístic públic també van ser objecte d’atenció als fòrums de debat. Els arxius de l’Associació recullen la denúncia del que consideraven una «discriminació injustificada» per part de l’Administració en relació amb les tarifes del servei de Correos en el marc del II Congrés Espanyol de Premsa Tècnica celebrat el 1978. Juan Cardona, director del Grup Editorial Men-Car, va abordar aquesta problemàtica en una ponència titulada «Correos y otros canales de distribución» i va assenyalar la disparitat de les tarifes en vigor (BOE 31/8/77) aplicades a una publicació tècnica de fins a 200 grams de pes (50 cèntims) respecte a les tarifes per a publicacions d’informació general (13 cèntims per al mateix pes). La publicació tècnica pagava gairebé quatre vegades més que una publicació d’informació general, infantil o per a adults. Cardona afirmava: «Crec que, pel seu contingut formatiu, professional i cultural, la premsa tècnica mereix, sens dubte, un tracte més equitatiu».



Al ritme dels temps



50è aniversari de l'AEPTP

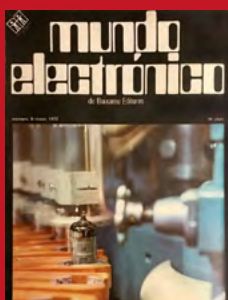
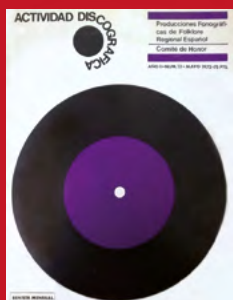
Per al cinquantenari es va dissenyar un logotip especial, creat per Publicaciones Controladas, una empresa editora de diverses revistes associades a l'AEPTP i el departament artístic de la qual havia prestat la seva col·laboració en diverses ocasions. Es va crear perquè les publicacions afiliades l'utilitzessin a les capçaleres, des de l'estiu del 1975 fins a l'estiu del 1976.

L'Associació va editar el llibre *50 años de prensa técnica* per celebrar el cinquantenari de l'AEPTP, encara que la seva publicació efectiva es va endarrerir tres anys, fins al 1978, a causa de les circumstàncies històriques del moment.



El 1975 ens vam acomiadar de Teodoro Colomina, que va liderar l'Associació des de la seva fundació als anys 20 fins a finals dels 60 i que va morir el mateix any que Franco, a l'edat de 91 anys. Teodoro Colomina, enginyer mecànic i electrònic, i comandant d'artilleria, va destacar pel seu excepcional talent, vast coneixement i intel·ligència, especialment per la seva dedicació al sector industrial i a la premsa tècnica, tant a escala nacional com internacional. El seu llegat el consagra com a figura històrica, precursora, pionera i visionària, i per això va ser nomenat president honorari de la Federació i de l'Associació. Va tenir el privilegi de presenciar com les dues institucions assolien els 50 anys d'existència. Sense cap mena de dubte, la seva aportació i experiència durant quatre dècades el posicionen com una de les figures més influents en la història de l'Associació, la Federació i la premsa tècnica a Espanya.

HEMEROTECA

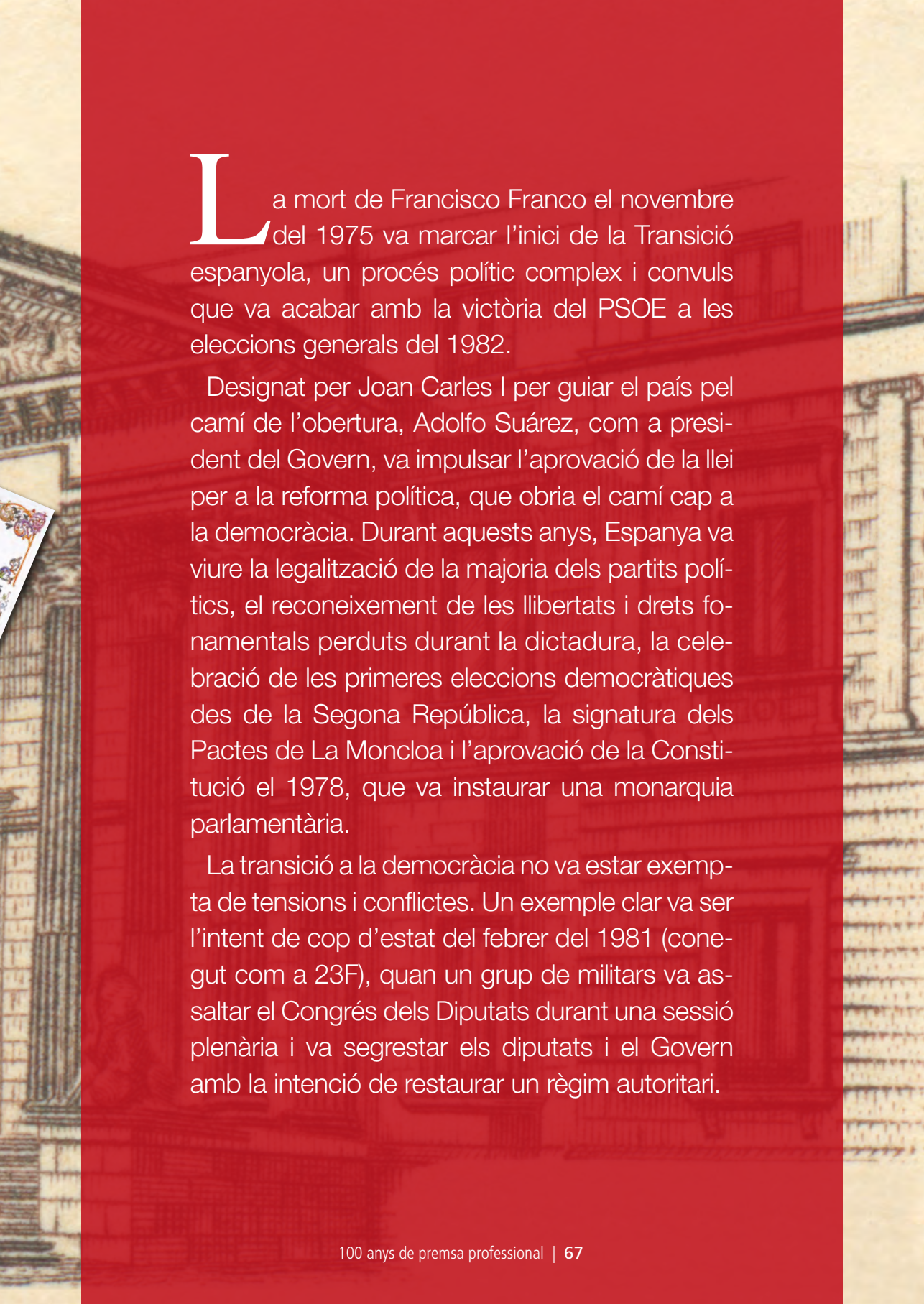




LA TRANSICIÓ: DE LA CENSURA A LA LLIBERTAT DE PREMSA

1976-1982





La mort de Francisco Franco el novembre del 1975 va marcar l'inici de la Transició espanyola, un procés polític complex i convuls que va acabar amb la victòria del PSOE a les eleccions generals del 1982.

Designat per Joan Carles I per guiar el país pel camí de l'obertura, Adolfo Suárez, com a president del Govern, va impulsar l'aprovació de la llei per a la reforma política, que obria el camí cap a la democràcia. Durant aquests anys, Espanya va viure la legalització de la majoria dels partits polítics, el reconeixement de les llibertats i drets fonamentals perduts durant la dictadura, la celebració de les primeres eleccions democràtiques des de la Segona República, la signatura dels Pactes de La Moncloa i l'aprovació de la Constitució el 1978, que va instaurar una monarquia parlamentària.

La transició a la democràcia no va estar exempta de tensions i conflictes. Un exemple clar va ser l'intent de cop d'estat del febrer del 1981 (conegut com a 23F), quan un grup de militars va assaltar el Congrés dels Diputats durant una sessió plenària i va segrestar els diputats i el Govern amb la intenció de restaurar un règim autoritari.

CRONOLOGIA

1976

L'AEPTP renova els seus estatuts i elegeix Miguel de Haro com a president.

S'aprova la llei per a la reforma política, que obre el camí cap a la democràcia.

1977

Se celebren les primeres eleccions democràtiques des de la Segona República i s'aprova la llei d'amnistia.

1978

Se celebra el II Congrés Espanyol de Premsa Tècnica.

S'aprova i es ratifica en referèndum la Constitució espanyola.

1979

Se celebren les primeres eleccions generals sota la nova Constitució.

S'aproven els estatuts d'autonomia de Catalunya i del País Basc. Felipe González es converteix en líder del PSOE, i es consolida la renovació del partit.

1980

Josep Oriol Àvila Montesó és elegit president.

S'aproven els estatuts d'autonomia de Galícia i d'Andalusia.

1981

Intent nul de cop d'estat, conegut com a 23F.

IBM llança l'ordinador personal IBM (IBM PC).

1982

L'AEPTP disposa de 116 empreses editores.

L'AEPTP intensifica la seva presència a Iberoamèrica.

Espanya organitza per primer cop la Copa Mundial de futbol.

El PSOE guanya les eleccions generals i Felipe González es converteix en president del Govern.

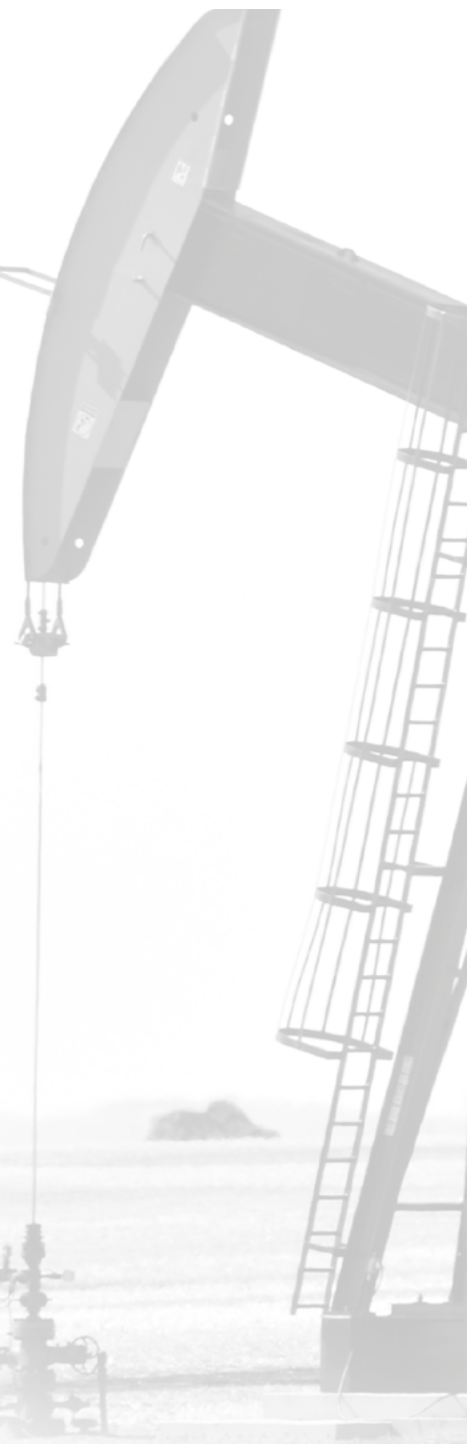
Els països exportadors de petroli van anunciar el 22 de desembre del 1973 que duplicaven el preu del barril de cru. Aquesta decisió va impactar els països industrialitzats, atès que la seva economia depenia en gran manera del petroli com a font d'energia principal. La conseqüència immediata va ser un augment acusat de la inflació a escala mundial, que va afectar greument l'economia espanyola en ple procés d'arrencada. L'alça del cost del combustible va repercutir en l'encariment dels seus derivats, amb repercussions a tota l'economia perquè incrementava els costos del transport. Inicialment, es van intentar mitigar els primers signes de crisi mitjançant l'augment de la despesa pública, encara que aquesta estratègia va esdevenir insostenible quatre anys després, el 1977.

A finals del 1977 es van aprovar els que es coneixen com a Pactes de La Moncloa, uns acords econòmics i polítics entre el Govern i els partits de l'oposició que es van signar en plena crisi econòmica, amb la inflació al 26 %, els tipus d'interès entre el 10 % i el 20 %, un dèficit exterior que situava Espanya al límit de la suspensió de pagaments i una xifra d'atur que va passar el 5 % al 15 % en poc temps.

D'una banda, els Pactes van aprovar un programa de sanejament i de reforma de l'economia, basat en la devaluació de la pesseta, la reforma tributària, un procés d'ajust salarial i la llibertat d'acomiadament per a un màxim del 5 % de les plantilles de les empreses.

De l'altra, es va signar un acord jurídic i polític en què es reconeixia la llibertat de premsa, la llibertat de reunió i associació, la llibertat d'expressió i la igualtat d'homes i dones. Així mateix, es va despenalitzar l'adulteri, es va legalitzar l'ús d'anticonceptius i també es va aprovar l'escolarització universal, entre molts altres acords.

Amb tots els seus defectes i la seva escassa vida, tot just un any, els Pactes van situar Espanya en el camí de la modernització, van assentar les bases per a l'elaboració de la Constitució del 1978 i van iniciar el camí de l'homologació amb els estàndards de les economies europees, el rastre dels quals s'havia perdut feia molt de temps. Cal no oblidar que, aquells anys, Espanya era en un procés de trànsit de la dictadura a la democràcia, la qual no estava en absolut consolidada, sinó més aviat amenaçada, com va demostrar l'intent de cop d'estat del 1981.



La premsa i les revistes com a motors del canvi

Els primers anys de la Transició espanyola es van distingir per l'arribada de nous periodistes i l'aparició de nous diaris i revistes de tota mena. El 1976, els primers estudiants de periodisme titulats, que havien iniciat els estudis el 1971 a les facultats d'Informació de Madrid, Barcelona i Navarra, van marcar el començament d'una nova generació de professionals compromesos i impulsats pels vents de llibertat renovats que van caracteritzar aquest període de transformació a Espanya.

Els diaris

Els nous mitjans van adoptar fórmules més àgils i dinàmiques, alineades amb la creixent sensibilitat democràtica de la societat. En molts casos van aconseguir imposar-se sobre els diaris més antics, liderant la transició cap a noves tendències i enfocaments.

L'aparició d'*El País* el maig del 1976 a Madrid no només el va consolidar com un rotatiu d'èxit comercial, sinó que també el va erigir en el model més imitat de l'època gràcies al seu estil distintiu. Aquell mateix any, a Madrid, veia la llum el *Diario 16* i a Barcelona debutava l'*Avui*. *El Periódico de Catalunya*, que es va llançar el 1978 a Barcelona, va representar un altre model innovador. Al País Basc, els diaris *Deia* i *Egin* van emergir el 1977 i el 1978, respectivament.

Els diaris tradicionals, com l'*ABC*, el *Ya* i la *Vanguardia*, van afrontar diversos reptes per adaptar-se als nous temps en els àmbits empresarial, tecnològic, periodístic i ideologicopolític. Aquestes dificultats es van agreujar encara més a causa de la crisi econòmica general que travessava el país.



Les revistes d'informació general

Després d'anys de censura i control franquistes, les revistes d'informació general van experimentar una florida sense precedents i es van convertir en un dels actors clau en el procés de democratització de la societat. Les noves publicacions desafiaven la narrativa oficial, oferien un periodisme de qualitat i abordaven temes que fins aleshores eren tabús, com la política i la sexualitat.

Entre les diferents revistes polítiques que van proliferar durant la Transició, **Cambio 16** ocupa un lloc especial. Nascuda a l'ocàs del franquisme (1971) com a revista tècnica d'economia, **Cambio 16** va saber camuflar-se sota aquesta temàtica per defensar la democràcia i la llibertat d'expressió a Espanya. Així mateix, van sobresortir nombrosos títols representatius del periodisme econòmic, com **Cinco Días**, **Lunes Económico**, **Nueva Empresa**, **Mercado** i **Dinero**. Per completar el panorama hi havia les revistes eròtiques com **Lib**, **Interviú** i les versions espanyoles de **Penthouse** i **Playboy**.

Totes es van sumar a un variat grup de setmanaris que havien sorgit durant el període franquista i es van mantenir en circulació gràcies al seu apoliticisme. Aquest fenomen va incloure revistes de crònica social com **¡Hola!**, **Lecturas**, **Semana** i **Diez Minutos**.

En aquest context, les revistes d'informació van veure la necessitat d'unir-se per defensar els seus interessos i promoure un periodisme lliure i plural. Així, el 1977, van crear l'ARI, l'Associació de Revistes d'Informació, que va tenir un paper rellevant en aquella època de consolidació de la democràcia espanyola. Actualment, l'ARI continua unint i representant les revistes adreçades al consumidor a Espanya.

Les revistes tècniques

El procés de liberalització econòmica que es va iniciar a la Transició (eliminació de l'intervencionisme estatal, privatitzacions d'empreses públiques, obertura comercial, etc.) va transformar profundament l'economia espanyola i va impulsar el creixement de molts sectors industrials i comercials. Paral·lelament, el desenvolupament científic i tecnològic de l'època creava nous àmbits de saber especialitzat contínuament.

Aquesta demanda d'informació especialitzada en múltiples camps d'activitat es va traduir en un creixement significatiu de les revistes tècniques. Van sorgir publicacions especialitzades en informàtica, electrònica, automatització i moltíssims altres nous sectors.

Mentrestant, el contingut esdevenia més tècnic i especialitzat, amb anàlisis de mercat, articles de recerca i reportatges sobre tecnologies capdavanteres.



En contrast amb la irrupció de nous mitjans, les revistes tècniques mantenen el seu paper fonamental des dels inicis. Professionals de qualsevol sector (agricultura, medicina, farmàcia, arquitectura, dret, enginyeria, indústria, etc.) les continuaven considerant com a principal font d'informació i coneixement. L'actualització constant i la formació contínua eren imperatives per a aquests professionals i les publicacions especialitzades esdevenien indispensables per al seu desenvolupament professional.

En aquest context, cal ressaltar el panorama de les **revistes sanitàries**, que el 1970 ja havien creat a l'AEPTP una agrupació sectorial específica i que van proliferar considerablement en aquest període, amb una àmplia varietat de títols altament especialitzats i amb un contingut rigorós i de gran qualitat. Va contribuir a aquest creixement l'auge de la publicitat de la indústria farmacèutica, que estava en una fase d'expansió amb l'arribada a Espanya de multinacionals del sector com ara Pfizer, Bayer, Roche o Abbott.

Així doncs, com en altres períodes històrics, les publicacions professionals van continuar tenint un paper crucial en la difusió del coneixement i la promoció de la innovació en un país que estava en plena transformació.

L'AEPTP, impulsora de la renovació

En línia amb el canvi històric de la societat espanyola, l'AEPTP va impulsar el 1977 una **declaració de principis** amb la intenció de presentar una visió més àmplia i detallada dels objectius de l'Associació, que no només volia adaptar-se als nous temps, sinó participar activament en la modernització. En aquest sentit, cal destacar alguns d'aquests valors declarats que, vistos amb perspectiva, tenen rellevància:

- **Participar activament en la transformació socioeconòmica vigent**, conformant les noves estructures amb realisme i representant les aspiracions dels associats.
- **Fomentar la deontologia i l'ètica**. Promoure la deontologia a la premsa tècnica, considerant la promulgació d'un Codi d'Ètica Professional i la creació d'un òrgan per a la defensa de la professió.
- **Promoure la premsa tècnica com a mitjà de formació i informació**, maximitzant la difusió del coneixement de les publicacions tècniques.
- **Potenciar l'eficàcia publicitària de les publicacions tècniques**.

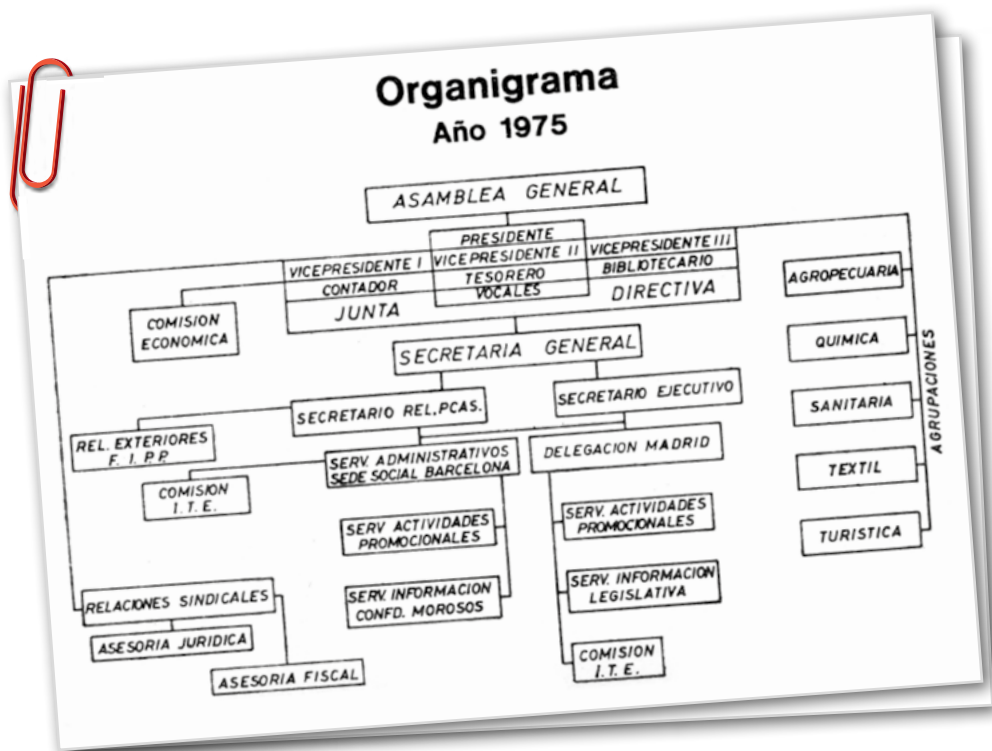
A principis del 1976, amb José López del Arco en els seus últims mesos com a president, es van renovar els estatuts de l'Associació. Malgrat que aquesta renovació s'esperava des de feia temps i es considerava essencial, perquè s'havien de fer els canvis estatutaris sota les mateixes normes i supervisió del Sindicat, es van dur a terme seguint models destinats a desaparèixer a curt termini, com va succeir.

José López del Arco havia complert un mandat de vuit anys, des del 1968 fins al 1976, període durant el qual mitjans de difusió importants, com l'**ABC**, Radio Nacional de España i Televisión Española, van abordar per primera vegada la temàtica de la premsa tècnica, publicant declaracions del president mateix. Com a reconeixement de la seva tasca, José López del Arco y Soler va ser nomenat president d'honor de l'AEPTP posteriorment.

La renovada Junta Directiva, liderada per Miguel de Haro, va iniciar el 1976 una nova etapa en la història de l'AEPTP, assumint el procés general de transformació que va experimentar Espanya aquells anys.

El primer pas va ser el registre de l'Associació sota l'empара de la nova llei d'associacions i va abandonar així el marc sindical de la dictadura. D'aquesta manera, l'AEPTP es va endinsar en un període de llibertat associativa, oferint un ampli espai a la seva capacitat d'iniciativa i defensant, representant i posicionant el sector de la premsa tècnica.

Tot seguit es va programar la celebració del II Congrés Espanyol de Premsa Tècnica, que se celebraria el maig del 1978, pocs mesos abans que les Corts Generals aprovessin la Constitució espanyola.



Organigrama de l'AEPTP el 1975 amb agrupació per sectors específics (document original).

Tarradellas inaugura el 1978 el II Congrés Espanyol de la Premsa Tècnica

El maig del 1978, en un moment clau de la transformació econòmica i social d'Espanya, es va celebrar el II Congrés Espanyol de Premsa Tècnica a Barcelona, sota la presidència honorífica de Sa Majestat Joan Carles I i la vicepresidència del Molt Honorable Senyor Josep Tarradellas, president de la Generalitat de Catalunya. Tarradellas va obrir l'acte inaugural, celebrat als salons de la Llotja de Barcelona, que recordava que havien passat 42 anys des de la primera edició del congrés de l'Associació, celebrat el 1936, setmanes abans de l'esclat de la Guerra Civil.

La Junta Directiva de l'AEPTP, liderada pel president Miguel de Haro, va impulsar la celebració d'aquest congrés amb la voluntat de rellançar la premsa tècnica després dels anys de la dictadura. El congrés va tenir gran repercussió als mitjans i es va obrir a tots els professionals relacionats amb la premsa especialitzada i professional: tant a editors, redactors i periodistes com a anunciants, agències i altres professionals vinculats al sector.

Es van presentar nombroses ponències que van generar un debat intens, tal com recull el llibre editat per l'Associació, *II Congreso Español de Prensa Técnica*. Si s'examinen els temes abordats al congrés, s'observa la clara voluntat dels editors de mirar al futur i defensar conjuntament els interessos d'un sector que consideraven poc valorat. En aquest sentit, cal destacar les següents ponències: «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 i José María Espasa Civit) i «Distribución internacional de la prensa técnica» (Oriol Àvila).



Moment en què el president de la Generalitat de Catalunya, el Molt Honorable Senyor Josep Tarradellas, dirigeix la paraula als congressistes a la sessió inaugural.



Intervenció del senyor Miguel de Haro Serrano, president del Congrés i de l'AEPTP, durant l'acte inaugural.



Miguel de Haro lliura al senyor Fernando Colea un trofeu commemoratiu.



El president d'honor de l'AEPTP, el senyor José López del Arco, dona pas a la intervenció del senyor Herrero, primer ponent del congrés.



Lectura de les conclusions del congrés per part del seu secretari executiu, el senyor Martínez, durant l'acte de cloenda.



Les conclusions del Congrés són un reflex dels anys de la Transició. Els editors donaven suport als principis democràtics incipients i també volien destacar el valor formatiu i informatiu de la premsa tècnica, que s'anava consolidant com a sector de referència. En aquest sentit, entre les moltes conclusions del congrés, cal destacar les tres següents:



Conclusiones del II Congreso Espanyol de la Premsa Tècnica

1. El Congrés es pronuncia a favor de l'increment de la professionalitat, la independència i la llibertat d'expressió, així com de la supressió del Registre Oficial de Periodistes, i sol·licita el reconeixement oficial de la seva acreditació pròpia per a l'exercici la seva tasca.
2. La premsa tècnica és un mitjà indispensable per a la formació i la informació permanents del científic i del professional. Aquesta realitat s'ha de transmetre a la societat en general i als poders públics en particular, tasca a què haurien de contribuir les entitats científiques o professionals.
3. Per potenciar la imatge de la premsa tècnica al mercat publicitari, cal posar en relleu el valor informatiu de la publicitat com a característica peculiar.

La dualitat de l'editor de premsa tècnica com a empresari i professional



«La condició més específica que distingeix l'editor de premsa tècnica d'altres editors rau concretament en el tipus d'empresa en què es mou. Excepte rares excepcions, es tracta d'empreses petites en les quals l'editor és alhora propietari, director i treballador principal, si no l'únic. És per això que sobre aquest home recauen totes i cadascuna de les tasques pròpies d'un treballador per compte d'altri i cap, o molt pocs, dels avantatges i les satisfaccions de què pot estar envoltat l'empresari d'altres sectors. En la majoria dels casos, es pot dir que aquest editor-director fa la revista ell sol, amb una estructura administrativa màxima de dues o tres persones. I en aquest treball ha de basar el timbre de glòria o el fracàs definitius.»

Són paraules de Raúl Mir Ragué, periodista, tècnic de publicitat i director de *El Cultivador Moderno*, a la ponència «Los editores de prensa técnica como empresarios y como profesionales», presentada al II Congrés Espanyol de Premsa Tècnica del 1978. Mir Ragué, com a president d'honor de la Secció de Publicacions Agropecuàries de l'AEPTP, aporta una perspectiva única sobre la dualitat de l'editor de premsa tècnica com a empresari i professional. Mir Ragué també confessa a la seva ponència: «La satisfacció íntima que envaeix l'editor quan comprova que la seva revista cala profundament entre els lectors, quan descobreix que hi ha algú esperant la sortida de la seva publicació. Aquesta il·lusió no t'abandona —això és ben cert—, encara que l'editor estigui perdent diners amb la revista».

Fins a l'aparició de diferents grups empresarials i de les multinacionals al sector editorial, pràcticament la totalitat dels editors de premsa tècnica espanyols unien en si mateixos dos rols diferents: eren empresaris i, a més, professionals d'un sector d'activitat.

El perfil habitual d'aquest tipus d'editor de premsa tècnica era el d'un professional expert en el seu sector (enginyer, metge, arquitecte, veterinari, etc.) que, per vocació o per col·laborar amb el col·lectiu del qual forma part, decidia publicar notícies, estudis o innovacions de la seva especialitat. A poc a poc, aquesta afició periodística s'anava professionalitzant i s'estructurava una petita empresa que l'obligava a desenvolupar les funcions d'empresari per assegurar la viabilitat de la companyia.

Com a empresari, l'editor ha de gestionar el negoci, administrar recursos financers i humans, establir l'estratègia de l'empresa o dirigir la gestió comercial. Però, alhora, com a professional, és un expert que domina el contingut de la publicació que edita i n'ha de garantir la qualitat i el rigor.



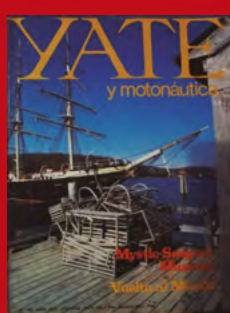
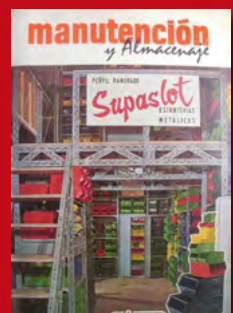
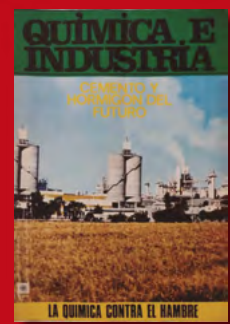
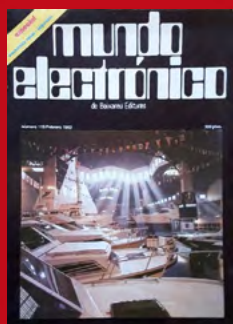
Audiència reial
del rei Joan Carles I
a la Junta Directiva de l'AEPT,
el 22 de gener del 1980.

El camí d'Espanya cap a la integració a Europa no va ser un procés senzill i va anar estretament lligat a la transició del país cap a la democràcia. La primera sol·licitud formal d'adhesió d'Espanya a la CEE, predecessora de la Unió Europea, es va presentar el 1962, durant la dictadura. Tot i això, aquesta sol·licitud no va prosperar perquè la CEE establí uns criteris polítics i econòmics per a l'adhesió de nous membres que incloïen l'existència d'una democràcia estable, una economia de mercat i el respecte als drets humans. Evidentment, la dictadura franquista no complia aquests requisits.

Després de la mort de Franco i amb l'inici de la transició, el govern d'Adolfo Suárez va renovar la sol·licitud d'adhesió el 1977. Aquesta vegada, la petició comptava amb el suport de la comunitat internacional i es van iniciar unes negociacions llargues i complexes que van culminar amb la signatura del Tractat d'Adhesió a Madrid el 1985, el qual va entrar en vigor l'1 de gener del 1986.

L'adhesió d'Espanya a la UE va ser un catalitzador essencial per a la consolidació de la democràcia i la transformació econòmica del país. En vincular-se a un projecte polític i econòmic de gran envergadura, Espanya va tenir accés al mercat únic europeu, va rebre importants fons estructurals, va adoptar els estàndards europeus i també es va beneficiar d'una estabilitat macroeconòmica més gran.

HEMEROTECA





L'ARRENCADA DE LA TECNOLOGIA

1983-1988



Els anys 80 van ser una dècada crucial en la història de la tecnologia, marcada per avenços que van establir les bases de l'era digital actual.

Els 80 van ser testimonis de l'explosió de l'ordinador personal i del desenvolupament dels primers programaris. L'avenç en la infraestructura de xarxes establiria les bases per a la internet que coneixem i el llançament de les telecomunicacions va portar els primers telèfons mòbils, el fax i els sistemes de missatgeria electrònica.

Al nostre país, aquesta dècada va estar marcada per esdeveniments polítics importants, com l'intent de cop d'estat del 23F o l'entrada d'Espanya a la CEE, així com per reformes legislatives progressistes que anaven ampliant les llibertats individuals, entre les quals destaca la legalització del divorci.

CRONOLOGIA

1983

Pla d'informatització de la premsa tècnica

1984

Apple llança Macintosh, el primer ordinador que es comercialitza amb èxit.

1985

L'AEPTP crea la comissió d'informatització.

1986

L'1 de gener, Espanya entra a la CEE.
III Congrés Espanyol de Premsa Tècnica.

1987

Llançament de QuarkXPress.

1988

Fi de la presidència de José Oriol Ávila Montesó.
Fundació del Centre Espanyol de Drets Reprogràfics (CEDRO), l'associació sense ànim de lucre d'autors i editors que defensa els drets de reproducció, transformació, comunicació pública i distribució.

L'arrencada tecnològica dels 80 va marcar el món de l'edició. La introducció dels primers ordinadors, impressores làser i programari d'autoedició va canviar la manera de crear, dissenyar i distribuir el contingut de llibres i publicacions. Aquests avenços van permetre als professionals de la indústria generar contingut amb més precisió, velocitat i qualitat visual. L'automatització de tasques tedioses, la capacitat de fer correccions de manera més eficient i la possibilitat de crear dissenys i gràfics més elaborats van transformar completament el procés de producció de les publicacions, incloent-hi les revistes tècniques, la qual cosa va assentar les bases per a l'era digital en aquest camp.

La democratització de la informàtica va transformar la manera de treballar, estudiar, comunicar-se i entretenir-se, amb un impacte en tots els àmbits de la societat.

A la dècada dels 70, diverses empreses competien per introduir els primers ordinadors personals comercials. Fins al 1981 no arribarien a les llars, quan el fabricant d'ordinadors IBM va crear la màquina IBM Personal Computer (IBM PC o ordinador personal d'IBM) amb el microprocessador Intel 8088 i el sistema operatiu MS-DOS 1.0, elaborat per Microsoft.

El 1984, Apple va llançar el Macintosh, abreujat com a «Mac», amb un cost de 2.500 dòlars. Va ser el primer ordinador personal que es va comercialitzar amb èxit, que usava una interfície gràfica d'usuari i un ratolí en lloc de la línia d'ordres. Els primers Mac estaven basats en la família de microprocessadors Motorola 68000 i tenien 128 kB de memòria RAM.

El 1985, Microsoft va llançar Windows 1.0, el seu sistema operatiu gràfic, amb la qual cosa va marcar l'inici de la seva presència dominant al mercat dels sistemes operatius.



Apple Lisa.



Ordinador personal d'IBM.



Macintosh 128K.

L'autoedició: del passat artesanal al futur digital

Als anys 80 van veure la llum els ordinadors personals, les primeres impressores làser, els fulls de càlcul, els processadors de text i també el programari d'edició de publicacions, que va transformar radicalment el procés productiu de les revistes.

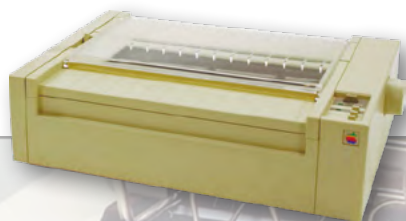
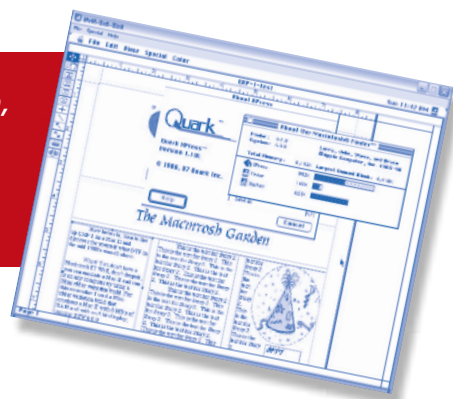
Fins a l'aparició de l'autoedició, l'elaboració d'una publicació era un procés lent, altament manual i artesanal, que requeria la participació de professionals externs com tallers de fotocomposició, tipògrafs o dissenyadors.

L'autoedició va requerir que els editors fessin una inversió inicial en formació per dominar el nou programari, però, a canvi, els va obrir un nou món de possibilitats i avantatges únics:

- **Estalvi** significatiu de costos en eliminar els serveis de fotocomposició.
- **Control** total intern del procés productiu.
- **Flexibilitat** a l'hora de fer canvis o experimentar amb diferents dissenys sense costos addicionals ni dependre de tercers.

D'altra banda, l'autoedició va implicar l'eliminació d'una barrera d'entrada al negoci editorial, la qual cosa va facilitar l'aparició de nous actors al sector de les publicacions en general, però especialment a les publicacions especialitzades per a professionals.

L'autoedició va emergir com una eina poderosa, amb els seus avantatges en costos i flexibilitat, encara que plantejava reptes tècnics i d'aprenentatge.



Una de les primeres impressores làser.

Naixement dels grups multimèdia

La dècada dels anys 80 a Espanya va estar marcada per un procés de transició política i econòmica sense precedents. Després de la mort del dictador, el país es va embarcar en una transició complexa cap a la democràcia, que implicava no només la consolidació d'un sistema polític pluralista, sinó també la transformació necessària de les estructures econòmiques i socials heretades del règim franquista.

Un dels aspectes més significatius d'aquesta transició va ser el desmantellament progressiu de l'estructura de l'Estat, que havia exercit un control absolut sobre diversos aspectes de la vida pública i privada durant gairebé quatre dècades. Aquesta estructura, caracteritzada per una forta centralització del poder i una regulació estricta dels mitjans de comunicació, havia limitat la llibertat d'expressió i coartat el desenvolupament d'una premsa independent i pluralista.

Al camp de la comunicació, la desarticulació total de l'estructura franquista va permetre que s'assentessin les bases de les empreses dedicades a la informació que liderarien l'estructura mediàtica espanyola durant les dècades següents. Als 80, per tant, es va anar configurant el gruix de l'estructura mediàtica empresarial que existeix actualment, amb l'aparició de nous grups de comunicació que disposaven de mitjans impresos, televisions i emissores de ràdio.

Amb aquests grans grups també va arribar un periodisme més obert, a l'estil del que s'esdevenia a Europa, més dinàmic i més basat en la publicitat.

En aquest sentit, Fernando Montañés a *Una historia de la publicidad y el consumidor en España*, de l'Associació Espanyola d'Anunciants (AEA), indica que els anys 80 són la «dècada prodigiosa de la publicitat espanyola».

Amb l'inici de la dècada dels anys 80 a Espanya, també va arribar un periodisme més obert, més dinàmic i més basat en la publicitat.



El boom de les revistes especialitzades

L'auge de les revistes especialitzades als 80 va ser el resultat d'una sinergia entre factors socioeconòmics (més poder adquisitiu, inversió estrangera en mitjans, més accés a la cultura i a la informació, etc.) i tecnològics (l'autoedició), que van propiciar un ecosistema favorable per a la seva proliferació. L'expansió de la publicitat, per part seva, va actuar com a motor financer, perquè va impulsar el creixement d'aquests mitjans.

A Espanya van penetrar amb especial interès i rapidesa en el sector de les revistes de l'àrea de medicina, que, a més del creixement econòmic progressiu i de l'augment del poder adquisitiu, tenien un motiu afegit: un cop passades les seqüeles de la doble crisi del petroli del 1974 i el 1979, s'havia generalitzat l'assistència sanitària a totes les capes de la població, amb el resultat d'una homologació amb la resta dels països europeus en termes de comportaments, costums i atenció a la salut. Això demanava instal·lacions millors, tècniques noves, més professionals i més preparació, i també canals d'informació i formació de més qualitat, i més i millors revistes.

Un cop aconseguida la incorporació a la CEE el 1986, Espanya va viure un gran creixement econòmic, en què mercats com el borsari van passar a tenir un protagonisme desconegut fins aleshores, no només per a les empreses, sinó també per als ciutadans, que participaven en certa manera en el «capitalisme popular» que es començava a impulsar dins i fora de les nostres fronteres. Aquestes circumstàncies van possibilitar el naixement de diaris i revistes especialitzats en un nombre certament espectacular, cosa que permet caracteritzar aquest període, entre principis dels 80 i principis dels 90, com el boom de la premsa econòmica.

L'obertura al món occidental, la consolidació de la democràcia i el creixement econòmic van trastocar les bases sobre les quals pivotaven tots els productes culturals propis, incloent-hi els adreçats al món infantil i juvenil. Les importacions massives del còmic nord-americà i després del japonès i europeu van fer que el tebeo comencés a perdre popularitat en favor del còmic d'origen anglosaxó.

En el segment femení, el terratrèmol al sector també arribaria el 1986. Els anys 80 van ser el període més florent per a la premsa femenina. Un cop acabat el franquisme, les dones espanyoles eren pràcticament irreconoscibles respecte al model



que havia impulsat el règim. Als 80, es parlava dels moviments d'alliberament, de les feministes, de l'anticoncepció i, fins i tot, del divorci i l'avortament. La revista que va acompanyar aquesta nova dona espanyola va ser *Dunia*. Durant una dècada, les dones espanyoles es van dividir entre *Dunia* i *Telva*. Les primeres, més progressistes i avançades; les segones, més tradicionals i conservadores. Des del 1985 fins al 1995 hi va haver molts naixements, algunes remodelacions i força defuncions en el segment de la premsa femenina.

D'altra banda, i des de l'entrada d'Espanya a la CEE, el llançament de nous títols pertanyents al segment de l'agricultura i la ramaderia va ser especialment prolífic, i en aquest sentit destaca l'aparició de publicacions com ara *Fruticultura Profesional* (1986), *Plantflor*, *Cultivo y Comercio* (1987), *Surcos de Aragón* (1987), *Medio Ambiente Retema* (1987), *Agricultura Familiar* (1988), *Phytoma España* (1988) o *Ar-datza* (1988). Aquesta circumstància va donar lloc a un cert rejuveniment de la premsa especialitzada en aquest sector i, alhora, va accentuar encara més la segmentació tant geogràfica com temàtica de les audiències.

Radiografia de la premsa tècnica en els 80

La premsa tècnica de la dècada dels 80 a Espanya va incrementar com mai la seva presència en diversos nínxols de mercat. La llista d'àrees professionals que tenien una revista tècnica es va ampliar i va abastar sectors tan diversos com la medicina, els jocs, l'arquitectura, el turisme, la moda, la puericultura, la fotografia, la bioquímica, la metal·lúrgia, l'alimentació, la robòtica, l'ensenyament, l'estètica, el transport, les assegurances, etc.

Segons l'estudi dut a terme per José Mompín, enginyer tècnic i director de la revista *Mundo Electrónico*, juntament amb Jaume Barnat, diplomad en Màrqueting per ESADE, llicenciat en Dret i redactor en cap de la revista *Alta Dirección*, i presentat al Congrés de Premsa Tècnica del 1986, el sector facturava prop de 38.000 milions de les pessetes de l'època, dels quals una quarta part provenia de les subscripcions i la resta, de la publicitat.

Geogràficament, les regions de Catalunya, Madrid i Andalusia destacaven com els principals centres de producció i consum de la premsa tècnica a Espanya, fet que evidència la importància d'aquests mercats al panorama editorial del país.

Pel que fa al perfil dels lectors, el 50 % eren titulats superiors o titulats mitjans, cosa que reflecteix que es tractava d'un públic amb un nivell educatiu important. La periodicitat d'aquestes revistes variava: la majoria eren mensuals, encara que també se'n trobaven algunes de periodicitat bimestral o setmanal.

L'Associació a la dècada dels 80

Els anys 80 a Espanya es van caracteritzar per una voràgine de transformacions que van impactar tots els aspectes de la vida. En l'àmbit econòmic, la incorporació al Mercat Comú Europeu el 1986 va ser un moment crucial que va obrir les portes a un nou panorama d'oportunitats i inversions. Al front tecnològic, la irrupció dels ordinadors personals i el programari d'autoedició van revolucionar la manera de treballar i comunicar-se.

En aquest context, l'Associació va actuar com a locomotora del canvi i la innovació, impulsant l'adopció de les noves tecnologies i pràctiques al sector. Així doncs, el 1983 va dur a terme un estudi exhaustiu que va culminar amb un pla d'informatització de la premsa tècnica. L'objectiu era integrar i fer accessibles els avenços tecnològics als editors, adaptant-se a les demandes del nou entorn digital.

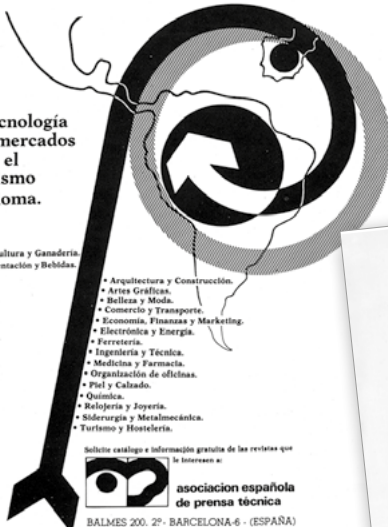
Així mateix, l'AEPTP va demostrar una clara vocació internacional durant els anys 80 i va intensificar la seva penetració a Iberoamèrica. L'any 1982 va aconseguir la primera concessió d'una subvenció de la Secretaria d'Estat per a la Informació, cosa que li va permetre enfortir la seva presència. A més, comptava amb la Direcció General de Mitjans de Comunicació Social. L'Associació va participar en fires a Colòmbia, Panamà i Puerto Rico, i va sufragar, amb càrrec a la subvenció oficial, la tramesa a Iberoamèrica de més de 20.000 exemplars de promoció, amb un import de més d'1.300.000 pessetes només per al franqueig.

D'altra banda, l'AEPTP va crear el 1985 els I Premis PT de Publicitat, amb la intenció d'adaptar-se a un mercat publicitari en constant evolució i incrementar la col·laboració entre anunciants, agències i mitjans. El 1986 va tenir lloc la segona edició.

No obstant això, el punt àlgid d'aquesta època per a l'Associació es va produir a finals del 1986 amb la celebració del III Congrés Espanyol de Premsa Tècnica.

Anuncis institucionals

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
- Ferreteria
- Ingeniería y Técnica
- Medicina y Farmacia
- Organización de oficinas
- Piel y Calzado
- Química
- Relojería y Joyería
- Siderurgia y Metalmeccánica
- Turismo y Hostelería

Solicite catalogo e información gratuita de las revistas que le interesan a:

asociacion española de prensa técnica
BALMES 200, 2º - BARCELONA-6 - (ESPARA)



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.

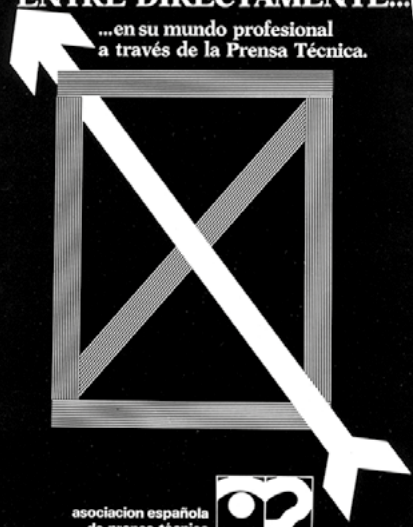


La Prensa Técnica le presta los servicios que necesita.

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

ENTRE DIRECTAMENTE...

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



asociacion 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 Congrés de Premsa Tècnica posa el focus en les noves tecnologies

Entre el 3 i el 6 de desembre del 1986 es va celebrar a Barcelona la tercera edició del Congrés Espanyol de Premsa Tècnica, amb la participació de 66 editors i la presentació de 17 ponències. Les sessions es van celebrar en un moment clau per a les revistes professionals, que havien de decidir la manera més encertada d'adequar la premsa tècnica a les possibilitats apassionants que oferien les noves tecnologies aplicades a la informació, en el context de la nova situació d'Espanya dins de la Comunitat Econòmica Europea (CEE).

Algunes ponències van anticipar la transformació de les revistes professionals i dels mitjans en general, com la del catedràtic de Teoria de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, **Miquel de Moragas i Spà**, un dels fundadors dels estudis universitaris de comunicació a Espanya, que va afirmar:

«Les noves tecnologies impulsen la implantació progressiva de la transmissió electrònica d'informació i fan disminuir els processos de transmissió per transport físic de la informació.»



De manera similar, **Manuel Calvo Hernando**, periodista, llicenciat en Dret i Ciències de la Informació, subdirector de *Ya* i director de TVE, assegurava que s'estava gestant la revolució tecnològica basada en el paper creixent de les noves tecnologies. «Encara no en coneixem els efectes precisos, però molts atribueixen a aquest fenomen una transcendència històrica i canvis revolucionaris que crearan nous models d'ocupació, d'oci, de sistema econòmic, etc., i que modificaran la nostra manera de viure, de produir, de gestionar, de consumir, de divertir-nos i fins i tot de morir», expressava.

D'altra banda, **l'impacte de l'entrada d'Espanya a la CEE** també va ser un objecte de debat destacat. En aquest sentit, **Fernando Craven-Bartle**, director de l'empresa d'en-



questes i estadístiques Merksa, va presentar al congrés els resultats d'una enquesta als editors de mitjans professionals, en què s'observava que l'ingrés a la CEE no havia afectat els mitjans espanyols a curt termini, encara que sí que s'observava un interès marcat dels grups de comunicació europeus principals i algun de nord-americà a participar en un mercat ja liberalitzat, amb la mirada posada als 400 milions de persones que parlaven espanyol.

Entre la resta de temes abordats al congrés, destaquen tres ponències.

J. Enrique Nebot, director de redacció de la revista *Control de Publicidad y Ventas*, va explicar una problemàtica dels anys 80 que persisteix actualment: les grans agències de publicitat compten molt poc amb els mitjans tècnics. Per la seva banda, **José Mompín Poblet**, director de la revista *Mundo Electrónico*, va insistir en l'aposta necessària per a la qualitat i el rigor de les revistes tècniques, i la ponència de **Josep M. Boixareu Vilaplana**, administrador de Marcombo i Boixareu Editores, va emfatitzar el caràcter formatiu de la premsa tècnica a les escoles i les universitats.

Reflexions del III Congrés Espanyol de Premsa Tècnica, vigents en l'actualitat

Malgrat el pas del temps, molts principis i reflexions presentats al congrés continuen sent rellevants i aplicables al món contemporani.

- **Oferir contingut de qualitat**
- **Reforçar la protecció dels drets d'autor**
- **Prestigiar la premsa tècnica envers el mercat publicitari**
- **Adaptar-se i aprofitar les noves tecnologies**
- **Refermar l'orientació internacional**



Revistes professionals: motors de progrés

En l'obertura del III Congrés Espanyol de Premsa Tècnica el 1986, **Josep Oriol Àvila Montesó**, president de l'Associació entre el 1980 i el 1988, va pronunciar un discurs apassionat en el qual va posar en relleu el paper crucial de les revistes tècniques i professionals com a motors del progrés de la societat i va insistir en la necessitat de conjugar les noves tecnologies que estaven revolucionant la forma de treballar amb les antigues virtuts dels editors fundadors de l'Associació (honradesa, rigor i amor pel treball). A més, va destacar els cinc aspectes fonamentals que, a parer seu, tenien les revistes tècniques:

- **Permanència.** Els treballs publicats a la premsa tècnica generalment s'incorporen als bancs de dades de l'especialitat, de manera que passen a formar part del patrimoni cultural permanent.
- **Força de penetració.** Les nostres publicacions arriben fins a l'últim racó de cada àrea professional.
- **Especialització.** Per definició, les nostres publicacions estan consagrades a una especialitat científica, tecnològica o professional concreta. Aquesta especialització comporta una dedicació molt profunda dels seus directius, que, amb el pas del temps i per l'amplitud de les seves relacions personals, arriben a posseir un domini complet dels petits secrets i dels grans problemes de la seva respectiva especialitat.
- **Potència dinamitzadora.** La intercomunicació constant d'experiències, necessitats i innovacions entre tots els lectors nacionals i estrangers de la premsa tècnica genera un efecte dinamitzador extraordinari de l'activitat en el sector industrial o professional corresponent. Aquesta força dinamitzadora sectorial especialitzada es manifesta no només mitjançant la transmissió periòdica d'informació adequada a l'especialitat en suport de paper com és tradicional en les arts gràfiques, sinó també en el futur mitjançant l'ús de noves tecnologies audiovisuals i informàtiques, així com mitjançant l'organització de seminaris, simposis, jornades tècniques i congressos, tant per al reciclatge de coneixements com per a accions de caràcter puntual en defensa del sector.

Independència. El tresor més preat de la premsa tècnica és la seva independència davant de qualsevol poder. Independència, que, més que un privilegi, és una gran responsabilitat de què els editors som plenament conscients i que guardem gelosament. Perdre o condicionar aquesta independència representaria perdre immediatament la credibilitat davant dels nostres lectors i la nostra força envers els nostres anunciants.



Al ritme dels temps

El catàleg de l'Associació: el cercador de revistes a l'era analògica

Des dels seus inicis el 1925, l'Associació ha reunit editors B2B compromesos amb continguts d'alta qualitat adreçats als decisors de les empreses de multitud de sectors professionals.

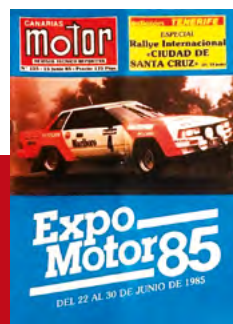
El seu catàleg general, una eina imprescindible durant dècades, reflectia la diversitat de la premsa especialitzada i facilitava la planificació publicitària en revistes B2B a les agències de mitjans i als anunciants, abans de la revolució digital.



Els infants dels 80 van ser la darrera generació abans de la revolució digital, però també els primers que van aprendre a treure'n profit. Es van convertir en hàbils manipuladors de cintes, tant de VHS com de casset, que utilitzaven als seus cassets de butxaca per escoltar música. Els cassets es rebobinaven amb un bolígraf, el mateix que es feia servir a l'escola per als dictats i fer els exercicis a la llibreta. Un cop a casa, si calia demanar-li els deures a un company de classe, es recorria al telèfon fix.

Seguint l'instint d'un nen o una nena d'aquella època, premem el botó de reproducció al nostre reproductor de vídeo per descobrir què va passar a la premsa tècnica a partir dels anys 90. O, alternativament, premem el botó de reproducció al nostre casset de butxaca i ens deixem portar per la música amb nostàlgia a un altre capítol.

HEMEROTECA

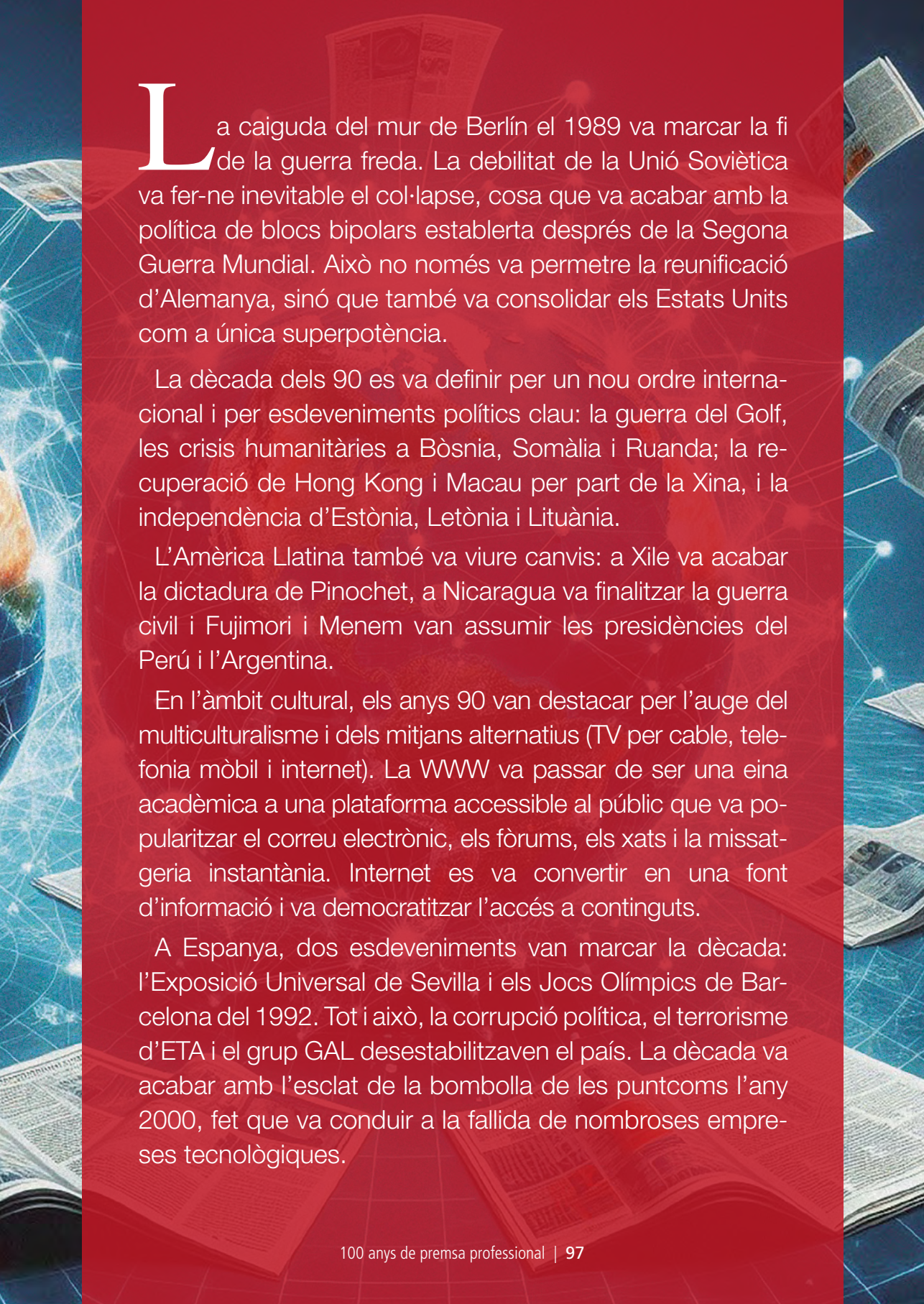




DE LA TINTA AL CIBERESPAI

1989-1999





La caiguda del mur de Berlín el 1989 va marcar la fi de la guerra freda. La debilitat de la Unió Soviètica va fer-ne inevitable el col·lapse, cosa que va acabar amb la política de blocs bipolars establerta després de la Segona Guerra Mundial. Això no només va permetre la reunificació d'Alemanya, sinó que també va consolidar els Estats Units com a única superpotència.

La dècada dels 90 es va definir per un nou ordre internacional i per esdeveniments polítics clau: la guerra del Golf, les crisis humanitàries a Bòsnia, Somàlia i Ruanda; la recuperació de Hong Kong i Macau per part de la Xina, i la independència d'Estònia, Letònia i Lituània.

L'Amèrica Llatina també va viure canvis: a Xile va acabar la dictadura de Pinochet, a Nicaragua va finalitzar la guerra civil i Fujimori i Menem van assumir les presidències del Perú i l'Argentina.

En l'àmbit cultural, els anys 90 van destacar per l'auge del multiculturalisme i dels mitjans alternatius (TV per cable, telefonia mòbil i internet). La WWW va passar de ser una eina acadèmica a una plataforma accessible al públic que va popularitzar el correu electrònic, els fòrums, els xats i la missatgeria instantània. Internet es va convertir en una font d'informació i va democratitzar l'accés a continguts.

A Espanya, dos esdeveniments van marcar la dècada: l'Exposició Universal de Sevilla i els Jocs Olímpics de Barcelona del 1992. Tot i això, la corrupció política, el terrorisme d'ETA i el grup GAL desestabilitzaven el país. La dècada va acabar amb l'esclat de la bombolla de les puntcoms l'any 2000, fet que va conduir a la fallida de nombroses empreses tecnològiques.

CRONOLOGIA

1989

Caiguda del mur de Berlín, esdeveniment que marca la fi de la guerra freda i la divisió d'Alemanya.

1990

La profusió i la diversitat temàtica de les revistes associades es reflecteixen en la creació, al si de l'Associació, de subseccions específiques: la secció d'editors de publicacions de ciències de la salut —promotora, al seu torn, de l'Associació per a l'Estudi de la Promoció de la Indústria Farmacèutica i Sanitària— i la secció de revistes d'electrònica, informàtica i tecnologies industrials.

1991

Dissolució de l'URSS i formació de 15 noves nacions independents a Europa.

En aquest període, l'Associació disposa de la participació activa de 147 empreses editores que produeixen 390 publicacions en total.

1992

L'Associació canvia un altre cop de nom i passa a anomenar-se Associació de Premsa Professional (APP).

Celebració de l'Exposició Universal de Sevilla i dels Jocs Olímpics de Barcelona.

1995

L'APP llança la campanya «En defensa del anunciante», que obligava les revistes associades amb més d'un 10 % de publicitat a passar el control de l'OJD.

1997

La vocació internacional es manifesta en la participació de l'APP en un seminari sobre les alternatives a la distribució postal organitzat a Brussel·les per la Federació Europea d'Editors de Diaris i Revistes, en el fòrum Show de Nova York. Així mateix, es consolida la tasca de formació per als associats amb la creació del format «Trobades de la premsa professional».

1998

L'APP s'incorpora al CEDRO (Centre Espanyol de Drets Reprogràfics) en qualitat d'entitat col·laboradora.

1999

La pàgina web de l'APP inclou, per primera vegada, la versió digital del catàleg de publicacions associades.

La irrupció de la informàtica als anys 80 i d'internet als 90 va revolucionar per complet l'accés a la informació, la comunicació i l'entreteniment. Amb només un ordinador que tingués accés a la xarxa, qualsevol persona podia submergir-se en un vast oceà de dades amb un simple clic, sense importar la distància geogràfica. Els xats, els fòrums i altres plataformes van esdevenir l'epicentre d'una nova manera d'interactuar i socialitzar. Els cibercafès, emblemàtics dels anys 90, oferien un espai on les persones podien reunir-se, navegar per la xarxa i connectar amb els altres mentre gaudien d'una beguda.

Aquest fenomen va donar lloc a un nou llenguatge de comunicació en línia que fusionava elements dels mitjans tradicionals amb les noves possibilitats del món digital. Així doncs, va permetre la integració de múltiples formats (text, imatges estàtiques, so i vídeo) en un únic mitjà digital i va obrir un ventall sense precedents per a l'expressió i l'intercanvi d'informació.

Les primeres experiències de premsa en línia daten del 1992, coincidint amb l'Exposició Universal de Sevilla, en què es va presentar el **Diario Expo 92** en format exclusivament electrònic. A partir de llavors, es va iniciar una cursa cap a l'expansió dels diaris a internet, amb els Estats Units liderant el procés. L'avenç de la premsa digital a Europa no va ser tan notori a causa de reptes com la manca d'infraestructura tècnica i els costos dels equips i les telecomunicacions. Per evitar que la premsa europea es quedés enrere en la cursa tecnològica, a principis dels anys 90 la Unió Europea va iniciar una política de subvencions destinades a projectes que impulsessin el desenvolupament de l'edició digital de diaris.

Així doncs, a finals dels anys 90, l'objectiu principal de qualsevol mitjà de comunicació tradicional era assegurar la seva presència a internet per mantenir-se al dia amb els avenços tecnològics. La majoria dels mitjans de premsa europeus van optar per llançar versions digitals en CD-ROM dels seus diaris o es van connectar a xarxes per oferir notícies en línia a través d'internet.



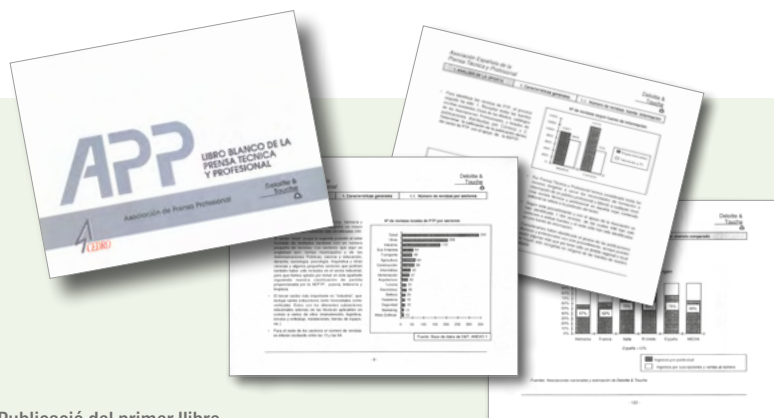
Les revistes professionals de l'època tampoc no es van quedar enrere en aquesta cursa tecnològica i algunes van ser de les pioneres no sols dins de la seva àrea temàtica, sinó del món editorial en general. Un exemple d'això va ser Ediciones Doyma, que a la primera meitat de la dècada dels 90 havia digitalitzat i distribuït en CD-ROM edicions de múltiples revistes de medicina: **Revista Española de Cardiología**, de la Societat Espanyola de Cardiologia; **Enfermedades Infecciosas y Microbiología Clínica**, de la Societat Espanyola de Malalties Infeccioses i Microbiologia Clínica (SEIMC), o **Formación Médica Continuada en Atención Primaria**.



Acompanyament al desenvolupament empresarial



En aquest context d'adaptació i evolució constant al nou mitjà digital, l'Associació va reforçar la seva condició de plataforma de serveis. Sota la presidència de Ferran Puig Vilar (entre els anys 1988 i 1996), l'elaboració del primer llibre blanc el 1993 va establir les bases de l'acció posterior més enllà de constituir un inventari exhaustiu del sector. L'aposta pel desenvolupament i capacitat dels editors associats es va materialitzar en una àmplia oferta formativa mitjançant cursos especialitzats i adaptats a tots els perfils dels seus departaments (redacció, producció, publicitat, telemàrqueting, assessoria jurídica, finances, etc.). Així mateix, es van seguir molt de prop les novetats legislatives d'aquells anys en àmbits molt dispars, però, alhora, molt rellevants per al sector: la promulgació el 1994 del marc regulador per al tractament i la protecció de dades de caràcter personal i, dos anys abans, el 1992, la modificació de la llei de la propietat intel·lectual en què, per primera vegada i gràcies a l'impuls de l'Associació, es van reconèixer els drets a la compensació econòmica per la reproducció dels continguts de les revistes tècniques i professionals. A conseqüència d'això, el Centre Espanyol de Drets Reprogràfics (CEDRO) —l'entitat sense ànim de lucre que representa i defensa de manera col·lectiva els drets de propietat intel·lectual dels autors i editors a Espanya— va acollir l'APP com a membre el 1998 en qualitat d'entitat col·laboradora. Com a tal, l'Associació participa des de llavors en la Comissió de Drets d'Autor, òrgan avaluador de l'originalitat i la qualitat dels continguts de les publicacions que donen lloc a remuneració patrimonial.



Publicació del primer llibre
blanc de la premsa el 1993.



A la dècada dels 90, la millora del servei postal va continuar sent una prioritat. Les actes que documenten la participació activa de l'Associació al Comitè Postal de la FIPP acrediten no solament que la importància estratègica de la distribució postal es va mantenir constant, sinó que el seu compromís amb la investigació i la cerca de solucions innovadores en l'àmbit de la distribució i la logística de la premsa professional va motivar l'elaboració de l'informe titulat «Estudi de la incidència d'un hipotètic canvi de tarifes de Correos al sector de la premsa professional i anàlisi de canals privats de distribució com a alternativa de servei».

L'estratègia de suport a la tasca empresarial es va plasmar en altres iniciatives destinades a la projecció del sector. A partir del 1996, l'Associació va passar a tenir una pàgina web i va prosseguir amb la publicació anual del catàleg de publicacions com a eina dirigida a anunciants i agències de mitjans per a la promoció i la difusió de les publicacions associades.

Respostes per a un entorn desafiant

L'empena de l'activitat de l'Associació a principis de la dècada va prosseguir en el quinquenni 1996-2001, sota la presidència de Juan Carlos Aramburu, editor d'Especial Directivos. Durant el seu mandat van conuiu la promoció i el foment de la presència dels mitjans professionals a internet juntament amb la consolidació de l'acompanyament als associats com a empreses editorials. El nou entorn generava oportunitats, però també amenaces per al model de negoci tradicional, basat en les subscripcions i en la venda de publicitat. És per això que l'Associació va abordar una reflexió estratègica en profunditat, basada en una enquesta que va circular entre les principals editorials del país. Com a preocupació principal, van aflorar múltiples interrogants generats per l'impacte de les noves tecnologies, a més d'altres qüestions recurrents, com les tarifes de Correos.

Apuesta decidida per la transparència

L'excel·lent notícia que va suposar l'aparició de nous formats digitals (tant en forma de butlletins informatius com de publicacions electròniques o continguts en llocs web) va accelerar, com a efecte col·lateral, la constatació de pràctiques indesitjables al sector. A l'altra cara de la moneda, la relaxació de les barreres d'entrada al negoci editorial i a la creació de continguts permetia la proliferació de publicacions no sotmeses a cap mena de control de les seves dades de difusió, amb l'abús de la bona fe d'anunciants i agències de mitjans, i la generació de confusió i desconfiança en la contractació d'espais publicitaris. Per aquest motiu, l'Associació va implementar diverses iniciatives contra l'intrusisme i en favor de la transparència.

De portes endins, l'aposta ferma i decidida pel foment de les bones pràctiques es va plasmar en una modificació dels estatuts en el sentit d'incorporar, com a exigència per a la condició d'associat, el control de difusió per part de l'OJD (Oficina de Justificació de la Difusió). En aquesta línia, l'Associació va ser molt activa en la promoció de nous i rigorosos estàndards de mesurament i certificació, i en la reclamació d'un reglament específic capaç de reflectir el factor multiplicador de la publicitat en revistes tècniques per l'especial qualificació del professional dels seus lectors i subscriptors.

De portes enfora, el llançament de la campanya «Vamos con la verdad por delante» es va orientar a fer valer la veracitat de les dades d'audiència i el poder prescriptiu de la premsa tècnica i professional membre de l'Associació, en contrast amb productes mancats del filtre de credibilitat derivat de la subjecció dels seus tiratges al control de l'OJD.





Al ritme dels temps



Ferran Puig (president 1988-1996) fa una aposta decidida per la transparència al catàleg de l'APP del 1996

«L'Associació de Premsa Professional acull totes aquelles editorials que comparteixen uns criteris de serietat i professionalitat comuns: les regles que, a tall d'autoregulació, s'han donat a si mateixes quant a transparència de les seves xifres de tiratge i difusió.

A tots els països del món hi ha revistes amb xifres de tiratge i difusió declarades que no es corresponen amb la realitat, fet que suposa una falta de respecte pels anunciants. A Espanya, aquest problema és, pel que fa a premsa professional, especialment seriós. Aquest factor distorsionador de la nostra activitat, que suposa la presència d'una font important de competència deslleial, perjudica tothom, però molt especialment els anunciants de les nostres publicacions, molts d'ells susceptibles de ser sorpresos en la seva bona fe i comprensible desconeixement dels mitjans als quals s'ofereixen insercions de publicitat a preus unitaris inexplicablement baixos: en realitat, el tiratge i la difusió són molt inferiors a allò que s'ha afirmat, sovint amb diferències sorprenents, i estan pagant una fortuna per cada inserció».

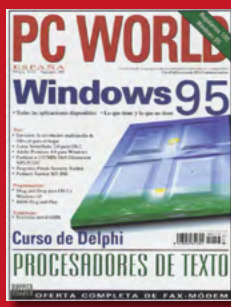
Ferran Puig Vilar

El canvi estratègic que l'APP tenia previst per a l'any 2000 es va desenvolupar en el context del canvi de mil·lenni, un període influenciat per l'anomenat «efecte 2000». En aquell moment es pensava que el pas del 1999 al 2000 portaria conseqüències catastròfiques, fins i tot un possible col·lapse tecnològic i social. Aquesta creença es basava en el temor a l'efecte 2000, juntament amb profecies i teories apocalíptiques.

S'esperava que els ordinadors interpretessin el 00 a la data com a 1900, la qual cosa provocaria errors en els sistemes. Per tant, els sistemes informàtics, en lloc de continuar amb una línia temporal progressiva, retrocedirien 100 anys en el temps, generant un efecte cascada que derivaria en errors en sistemes primaris dels equips. No obstant això, els problemes van ser escassos arreu del món.

Es van donar anècdotes com la d'un videoclub que va cobrar 90.000 dòlars per un lloguer de més d'un segle i un nadó que va néixer amb 100 anys a Dinamarca a causa d'errors als sistemes informàtics. A Suècia, 100.000 persones no van poder accedir als seus comptes bancaris, mentre a Itàlia i Espanya alguns jutjats van emetre citacions per al 1900.

HEMEROTECA





ADAPTACIÓ

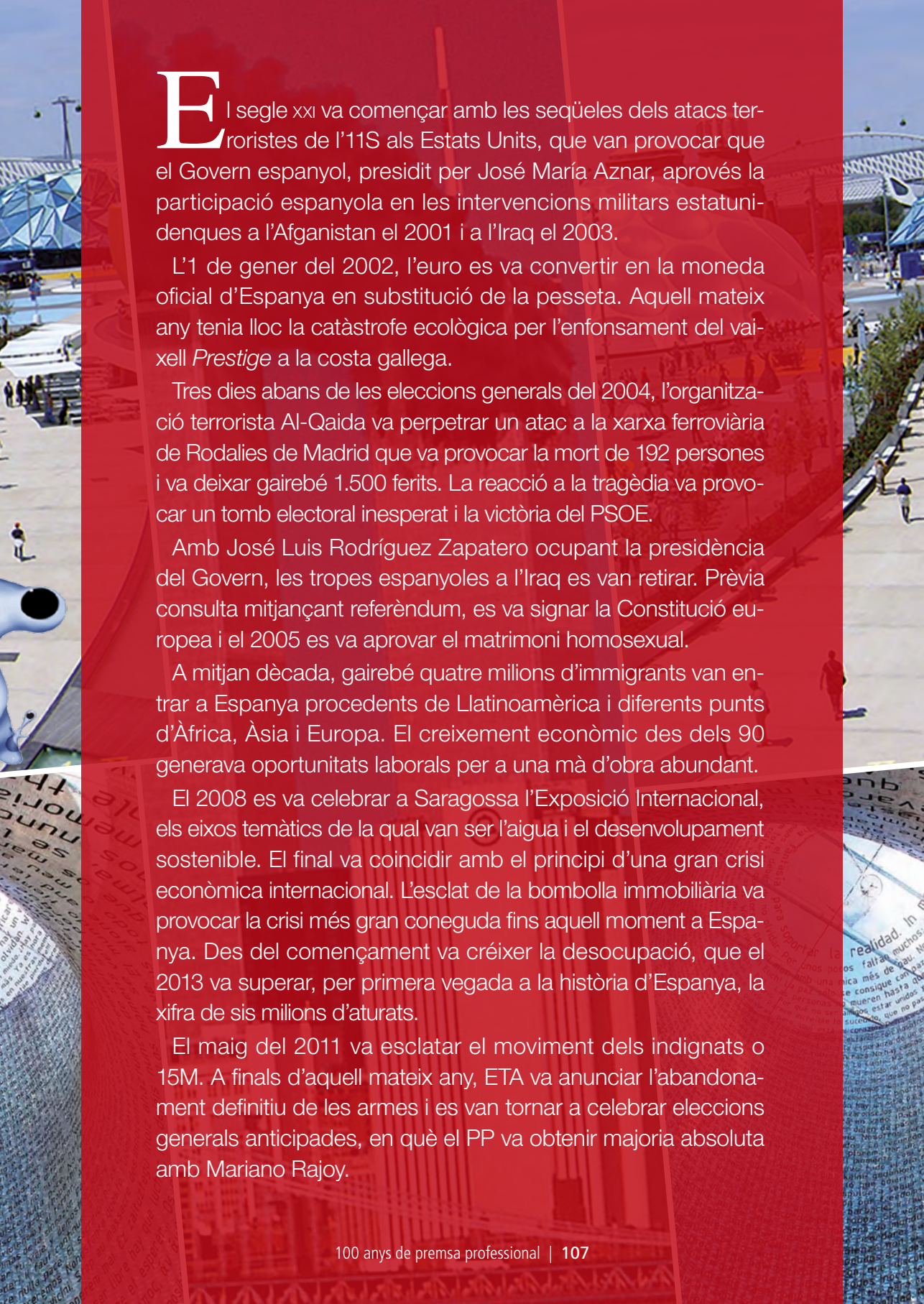
ACCELERADA AL RITME

DE LA TRANSFORMACIÓ

GLOBAL

2000-2009





El segle **xxi** va començar amb les seqüeles dels atacs terroristes de l'11S als Estats Units, que van provocar que el Govern espanyol, presidit per José María Aznar, aprovés la participació espanyola en les intervencions militars estatunidencques a l'Afganistan el 2001 i a l'Iraq el 2003.

L'1 de gener del 2002, l'euro es va convertir en la moneda oficial d'Espanya en substitució de la pesseta. Aquell mateix any tenia lloc la catàstrofe ecològica per l'enfonsament del vaixell *Prestige* a la costa gallega.

Tres dies abans de les eleccions generals del 2004, l'organització terrorista Al-Qaida va perpetrar un atac a la xarxa ferroviària de Rodalies de Madrid que va provocar la mort de 192 persones i va deixar gairebé 1.500 ferits. La reacció a la tragèdia va provocar un tomb electoral inesperat i la victòria del PSOE.

Amb José Luis Rodríguez Zapatero ocupant la presidència del Govern, les tropes espanyoles a l'Iraq es van retirar. Prèvia consulta mitjançant referèndum, es va signar la Constitució europea i el 2005 es va aprovar el matrimoni homosexual.

A mitjan dècada, gairebé quatre milions d'immigrants van entrar a Espanya procedents de Llatinoamèrica i diferents punts d'Àfrica, Àsia i Europa. El creixement econòmic des dels 90 generava oportunitats laborals per a una mà d'obra abundant.

El 2008 es va celebrar a Saragossa l'Exposició Internacional, els eixos temàtics de la qual van ser l'aigua i el desenvolupament sostenible. El final va coincidir amb el principi d'una gran crisi econòmica internacional. L'esclat de la bombolla immobiliària va provocar la crisi més gran coneguda fins aquell moment a Espanya. Des del començament va créixer la desocupació, que el 2013 va superar, per primera vegada a la història d'Espanya, la xifra de sis milions d'aturats.

El maig del 2011 va esclatar el moviment dels indignats o 15M. A finals d'aquell mateix any, ETA va anunciar l'abandonament definitiu de les armes i es van tornar a celebrar eleccions generals anticipades, en què el PP va obtenir majoria absoluta amb Mariano Rajoy.

CRONOLOGIA

2000

L'Associació de Premsa Professional commemora el 75è aniversari de la seva fundació.

2001

Atacs terroristes enderroquen les torres bessones de Nova York i causen més de 3.000 víctimes.

A finals del 2001, Correos augmenta unilateralment i de manera desmesurada de les seves tarifes de distribució de publicacions per al 2002, fet que inicia un conflicte amb la premsa professional que dura fins al 2011.

2002

Miquel Vila, president de l'APP, s'incorpora en representació de l'Associació i en qualitat de vocal al Consell d'Administració de l'OJD. L'euro entra en circulació física a 12 països europeus, entre ells Espanya.

2003

Entre el 2003 i el 2007, la inversió publicitària experimenta un creixement continu.

2004

L'APP organitza a Barcelona el Congrés Internacional d'Editors de Premsa Periòdica, en el marc del qual se celebra la gala dels Premis APP a la Publicitat en Premsa Professional.

Atemptat terrorista a la xarxa ferroviària de Rodalies de Madrid, que causa la mort de 192 persones i deixa gairebé 1.500 ferits.

2005

L'APP és rebuda en audiència a palau pels prínceps d'Astúries, Felip i Letizia, amb motiu del 80è aniversari de l'Associació. Aquell mateix any, l'Associació impulsa un codi de bones pràctiques de la premsa professional com a expressió del compromís amb la credibilitat dels mitjans professionals i l'excel·lència editorial i publicitària.

2006

Publicació de la *Guía de la prensa profesional: todo lo que el planificador debe saber sobre los medios B2B*, per a la seva distribució entre anunciants i agències de mitjans.

2007

L'Audiència Nacional confirma la condemna a Correos pel seu comportament abusiu i discriminatori envers la premsa professional.

2008

La crisi financera internacional després de l'esclat de la bombolla immobiliària impacta a Espanya i provoca una recessió econòmica important i un augment de la desocupació.

Saragossa acull l'Exposició Internacional 2008, els eixos temàtics de la qual van ser l'aigua i el desenvolupament sostenible.

2009

L'Associació afronta una transformació profunda amb l'objectiu d'adaptar-se a l'entorn canviant configurat per les TIC, que facilitaven distribuir el contingut en altres suports, a més del paper. Aquesta transformació es reflecteix en el canvi de denominació social d'APP a ConeQtia.

A l'inici del nou mil·lenni, la premsa professional gaudia de bona salut. Com a indústria altament sensible a la conjuntura macroeconòmica, l'auge de nous sectors es reflectia en el naixement de noves capçaleres i en una especialització creixent de continguts d'acord amb l'augment de la complexitat de la diversificació industrial.

Els títols adreçats a perfils professionals van consolidar la seva condició de font, difusió i, fins i tot, creació d'informació de valor i de coneixement, sota models de negoci basats bé en la publicitat, bé en les subscripcions, o en tots dos. En tots els casos, la premissa per formar part de l'Associació havia de ser la mateixa: la rellevància i la qualitat dels continguts adreçats a professionals. D'acord amb això, i després d'un debat poc pacífic que va conduir alguns associats a sol·licitar-ne la baixa, l'APP va modificar els seus estatuts per exigir als seus membres la subjecció al control de difusió de l'OJD (Oficina de Justificació de la Difusió).



Tot i la bonança de resultats empresarials, la premsa professional s'enfrontava a una sèrie de reptes per tractar-se de negocis poc diversificats i altament dependents dels ingressos per publicitat. A més, la contracció cíclica a la inversió publicitària i la manca d'implementació tecnològica eren amenaces que s'havien d'abordar. Per fer-ho, comptava amb fortaleeses importants —la seva flexibilitat estructural per reaccionar, la proximitat i el coneixement del lector, així com la relació directa amb els anunciants— que oferien oportunitats per aprofitar l'alta capacitat de prescripció publicitària, desenvolupar serveis de valor per al lector basats en la gestió del coneixement i fomentar la innovació en serveis per a anunciants, creant així nous ponts entre els interessos del lector i l'anunciant.

En aquest context, l'Associació va procedir a finals de l'any 2000 a la renovació de càrrecs de la Junta Directiva, la presidència de la qual assumiria Miquel Vila Regard, conseller delegat d'EDITUR. La incorporació de nous editors, de procedències geogràfiques diverses, àmbits d'edició diferents i dimensions empresarials dispars, reflectia l'heterogeneïtat del sector i va reforçar l'ambició de l'entitat per posicionar la premsa professional als entorns publicitari i institucional, i per cobrir les seves necessitats empresarials.

Les iniciatives desplegades per a aquests objectius van ser múltiples i variades. L'APP va impulsar l'elaboració del **Libro blanco 2004**, la publicació d'**Adaptarse o morir** i la reivindicació dels drets de reproducció i remuneració per propietat intel·lectual mitjançant la incorporació a CEDRO.

A més, als serveis tradicionals de representació i assessorament general d'una associació sectorial, l'APP sumava una tasca ingent per a la defensa col·lectiva dels interessos comuns: pel que fa a la distribució postal, va rebutjar rotundament la discriminació de Correos, operador estatal monopolístic, cap als editors professionals, assumint-ne la defensa fins i tot davant dels tribunals; en matèria formativa, amb les «Trobades de la premsa professional» es va ampliar l'oferta per adaptar-la



Premi APP 2005 a la millor agència creativa.

a tots els perfils de les empreses editorials (redacció, producció, comercial, etc.); en el terreny institucional, va incrementar la seva proximitat a les associacions d'altres col·lectius editorials (revistes culturals, revistes d'informació general, premsa diària, etc.) promovent la formació, la informació i la connexió amb elles i, a l'entorn internacional, es va intensificar la relació històrica amb la FIPP i l'APP es va incorporar a la FAEP (Federació Europea d'Editors de Revistes) i a la IAA (International Advertising Association).

La desacceleració econòmica del 2001 es va traduir en una retallada del pressupost d'inversió publicitària, que en mitjans convencionals va baixar un 5,74 % respecte a l'any anterior. Una dada, d'altra banda, inevitable en un mercat que s'havia desenvolupat de manera imparable des del 1997 i el creixement acumulat del qual havia estat del 37 % en cinc anys.

Hi havia diversos factors que havien influït en la baixada de la inversió publicitària: la desacceleració de l'economia, l'evolució escassa del mercat de valors internacional, la preparació d'una nova moneda dels països de la zona euro, els esdeveniments de l'11 de setembre als Estats Units i la reducció de la inversió de les empreses de la «nova economia». Tot i això, alguns sectors a Espanya, com l'automobilístic, van augmentar les vendes els tres últims mesos de l'any i el consum privat pràcticament es va mantenir.

A principis del 2002, l'economia recobrava el seu estat de salut: els Estats Units havien emprès una política econòmica que començava a tornar la confiança perduda després dels atacs al World Trade Center, es manifestava una evolució de les borses internacionals i l'euro s'havia integrat perfectament com a moneda única a 12 països d'Europa. La desacceleració econòmica dels mitjans convencionals va ser de l'1,2 %, allunyant-se del 5,7 % de disminució del 2001.

Els mitjans convencionals, si considerem com a tals la televisió, la premsa diària i les revistes de gran consum, s'enfrontarien a retrocessos a causa de la dificultat per demostrar a l'anunciant la relació cost-benefici de la seva inversió, mentre que internet oferia accés directe al públic objectiu, capacitat de segmentació i retroalimentació, a un preu més baix.

En aquest context, l'APP va instituir els Premis a la Publicitat en Premsa Professional, adreçats a distingir l'aposta d'anunciants, agències creatives i agències de mitjans per les revistes professionals en el marc de la seva estratègia comunicativa. A les edicions del 2004, el 2005 i el 2006 van ser premiats Carat, Almirall Prodesfarma, Dell Computer, SCACS, Grey & Trace, Girbau, Trades, Sanofi, Grupo INDO, Crédito y Caución, Olas Publicidad i Zenith Media. L'esdeveniment se celebraria alternativament en espais emblemàtics de Madrid i Barcelona com el Teatro Real, el Liceu, el Palau de Pedralbes o la Fundació Joan Miró.

D'APP a ConeQtia

Els canvis estructurals que sacsejaven el mercat editorial van motivar una intensa reflexió estratègica a l'Associació per obrir-se a noves plataformes i suports de continguts: esdeveniments professionals, canals web, butlletins informatius, dispositius mòbils, contingut digital en pantalles públiques, televisió digital terrestre (TDT) i televisió per internet, entre d'altres. Així doncs, el 2009 l'Associació de Premsa Professional evolucionava cap al seu reposicionament per integrar, juntament amb els editors en paper, empreses generadores i gestores de contingut B2B sobre qualsevol suport.

La profunditat de la transformació de l'entitat es va evidenciar amb el canvi de la denominació social. De la tradicional Associació de Premsa Professional es va evolucionar cap a ConeQtia, amb el propòsit d'emfatitzar la connexió (entre els associats i l'Associació, entre l'Associació i el mercat, i entre tots ells i els anunciants i lectors), el coneixement (com a base de l'edició de continguts que fan els mitjans professionals, per aportar un alt valor afegit) i la qualitat (en els processos d'auditoria, assessorament i formació de l'Associació), emfatitzada amb la grafia Q.



Evolució del logotip
de l'Associació de Premsa Professional
a l'actual de ConeQtia.

coneQtia

Asociación de Prensa Profesional
y Contenidos Multimedia

EL CONFLICTE AMB CORREOS: UNA HISTÒRIA D'ÈXIT PER A LA PREMSA PROFESSIONAL

Les publicacions de caràcter tècnic es dirigeixen a professionals dels sectors més diversos. Són, per a tots ells —sanitaris, advocats, arquitectes, transportistes, fabricants de piscines, distribuïdors, perruquers, veterinaris, enginyers, especialistes en alimentació, etc.— una eina essencial de treball com a mitjà per accedir a les novetats, als avenços tecnològics i a les innovacions científiques que es produeixen en els diferents àmbits. En molts casos, les revistes sectorials especialitzades han estat, i continuen sent, un instrument fonamental de reciclatge i actualització professionals, a més d'exercir una tasca molt valuosa d'interrelació i cohesió sectorial.

Fins a la irrupció d'internet, incipient els primers anys del segle **xxi**, la tramesa postal era l'única manera de fer arribar les revistes als seus subscriptors i lectors, ubicats geogràficament de manera molt dispersa a tot el territori espanyol. A diferència d'altres productes editorials com diaris i revistes de gran consum, disponibles a quioscs i altres punts de venda, no hi havia cap alternativa a la seva distribució mitjançant el lliurament a domicili, ni tampoc que aquesta tasca l'executés un altre operador postal que no fos la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, SA. La capillaritat de la seva xarxa i la inexistència d'altres empreses capaces de prestar un servei equivalent la convertien en un proveïdor imprescindible (ho és encara) per fer arribar les publicacions als seus subscriptors, ubicats d'un cap a l'altre de la geografia.

A finals del 2001, en aquest context de captivitat de la premsa professional respecte de la distribució postal i sota la presidència d'Alberto Núñez Feijoo, Correos va procedir unilateralment a un augment desmesurat de les tarifes de distribució de publicacions per al 2002. Sense cap mena de preavís ni marge per repercutir-lo als subscriptors o als anunciants, el cost de l'anomenat «franqueig concertat» es va encarir en un 100 % per a aquest exercici respecte de l'anterior, cosa que comportava per als editors la impossibilitat d'absorbir un increment tan important i sobtat, i un risc gens menyspreable per a la viabilitat i la supervivència dels seus negocis.

La Junta Directiva de l'Associació es va posar immediatament en marxa per revertir la situació. Aviat va comprovar que el greuge revestia encara més gravetat: no només els editors es veien obligats a suportar un dany emergent al seu compte d'explotació sense marge per alleujar-lo modificant les tarifes de subscripció, sinó que Correos estava aplicant a un altre col·lectiu d'editors, els de premsa diària, descomptes respecte de la tarifa oficial tan substanciosos com injustificats.

L'aplicació de descomptes és una possibilitat prevista a la normativa postal, condicionada al respecte dels principis de transparència i no-discriminació, tant pel que fa als preus com a les condicions associades. Després d'un treball ingent, l'Associació va aconseguir acreditar que Correos facturava els descomptes de manera desigual sense que aquesta circumstància respongués a causes objectives d'acord amb els criteris previstos legalment. Així, entre les fites més importants d'aquesta dècada hi ha la resolució del Tribunal de Defensa de la Competència, que condemnava Correos al pagament d'una multa i al requeriment de cessar en la conducta discriminatòria denunciada per l'APP i la Central de Compres, SL, en l'aplicació de les tarifes de Correos.

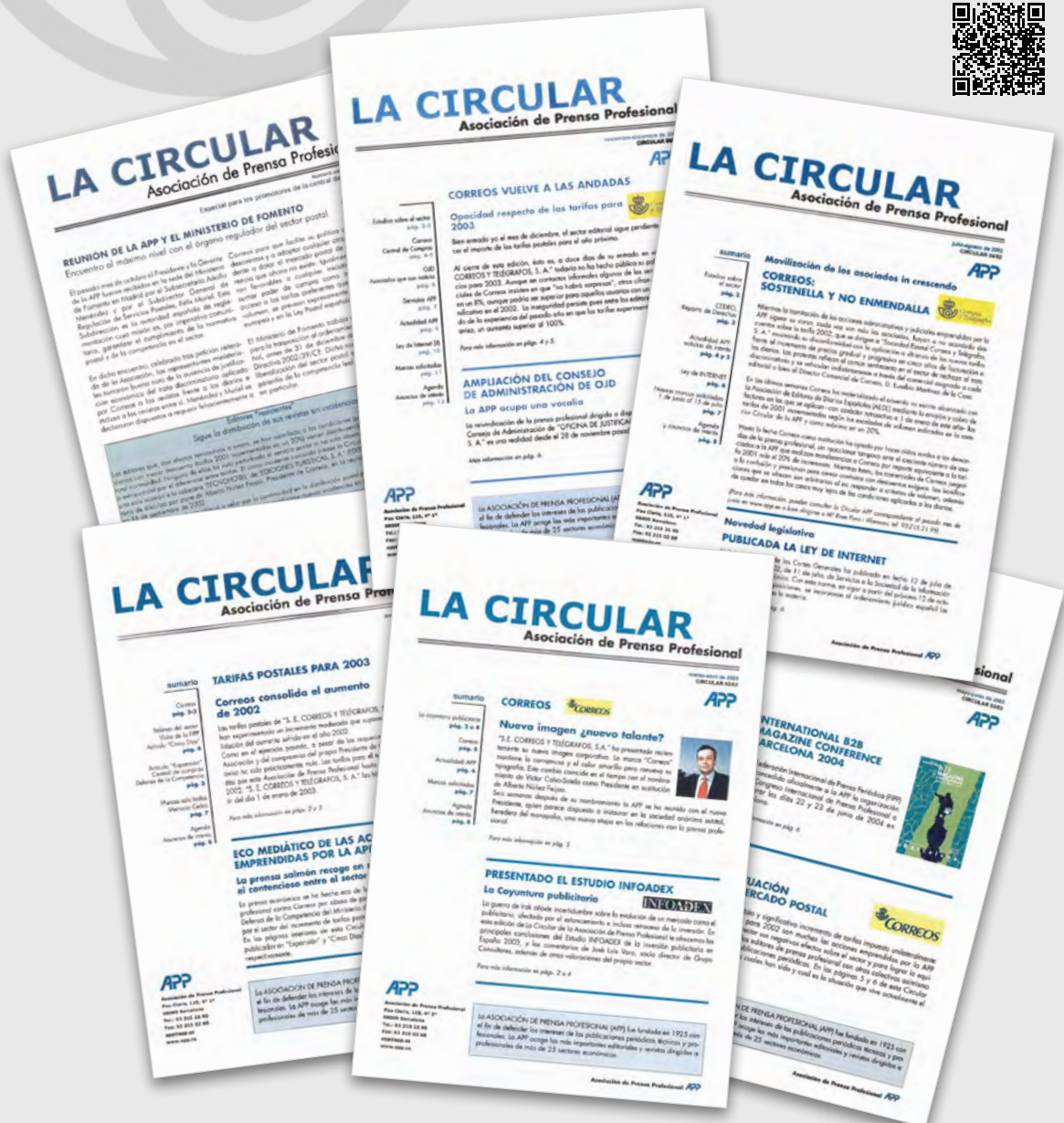
Contra aquesta arbitrarietat, constitutiva d'un abús de posició de domini especialment sagnant, i tenint en compte que la causant és una empresa íntegrament participada amb capital públic i per a la defensa dels seus associats, l'APP va emprendre una intensa acció de lobby en diferents fronts: en el polític, mantenint reunions amb diversos ministeris, amb tots els partits de l'arc parlamentari i amb membres del Congrés dels Diputats, del Senat i del Parlament Europeu; en el mediàtic, denunciant la situació davant de creadors d'opinió per a la publicació ulterior d'articles; en el parlamentari, impulsant iniciatives legislatives i compareixences davant la Comissió de Foment, i en el pla internacional, aconseguint la complicitat de la Federació Europea d'Editors de Revistes (FAEP) i de la internacional (FIPP).

Sens dubte, el front jurídic va requerir concentrar el més gran dels esforços. La modèstia de recursos d'una associació petita contrastava de manera palesa amb la dimensió i els mitjans de Correos, l'ocupador més gran d'Espanya d'aquell moment, amb més de 60.000 treballadors i assessorat pels bufets d'advocats més prestigiosos del país. Van caldre grans dosis de resiliència, molta imaginació —incloent-hi la creació d'un segell contra la discriminació que els editors reproduïen a les capçaleres— i una gran implicació i audàcia de les successives juntes directives de l'Associació per no sucumbir al poder del monopoli postal exercit per Correos amb l'aval de l'Estat.

L'esforç es va materialitzar en denúncies del comportament abusiu de Correos davant de les autoritats de defensa de la competència i dels tribunals ordinaris. Fruit d'aquestes accions, la Comissió Nacional de la Competència va qualificar aquesta conducta (expedient Premsa-Correos núm. 584/04) com a discriminatòria i va exigir a Correos abstenir-se de dur a terme aquest tipus de pràctica en endavant, a més d'imposar-li una multa econòmica de 900.000 euros. Aquest pronunciament va ser successivament confirmat en tots els seus termes per l'Audiència Nacional el 2007 i el Tribunal Suprem el 2010. Tot i això, Correos va continuar resistint-se a indemnitzar els editors fins un any després. El 2011, i en fase d'execució, els editors associats i Correos van formalitzar un acord pel qual l'operador postal va indemnitzar amb una xifra milionària els associats afectats pels danys i perjudicis patits, i les costes en què havien incorregut. Durant aquests deu anys i d'acord amb l'alternança política PP-PSOE esdevinguda en aquest període, s'havien succeït a la presidència de l'operador postal públic fins a quatre presidents: Víctor Calvo-Sotelo (2003-2004), José Damián Santiago Martín (2004-2008), Sixto Heredia Herrera (2008-2010) i Alberto Lafuente Félez (2010-2011).

La gravetat de l'impacte del conflicte amb Correos va tenyir en els anys 2000 moltíssims aspectes de la vida associativa. Les portades de *La Circular*, el butlletí informatiu intern publicat en aquests anys, en són un reflex.

Per la seva rellevància, la premsa generalista i econòmica també es va fer ressò de la problemàtica.



Expansión

Monopolio vigoroso en Correos

El organismo de competencia regula el servicio postal público de independencia respecto a la capacidad del monopolio.

COMPROMISO

Los datos de la actividad postal en España en 2002 muestran un crecimiento del 1,5% en el volumen de correo ordinario y del 1,2% en el de correo certificado. El servicio de correo urgente creció un 1,8% y el de correo electrónico un 1,1%.

CincoDías

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

S. CARRILLO MARIÉ

Profesional (APF), la que se ha visto afectada por el servicio postal público de independencia respecto a la capacidad del monopolio.

Los datos de la actividad postal en España en 2002 muestran un crecimiento del 1,5% en el volumen de correo ordinario y del 1,2% en el de correo certificado. El servicio de correo urgente creció un 1,8% y el de correo electrónico un 1,1%.

Expansión

Diversificación y competencia son los principales retos de Correos

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

RETO

La diversificación es el primer reto que se plantea al nuevo presidente de Correos, Víctor Calvo-Sotelo. El nuevo presidente de Correos, Víctor Calvo-Sotelo, quiere por delante dos tareas: diversificar la librería del mercado y diversificar la oferta de sus servicios.

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

El Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) ha iniciado un expediente sancionador contra Correos por abuso de posición dominante.

El TDC ha iniciado un expediente sancionador contra Correos por abuso de posición dominante.

LA VANGUARDIA

27 de Febrero de 2004

Liberalización a la carta

RAMÓN TREMOSA I BALCELLA

El TDC ha iniciado un expediente sancionador contra Correos por abuso de posición dominante.

CincoDías

El camino hacia la competencia se escarpado

El camino hacia la competencia se escarpado.

LA VANGUARDIA

Correos recibe su cuarta multa por parte del TDC

La APF condena su primer recurso contra el organismo de competencia.

EL PAÍS

Competencia sanciona a Correos por abuso de posición dominante

El organismo público paga 900.000 euros por discriminar a la prensa técnica.

Correos

TDC multa 900.000 euros Correos

Correos ha aumentado un 100% las tarifas postales.

elmundo

El TDC multa a Correos por abuso de dominio

El TDC multa a Correos por abuso de dominio.

invernia

TDC impone multa 900.000 euros Correos por abuso posición dominante

TDC impone multa 900.000 euros Correos por abuso posición dominante.

la publicidat

Correos y Telgrafos

Correos y Telgrafos.

CincoDías

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

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

Al ritme dels temps



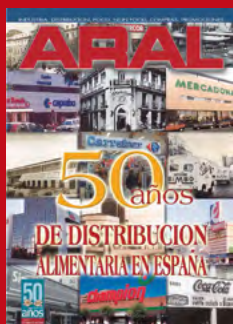
Audiència amb la Junta Directiva de l'Associació, celebrada a la Zarzuela el 2007, en commemoració del 80è aniversari de l'APP.

Llibre de visites
de l'Associació.



Aquesta va ser una dècada de canvis importants amb què l'Associació va demostrar la seva destacada capacitat de resiliència i adaptació, una característica arrelada des dels seus inicis. En un context en què la televisió dominava la inversió publicitària i internet emergia i creixia, fins i tot en temps de crisi, l'Associació va centrar els seus esforços a ressaltar la premsa professional com un mitjà publicitari extraordinàriament eficaç, capitalitzant-ne la rellevància en cadascun dels diversos nínxols professionals. Cap al final de la dècada, la premsa professional va evolucionar d'un enfocament de premsa B2B a serveis B2B i el reposicionament de l'Associació el 2010 va suposar una adaptació a les noves necessitats dels editors cap a diversos canals i plataformes. L'APP es va transformar en ConeQtia, un referent en el qual tots els editors de premsa professional eren gestors de contingut B2B sobre qualsevol suport.

HEMEROTECA





DEL PAPER

A LA MULTICANALITAT



2010-2014

La segona dècada del segle XXI va començar sota els efectes de la crisi econòmica mundial iniciada el 2008. Les tensions als mercats de matèries primeres, els desastres naturals com el terratrèmol del Japó, seguit d'un tsunami i de l'accident nuclear a Fukushima, i la inestabilitat a la Unió Europea, marcada pels rescats de Portugal, Irlanda i Grècia, es conjugaven amb una penetració accelerada d'un nou entorn tecnològic i l'ús massiu d'Internet.

Mentre els moviments contra els règims dictatorials a Tunísia, Egipte i Algèria es batejaven com la Primavera Àrab, Europa era el destí de milions de persones desplaçades d'aquestes zones i d'altres països africans (Líbia, Mali, el Iemen, etc.) també en conflicte. Als Estats Units, Barack Obama exercia el seu primer mandat presidencial, a Europa es produïen relleus a les monarquies belga i holandesa (2013), i a l'espanyola (2014), i un bisbe argentí es convertia en el primer papa catòlic de procedència americana.

El 2010, Apple presentava a Califòrnia el primer model d'iPad, un dispositiu revolucionari per navegar a la xarxa, llegir i enviar correus electrònics, veure fotos i vídeos, escoltar música, gaudir de videojocs o llegir llibres. A partir del 2011, Barcelona esdevenia la seu mundial de les comunicacions mòbils amb l'organització del Mobile World Congress.

CRONOLOGIA

2010

L'auge de les xarxes socials, amb l'aparició de Facebook el 2004, YouTube el 2005, Twitter el 2006 i WhatsApp el 2009, creix el 2010 amb el sorgiment d'Instagram i Pinterest.

Apple presenta el primer iPad i obre el camí a una nova manera de treballar, comunicar-se i entretenir-se.

2011

Barcelona acull el Mobile World Congress, cita anual de la indústria de les comunicacions mòbils, que continua celebrant-se a la capital catalana actualment.

ConeQtia promou el postgrau de Periodisme Temàtic i de Proximitat de la Universitat Autònoma de Barcelona.

2012

Organitzat conjuntament per ConeQtia i l'ARI (Associació de Revistes d'Informació), se celebra a Madrid el primer Fòrum de Revistes, una iniciativa consolidada des de llavors amb periodicitat anual. Aquest mateix any, ConeQtia publica la *Guía de recursos para la digitalización*, adreçada als seus associats.

2013

ConeQtia posa a disposició dels seus associats un cercador que permet associar cada compte publicitari amb la corresponent agència de mitjans, amb una base de dades de més de 1.600 comptes publicitaris de diferents sectors econòmics.

2014

Fi de la crisi econòmica iniciada el 2008 amb la crisi financera. A mesura que avançava l'any, s'observaven signes de recuperació econòmica a diversos països i regions clau, incloent-hi les economies desenvolupades i emergents.

L'accessibilitat instantània a lectures, àudios i vídeos, la seva compatibilitat entre diverses tecnologies i la proliferació de nous dispositius electrònics capaços de reproduir contingut digital van determinar l'aparició d'un nou paradigma. La comunicació deixava de ser unidireccional. La interacció amb el lector, subscriptor o usuari ja era possible, per la qual cosa naixien nous reptes i oportunitats: d'una banda, la desaparició de les barreres clàssiques de la distància i el temps permetia una nova relació amb el destinatari dels continguts professionals, enriquidora per a tots; de l'altra, el rol tradicional de l'editor com a intermediari entre els anunciant i el lector professional corria el risc de desdibuixar-se, alhora que l'agregació de continguts per part dels motors de cerca a internet generava noves necessitats de protecció dels continguts en matèria de propietat intel·lectual.

El sector dels diaris i les revistes continuava evolucionant cap a un model de negoci que s'adaptés millor a les preferències dels usuaris. En els darrers anys, s'havien dut a terme experiments amb plataformes dissenyades específicament per a dispositius mòbils, com Orbyt o Kioskoymas, plataformes basades en subscripcions a diversos diaris i revistes amb l'opció de configurar paquets de continguts segons les necessitats individuals de cada usuari. Un altre model de negoci implementat va ser el *paywall*, o mur de pagament, en què l'usuari que desitjava accedir a les notícies del mitjà digital es trobava amb una pantalla prèvia que li oferia diferents modalitats de pagament. Tot i l'existència d'aquests models de negoci, la publicitat continuava sent la font d'ingressos més important.



El repte de l'adaptació a un entorn radicalment nou

Amb la finalitat d'ajudar a donar a conèixer les publicacions de premsa professional com a suport per a la publicitat de gran consum, l'APP havia promogut uns anys abans, el 2004, un estudi en profunditat del sector plasmat al *Libro blanco de prensa profesional*. Es tractava d'una anàlisi exhaustiva que tenia per objecte identificar els punts forts i les àrees de millora de la premsa professional, a més de proposar nous models de negoci.

El llibre blanc identificava al voltant de 364 editorials tècniques i professionals que publicaven 985 títols, dels quals només un 26,29 % (259 publicacions) estaven subjectes al control de l'OJD. L'extrapolació de la seva circulació anual certificada, de més de 35 milions d'exemplars, situava la difusió total del sector en els 62 milions de còpies anuals i en una facturació publicitària d'uns 260 milions d'euros l'any, en 102 categories sectorials tan diferents com agricultura, alimentació, arquitectura, construcció, indústria, comerç, transport, logística i distribució, economia, tecnologia, electrònica, informàtica i telecomunicacions, dret, ciències de la salut, assegurances, turisme, hostaleria i medi ambient, juntament amb totes les disciplines professionals imaginables.

Així mateix, el *Libro blanco 2004* havia recollit algunes tendències que el transcurs dels anys confirmava a tota velocitat. La principal debilitat estructural rau en l'escàs múscul financer de la indústria, a causa de la gran dependència dels ingressos publicitaris i de la gratuïtat de la informació que impedia el desenvolupament de projectes de pagament per demanda. En un context d'alta penetració de dispositius de reproducció i de digitalització de catàlegs, el suport de paper ja no era l'única via. El mercat de publicacions digitals experimentava un creixement notable, basat en la gratuïtat, i, per això, els nous temps requerien una nova estratègia de comercialització i de remuneració, així com la revisió del concepte empresarial: d'indústria a servei.

Per emprendre aquesta profunda transformació, els editors tradicionals comptaven amb diverses fortaleses: l'afinitat del lector, el concepte de comunitat associat a les seves marques respectives, la segmentació del seu públic, la superespecialització i, sobretot, la percepció que els continguts professionals són imprescindibles per als decisors com a eina regular i continuada d'adquisició i actualització de coneixements i de l'estat de la qüestió de les seves marques.

El ritme trepidant dels canvis i el repte resultant van ser objecte d'anàlisi en múltiples trobades d'editors a tot el món, que promovien espais per intercanviar idees, aprenentatge, inspiració i evolució. ConeQtia va dedicar molts esforços a donar suport a les principals plataformes internacionals i a ser-hi present, i també a actuar a punta d'espasa en l'intercanvi de coneixements i experiències, la detecció de tendències i l'establiment d'accions conjuntes en matèries comunes (distribució, fiscalitat, protecció de la propietat intel·lectual, etc.). Per això, va participar activament en tots els fòrums internacionals d'interès per als associats d'aquells anys, tant si eren organitzats per la Federació Internacional de Publicacions Periòdiques (FIPP) com per la Federació Europea d'Editors de Revistes (FAEP), la World Association of Newspapers (WAN) o la International Advertising Association (IAA), entre altres.



L'eficàcia publicitària dels mitjans B2B

La tecnologia anava transformant les relacions entre els lectors i els mitjans, la qual cosa afectava la producció i la difusió dels continguts, així com el consum de la informació i, per descomptat, la manera com els anunciants decidien inserir els seus anuncis.

Els canvis en els hàbits i preferències d'accés a la informació dels lectors van determinar la migració dels anunciants cap als canals en línia per aprofitar els avantatges que els oferia la tecnologia digital a l'efecte de rendibilitzar millor les campanyes. Ambdues tendències, de caràcter general, també van abastar els lectors en la recerca d'informació i l'accés als continguts B2B, i els anunciants de premsa professional en la planificació de les campanyes. La tradicional inserció gràfica fora de línia es complementava amb formats en línia, butlletins informatius, informes especials, bases de dades i esdeveniments presencials, com fires i seminaris, que facilitaven la trobada cara a cara dels actors del sector destacant el valor del *networking*, o treball en xarxa, a la connexió empresarial.

En un entorn saturat d'informació, la premsa professional aconseguia mantenir el seu valor principal i oferir contingut valuós, amb la tecnologia com a aliada.



El Fòrum de Revistes

El novembre del 2012 es va celebrar a Madrid el primer Fòrum de Revistes, organitzat conjuntament per l'ARI (Associació de Revistes d'Informació) i ConeQtia, l'Associació de Premsa Professional. El Fòrum va néixer amb la voluntat de reunir en un únic acte els editors de revistes adreçades al consumidor i les revistes tècniques i professionals, juntament amb anunciants, agències, distribuïdors, grups de comunicació i altres professionals del sector.

El Fòrum sempre comptava amb un ponent d'excepció que dissertava sobre un tema d'actualitat i d'interès per als editors i el mercat. A la primera edició, el consultor internacional especialista en mitjans, Juan Señor, va presentar la ponència «Mediamorfosis: cómo reinventar la revista en la era digital».

L'èxit de la iniciativa ha fet que el Fòrum s'hagi celebrat anualment des de llavors cada tardor i que hagi esdevingut una cita anual imprescindible del sector. El 2024, el Fòrum de Revistes va celebrar la seva XIII edició.

I FORO DE
REVISTAS



II FORO DE
REVISTAS



III FORO DE
REVISTAS



IV FORO DE
REVISTAS



Al ritme dels temps

ConeQtia presenta la *Guía de recursos para la digitalización*



ConeQtia va publicar el febrer del 2012 una guia de recursos per ajudar els editors de premsa professional i de continguts multimèdia en els processos de canvi que comportava la digitalització de les seves activitats i publicacions.

El contingut es va presentar en dos documents. El primer recollia una anàlisi de la situació del mercat dels mitjans d'informació, així com els canvis que s'estaven registrant en aquell moment, i feia una proposta als editors pel que fa a la necessitat de canviar el model de comunicació digital com a solució per seguir la tendència del mercat.

El segon era una base de dades en què s'oferien nombroses ofertes de serveis i referències de professionals, classificades en diversos capítols, per ajudar els editors que necessitessin suport professional en el desenvolupament i l'aplicació de solucions per al canvi digital. La majoria d'aquestes referències tenien experiència treballant amb publicacions professionals o especialitzades, així com amb altres mitjans de comunicació.

El cinema, la televisió, la pantalla de l'ordinador i, més recentment, la del telèfon mòbil. A l'era de la tecnologia, ens trobem immersos en el que alguns anomenen la «quarta pantalla», en què el temps dedicat a activitats en línia ha assolit proporcions exorbitants a la vida quotidiana.

A escala mundial, les persones passen gairebé set hores diàries davant d'una pantalla i els mòbils són els dispositius més usats. Amb una mitjana de gairebé el 44 % del temps que estem desperts dedicat a aquests aparells sorgeix una reflexió inevitable: fins on arribarà aquest consum de tecnologia? Ens acostem perillosament a una era en què la societat es quedarà «cega» davant la realitat que ens envolta?

Aquest nivell d'immersió digital planteja interrogants sobre l'equilibri entre la vida en línia i la vida exterior, així com sobre els possibles efectes a llarg termini en la nostra salut física, mental i en les nostres relacions socials, i posa sobre la taula la importància de ser conscients del nostre ús de la tecnologia i de les mesures per preservar el nostre benestar en un món cada cop més connectat.

HEMEROTECA



A woman with dark hair tied back, wearing a light blue surgical face mask. She is looking off to the side with a focused expression. The background is a deep blue with glowing, translucent digital virus particles and data points floating around her. The overall mood is futuristic and tech-oriented.

DE L'ERA DIGITAL A LA INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL

2015-2025



«**L**'Organització Mundial de la Salut (OMS) considera que el risc de transmissió de la covid-19 a través del paper imprès és extremadament insignificant, per la qual cosa l'acció d'agafar un diari o una revista per llegir-los o fullejar-los, sigui per una o diverses persones, tant a casa com en un establiment públic, és segura i no és causa de contagi.»

Encara que ara ens pugui semblar evident que el virus SARS-CoV-2 no es transmet a través d'objectes d'ús comú, els primers dies de la pandèmia la manca d'informació clara i la incertesa sobre la magnitud i les conseqüències de la infecció d'aquest coronavirus van sumir el món en un estat d'angoixa generalitzada i dubtes constants.

La covid-19 va marcar un abans i un després al segle XXI, va impulsar la transformació digital i va condicionar tant aspectes de la vida quotidiana com el panorama global, recordant la fragilitat de les estructures econòmiques i socials existents i, alhora, mostrant la capacitat d'adaptació i resiliència de la humanitat.

A Espanya, la pandèmia va provocar una forta contracció econòmica, amb una caiguda del PIB de l'11 %, una desocupació extrema i un augment significatiu del deute públic. Tot i això, tot just tres anys després, l'economia espanyola va recuperar les xifres del PIB d'abans de la pandèmia, gràcies, fonamentalment, al fons de la Unió Europea NextGenerationUE, enmarcat en el Pla de recuperació, transformació i resiliència, al creixement del turisme i del sector exterior.

Alhora, la crisi de la covid-19 va impulsar canvis significatius en la cultura i les formes de treball, com l'augment del teletreball, l'impuls de les eines digitals o el creixement del comerç electrònic.

La pandèmia va ser un punt d'inflexió que va accelerar la digitalització, cosa que ens va acostar ràpidament al món de la intel·ligència artificial (IA).

CRONOLOGIA

2015

L'atemptat contra el setmanari *Charlie Hebdo*, que deixa 12 morts, i és perpetrat per islamistes radicals en represàlia per unes caricatures que consideraven ofensives envers el profeta Mahoma. Com a resultat, es popularitza la frase «Je suis Charlie» com a lema de solidaritat i suport a la revista.

2016

Espanya és el país europeu que més navega per telèfon mòbil el 2016, segons l'Eurostat. El 93 % dels espanyols va navegar per internet, superant el 88 % de Xipre i Holanda, el 87 % de Croàcia, el 86 % del Regne Unit i el 85 % de Dinamarca.

2017

Els atemptats terroristes a Barcelona i Cambrils l'agost de 2017 deixen 14 morts i són portada de gran part de la premsa internacional. Tenen lloc enmig de la confrontació política entre els governs espanyol i català pel referèndum de l'1 d'octubre d'aquell any.

2018

El 25 de maig entra en vigor a Espanya el nou Reglament general de protecció de dades personals (RGPD), que regula la protecció de les persones físiques en el tractament de dades personals i la seva lliure circulació. Aquest reglament impacta profundament en la manera com les organitzacions gestionen la informació personal.

2019

Cimera del Clima de Madrid del 2019: Espanya acull la Conferència de les Nacions Unides sobre el Canvi Climàtic (COP25), cercant compromisos per combatre l'escalfament global. Greta Thunberg viatja en un iot sense emissions de carboni des d'Anglaterra fins a Nova York per assistir a la Cimera d'Acció Climàtica de l'ONU.

2020

L'OMS declara la pandèmia de la covid-19 com a emergència de salut pública d'importància internacional, condició que es manté fins al 5 de maig del 2023, quan es decreta la fi de l'emergència sanitària.

2021

Es fa efectiu el Brexit. A partir de l'1 de gener, la legislació de la Unió Europea deixa d'aplicar-se al Regne Unit. Els efectes del Brexit es fan palesos en tots els àmbits: economia, comerç i política nacional i internacional.

2022

OpenAI llança ChatGPT. L'empresa presenta la primera versió de ChatGPT, la seva eina revolucionària d'intel·ligència artificial. En pocs mesos, milions de persones utilitzen aquest sistema que influeix en diverses indústries i sectors.

Rússia envaeix Ucraïna. La invasió russa d'Ucraïna comença el 24 de febrer del 2022, la qual cosa marca una escalada en el conflicte russo-ucraïnès que s'inicia després de les protestes de l'Euromaidan el 2014, provocades per la decisió de suspendre un acord d'associació amb la UE.

2023

La selecció femenina espanyola de futbol guanya el seu primer mundial a Austràlia.

2024

La UE aprova la llei d'IA. El primer reglament mundial d'IA apareix l'agost del 2024 a la UE. El reglament té per objecte estimular l'adopció d'una IA segura i fiable, la salut, la seguretat i els drets fonamentals.

2025

Amb 100 anys de premsa professional, ConeQta commemora un segle de dedicació a la premsa professional. Des de la seva creació fa 100 anys, ha estat una ferma defensora i representant dels interessos del sector a Espanya. Avui dia, continua sent un punt d'unió, coordinació i defensa dels interessos comuns. En aquest moment emblemàtic, celebra el seu llegat i mira amb entusiasme cap al futur.

L'any 2015 va estar marcat per un canvi en la direcció de l'Associació. El mes de març va finalitzar el mandat de la Junta Directiva presidida per Eduardo García Guerra i van passar el relleu a una junta renovada liderada per Joan Juan Loshuertos, d'Elsevier.

Els serveis que oferia l'Associació es van mantenir consistents, amb una voluntat expressa de la nova junta de prioritzar la formació en temàtiques innovadores que permetessin als socis ajustar-se als canvis profunds que experimentaven les formes de consum de la informació i dels continguts.

La digitalització, la irrupció de nous actors digitals, la crisi del model tradicional basat en la publicitat en paper i la necessitat de diversificar les fonts d'ingressos són alguns dels temes que més preocupaven els creadors de contingut especialitzat en aquest període.

Moltes de les jornades organitzades per ConeQtia en aquests anys són un reflex fidel de les inquietuds dels editors i dels canvis experimentats pels mitjans. És el cas de les sessions «Màrqueting en xarxes socials: l'estratègia dels editors B2B a les xarxes socials», «Display performance i altres canals digitals alternatius a Google», «El contingut en píndoles audiovisuals. L'experiència de les editores d'empreses saludables» o «Influenciadors i mitjans professionals: la socialització del prestigi a la nova era digital».

Ahora, l'Associació continuava sent una font d'actualització per als editors, donat que els oferia sessions formatives sobre temes de compliment obligat com els contractes editorials, la propietat intel·lectual o l'impacte del nou reglament de protecció de dades al sector editorial.

Durant aquest decenni és important destacar l'estret projecte de cooperació amb l'Associació de Revistes d'Informació (ARI) a l'organització del Fòrum de Revistes, que es va començar a celebrar el 2012 amb la voluntat d'aplegar en un mateix acte les revistes tècniques i les revistes adreçades al consumidor juntament amb anunciants, agències, distribuïdors i altres professionals del sector. El 2024, el Fòrum de Revistes va celebrar la seva XIII edició.

Al llarg d'aquests anys, han participat en el Fòrum oradors espanyols com ara Rosalía Lloret, directora de Relacions Institucionals de l'OPA Europe (Online Publishers Association Europe) i actual consellera delegada d'Eldiario.es, que va presentar la seva *Guia per a editors en l'ecosistema digital*; Juan Señor, president d'Innovation Media Consulting, professor a Oxford i editor del llibre *Innovation in magazine media world report*, que va explicar «El camí cap al futur. Com la teva marca pot triomfar en la nova era digital»; així com molts altres ponents internacionals excepcionals, com ara James Hewes, president i conseller delegat de la FIPP, l'associació mundial de revistes, que va parlar sobre l'«Edició de revistes després de la covid-19. I ara què?»; Richard Shotton, cap d'Evidència a MG OMD (Regne Unit), que va presentar «The choice factory: findings from behavioural science to improve advertising»; Brian Morrissey, fundador de The Rebooting i expresident i editor de Digiday, que va compartir la seva visió optimista del negoci amb «Why magazines can thrive in a changing media lands-

cape»; Marcus Rich, conseller delegat de Time Inc. (Regne Unit), amb la presentació «The power of magazine brands in today's media world», o Peter Kreisky, professor a Yale, Stanford, a l'Escola de Periodisme de Columbia i a la Universitat de Nova York, que va presentar la conferència «Magazine media: publishing reinvented».

Després de vuit anys al capdavant de l'Associació, Joan Juan Loshuertos (Elsevier España) va expressar el desig de no optar a un nou mandat per facilitar la renovació de l'organització.

L'any 2023, l'Asamblea va triar una nova Junta Directiva presidida per José Henríquez Navarro, gerent d'Infoedita Comunicación Profesional, amb la vicepresidència a càrrec de Lola Fernández Paniagua, directora general de Sweet Press. José Henríquez va agafar les regnes amb l'objectiu clar de continuar preservant la qualitat dels continguts en mitjans professionals, independentment dels formats utilitzats per a la distribució i la comunicació. Així mateix, va afrontar el repte de preparar els actes de celebració del centenari de l'Associació l'any 2025.



Homenatge als expresidents de ConeQtia



L'11 de desembre del 2019, la Junta Directiva de l'Associació, sota la direcció de Joan Juan i la gerència de Ramón Clapés, va retre a Barcelona un reconeixement als expresidents de l'Associació des del 1980.



ConeQtia, fundada el 1925 amb el nom d'Associació Espanyola de la Premsa Tècnica, va celebrar el seu 95è aniversari el 2020. Amb el centenari ja a la vista, els membres de la Junta Directiva de ConeQtia van viure una jornada memorable amb les persones que havien liderat l'organització els darrers 40 anys, per reconèixer i agrair el seu esforç altruista en favor dels editors de continguts professionals.

L'esdeveniment va aplegar figures destacades de la història de ConeQtia. Entre els assistents hi havia Josep Oriol Àvila, que va presidir l'Associació del 1980 al 1988; Ferran Puig, al comandament del 1988 al 1996; Juan Carlos Aramburu, que va dirigir la institució del 1996 al 2001; Miquel Vila, president del 2001 al 2010; Eduardo García, líder del 2010 al 2015, i el president d'aquell moment, Joan Juan. També es va comptar amb la presència especial de Jaime de Haro, fill de Miguel de Haro, que va ser president entre el 1976 i el 1980.

L'encarregada de guiar aquest recorregut emotiu per la història de ConeQtia va ser Maria Rosa Pons, exgerent de l'Associació. Pons va resumir els gairebé 95 anys d'història de l'organització i va destacar el compromís inviolable de generacions d'editors per compartir inquietuds i interessos comuns. En la seva intervenció va subratllar el «compromís de cooperar per competir» que sempre ha caracteritzat l'Associació i va expressar la seva gratitud profunda per haver format part d'aquesta comunitat.

La covid-19, un repte inesperat

L'any 2020 va implicar un repte inesperat: la pandèmia de la covid-19. Aquesta situació va condicionar gran part de l'activitat de l'Associació i dels seus editors. Tot i les dificultats, es van adaptar ràpidament a la nova normalitat, duent a terme la majoria de les seves activitats de manera virtual.

El Govern d'Espanya va prendre una sèrie de mesures econòmiques per pal·liar els efectes del confinament per la covid-19, que es va estendre des del març fins al maig del 2020. Entre aquestes disposicions destaquen l'ampliació de les prestacions per desocupació, els ajuts directes a autònoms i empreses amb dificultats, una moratòria de sis mesos en les cotitzacions socials a la Seguretat Social i l'obertura d'una línia de finançament a través de l'ICO adreçada a les pimes.

Tot i això, en el llistat d'activitats detallades al real decret de mesures extraordinàries de suport a la solvència empresarial, va quedar fora l'edició de revistes (CNAE 5814), malgrat el reconeixement governamental que les publicacions periòdiques són un servei de primera necessitat i que la caiguda d'ingressos va ser molt superior al 30 % requerit en aquesta convocatòria d'ajuts. ConeQtia, juntament amb altres associacions sectorials (ARI, CLABE i ARCE), van defensar intensament els interessos dels editors de revistes, encara que finalment no es van aconseguir resultats positius.

D'altra banda, malgrat els reptes que comportava produir revistes i diaris en condicions de connexió remota, les marques de mitjans d'arreu del món van ser testimonis de l'emergència de diverses tendències arran de la pandèmia, algunes de les quals, com el teletreball, es mantenen actualment.



Recuperació de les subscripcions digitals. Malgrat la disminució de la demanda publicitària, les subscripcions digitals no només es van recuperar, sinó que també van experimentar un augment notable. Amb la mobilitat de les persones restringida, van buscar ferventment proveïdors de contingut d'alta qualitat que oferissin entreteniment, inspiració i informació fiable, tant general com especialitzada. I allà hi havia la premsa tècnica.



Augment de la informació local i sectorial. A mesura que la crisi s'intensificava, les persones no sols buscaven informació més precisa, sinó que també mostraven un creixent interès per dades locals i especialitzades, una necessitat a la qual la premsa tècnica va saber donar resposta.



Auge dels mitjans tècnics especialitzats en salut. Totes les publicacions professionals vinculades al sector de la salut (medicina, farmàcia, infermeria, etc.) es van convertir en una font d'informació cabdal i van créixer de manera important, no només durant la pandèmia, sinó també els anys següents.



Caiguda dels esdeveniments presencials i creixement exponencial de la formació en línia. La pandèmia va suposar un catalitzador del creixement de la formació en línia a un ritme sense precedents. A les primeres dècades del segle XXI, amb la finalitat de diversificar les fonts d'ingressos, molts editors van apostar per l'organització d'esdeveniments professionals presencials. Tot i que això no era res de nou, ja que els editors tècnics sempre hi han participat i, fins i tot, han organitzat fires sectorials, sí que va experimentar un creixement significatiu. Amb l'arribada de la pandèmia, aquesta línia de negoci va desaparèixer a causa de la necessitat de reduir al mínim el contacte social. Els editors per als quals els esdeveniments tenien un pes important al seu compte d'explotació van patir un impacte important, mentre que altres amb més capacitat per organitzar-los de forma virtual no només van salvar l'envit, sinó que van millorar els resultats.

Amb la fi de la pandèmia es van recuperar a ple rendiment els actes presencials, fins i tot amb més intensitat, després de molts mesos de confinament i restriccions socials.



Proliferació del teletreball. La pandèmia de la covid-19 ha actuat com un catalitzador sense precedents per a la proliferació del teletreball a escala global. Aquesta modalitat laboral, que abans era una opció poc comuna, ha esdevingut una realitat per a milions de persones arreu del món.



Lluita contra la infodèmia i les notícies falses. Encara que el fenomen de la desinformació no és nou, el terme *infodèmia* es va popularitzar durant la pandèmia de la covid-19. L'Organització Mundial de la Salut (OMS) el va adoptar per descriure la gran quantitat d'informació falsa i enganyosa que circulava en línia sobre el virus, les vacunes i les mesures de prevenció. Les xarxes socials, amb els seus algoritmes que prioritzen el contingut viral i la interacció, van accelerar la propagació de les *fake news*, o notícies falses, no només en l'àmbit de la salut. En aquest context, els continguts elaborats per periodistes i avalats pels editors van cobrar valor.



Menys editors, més títols: l'evolució de la indústria editorial professional

En els seus inicis, l'Associació agrupava una vintena d'editors, cadascun dels quals publicava una revista. Encara que, amb el temps, alguns empresaris editorials publicaven més d'un títol, no es va produir cap canvi rellevant fins a finals dels anys 90 i, sobretot, al segle XXI, en què la concentració empresarial es va fer ben palesa.

Els motius d'aquesta acumulació de revistes a les mans de poques empreses són bàsicament dos: d'una banda, l'aparició de multinacionals estrangeres amb prou múscul financer per crear i adquirir capçaleres i, de l'altra, la necessitat que es va fer evident amb les crisis de disposar d'economies d'escala per guanyar eficiència en un mercat cada cop més competitiu.

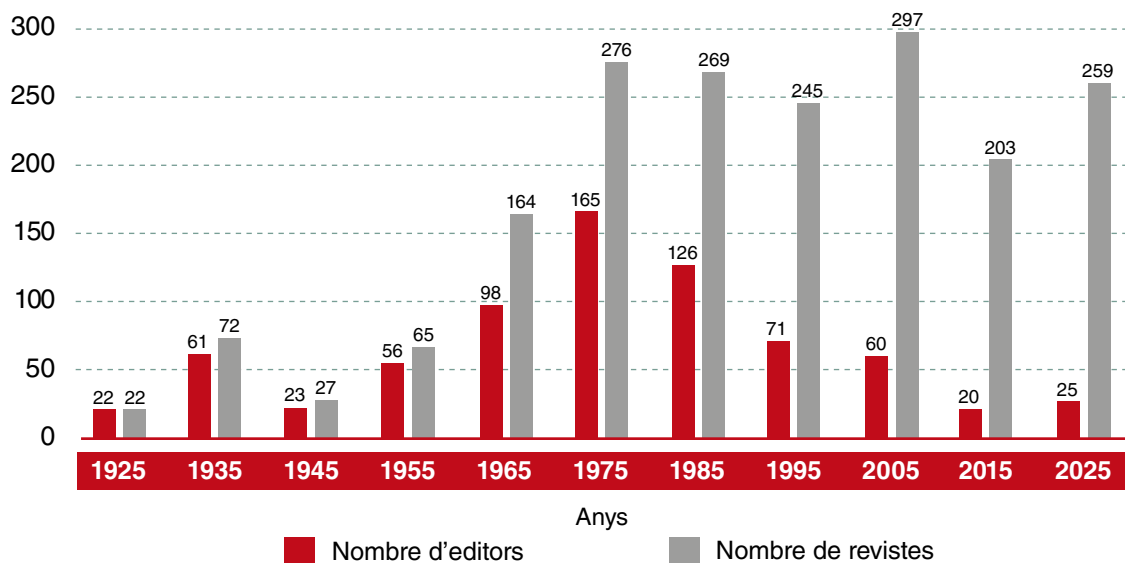
Per una altra banda, si analitzem l'evolució de les revistes professionals de ConeQtia, destaquen diversos moments històrics:

● Entre el 1962 i el 1968, l'Associació va acollir les revistes dirigides al consumidor, no tècniques, que no tenien cap paraigua associatiu a Espanya, cosa que va fer que augmentés el nombre de títols de manera significativa (165 editors i 276 revistes el 1975). L'ARI, l'Associació de Revistes d'Informació, va néixer anys més tard, el 1977, i les publicacions adreçades al consumidor van anar abandonant l'Associació progressivament per incorporar-se a l'ARI. En paral·lel, als anys 80 es va produir un apogeu de les revistes especialitzades per a professionals que va esmoreir aquesta sortida de revistes cap a l'ARI.

● Als anys 90 es va produir una sortida en bloc d'alguns editors de revistes tècniques que no estaven d'acord amb el criteri de transparència de tiratges i difusió imposat per la Junta Directiva de l'Associació, la qual cosa va implicar una reducció significativa del nombre d'editors, encara que no tant pel que fa al nombre de revistes (71 editors i 245 revistes el 1995).

● Les conseqüències de la crisi financera del 2008, que va començar amb l'esclat de la bombolla immobiliària, es van prolongar durant diversos anys i van afectar tots els sectors de l'economia i, per descomptat, també les revistes professionals, algunes de les quals van desaparèixer i altres van buscar refugi en multinacionals o empreses més grans, facilitant la concentració.

Evolució dels editors i de les revistes associades



Els continguts multimèdia especialitzats, més a prop que mai del professional

La premsa professional és un mitjà que té el privilegi d'arribar a un públic selecte, qualificat i prescriptor: els decisors de les empreses.

Per tant, és un mitjà al qual se li exigeix una alta qualitat de continguts i que conté un poder de prescripció elevat i una credibilitat enorme, que cobra més valor en el context actual marcat per la desinformació.

És un mitjà que, sense renunciar a les revistes en paper, s'ha anat obrint a la creació de serveis i marques d'ajuda al professional: revistes en línia, butlletins especialitzats, fires virtuals, jornades i esdeveniments, formació en línia, llibres en paper i digitals, plataformes de continguts, consultoria sectorial especialitzada, etc. Avui, els mitjans professionals han superat barreres per ser més a prop del professional que mai.

ConeQtia llança la campanya «Información para decidir» i presenta el cercador d'articles professionals

El gener del 2021, ConeQtia va posar en marxa una campanya de comunicació orientada als lectors de revistes especialitzades per fer valer el paper que fan els mitjans de comunicació professional en l'elaboració d'informació rigorosa i de qualitat que aporta gran valor a les empreses de cada sector.

Amb el lema «Información para decidir», la campanya posava en relleu que els editors que formen part de ConeQtia són garantia de professionalitat, veracitat, responsabilitat i rigor, i que els mitjans són fiables i una font d'inspiració.



Així mateix, ConeQtia va incorporar al seu web el cercador d'articles, una eina que permet trobar informes i articles especialitzats publicats a més de 40 revistes adreçades als professionals que treballen en multitud de sectors econòmics que s'agrupen en nou grans àrees: alimentació, arquitectura i construcció, automoció, esports, distribució, industrial, salut, TIC i multisectorial. El resultat de la cerca presenta el resum o els primers paràgrafs de l'article. Per llegir-ne el contingut complet cal seguir l'enllaç fins al web de cada editor.

Aquest cercador, disponible en obert, està en permanent revisió i ampliació a mesura que nous editors hi incorporen revistes del seu catàleg.

Valors que duren 100 anys i més

Els primers editors que van constituir l'Associació procedien de sectors tan diversos com l'agricultura, l'enginyeria o la farmàcia. Van descobrir que, malgrat que representaven àmbits tan diferents, els unia la voluntat de servei a la seva indústria i de traslladar innovacions i informacions rellevants, dinamitzar el sector i facilitar l'intercanvi de coneixement.

L'Associació va esdevenir el clúster d'aquests mitjans tècnics adreçats a professionals i la seva llarga vida no s'entendria sense l'existència d'uns valors comuns intrínsecs de l'Associació que s'han mantingut al llarg d'aquests 100 anys:

- **Compromís amb la qualitat del contingut.** Els lectors de la premsa especialitzada per a professionals són els decisors de les empreses, de manera que el rigor i la qualitat dels continguts és una qualitat absolutament indispensable.
- **El valor de la hiperespecialització.** Els editors de l'Associació desenvolupen en profunditat un nínxol de mercat concret, cosa que permet no només estar al corrent de les innovacions del sector, sinó també conèixer la major part dels actors d'aquesta indústria, fet que representa un gran valor per al mercat.
- **Voluntat de transparència.** L'Associació ha fet sempre una forta aposta per la transparència dels tiratges i la difusió de les publicacions, col·laborant estretament amb l'OJD al llarg de tota la seva història.
- **Vocació internacional.** L'Associació va tenir una participació activa en la creació de la Federació internacional FIPP el 1925, el mateix any en què es va fundar ConeQtia. Des d'aleshores i fins a l'actualitat, la vinculació amb la Federació Internacional ha estat estreta. En aquest sentit, l'edició número 47 del congrés mundial de la FIPP se celebrarà a Madrid el 2025.
- **Defensa de la propietat intel·lectual.** L'Associació té un compromís profund amb la protecció de la propietat intel·lectual i els drets d'autor per tal de garantir que els autors siguin remunerats de manera justa pel seu treball, fomentar la creació i difusió d'obres originals, i permetre que els autors i els editors desenvolupin la seva activitat de manera sostenible.
- **Independència.** L'Associació no està subjecta a interessos comercials ni polítics externs, de manera que pot defensar imparcialment els interessos dels editors professionals associats. Això contribueix a un ecosistema editorial més robust i dinàmic que beneficia tant els autors com els lectors.



Al ritme dels temps

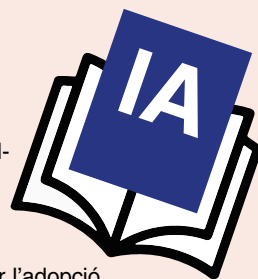


Llei per regular la IA

El 2024, la Unió Europea va aprovar el primer reglament mundial sobre intel·ligència artificial, conegut com la llei d'IA, que va entrar en vigor l'agost del 2024, encara que algunes de les seves disposicions ho aniran fent de forma esglaonada fins al 2027.

Aquest reglament té per objecte perfeccionar el mercat interior, estimular l'adopció d'una IA segura i fiable, i, alhora, assegurar la salvaguarda de la salut, la seguretat i els drets fonamentals.

Tot i això, la protecció legal dels drets d'autors i editors dels treballs dels quals serveixen de base per a l'entrenament de models d'IA és de moment escassa.



En aquest capítol ens hem acostat a l'últim decenni de vida de ConeQtia, marcat per la transformació digital i l'impacte de la covid-19 en el sector de les publicacions, ressaltant una vegada més la faceta camaleònica de la premsa tècnica. Des dels seus inicis el 1925, els editors han demostrat l'habilitat per adaptar-se i evolucionar segons les circumstàncies, igual que un camaleó canvia de color per mimetitzar-se amb el seu entorn.

En el context inesperat de crisi sanitària, es va subratllar la importància de la veracitat, la independència i la qualitat en la creació de continguts. Les publicacions especialitzades en salut i els seus professionals van exercir una tasca encomiable en un món on la informació sanitària està cobrant una importància creixent de cara al futur.

La crisi sanitària va reafirmar el valor de la premsa especialitzada, no sols en l'àmbit de la salut, sinó també en altres àrees del coneixement.

Alhora, la pandèmia va accelerar exponencialment l'adopció de tecnologies digitals, catapultant-nos cap a una era en què la IA generativa es perfila com l'agent de canvi més rupturista que ha experimentat la indústria dels mitjans en dècades.

Mentre el lector celebra ara el centenari de ConeQtia, és clar que la premsa professional continua sent fonamental per proporcionar informació de qualitat en un món en canvi constant. Amb la seva integritat i rigor, la premsa especialitzada i professional ha estat, és i continuarà sent un far que orienta els lectors cap a una informació fidedigna perquè puguin formar-se el seu propi criteri, a més de facilitar inspiració i obrir portes a la innovació.

EDITORIALS 360º: DE PUBLICAR A CONNECTAR



- <https://www.bps.com.es/>
- <https://cdecomunicacion.es/>
- <https://www.cmedc.net/es/>
- <https://www.elpublicista.es/>
- <https://www.clusterpadel.com/>
- <https://www.elsevier.com/es-es/>
- <https://ergon.es/>
- <https://eurocarne.com/>
- <https://infocap.es/>
- <https://puntomice.com/>
- <https://www.grupoaseguranza.com/>
- <https://www.gruposenda.es/>
- <https://www.infoedita.es/>
- <https://www.interempresas.net/>
- <https://www.izaro.com/>
- <https://krmedicine.com/>
- <https://www.mercacei.com/>
- <https://www.ondisenio.com/>
- <https://www.pedeca.es/>
- <https://revistaprotiendas.com/editorial-protiendas/>
- <https://www.publmasdigital.com/>
- <https://www.sweetpress.com/>
- <https://techpress.es/>
- <https://www.todotransporte.com/>
- <https://www.linkedin.com/company/versysediciones/about/>





NOMÉS EL PERIODISME SALVARÀ EL PERIODISME



Juan Señor,
president d'Innovation
Media Consulting Group
(Londres, Regne Unit)

2025...





És innegable que el moment actual és el més crucial per al futur de la nostra indústria, un sector en què el ritme del canvi tecnològic és frenètic i en què planificar el futur pot semblar absurdament inútil quan estem permanentment lluitant per posar-nos al dia amb les últimes tendències en intel·ligència artificial.

Aleshores, com aconseguir que l'adopció de noves innovacions ens assegurí que hi dediquem prou temps per garantir que els fonaments es mantinguin fermes? Com naveguem cap endavant? Aquesta és la pregunta que tots els editors s'han de plantejar en un moment en què les decisions adoptades avui tenen nombroses repercussions en cadena a l'ecosistema de mitjans del demà.

Aquests principis s'apliquen a tots els editors, incloent-hi els membres de ConeQtia dedicats a l'edició professional d'empresa a empresa (B2B). Durant 35 dels 100 anys d'existència de ConeQtia, a Innovation Media Consulting Group hem ajudat editors de tot el món a sobreviure i prosperar. Així doncs, aquí oferim algunes perles de «saviesa de la innovació», basades en les aportacions d'editors internacionals i la nostra experiència orientada a fomentar la reflexió.



Deu principis rectors per publicar a l'era de la IA

1

Fem-ho bé

Els trens digitals arriben i se'n van, i els continuem perdent només per després afanyar-nos a atrapar-los. Inicialment, vam descartar el canvi global cap al consum digital d'escriptori; més tard, vam perdre el canvi a l'aspecte social i, més endavant, el canvi a l'aspecte mòbil.

En l'àmbit digital, sempre anem un pas al darrere; i, quan ens unim, acabem en desavantatge, perquè les audiències ja han desenvolupat els seus hàbits digitals i les grans tecnològiques han acaparat el mercat publicitari.

Ho hem de fer bé. L'era digital de la IA és un canvi d'època. No es tracta de transformació digital; és transformació del que és digital. No perdem el tren de la IA.

2

Estupidesa artificial: això és el que obtindrem si no creem els fonaments correctes abans d'experimentar amb la IA

Incara que no podem perdre el tren de la IA, tampoc no podem afanyar-nos a l'hora de definir com adaptem i adoptem el que ha de venir. Hem d'establir directrius clares: editorials i de negoci. «Primer humans i finalment humans», com sosté *The New York Times*, és la manera assenyada d'abordar qualsevol interacció amb solucions d'IA per a la publicació. I, tanmateix, hem passat de l'escepticisme a l'experimentació massiva i, ara, la majoria dels periodistes fan servir alguna mena d'IA sense directrius. A la meitat de les redaccions s'utilitzen eines d'IA generativa, però només una cinquena part té directrius.

Si no disposem dels fonaments correctes abans que res, acabarem amb estupidesa artificial. És un error miop fer servir la IA a les redaccions només per motius d'eficiència. Si abordem la IA pensant només en eficiència de costos, correm el risc de deshumanitzar el periodisme. Sí, la IA pot transcriure, resumir, reutilitzar contingut i reempaquetar periodisme original, però no pot fer periodisme original.

Segons una enquesta global recent, només el 8 % de la població confia en la IA generativa, de manera que ens hem de preparar per a una reacció adversa. Volen humans, no robots. Les persones segueixen persones, no robots. Si l'ús de la IA es deixa sense supervisió, els nostres lectors s'emprenyaran i qualsevol estalvi que puguem percebre com a tal ens acabarà costant més en dany reputacional de marca.



No es pot construir un negoci de mitjans a la plataforma d'una altra persona

Quan mirem enrere en la història de la publicació i les grans tecnològiques, un dels pecats capitals que hem comès repetidament des del principi ha estat perseguir qualsevol element brillant que fa aparició sense preguntar-nos on hi ha el valor per a nosaltres. Les plataformes de les grans tecnològiques van oferir audiències gratuïtes si els donàvem contingut gratuït. El que era gratuït va resultar ser molt car.

Els darrers tres anys han portat molts editors a comprendre plenament que l'essència de la publicació és tenir una relació directa amb els lectors. Si establim aquesta relació directa amb el lector, podem dictar el preu, la freqüència i el tipus de contingut. Si el nostre contingut és a la plataforma de tercers, ells guanyaran els diners i establiran la relació amb els lectors, no nosaltres. Els diners es generen on es llegeix l'article. La relació es desenvolupa a la plataforma on es llegeix. No es pot construir un negoci de mitjans a la plataforma d'una altra persona. O els lectors venen al nostre lloc primer i sempre o mai no tindrem el control sobre els nostres actius de mitjans.

4

L'audiència correcta és més important que una gran audiència

Durant molt de temps hem interpretat malament el model de negoci de la publicació en línia perquè hem assumit que més seria millor. Hem perseguit implacablement el volum en comptes del valor. Alguns van anomenar els darrers 20 anys de publicació digital «cocaïna de clics». Vam passar del periodisme al voyeurisme. Ens hem mesurat pel nombre de seguidors, clics, m'agrades i compartits. Això és una cosa que cap altre negoci no faria mai. No ho podem ser tot per a tots. Ens van dir que, com més extens fos l'abast, més gran seria el compromís. Estaven equivocats. Nosaltres estàvem equivocats.

Avui dia, els editors entenen que l'audiència adequada és més important que una gran audiència, però encara es fa poc per segmentar audiències i establir objectius específics basats en audiències realistes. L'última cosa que molts de nosaltres necessitem són més visitants; el que necessitem són clients disposats a pagar.

5

Prioritzar el concepte digital no significa prioritzar les xarxes socials

L'obsessió pel volum s'ha desenvolupat principalment en plataformes de xarxes socials. Molts editors encara mesuren l'èxit de la seva estratègia digital basant-se en el volum de trànsit generat per les seves xarxes socials. Això és, simplement, incorrecte. Ha funcionat molt bé per a les plataformes de xarxes socials, però molt malament per a nosaltres, els editors. Els proporcionem contingut que ens costa euros produir i ells ens tornen centaus que no els costa gens generar.

La desvinculació de les xarxes socials és ara la norma per als editors intel·ligents. En lloc de tiktokitzar el nostre contingut, hem d'usar les xarxes socials només per a avenços, aperitius i crides a l'acció, en lloc d'oferir històries completes, llistes, idees o infogra-

fies gratuïtes. Res que sigui gratis a la vida es valora. El valor dicta el preu. La desvinculació de les estratègies digitals centrades en les xarxes socials és real i permanent. Hem d'evitar els intermediaris de les xarxes socials. És un model de negoci fallit per a nosaltres, no per a ells.

6

Realment tenim el poder de reunir

Els humans som socials. Anhelem reunir-nos i connectar-nos en persona, i, en una era d'esdeveniments virtuals, distants i impersonals, els successos que ens reuneixen són més importants que mai. Els editors sovint subestimen el seu poder de convocar i de reunir les persones al voltant d'interessos professionals, passatemps i passions.

Les nostres marques han esdevingut identificadors tribals i, no obstant això, no exploten el nostre poder en tot el seu potencial per organitzar esdeveniments, conferències, cimeres, gales i premis de la indústria. Els esdeveniments són periodisme a l'escenari. Hem de tractar la selecció, organització i comunicació dels nostres esdeveniments amb la mateixa cura i atenció que donem a cada una de les nostres publicacions digitals i físiques. I hauríem de cobrar més que mai per trobar-nos, pertànyer, connectar i celebrar el nostre coneixement comú, passions i interessos. Cap altra indústria no pot reunir com nosaltres. Aprofitem encara més aquest avantatge clau.

7

Converteix-te en una polzada d'amplada i una milla de profunditat: en un món d'abundància, troba la teva escassetat

L'economia és la creació de valor perquè satisfà una demanda existent. A la nostra era digital, hi ha un subministrament il·limitat de demanda superficial. Aquesta abundància ha devaluat la nostra rellevància com a editors, ja que no podem esperar cobrar per contingut estandarditzat.





Aleshores, el futur de la publicació està en els nínxols i, dins del nínxol, en els micronínxols. Si trobem la polzada al peu del canó de l'abundància, podem perforar en profunditat una milla, o fins i tot més enllà, i aprofitar l'escassetat. Com més escàs sigui el teu contingut, més gran serà la part del valor de màrqueting o publicitat que tindràs d'aquest nínxol.

Tot això sona assenyat i bàsic i, tanmateix, molts editors encara se centren en el periodisme informatiu o el periodisme de butlletins, enumerant el que passa en una indústria o convertint-se en un registrador diari del qui, on, quan i què del periodisme, quan el nostre futur està en el perquè, què segueix i què significa tot plegat.

Per tant, deixa de vendre informació i comença a vendre intel·ligència. I el secret és fer-ho amb rapidesa, anàlisis instantànies i idees breus i intel·ligents, predient les notícies, avançant-les i comentant-les. Inverteix en aquest tipus de periodisme i l'economia dels mitjans esdevindrà cada cop més eficient.



La impressió és eterna. No serà reemplaçada, però ha estat desplaçada

La impressió no morirà; no s'està reemplaçant, sinó que s'està reinventant com la «nova impressió». Aquesta nova impressió és un objecte de col·lecció: pensa al llibre-revista on juguem amb les fortaleses de la impressió: permanència, corporalitat, sensualitat. Els humans som éssers sensorials. Aprenem tocant.

Així doncs, en una era de menys impressió, impressió més gran i impressió més cara. El preu importa. Pots cobrar fins a cinc cops el preu de venda antic.

Fes servir la impressió per fer una declaració i iniciar una conversa. Fes servir la impressió per guanyar visibilitat i credibilitat. La impressió continuarà sent el teu vaixell almirall, la teva proposta prèmium. La impressió és alta costura; el digital és *prêt-à-porter*.

9

Escolta els teus editors: ells et faran guanyar diners

Des de fa algun temps, als editors se'ls ha dit que han de convertir-se en empreses tecnològiques i, malgrat que hem d'adoptar i dominar les tecnologies digitals, són un mitjà per a un fi, no pas un fi en si mateixes.

La publicació és un negoci de contingut. Els negocis de contingut requereixen originalitat i creativitat basades en la percepció humana. Només pot crear un cervell humà. Un d'artificial pot recrear, però són els editors i periodistes els que produeixen el contingut diari que sorprèn, informa, inspira i educa els nostres lectors. I, tot i això, els editors sovint es troben al final del procés de producció. Se'ls assigna i encarrega produir contingut definit per comitès estratègics o equips de màrqueting. Haurien de ser escoltats i inclosos des del principi i al llarg de qualsevol procés de publicació. Si els escoltes, faran que es produeixi la màgia editorial que fa que es generin els diners.

10

Només el periodisme salvarà el periodisme

George Orwell va dir: «El periodisme és publicar el que algú no vol que publiquis. La resta són relacions públiques».

Necessitem ser clars en aquesta era de meravelles tecnològiques amb l'extraordinària arribada de totes les coses relacionades amb la IA que, sense importar l'enfocament en tecnologia, velocitat, volum, nous models de negoci o innovacions paral·leles, salvaran el nostre negoci. Només un enfocament constant en el periodisme de qualitat, que posseeixi una veu informada, intel·ligent, única i provocativa, generarà l'audiència lleial que pagarà i continuarà pagant més pel nostre periodisme. No podem fer periodisme per als nostres anunciants; l'hem de fer per als nostres lectors primer i abans que res. Produïm periodisme diari pel qual valgui la pena pagar i la nostra publicació viurà 100 anys més.



ELS NOSTRES PRESIDENTS



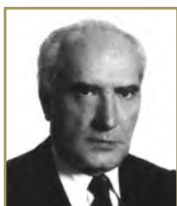
Teodoro Colomina Cases

President del 1925 al 1967



Pedro Cartanyà Aleu

President del 1967 al 1968



José López del Arco y Soler

President del 1968 al 1976



Miguel de Haro Serrano

President del 1976 al 1980



Josep Oriol Àvila Montesó

President del 1980 al 1988



Ferran Puig Vilar

President del 1988 al 1996



Juan Carlos Aramburu

President del 1996 al 2001



Miquel Vila i Regard

President del 2001 al 2010



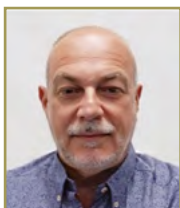
Eduardo García Guerra

President del 2010 al 2015



Joan Juan Loshuertos

President del 2015 al 2023



José Henríquez Navarro

President del 2023 al 2026



Lola Fernández Paniagua

Presidenta des del 2026

1925-2025 **100 anys**
de Premsa Professional

(CEDRO)

Amb la col·laboració de

coneqtia
Asociación de Prensa Profesional
y Contenidos Multimedia