



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Egea Santiago, Carmen

La carrera por la comunicación local (1998-2000) Los grandes se atreven con lo pequeño

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 5, núm. 47, febrero, 2002, pp. 237-260

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81954707>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La carrera por la comunicación local (1998-2000) “Los grandes” se atre

Carmen Egea Santiago ©

Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación
Universidad de Sevilla

RESUMEN

En el presente artículo se presenta un estudio sobre los diarios regionales y locales que surgen de la mano de grandes grupos de comunicación entre 1998 y 2000. En estos años se producen también significativas alianzas entre los grandes conglomerados de las comunicaciones regionales un lugar desde el que favorecer su expansión.

ABSTRACT

This article presents an study about the regional and local press belongs to spanish communications groups and appears between 1998 and 2000. In these years, significant alliances between the communications groups, that see the regional and local market like a place to grow.

Palabras clave: Prensa/Local/Regional/Grupo/Comunicación/Alianza

Key Words: Press/Local/Regional/Group/Communication/Aliance

I.- La veteranía de la prensa local, como punto de partida para los grandes grupos

En 1867 nace de la mano de Federico Joly, Diario de Cádiz. Con 133 años de vida y sin abandonar su periodicidad diaria, es uno de los veteranos en lo que se refiere a prensa local y provincial. El rotativo andaluz lleva muy a gala ser el único periódico de la zona que ha experimentado una verdadera expansión.

El avance agigantado y la diversificación a la que se están sometiendo los grandes grupos de comunicación ha hecho pensar que el mundo de la prensa local no iba a haber cambiado de unas décadas a esta parte. Empiezan a ondear banderas en el ámbito de lo local. Esta pequeña palabra, que había perdido semblante en el momento en que las estructuras de poder comenzaron a dominar el orbe con sus garras expansivas, recupera su importancia con el establecimiento de las grandes capitales y de la emigración a los grandes núcleos, en detrimento de los pueblos y las pequeñas localidades. Las ideas comenzaron a cotizarse muy caras y el analfabetismo se clausuraba con la lectura de los diarios que llegaban a manos de todos. La lectura cobró fuerza y “eso de estar informados” ya no sólo era cuestión de clase, sino el equivalente a satisfacer una de nuestras necesidades básicas. Los magnates de la comunicación de todo el mundo auguraban un gran futuro para el sector de la comunicación local y regional. Los trámites previos en que se establecen los grandes diarios de referencia y las cabeceras nacionales, la onda expansiva obligada por la competencia, muchos de estos grupos se habían planteado antes. Comienza la gran carrera por lo local.

Este artículo sólo pretende ser precisamente un rastreo a través de una publicación especializada, Intermedios de la Comunicación, para reconstruir una etapa de desarrollo de la prensa local conectada a los grupos españoles de comunicación más relevantes. Con el fin de estar en que se constatan aquí los datos unificados y resumidos terminando así con la dispersión de la documentación acerca de este fenómeno. La consulta en el futuro sea más cómoda. Junto a este vaciado y tratamiento de documentación, se ofrecen algunos datos fruto de una investigación como estudiosa del periodismo.

II.- Pinceladas sobre el auge de la prensa local y regional en España

Muchos han sido los diarios provinciales y locales que han visto la luz durante 1999 y varias las alianzas entre distintas empresas de los terrenos de la distribución, la explotación publicitaria, la impresión o la promoción. Muchos de estos diarios han sido rediseñados. De este auge en el ámbito de la comunicación local se debe sobre todo a un crecimiento de un 15% en la inversión publicitaria. La Tribuna de Canarias, que publica Editorial Publicaciones de Canarias, da lo que será el pistoletazo de salida el 17 de enero. Este grupo que más veteranía luce, el que regenta Federico Joly, nos sorprende con el lanzamiento el 28 de febrero (Día de Andalucía) de un nuevo diario desde que la utilizara la desaparecida Editorial Suplementos de Prensa (Antena Semanal y Antena TV).

Si de alguien es el año, es de Francisco Javier Moll, siendo su editorial Prensa Ibérica la que lanza La Opinión de Tenerife el 1 de mayo, al mismo tiempo que era inaugurada la planta de impresión de Antequera. Con la perspectiva de que tres provincias regionales comparten con la cabecera La Opinión.

Prensa Española edita Abc en Andalucía, lanzando el 25 de febrero de 2000 la edición de Abc Córdoba y más adelante las ediciones de Abc Burgos y editado por Burgos Publicaciones, nace el 22 de mayo Diario XXI y Burgos 7 Días (que pasa de ser semanal a diario). Joaquín Ferrer y Cía, que ya edita El Faro de Ceuta y El Faro de Melilla, lanza en Murcia el 22 de abril El Faro de Murcia. De los dos anteriores al mantener el formato invertido en que la información general ocupa la primera parte del periódico y la información local en la contraportada y apareciendo en sentido inverso.

Editorial La Capital edita en junio Diario de Ferrol; dicha localidad sólo contaba por el momento con una edición de El Ideal Galés. Aparecen además nuevas ediciones regionales de Cinco Días en Andalucía, Diario de Navarra para Pamplona y Cuenca, Tercera Edición de Sevilla.

En lo que a alianzas se refiere podemos hablar de la protagonizada por Prensa Española y Prisa, que adquiere a Emilio

José Joly Palomino	Director de Diario de Cádiz	Delegado de la editora
José Joly Martínez de Salazar	Presidente y consejero delegado	Presidente y consejero delegado
Javier Moyano	Consejero delegado de Gráficas Burgos	Gerente de la editora
José Joaquín León	Director de Abc Sevilla	Director de Diario Jerez y Europa Sur
Fuente: elaboración propia con datos de Intermedios de la Comunicación		

La versión digital de su homólogo en Cádiz, recibe el Premio de la Asociación Nacional de Internautas. Es la respuesta a 13 años. Diario de Sevilla tiene bastante definidas sus intenciones y objetivos, por su diseño, y aunque no renuncia a ningún lector, v años. Su disposición fascicular, le permite distanciarse un poco más en cada sección, de modo que es como si el lector enc general, Actual: cultura y sociedad, Deporte y el Suplemento de Televisión.

A pesar de su identidad local, no olvida lo «no local», lo cual se refleja en el hecho de haber sido el único periódico local especial a Kosovo. Así se pueden distinguir una serie de elementos que lo diferencian de los otros diarios que se publican en de trabajadores, medios propios para la impresión, vocación de largo plazo, crédito publicitario...

En lo que se refiere a su plantilla, está compuesta por profesionales más experimentados, que proceden de las filas de Abc, lado están los redactores junior y los becarios, que suponen un tercio de la plantilla. La inversión en su formación supone c diario en el futuro. El primer control de OJD en mayo-octubre de 1999 hablaba de que Diario de Sevilla con 27.848 ejemplar segundo diario de la provincia tras Abc (47.778) y seguido de El Correo de Andalucía con 13.122 copias (2).

Sin pretensiones de desbancar al hasta entonces líder de difusión en Sevilla, Abc, consigue arrebatarse bastantes lectores c Joly lanza un nuevo diario en Córdoba el 19 de noviembre del 2000, bajo el nombre El Día de Córdoba, previendo poner en m Pero hay otro grupo fuerte que se mueve en el ámbito local. En 1991 va a nacer uno de los grupos de comunicación que provincial; Editorial Prensa Ibérica, S.A, ve la luz al amparo del grupo canario que lidera Francisco Javier Moll.

Los grupos regionales intentan competir con los grandes periódicos de tirada nacional desde una calculada red de diarios inmediata tuvieron el modelo francés y norteamericano. Se caracterizan por su solidez administrativa, la centralización del se por intentar no pertenecer a ningún grupo político, pero se notan inclinaciones. La cuota de mercado del grupo a nivel estatal e Prensa Ibérica anuncia en marzo de 1998 el lanzamiento de un diario de información general en Málaga y toda su área d Opinión de Málaga el 25 de mayo de 1999. Como director cuenta con la figura del que fuera también director del periódico público RTVA, del que dependen Canal Sur Televisión y Canal Sur Radio: Joaquín Marín. Como director adjunto le acompa Diario de Mallorca, también de Prensa Ibérica. La Opinión de Málaga contará con una edición en Marbella. El diseño de barcelonés Cases i Associats, que ya trabajó en el diseño de Diari de Girona y del rediseño de Información de Alicante. La sociedad del grupo Prensa Ibérica.

La infraestructura de la editora cuenta con una planta de impresión en Antequera, como punto intermedio entre Málaga publicaciones. Esta nueva cabecera es la decimosegunda a nivel regional de Prensa Ibérica, así encontramos: Levante de Valencia Murcia, Diari de Girona, Diario de Mallorca, Diario de Ibiza, La Opinión de Zamora, La Nueva España de Asturias, Faro de Canarias y por último el lanzamiento de La Opinión de Tenerife, preparando tres nuevas cabeceras para las provincias de Córdoba Aunque con buenas relaciones, compiten en el mercado Prensa Ibérica y el Grupo Correo en Murcia con La Opinión de Murcia La Verdad respectivamente.

La fuerza con la que compiten La Opinión de Málaga y Sur, hace que Prensa Malagueña, grupo que edita éste último y e rediseño de su cabecera principal. El encargado de dicha labor es el diseñador Alberto Torregosa, cuyo trabajo con el grupo cabo, se observan los que afectan al orden de las secciones del periódico; así como la añadidura de la leyenda: El periódico homogéneo a otros diarios utilizando la Century 751 del fabricante Camex para el cuerpo de texto y la Helvética Condensed opión respectivamente. La columna de sumarios (chimenea) se desplaza a la entrada de la primera página y adquiere p Grupo Correo que edita Sur amplía además su rotativa adquiriendo la segunda Uniman S, que montada en línea co simultáneamente; como un diario y un encarte, lo cual aumenta significativamente las posibilidades del taller (3).

Pero Sur no es el único diario que sufre un rediseño, ya que podemos mencionar cambios en las páginas de los siguientes dia

REDISEÑOS

Abc: Amplía y actualiza su sistema Panorama, integrada en el diario en Madrid para controlar el flujo de producción. Diario de Cádiz, Europa Sur y Diario de Jerez: Obra del catalán Ferrán Grau, diseñador afincado en Andalucía que ya diseñ con Diario de Sevilla: La tipografía y las cabeceras mantienen sus elementos singulares. Diario de Navarra, Diario de Avisos de Tenerife, La Opinión de Murcia(Prensa Ibérica), Córdoba (Grupo Zeta), Sport (Grupo con un cambio de imagen y formato. El Correo de Andalucía: Esta labor está encargada al estudio barcelonés Cases i Associats, el mismo que diseñara La Opinión Huelva Información: Nuevo paquete de impresión con una rotativa Rotoman reconvertida para trabajos de prensa.

Fuente: elaboración

Además de rediseños, muchos de ellos han adoptado nuevos programas y sistemas para el desarrollo de sus labores y Compañía Editorial no se cierra a las innovaciones tecnológicas, ya que adquiere la solución editorial Milenium desarrollada utilizando este sistema al igual que algunas de las secciones de Marca. La instalación está hecha sobre Windows (algunas s recepción de agencias, la multiedición y la multipresión. Diario de Jaén se hace con el sistema de producción editorial Q Macintosh, sustituyendo al anterior Page-Maker. Los módulos incorporados son: QS Ad Planner para la elaboración electrón

Caja Sur 29,5%	Caja Sur 29,5%	Caja Sur 29,5%
Prensa Sur 23,5%	NGCA 23,5%	Prisa 23,5%
Autocartera 7%	Autocartera 7%	Autocartera 7%

Resultado Final en el accionariado de Diario Córdoba, S.A (Ediciones Primera Plana compra a Prisa Prensa Sur)	
Ediciones Primera Plana	40%+ 23,5%
Caja Sur	29,5%
Autocartera	7%

Fuente: elaboración propia con datos de Intermedios de la Comunicación

Por fin el grupo Zeta lidera la compañía con el 63,5% de las acciones. Pero Diario Córdoba, no sólo quiere limitarse a la prensa, sino que marcha una televisión por ondas bajo el nombre de Onda Mezquita, que competirá con Canal Córdoba y Canal 47. Nicolás Sureda será la tercera televisión cordobesa. La oferta de esta nueva televisión, que por el momento sólo muestra la carta de ajuste, es un debate e información cultural sobre todo. Las producciones se realizarán dentro de las instalaciones de Diario Córdoba, S.A. El resto restante corresponde al paquete de la sociedad Córdoba Multimedia.

Pero no por desprenderse de su paquete de acciones de Diario Córdoba, decae el interés de Prisa por los medios locales. En la sociedad Gestión de Medios de Prensa (GMP); la compañía de gestión que agrupa a varias editoras de prensa diaria independiente. Las siguientes editoras: Diario de Burgos, El Diario Palentino, Grupo Promotor Salmantino (La Gaceta Regional), Informaciones Canarias (El Punt), Canaria de Avisos (Diario de Avisos), Novotécnica (La Voz de Almería) y Diari Segre (8).

Al grupo que preside Polanco se adhieren el 15 de diciembre de 1999, a través de GMP, las editoras El Progreso de Lugo, Fomento de Iniciativas Andaluzas (9). De esta forma, la capacidad de compra de papel (función de GMP) es mucho mayor, puesto que se suman los volúmenes de España, País o AS. En enero del 2000, con la transformación de Diario de Pontevedra en sociedad limitada, se cierra la operación de junio y se incorpora también a GMP al igual que Odiel Información.

Editoras asociadas a Gestión de Medios de Prensa

En octubre de 1999:

Canaria de Avisos

Diari Segre

Diario de Burgos

El Diario Palentino

Grupo Prisa

Grupo Promotor

Salmantino Hermes

Comunicaciones Informaciones

Canarias

Novotécnica Incorporaciones el 15 de dic. 1999*:

Diario de Jaén

El Progreso de Lugo

Fomento de Iniciativas Andaluzas

Fuente: elaboración propia con datos de Intermedios de la Comunicación

* Las incorporaciones del 15 de diciembre de 1999 suman 122.505 ejemplares además de los 18.138 anteriores, lo que hace un total de 140.643 ejemplares. Diario Palentino (no tiene OJD: Oficina de Justificación de la Difusión)

Pero Prisa se siente bastante atraída por cotizar en Bolsa (saca al mercado bursátil un 25% de la sociedad), de forma que en Madrid el 13 de abril del 2000, se aprobó la propuesta del consejo de administración de integrar en el grupo a las sociedades Ediciones, Mateu Cromo Artes Gráficas y Mateu Cromo Inmobiliaria.

La operación, mediante la ampliación de capital suscrita por Timón S.A, responde a la aportación no dineraria de las acciones de los propietarios de Timón, cuyos accionistas mayoritarios son Jesús de Polanco y Francisco Pérez González (presidente y consejero delegado) que percibirán un 25% de Prisa.

La intención no es otra que la de lograr una importante y considerable expansión internacional e incorporar los contenidos de los grupos de prensa. A través de Santillana, el grupo que preside Polanco conseguirá estar presente en 21 países, sobre todo dominando el campo de la educación. Con el 25% de Prisa en Bolsa, entre el 75% y el 80% se destina al tramo institucional, mientras que entre un 20% y un 25% se destina al tramo de prensa. Éstos pueden suscribir un mínimo de 200.000 pesetas y un máximo de 10 millones. A fin de atraer a los accionistas mayoritarios (Promotora de Publicaciones y Timón) deben mantener sus participaciones durante un periodo de 3 años. Los accionistas minoritarios el periodo de tiempo se reduce a los 3 meses. Así mismo, en la aplicación de la normativa que rige la cotización de las acciones, la autocartera de un 10% a un 5%.

ACCIONARIADO DE PRISA			
	Cifras en porcentajes	Previo a la fusión	Entrada Santillana y Mateu Cromo
Prisa	31,03	13,04	14,04
Promotora de Publicaciones	74,86	56,15	57,73
Minoritarios	16,14	12,10	12,45

Narra	María Martín Guirado	Manuel Muriel y Santiago Salmerón
Presidente: Nemesio Fernández Cuesta Directora general adjunta al presidente: Soledad Luca de Tena Responsable de coordinación editorial e informativa de todos los medios del grupo: José A. Zarzalejos Director económico financiero: José María Cea Responsable de planificación y control: Enrique Marzal Recursos Humanos: César Conde Tecnología y sistemas: Ignacio Sanz		

Fuente: elaboración propia con datos de Intermedios de la Comunicación

Sus movimientos son seguros, así la compañía Prensa Española de Locales (participada al 100% por Prensa Española) Información, empresa que edita el diario que lleva su mismo nombre y que es líder en la región. El paquete de acciones adquirido pasó a tener de un 77% un 52% de la editora (13).

El montante de la operación se situó entre los 250 y los 300 millones de pesetas, en los que una parte de la aportación consistió en el contacto que mantenían ambas empresas, ya que la compañía de exclusivas de Prensa Española, Globalia, se encargaba de la distribución de éste, Serviodiel, tiene en sus manos la distribución de ABC y el resto de productos del grupo en la zona. Las incorporaciones al consejo de administración proceden de ambas sociedades: Jesús Fernández Miranda y José M^a Mar Merchán y Ramón Fernández Beviá (de Villacaciones).

El grupo participa además de un 10% en varias corporaciones de medios de España como son: Corporación de Medios de Extremadura y El Norte de Castilla.

Pero la productividad que representa para las empresas el servicio de páginas comunes, no es desconocido para el grupo que a través de Soporte Integral de Prensa (SIP)(14), trata de homogeneizar los diseños de los diarios y el desarrollo de productos concretos de semana, economía, cultura y ocio. Esto lo logra el Grupo Prisa cuando lanza el suplemento de fin de semana La mirada, también de editar La Voz de Huelva, situación que comentaremos más adelante.

El Grupo Empresarial de Medios Impresos (GEMI), pone en marcha el 1 de abril un suplemento que romperá con la cifra de "fin de semana". El suplemento se imprime en Mateu Cromo y el diseño que lanza Prisa es obra del estudio Vicky Heredero & Asociados. La mirada, editada por Promotora General de Revistas (Progres), la difunde el grupo Prisa a través de los diarios que forman parte del grupo. Olvidemos que la compañía que integra las actividades del grupo Prisa es el Grupo Empresarial de Medios Impresos (GEMI) del periodista Alex Grijelmo, que suma a sus publicaciones ser autor del libro El estilo del periodista (15).

Pero volviendo al grupo Prensa Española, el SIP suministra información a los diarios de editoras participadas por Prensa Española (25%), El Diario de Ávila, El Adelantado de Segovia (25%) y Diario de Alcalá (25%), El Periódico de Álava, Huelva Información. Con esta táctica se logra que los rotativos se centren sólo en la elaboración de la información local. Además se les envían 27 páginas de información local. Si hacemos un poco de historia recordaremos que Servicio de Páginas Comunes fue una iniciativa puesta sobre la mesa por el grupo de editoras andaluzas y la de El Día de Cuenca, aunque posteriormente se desgajaron del proyecto. Prensa Española (Prelosa) comienza a distribuir su grupo de prensa local y adquiere un 25% de Diario de Ávila a comienzos de 1999, con lo que el grupo de Páginas Comunes, un porcentaje que posteriormente se convierte en el 100% (SIP) trasladando su sede a las oficinas del grupo en Madrid. Después de que el 30 de abril de 1998 anunciara la adquisición del 25% de la editora Huelva Información que publica el diario Huelva Información, Prensa Española de Locales (Prelosa), el 1 de enero del 2000 comienza a suministrar información (nacional, internacional, deportiva) a través de su compañía Soporte Integral de Prensa (SIP), al grupo de diarios locales castellano manchego de La Tribuna, que integra a los diarios de Cuenca, Guadalajara, Talavera y Toledo (16).

El 25 de febrero del 2000, Prensa Española lanza la edición de ABC Córdoba (17). Tanto Córdoba como Granada eran las únicas ediciones de información general. El director será Antonio Castro. El grupo lanza a finales del 2000 una edición en Córdoba. La cordobesa es de 40 personas de las cuales la mayor parte se dedicará a la redacción de local; ya que las secciones de economía, sociedad y cultura se toman de la edición nacional de ABC a través del sistema Hermes con el que cuenta el periódico.

La tirada inicial será de 23.000 ejemplares que serán impresos en las instalaciones de Prensa Española en la Isla de la Cibeles, en Sevilla.

El líder en el mercado cordobés es el diario Córdoba, que en 1998 tuvo una difusión media de 18.977 ejemplares, según la tirada de los diarios de tirada nacional fueron para El País 3.466 ejemplares, para el ABC de 2.839 y para El Mundo de 2.732 ejemplares.

El 6 de abril Prensa Española llega a un acuerdo con los propietarios de Publicisa (editora del rotativo de información general de tirada nacional) para adquirir el 100% de la editora. De esta forma el grupo que edita ABC posee el control sobre un grupo de cinco diarios provinciales de tirada nacional: 6.500 ejemplares. Estos diarios son: La Tribuna de Ciudad Real, La Tribuna de Guadalajara, La Tribuna de Talavera, La Tribuna de Toledo y La Tribuna de Zamora. Los cuatro últimos participa Publicisa con un 75% junto con otros accionistas locales.

La exclusiva publicitaria de los cinco rotativos la llevaba Novomedia (de Recoletos) pero tras la incursión de Prensa Española en el mercado de la publicidad (de Prensa Española), que también está en contacto con Huelva Información.

Recordemos las buenas relaciones entre Prensa Española y este grupo de prensa a través de Prensa Española de Locales (Prelosa) que a suministrar información a través de su compañía Soporte Integral de Prensa (SIP), al grupo de diarios locales castellano manchego de La Tribuna. Con esta táctica se logra que los rotativos se centren sólo en la elaboración de la información local, además se les envían 27 páginas de información local. SIP suministra este servicio de páginas comunes a los diarios de editoras participadas por Prensa Española.

ABC Valladolid responde a la estrategia de lanzamientos locales del grupo de la familia Luca de Tena, que comenzó en Valladolid. ABC Valladolid tiene como director a Manuel Erice y su trabajo se centra en la elaboración de información local y provincial, así como en las diferentes secciones a través del sistema redaccional Hermes del periódico.

La competencia en Valladolid tiene los nombres de El Norte de Castilla (del grupo Correo) y El Mundo de Valladolid (de Unión Editorial). El que amanece la zona, es El Norte de Castilla el que lidera las ventas, ascendiendo su difusión en 1998 a 28.075 ejemplares. En mayo del 2000 Prisa hace sombra a Prensa Española, y decide desarrollar también un servicio de páginas comunes en la zona.

El director de la edición de Almería es Guillermo Herrera, mientras que el director de Diario de Andalucía es José Antonio C... con el líder local La Voz de Almería de Novotécnica que en 1998 tuvo una difusión de 8.958 ejemplares, seguido por la e... ejemplares en el mercado provincial se sitúa entre los 18.000 y los 20.000.

El Grupo Editorial Sur Andalucía continúa su expansión: en Sevilla además de Diario de Andalucía, participa en Giralda Tele... 16; en Córdoba cuenta con una versión del diario dirigida por Juan Emilio Ballesteros, participa en la televisión local Canal... Prima gestiona la edición del rotativo, las emisoras Onda Mediterráneo, Radio Albor, Radio Sol Cuevas y Onda Provincial y c... capital y Canal 7 en la zona oriental de la provincia).

Es a partir del 26 de marzo del 2000, cuando el grupo decide distribuir, seis días a la semana, una serie de suplementos re... Comunicación España. Los suplementos tienen distintas cabeceras que encuadran distintos ámbitos de la vida social, como M... y ciencia), Sensaciones (de espectáculos, moda, mujer) y por último El Magazine Semanal.

La editora está integrada por una serie de compañías entre las que se encuentran SC de Press (editora de los suplementos) libros y fascículos Producciones Editoriales Clannad y la compañía de diseño MS Art & Design (23).

Pero el afán por crear medios locales y regionales no sólo está en manos de los grandes grupos de comunicación. Alguno... saber que "ahí fuera hace frío". Una empresa que no tardará mucho en mantener contactos con los que dominan el mercado c...

El 26 de marzo del 2000 aparece en Huelva la cuarta cabecera promovida por empresarios onubenses, bajo el nombre La H... que se encuentran en la zona asciende a tres diarios que ya están en el mercado: Odiel Información, Huelva Información y L... ponga también en marcha una de sus cabeceras que sería la quinta en la provincia.

La Prensa de Huelva es editada por Soporte y Medios de Comunicación de Huelva, que está constituida al 100% de cap... también la publicación del semanario de información general 7 Días de Huelva.

Bajo la dirección del nuevo diario onubense se encuentra Toni Lara, teniendo a su cargo una plantilla de 34 personas para l... tabloide. La publicación se imprime en talleres de Publicaciones del Sur y la tirada inicial es de unos 5.000 ejemplares. La info... Huelva y provincia, tratando temas agrícolas, ganaderos y pesqueros, industriales de la capital y de los sectores agroalimenta...

Pero Publicaciones del Sur, un grupo que está radicado en Jerez y encabezado por el empresario José Antonio Mallou, n... Huelva, sino que además sacó a la luz en abril de 1998 un periódico quincenal en la localidad cordobesa de Lucena: Lucena I...

De formato tabloide y de papel prensa, recoge información no sólo local, sino también regional y nacional, proporcionada por... David José Perailes como director y edita la Corporación Andaluza de Medios de Comunicación (filial de Publicaciones del Su...

La competencia con la que se encuentra La Voz de Huelva editada por editorial Prensa de Huelva hace que le 1 de abril del 2... la zona, el mercado periodístico está liderado por Huelva Información de Prensa Española, alcanzando en 1998 una difusión...

Información con una difusión de 4.104 copias. Recordemos que pertenecía a Emilio Martín antes de que Prisa adquiriera Esp... privada de empresarios locales de La Prensa de Huelva y la posibilidad de que Federico Joly ponga en marcha una nueva...

demasiado al empresario Nicolás González, promotor el 5 de mayo de La Voz de Huelva, tras un enfrentamiento con los soc... edición de su propia cabecera. La Voz de Huelva estaba integrada en la cadena de Diario 16 mediante un contrato de franco...

como La Voz de la Rioja.

En la provincia granadina no se tiene que hablar de cierre sino de lanzamiento. Corporación de Medios de Andalucía, editora... febrero del 2000 una edición de su rotativo Ideal en la Costa de Granada, siendo ya cuatro las ediciones de este periódico... Jaén, Almería y Costa de Granada (27).

Se sustituirán 15 de la páginas de la edición granadina de las secciones de local, deportes y sociedad. Desde Granada co... Heras. El responsable directo en Motril es José Luis Adán y las labores comerciales están en manos de Miguel Ángel Poyatos...

Pero la interrelación y la maraña de interconexiones entre los diferentes grupos y sus estrategias de expansión en el me... siguiente cuadro, que pretendo que sirva de resumen de todo cuanto aquí se ha dicho:

GRUPOS	Participaciones	Diarios y otros	Lanzamientos	Alianzas y contactos
española española española de locales (relasa) familia Luca (Tena)	Corp. de M. De Murcia 10% Corp. de M. De Andalucía 10% Corp. de M. De Extremadura 10% El Norte de Castilla (Guadalajara, Cuenca, Toledo y Talavera) 10% Huelva Información 25% Soporte Integral de Prensa (100%) (compra 25% de El Diario de Ávila y se hace con el 51% de Servicio de Páginas Comunes. Pasará a ser el 100% de Soporte Integral de Prensa) (28) 100% de Publicisa Se desprende del 10% que tenía en Hoy, La Verdad (Murcia) y Norte de Granada y lo vende al Grupo Correo	ABC Madrid ABC Sevilla Blanco y Negro Globalia (filial para la publicidad y el marketing) Por SIP reciben páginas comunes los periódicos participados por Prensa Española: Diario de Soria Huelva Información El Diario de Ávila El Adelantado de Segovia Diario de Alcalá El periódico de Ávila La Región de Orense Grupo de diario La Tribuna	ABC Córdoba ABC Valladolid	ABC en Málaga con Distrimedios (distribuidora participada por Recoletos (59%), Prisa (43,75%) y un socio local (6,25%)) SIP (Soporte Integral de Prensa) suministra información al grupo de diarios locales La Tribuna. Seviodel (de Huelva Información) distribuye por la región ABC y otros productos del grupo. Globalia (del grupo) se encarga de la publicidad de Huelva Información. Publicisa (P. Española compra el 100% de la editora y controla La Tribuna de Ciudad Real, Guadalajara, Talavera, Toledo y Cuenca). En los cuatro últimos

	Prensa Sur 23,5% Espacio Editorial 75% (de Emilio Martín) Vende a Primera Plana La sociedad Prensa Sur + 10% adicional de E. Martín en IPI Fomento de Iniciativas Andaluzas (Prisa es accionista mayoritario) Novotécnica (La Voz de Almería) 32% Diario Jaén (Jaén) 22%			el accionariado junto a Recoletos) Progres edita el suplemento la mirada
Recoletos compañía editorial	Pearson es su principal accionista Vía Digital (a través de Telefónica entra en el accionariado de Antena 3) Participa en el accionariado de El Mundo gracias a Pearson	Marca (Sevilla Y Madrid) Expansión Actualidad Económica Diario Médico (prensa gratuita) Gaceta Universitaria (prensa gratuita) Boletines de noticias: Banca Electrónica y Euro Estadio Deportivo (editado por Tejadimar)		Demoscopia (de Prisa) Unedisa con Unidad Editorial
Unión Editorial	Rizzoli posee casi el 50% de Unidad Editorial Recoletos participa en El Mundo a través de Pearson (accionista mayoritario del mismo)	El Mundo El Mundo de Valladolid	El Mundo para Andalucía en Sevilla	Recoletos posee el 30% de Unidad Editorial y ésta entra en su distribuidora de prensa Unedisa y en la agencia de publicidad Novomedia Acuerdo con Propelesa para editar La Crónica de León
Grupo Joly		Diario de Cádiz (130 años) Diario de Jerez Europa Sur El Día de Córdoba Previsiones en Huelva de una nueva cabecera	Diario de Sevilla Previsiones para Córdoba y Huelva	
Ediciones Primera Plana	Córdoba 63,5% IPI 73,5%	El periódico de Cataluña Córdoba		Acuerdo con Prisa para ser accionista mayoritario en Diario Córdoba e IPI
Grupo Zeta	A través de Ediciones Primera Plana es el principal accionista de Diario Córdoba, S.A. (63,5%)	Compra el alicantino Ciudad de Alcoy Córdoba (Ediciones Primera Plana)		
Boja tafulla		El Partido (visto y no visto, con ediciones en Barcelona y La Coruña.		
Grupo Correo		La Verdad de Murcia La Verdad de Alicante Norte de Castilla El Ideal de Granada El Ideal de Almería El Ideal de Almería	El Ideal (Corporación de Medios de Andalucía). El Ideal para la costa de Granada	
Grupo Editorial	GEMASA (Grupo	Diario de	Diario de	La edición de Almería

Egea Santiago, Carmen, 2002: La carrera ...

**Nombre de la autora, 2002; título del texto, en Revista Latina de Comunicación Social, número 47, de feb
la siguiente dirección telemática (URL):**

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina47febrero/4706egea.htm>
