



El ocaso de la prensa vespertina en España. El caso del diario *La Tarde* (1927-1982) de Santa Cruz de Tenerife

José Luis Zurita Andión
jlzurita@ull.edu.es

JOSÉ LUIS ZURITA ANDIÓN (Santa Cruz de Tenerife, 1968) es licenciado en Geografía e Historia y doctor en Periodismo por la Universidad de La Laguna, donde ejerce como profesor de la Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación y en la Escuela Universitaria de Turismo de Tenerife. Director del Laboratorio de Comunicación del mismo centro dedicado al estudio de la innovación profesional al albor de las nuevas tecnologías, ha promovido, entre otras, una empresa dedicada al desarrollo *software* orientado a la *social media* y a las aplicaciones de mensajería multi-plataforma.

Resumen

Esta comunicación aborda el cierre del periódico *La Tarde*, que se editó en Santa Cruz de Tenerife entre el 1 de octubre de 1927 y el 29 de marzo de 1982, y por extensión, la paulatina desaparición de los diarios de tarde en España debido a la crisis que a finales de los años setenta del siglo XX sufrieron las empresas periodísticas del país debido, entre otras razones, a la competencia publicitaria de los medios audiovisuales o la escasa innovación tecnológica. De esta forma, si en 1964 se editaban veintisiete vespertinos, en 1974 la cifra se había reducido a veinticuatro, en 1984 a catorce, en 1994 a tres y en 1999 a uno, que fue *Diario de Las Palmas*, cuyo último número salió a la calle el 31 de diciembre de 1999. En la actualidad, España no cuenta con ningún vespertino impreso, realidad que no sucede en otros estados. No obstante, esta presencia está cayendo en todo el Mundo a raíz de la pujanza de la información digital, que, sin duda, también afecta negativamente a la pervivencia de los matutinos.

Palabras clave

Prensa vespertina, diario *La Tarde*, empresa informativa, historia del periodismo, Islas Canarias.

Abstract

This communication deals with the close of *La Tarde* newspaper, which was edited in Santa Cruz de Tenerife between October 1, 1927 and March 29, 1982 and, by extension, the gradual disappearance of afternoon journals in Spain due to the crisis suffered by press companies at the end of the 1970s in the twentieth century because of, among other reasons, to the advertising competition of the Audiovisual media and the low technological progress. In this way, if twenty seven evening papers were edited in 1964, this number was reduced to twenty four in 1974, to fourteen in 1984, to three in 1994 and in 1999, to a single-evening paper which was *Las Palmas Daily*, whose last publication came out to the street on December 31, 1999. Nowadays, Spain has no a printed evening newspaper, a reality that is not happening in other countries. Nevertheless, this manifestation is declining around the world as a result of the strength of digital information that, without a doubt, also affects negatively to the continued existence of morning newspapers.

Keywords

Evening newspaper, *La Tarde* newspaper, news media Company, history of journalism, Canary Islands.

El ocaso de la prensa vespertina en España. El caso del diario *La Tarde* (1927-1982) de Santa Cruz de Tenerife

José Luis Zurita Andión
Universidad de La Laguna

Introducción

El diario *La Tarde* se publica por primera vez en Santa Cruz de Tenerife el 1 de octubre de 1927. El periódico fue fundado por Francisco Martínez Viera, Matías Real González y Víctor Zurita Soler, tres personalidades con perfiles diferentes pero cohesionados por su profunda dilección a Tenerife, sus talentos culto y liberal y, esencialmente, por sus incuestionables vínculos de vocación por el mundo de la información.⁴⁷⁶

La historia del periódico *La Tarde* podría sintetizarse en su simbiosis con el ideario y línea editorial marcada por Víctor Zurita Soler, definido por Domingo Pérez Minik⁴⁷⁷ como un periodista nutrido en los hombres de la generación del 98, formado en la escuela del periódico *El Sol* y que recibió especialmente la lección de Ortega y Gasset.

El periódico *La Tarde*, refugio de intelectuales y escuela de tantos y tantos periodistas de reconocido prestigio, dejó de publicarse en el año 1982, superando convulsos períodos históricos e introduciéndose sin traumas en la etapa democrática actual. Víctor Zurita falleció en 1974 y *La Tarde*, su periódico, ocho años después. Los dos, no obstante, dejaron un rico legado que pertenece a la sociedad a la que sirvieron.

A partir del lunes 29 de marzo de 1982 la rotativa de *La Tarde* no resonó jamás. Después de cincuenta y cuatro años, cinco meses y veintiocho días, y 17361 números, la publicación tinerfeña interrumpía su compromiso con los lectores sin previo aviso, sin un editorial de despedida. El director Óscar Zurita firmaba su habitual artículo de la página tres bajo la sección «Temas del momento» y, al igual que en 1927 hiciera su padre, la defensa de los intereses de Tenerife marcó este último escrito titulado «La figura del supergobernador».

Los diarios, en el marco de la economía de mercado, habían entrado en competencia. Aumentaba la rapidez de producción, mejoraba la presentación y la calidad material de los ejemplares, a la vez que se apostaba por la reducción de costes y en inversiones más adecuadas y proporcionadas. La tradición de los periódicos, la fidelidad de los lectores y su poder social, características del que fue decano de la prensa tinerfeña, ya no eran una patente vitalicia que garantizara su fortalecimiento, prospe-

⁴⁷⁶ Este autor ultima la edición del libro *La Tarde: 55 años de periodismo tinerfeño*, el cual se publicará en 2017 con ocasión de los noventa años de la fundación del periódico.

⁴⁷⁷ El intelectual tinerfeño cerraba a principios de los años sesenta del siglo XX un ciclo de conferencias en *Radio Club Tenerife*. Y lo hacía centrandó su alocución en Víctor Zurita y la ciudad de Santa Cruz de Tenerife. Archivo Fundación Víctor Zurita Soler (FVZS).

riedad o simple supervivencia. *La Tarde* cerraba sus puertas y el periódico de la Asociación de la Prensa de Santa Cruz de Tenerife, *La Hoja del Lunes*, sin talleres propios y anacrónico con estos tiempos de competitividad, lo hacía también dos meses después.⁴⁷⁸

El entonces director provincial de Trabajo y Seguridad Social, José María Medina García, rubricaba el 2 de junio de 1982 el Expediente de Regulación de Empleo 29/82 iniciado a instancia de José Miguel Conejo de la Roca, en calidad de gerente-apoderado de la empresa editora: *M. Real y Cía., SL*. Este escrito había entrado en la Dirección Provincial el 27 de mayo y en el mismo se solicitaba autorización para extinguir los contratos laborales con los cuarenta y cuatro trabajadores de su plantilla, fundamentando su petición en «la grave crisis económica por la que viene atravesando la prensa en el Archipiélago, agravada la crisis de venta por la de la publicidad, derivada de la competencia de otros medios audiovisuales».⁴⁷⁹

Pero el cierre del periódico tinerfeño no fue un hecho aislado entre las empresas periodísticas españolas, que a finales de los años setenta del siglo XX sufrían una terrible crisis debido, según Bernardo Díaz Nosty, a la escasa innovación tecnológica, al minifundismo empresarial, al bajo nivel de mercado y su conocimiento, a la mentalidad empresarial generalmente desfasada, a la pérdida de publicidad a favor de la televisión y la radio, etc.⁴⁸⁰

Este proceso de crisis en el sector de la prensa, apunta Díaz Nosty, afectará a Europa y América entre los años 1965 y 1985, problemática que en España sólo se dejó sentir a finales de los setenta, pues dos circunstancias nacionales anulaban o desplazaron en el tiempo sus efectos más destructivos: el desarrollismo tecnocrático de los sesenta y la transición a la democracia de mediados de los setenta. Díaz Nosty subraya que «el *milagro* de un régimen con 25 años de existencia, supuso un significativo impulso para la difusión de la prensa, favorecida, desde 1966, por unos márgenes de tolerancia mayores, derivados de la Ley de Prensa e Imprenta». Respecto a la bonanza de los setenta, añade que

«A pesar del fuerte encarecimiento de las materias primas y de los costes salariales, como consecuencia de la presión sindical posterior a la muerte de Franco, el aumento de las ventas y una mayor fijación publicitaria contribuyeron, sin duda, a la contención relati-

⁴⁷⁸ *La Hoja del Lunes* de Santa Cruz de Tenerife lanzó su primer número el 6 de julio de 1950 y el último el 31 de mayo de 1982. Se imprimió en la imprenta La Católica de Santa Cruz de Tenerife hasta que un incendio declarado el 27 de febrero de 1961 calcinó el taller (ZURITA MOLINA, RAFAEL: *Tenerife con olor a tinta. Rudimentos de las artes gráficas. De la tipografía al offset*, Santa Cruz de Tenerife, Ediciones Gráficas Tenerife, 2003, p. 157). Desde esa fecha pasó a imprimirse en *La Tarde*, salvo los últimos meses, y en los talleres de *Diario de Avisos* (ACIRÓN ROYO, RICARDO: *La prensa en Canarias. Apuntes para su historia*, Santa Cruz de Tenerife, Caja General de Ahorros de Canarias, 1986, p. 106).

⁴⁷⁹ Archivo del Fondo de Garantía Salarial de Santa Cruz de Tenerife. Expediente 29/82.

⁴⁸⁰ Si en 1976 el volumen publicitario de los periódicos superaba en tres mil millones de pesetas (algo más de 18 millones de euros) al de la televisión y cuadruplicaba al de la radio, tres años después, en 1979, la televisión sobrepasaba a la prensa en tres mil millones y la radio aumentaba su participación en el mercado publicitario hasta el equivalente del cincuenta por ciento de los periódicos. DÍAZ NOSTY, BERNARDO: «La prensa hoy: reconversión y tendencias», en *La nueva identidad de la prensa. Transformación tecnológica y futuro*, Madrid, Fundesco, 1988, p. 170.

va del estado de crisis, evitando la desaparición de cabeceras. Los primeros años de la transición marcan los registros de ventas más elevados de la prensa española, aunque sin conseguir una estabilización de las ganancias. La coyuntura alcista fue tan fugaz como la ilusión política del momento, para entrar pronto en el fenómeno de atonía conocido por el *desencanto*.⁴⁸¹

El período próspero de los años sesenta se refleja en *La Tarde*, probablemente su mejor década en resultados económicos, como deja patente una serie de datos que el administrador del periódico, Francisco Medina, expondrá en el salón de actos del Gobierno Civil de la provincia el 29 de mayo de 1967 con motivo de la presentación de lo que se denominó Plan de Desarrollo Económico y Social de las Islas Canarias.

José Juan Picos Freire también se suma a lo apuntado por Díaz Nosty y subraya que la mayoría de la prensa, tanto pública como privada, no era rentable a finales de los años setenta por:⁴⁸² a) La aparición de nuevas publicaciones diarias; b) La mejora de la calidad informativa de las emisiones radiofónicas al serle permitido a las cadenas los informativos propios, en lugar de las conexiones diarias con el parte de *Radio Nacional*; c) La presencia de nuevos semanarios de gran éxito, como *Interviú*; d) La mayor capacidad de entretenimiento y ocupación del tiempo libre por parte de la televisión; y e) Las sucesivas elevaciones del precio de venta de los diarios. En conclusión, perfila Picos Freire, «aumentan los costes y baja la publicidad sin que, en compensación, aumenten las tarifas. Los lectores reducen gastos que consideran superfluos, la prensa entre ellos».⁴⁸³ Durante estos años, dice Francisco Iglesias,

«Los diarios españoles sufren un aumento de costos y una disminución cuantitativa de la publicidad que no puede ser compensada por una elevación de tarifas cada vez más difícil y peligrosa. La venta de ejemplares, a su vez, se ve atacada por un doble frente: por la misma crisis que, individualmente, afecta a los lectores, y por la natural retracción de compradores ante los aumentos de precio. La pérdida de lectores, supone, consiguientemente, pérdida de atracción publicitaria y plantea un nuevo impedimento de cara a la posible elevación de tarifas».⁴⁸⁴

Juana Gallego, por su parte, divide en cuatro las causas de esta crisis de la prensa:⁴⁸⁵ a) La crisis económica general desde 1974; b) La crisis empresarial; c) La crisis de lectores; y d) La competencia de los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías.

⁴⁸¹ *Ibidem*.

⁴⁸² En 1974 el precio de los periódicos subió de seis a siete pesetas, y luego, dentro del mismo año, a ocho. A principios de 1976 los números ordinarios se vendían ya a diez pesetas. Doce meses después, a quince. Y, en casi todos los casos, antes de finalizar ese año, a veinte. Después, entre enero y febrero de 1980, la mayor parte de los periódicos habían fijado su precio en veinticinco pesetas. IGLESIAS, FRANCISCO, «La crisis de la prensa diaria en España», *Nuestro Tiempo*, n° 308, 1980, p. 17.

⁴⁸³ PICOS FREIRE, JOSÉ JUAN: «Estructura de la información local en España», en EL-MIR, AMADO JOSÉ & FELICÍSIMO VALBUENA DE LA FUENTE (compiladores), *Manual de Periodismo*, Las Palmas de Gran Canaria, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y Editorial Prensa Ibérica, 1995, p. 609.

⁴⁸⁴ IGLESIAS, FRANCISCO, «La crisis de la prensa diaria...», *op. cit.*, p. 18.

⁴⁸⁵ GALLEGO AYALA, JUANA: «Situación, función y perspectivas de la prensa diaria en España (1976-1986)», en *Percepción de la crisis de la prensa por parte de los diarios españoles*, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, 1988, p. 35.

Además del estancamiento de la difusión y del desvío de los lectores hacia los nuevos medios audiovisuales, el que fuera secretario de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), Pedro Crespo de Lara, consideraba ya en 1977 otros cuatro factores causantes de la crisis en la prensa:⁴⁸⁶ a) En la mayoría de los países de Occidente no hay publicidad bastante para alimentar tantos periódicos con beneficios. La televisión es una competidora natural y poderosa en el reparto de la publicidad; b) El alza galopante de los costes de realización de los periódicos; c) La necesidad de grandes inversiones para la incorporación de los nuevos métodos de producción, sin los cuales no hay posibilidad de supervivencia; y d) Las exigencias de los lectores, cada vez más cultos, de una mejor elaboración del contenido de los periódicos.

Para paliar las deudas contraídas por la empresa, el Consejo de Administración de *M. Real y Cía., SL* decide vender el edificio que acogía al periódico, transacción que se hará efectiva el 23 de diciembre de 1983. Esta operación de venta se hizo a través de la Caja General de Ahorros y Monte de Piedad de Santa Cruz de Tenerife según consta en el borrador de una carta dirigida por el presidente de la empresa editora de *La Tarde* al presidente de la entidad financiera.⁴⁸⁷ En el escrito dirigido al presidente de la Caja General de Ahorros se asientan diversos motivos que precipitaron la desaparición de *La Tarde*, como los cambios tecnológicos en las artes gráficas, el carácter vespertino del periódico, las limitaciones económicas de la empresa y los contactos infructuosos con determinados grupos empresariales.

Cambios tecnológicos

Escribe Díaz Nosty que el procedimiento *offset*, nacido con el siglo XX, comenzó a aplicarse en pequeños periódicos americanos a finales de los años cincuenta y principios de los sesenta, con lo que los diarios impresos por este sistema ganaron notablemente en su calidad final, tanto en los medios tonos fotográficos en blanco y negro, como en las reproducciones en color.⁴⁸⁸

La introducción del *offset*, continúa Díaz Nosty, llevó consigo el desarrollo de un nuevo sistema de composición. El procedimiento de grabación de planchas requerido por el *offset*, basado en la insolación de una superficie fotosensible, permitía abandonar el sistema tipográfico convencional, formado por arquitecturas de tipos en relieve, para reducir el proceso de composición de textos a procedimientos simplemente fotográficos. La composición en caliente, que precisaba la fundición de los tipos en una aleación compuesta por plomo, estaño y antimonio, dejó paso al desarrollo progresivo de la nueva técnica: la fotocomposición, que además de una mayor velocidad facilitaba la movilidad y el almacenamiento de las páginas así compuestas,

⁴⁸⁶ CRESPO DE LARA, PEDRO: *La empresa periodística en vivo*, Barcelona, Editorial Ariel, 1995, p. 50.

⁴⁸⁷ Archivo FVZS.

⁴⁸⁸ DÍAZ NOSTY, BERNARDO: «La prensa hoy...», op. cit., p. 25.

en relación a las obtenidas mediante la tipografía tradicional. La fotocomposición y el *offset* aparecían como dos aliados naturales.⁴⁸⁹

La transformación realizada en Estados Unidos tuvo un lento reflejo en Europa. Fue en los países escandinavos donde antes se llevó a cabo la renovación tecnológica, mientras que en España se conocieron experiencias anecdóticas en el *offset* y composición en frío a mitad de los años sesenta, como la emprendida en el madrileño *Diario SP* (10 de septiembre de 1967 – 29 de agosto de 1969).⁴⁹⁰

La prensa española iniciará su evolución tecnológica en profundidad a comienzos de 1978, dos años después de que naciera un nuevo diario en Madrid: *El País* (formato tabloide, impreso en *offset* y compuesto por procedimiento de fotocomposición).⁴⁹¹ Según Antonio Garrido, en 1976 las rotativas tipográficas eran empleadas como sistema exclusivo de impresión por 71 diarios (once se imprimían aún en rotoplanas), mientras que el *offset* era utilizado ya por treinta periódicos. En cuanto a la composición, prácticamente el setenta por ciento de la prensa (82 cabeceras) seguía empleando la composición en caliente. El impulso renovador, a pesar o como consecuencia de la crisis, se incrementó en los años siguientes.⁴⁹²

La tecnología vetusta de los periódicos españoles al inicio de la transición política no pasa desapercibida para Félix Santos, quien apunta que la mayoría de los diarios se imprimían con procesos tradicionales y que solo a partir de los años ochenta el mundo recio y rancio de los talleres fue sustituido por los teclados y las pantallas de los ordenadores, por la fotomecánica y los fotolitos servidos por técnicos de bata blanca.⁴⁹³

Pero al avance del *offset* en Estados Unidos no será rápido. Según datos del Instituto de Investigación de la *American Newspaper Publisher Association* (ANPA), tuvo que llegar 1985 para que la mayoría de las empresas periodísticas del *Gigante del Norte* se decantaran por este sistema de impresión.⁴⁹⁴

Como ya hemos señalado, a finales de los setenta la situación de la prensa en España no pasaba por un buen momento. El sector demandaba una profunda reconversión y, en ocasiones, cuando se acometía el cambio, los problemas financieros anulaban las ventajas de la iniciativa.⁴⁹⁵ En palabras de Antonio Garrido: «La prensa se ha visto obligada a realizar una renovación de maquinaria y una transformación tecnológica, con la consiguiente descapitalización y endeudamiento».⁴⁹⁶

⁴⁸⁹ *Ibidem*.

⁴⁹⁰ *Ibidem*, p. 174. En España, el primer periódico que implantó el sistema *offset* fue *Última Hora* de Palma de Mallorca, en 1964 (MARTÍN AGUADO, JOSÉ A: *Lectura, estética y técnica de un diario*, Madrid, Editorial Alhambra, 1987, p. 199).

⁴⁹¹ GARCÍA DE DIEGO, ANTONIO: *Prensa y tecnología*, Madrid, Editorial Alhambra, 1988, p. 108.

⁴⁹² GARRIDO BUENDÍA, ANTONIO: «Tecnología, electrónica e investigación en la prensa», en *Revista de Ciencias de la Información*, nº 0, Madrid, Universidad Complutense, 1983, p. 447.

⁴⁹³ SANTOS, FÉLIX: *Periodistas*, Madrid, Ediciones Temas de Hoy, 1995, pp. 62-63.

⁴⁹⁴ DÍAZ NOSTY, BERNARDO: «La prensa hoy...», *op. cit.*, p. 28.

⁴⁹⁵ *Ibidem*, p. 170.

⁴⁹⁶ *ABC* de Madrid, 9 de marzo de 1982, «La multiplicidad de la empresa periodística», por Antonio Garrido.

No obstante, *La Tarde* no tendrá tiempo a endeudarse después de someterse a una profunda reconversión tecnológica hacia la fotocomposición y el *offset*. El periódico ya había jugado sus cartas a finales de los sesenta con las compras, entre otras inversiones, del edificio de la calle Suárez Guerra número 18 (4 de enero de 1968), de una rotativa tipográfica *Man* de segunda mano y de dos linotipias. Sin querer, la euforia de los sesenta le había hecho un flaco favor al periódico, pues la empresa, fortalecida después de unos años fructuosos, se lanzaba a una importante operación financiera una década antes de que el advenimiento de las nuevas técnicas fuera general en España:⁴⁹⁷ la propia historia de la empresa y el devenir del sector jugaron en su contra, pues intuimos que de afrontar estas inversiones tiempo después sí se hubiera apostado por la compra de una rotativa de *offset*.

Por su parte, la competencia (*El Día* y *Diario de Avisos*), además de incorporar la fotocomposición, también apostarán ya por el *offset*, situándose en el mercado en una posición ventajosa respecto a *La Tarde*: «Si la empresa A no acomete la reconversión y lo hace la competidora B, el público se irá decantando poco a poco hacia el producto mejor elaborado, hasta abandonar el diario antiguo... el diario de plomo, a favor del diario de luz».⁴⁹⁸

Carácter vespertino

Víctor Zurita escribía en el editorial del número dos de *La Tarde* que el título del periódico tiene toda la sencillez, la gracia y la serenidad de esa hora llena de ecos y de luces tibias y declinantes que evoca. Seducía al editorialista el atardecer y el nuevo diario se incorporaba a la estadística de cientos de colegas de la época que también se habían inclinado por el horario de tarde. Y es que el crecimiento de los periódicos vespertinos fue patente en todo el mundo durante la primera mitad del siglo XX, «una tendencia que se atribuye algunas veces a la creciente implantación de la bombilla eléctrica y a la disminución gradual de las horas de trabajo, que estimularon la lectura por las tardes».⁴⁹⁹

En la España de comienzos del siglo XIX surgen periódicos por doquier. Nace la necesidad de estar informado y el periodismo empieza a tener adictos fuera de su propio ámbito.⁵⁰⁰ La Ley de Libertad de la Imprenta (Cádiz, 1810) genera confianza y

⁴⁹⁷ De un estudio realizado por Concepción Alonso Garrán en 31 periódicos españoles, se desprende que los afanes renovadores de las empresas periodísticas se practican, mayormente, entre 1972 y 1982. Así, vemos que en 1972 sólo un diario incorpora nueva tecnología; en 1973, dos; en 1974, ninguno; en 1975, dos; en 1976, dos; en 1977, ninguno; en 1978, dos; en 1979, ninguno; en 1980, seis; en 1981, nueve; y en 1982, dieciocho. En conclusión, subraya Alonso Garrán: «El intervalo 1980-1983 podría ser clasificado como trienio de la reconversión tecnológica». ALONSO GARRÁN, CONCEPCIÓN: *La revolución tecnológica en la empresa informativa española*, Santander, Asociación de Estudios de Comunicación para las Autonomías, 1988, p. 38.

⁴⁹⁸ DE PABLOS, JOSÉ MANUEL: *Del plomo a la luz*, Santa Cruz de Tenerife, Ediciones Idea y Centro de la Cultura Popular Canaria, 1993, p. 29.

⁴⁹⁹ MERRILL, JOHN C., JOHN LEE & EDWARD JAY FRIEDLANDER: *Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el Mundo*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1992, p. 177.

⁵⁰⁰ CHIVELET, MERCEDES: *Historia de la prensa cotidiana en España*, Madrid, Acento Editorial, 2001, p. 31.

las publicaciones se multiplican. *Diario de la Tarde* de Cádiz sale a la calle y, diez años después, *Diario de Barcelona* inicia una edición de tarde. Los nuevos avances en la comunicación, facilitados por el ferrocarril, la llegada puntual del correo y el establecimiento del telégrafo se ponen al servicio de las noticias para mantener su actualidad al momento.⁵⁰¹



Primera página del número inicial del vespertino *La Tarde*.

Sin embargo, *La Tarde* también firmaba el 1 de octubre de 1927 su propia sentencia de muerte: el carácter vespertino del diario llevaba implícito su irremediable ocaso años después. En Estados Unidos esta realidad comenzó a plasmarse a mediados de los sesenta del siglo pasado «por la competencia de la televisión⁵⁰² o tal vez por el cambio en los estilos de vida de los lectores. En cualquier caso, la disminución de los

⁵⁰¹ *Ibidem*, p. 27.

⁵⁰² Miguel Miaja Fol señala que en 1982, primer año con datos fiables, *TVE* tuvo 6.378 horas de emisión (296 de publicidad). En 1989, esta cifra casi se había duplicado: 12.212 horas. MIAJA FOL, MIGUEL: «Criterios presupuestarios y autofinanciación de la Radiotelevisión Española», en *Financiación y publicidad de las radiotelevisiónes públicas y privadas*, Valencia, Ente Público RTVV, 1991, p. 111.

periódicos vespertinos redujo el número de periódicos en la mayoría de las comunidades, de tal manera que para la octava década del siglo XX, sólo 125 ciudades norteamericanas tenían dos periódicos». ⁵⁰³ Pese a esta reducción, la mayoría de los diarios norteamericanos era vespertino: más de mil cien frente a un total de mil seiscientos. ⁵⁰⁴

Una información publicada en el semanario *Noticias* de Buenos Aires (Argentina), el 24 de diciembre de 1989, con el título de «Diarios de la tarde: ocaso de una vieja costumbre», participa también del declive de los vespertinos:

«En todo el mundo, los diarios vespertinos han sufrido el golpe de la televisión. Millones de lectores de la tarde se han convertido en espectadores de la televisión. “El ser humano organiza su vida desde horas más tempranas y concluye su jornada también más temprano”, reflexionaba Jacobo Timerman en una pequeña nota de tapa que *La Razón* vespertina publicó a fines de noviembre de 1984, anunciando que ése era el último número del vespertino. / Nunca los diarios de la tarde tuvieron la importancia de los matutinos. “Jamás existió un *The New York Times* de la tarde”, dice el doctor Rodolfo Terragno, ex ministro de Obras y Servicios Públicos del gobierno radical y periodista de primer nivel, fundador —entre otros medios— de una agencia de prensa en Londres. “El mayor auge de los vespertinos se dio entre 1930 y 1960, cuando los avances técnicos en la impresión y en la fotografía permitieron actualizar rápidamente la información”, explica Terragno. / Pero la difusión masiva de la televisión, con sus noticieros de la tarde, empezó a relegar a los vespertinos. Era (es) más cómodo, barato y entretenido ver las imágenes televisivas que las fotografías (ya atrasadas) del diario. “En Londres y Nueva York, donde la actividad comercial termina a las cinco de la tarde, los lectores de los vespertinos se encuentran entre aquellos empleados que viajan en tren, de regreso a sus casas, generalmente alejadas más de 50 kilómetros de sus lugares de trabajo. Incluso, altos ejecutivos eligen la primera clase del tren para poder leer tranquilamente el vespertino”, dice Terragno. / *The New York Post* y *The Standard*, de Londres, son los vespertinos de mayor venta en el mundo. *Le Monde*, el prestigioso diario francés, “sale al mediodía e, inclusive, sigue teniendo fecha del día siguiente, pues en el interior de Francia se vende a la mañana”. / En la Argentina, el vespertino de más venta fue *Crítica*, que llegó a tirar más de 600 mil ejemplares. “Pero *Crítica* fue un fenómeno cultural y social”, aclara Terragno.

Para Rodolfo Terragno, la crisis de la prensa afectó menos a los matutinos porque al iniciar la jornada suele haber más gente dispuesta a profundizar la información, accediendo a interpretaciones o datos complementarios. Además, en los hogares, es una hora de mayor individualismo: no hay, por lo común, congregación familiar. Terragno continúa con su reflexión y apunta que por la tarde suele haber menos disposición a los textos analíticos y mayor actividad familiar, que en gran medida se congrega en torno del televisor: «La fuerza de las imágenes, así como la inmediatez, hacen sentir que uno

⁵⁰³ MERRILL, JOHN C., JOHN LEE & EDWARD JAY FRIEDLANDER: *Medios de comunicación social...*, op. cit., p. 177.

⁵⁰⁴ *Ibidem*, p. 178. En el año 2000, Estados Unidos contaba con 727 vespertinos y 766 matutinos. En veinte años la reducción de diarios resulta evidente, así como, por primera vez, la supremacía de los periódicos de mañana a los de tarde. En 1950, por ejemplo, de los 1.772 diarios que se editaban en Estados Unidos, 1.450 eran vespertinos (información facilitada por Edward Jay Friedlander, director de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Florida del Sur).

no puede apartarse del televisor (y del resto de la familia) para dedicarse a leer una noticia que fue impresa tres o cuatro horas antes». Además, dice, «en las grandes ciudades, la gente que se moviliza en automóviles necesita mucho tiempo para llegar a sus casas, y es común que esa gente se valga de la radio para informarse mientras no puede hacer otra cosa».⁵⁰⁵

Edward Jay Friedlander coincide con Terragno y apunta que las retenciones del tráfico que se producen en las ciudades norteamericanas entre las 16.00 y las 18.00 horas dificulta la lectura de la prensa, no así escuchar la radio y sus boletines de noticias.⁵⁰⁶

España no permanecerá ajena a la paulatina e internacional desaparición de vespertinos, pues si en 1964 contaba con veintisiete diarios que se editaban por la tarde, en 1974 la cifra se había reducido a veinticuatro, en 1984 a catorce, en 1994 a tres y en 1999 a uno (el último número de *Diario de Las Palmas* saldrá a la calle el 31 de diciembre de 1999). Pese a este escenario de retroceso, en 1976 nacen en España tres diarios de tarde: *Cataluña Express*, en Barcelona; *Nueva Andalucía*, en Sevilla, y *Diario 16*, en Madrid. Como era de esperar, la vespertinidad de estos diarios marcará su futuro: *Cataluña Express* cierra en 1980, *Nueva Andalucía* en 1984 y *Diario 16* se transforma en diario de la mañana en 1984 coincidiendo con la desaparición de su competidor de la tarde, *Pueblo*.⁵⁰⁷ Pedro J. Ramírez, actual director del digital *El Español*, recuerda su llegada a *Diario 16* como director tras sustituir en el cargo a Miguel Ángel Aguilar:

«La redacción estaba muy desmoralizada, porque en la corta vida del periódico había atravesado ya por varias crisis. *Diario 16* había nacido mal. Salió como un periódico de tarde cuando ese mercado estaba ya en clara regresión y había cambiado ya hasta tres veces de maqueta, oscilando entre la estridencia y el quiero y no puedo de una cierta apariencia de periódico más intelectual».⁵⁰⁸

El periodista se aperció desde su llegada a *Diario 16* el 18 de junio de 1980 de que el periódico estaba haciendo su último esfuerzo por sobrevivir y que para salvarse, además de solventar carencias importantes como la grave escasez de medios materiales, la falta total de redes informativas, tanto nacionales como sobre todo en el extranjero, y el exiguuo presupuesto de colaboraciones,⁵⁰⁹ requería un cambio de estrategia comercial:

«Enseguida pudimos comprobar que en el mercado de la tarde había muy pocos ejemplares que ganar, porque los hábitos de conducta de los ciudadanos estaban modificándose espectacularmente. Así, como había habido una época gloriosa con el *Madrid*, *El Alcázar*, *Pueblo* y el propio *Informaciones*, en la que el mercado de la tarde era muy importante, los hábitos de la sociedad española habían cambiado sustancialmente. Cada vez había más gente que hacía jornada continua y que se instalaba en las ciudades dormitorio del cinturón, y en general en unos hogares mucho más confortables, donde la televisión ocupaba e invadía más y

⁵⁰⁵ Información suministrada por Rodolfo Terragno el 17 de abril de 2002 vía correo electrónico.

⁵⁰⁶ Información suministrada por Edward Jay Friedlander a través del correo electrónico el 10 de abril de 2002.

⁵⁰⁷ CHIVELET, MERCEDES: *Historia de la prensa cotidiana...*, op. cit., p. 127.

⁵⁰⁸ RAMÍREZ, PEDRO J. & MARTA ROBLES: *El Mundo en mis manos*, Barcelona, Ediciones Grijalbo, 1991, p. 224.

⁵⁰⁹ *Ibidem*, p. 226.

más tiempo del antaño destinado a la lectura del periódico de la tarde. Como estrategia para que el cambio de la tarde a la mañana no tuviera lugar de manera brusca nos inventamos la idea del 'periódico continuo'. Hacíamos tres ediciones, una que salía a primera hora como cualquier periódico de la mañana, otra al mediodía y otra a media tarde. De esta manera conseguíamos dar un gran dinamismo al periódico y aprovechar mejor la limitada capacidad industrial de la rotativa. Si esa rotativa imprimía doce mil ejemplares a la hora, de esta manera, haciéndola trabajar por la noche para la edición de la mañana, que sobre todo era la que se enviaba fuera de Madrid, y desde la mañana hasta ya entrada la tarde para las dos ediciones sucesivas de la tarde en Madrid, conseguíamos aumentar su rendimiento y por lo tanto el número de ejemplares que colocábamos en el mercado».⁵¹⁰

Finalmente, a partir del 27 de septiembre de 1984 el periódico eliminó las ediciones vespertinas y se convirtió en diario de la mañana, cambió la disposición de las maquetas y, en el terreno empresarial, experimentó una serie de cambios en la estructura interna, en un esfuerzo del editor, del director del periódico y del grupo por mejorar el contenido periodístico y temático.⁵¹¹

Otros vespertinos publicados en España en los últimos veinticinco años de la pasada centuria fueron:⁵¹² *La Tarde Radical*, León (1979), *La Tarde de Euskal Herria*, San Sebastián (13 de septiembre de 1984 - 27 de octubre de 1984), *La Tarde de Madrid* (12 de marzo de 1986 - 18 de noviembre de 1987), *Últimas Noticias*, Madrid (octubre de 1992 -) y *El Boletín*, Madrid (4 de noviembre de 1992 -).

Veamos en el cuadro siguiente el periodo de pervivencia de los periódicos españoles de la tarde hasta el año 2000 examinando las guías de los medios de comunicación de España editadas desde 1964 por la empresa Remarca, SA.⁵¹³

⁵¹⁰ *Ibidem*, p. 227.

⁵¹¹ EDO, CONCHA: *La crisis de la prensa diaria. La línea editorial y la trayectoria de los periódicos de Madrid*, Barcelona, Ariel Comunicación, 1994, p. 36.

⁵¹² Por su escasa relevancia en el panorama periodístico español no se han incluido en el cuadro adjunto.

⁵¹³ Con el objetivo de completar, contrastar e, incluso, corregir algunos datos que aportan estas guías también se ha acudido al Archivo del Territorio Histórico de Álava, Biblioteca Pública de Albacete, Biblioteca Pública de Ávila, Archivo Histórico de la Ciudad de Barcelona, Hemeroteca de la Universidad Autónoma de Barcelona, Colegio de Periodistas de Barcelona, Biblioteca de la Diputación Foral de Bilbao, Biblioteca Pública de Cáceres, Biblioteca Pública de Cartagena, Biblioteca de Catalunya, Biblioteca Pública de Ciudad Real, Biblioteca Nacional de España, Biblioteca Pública de León, Hemeroteca Municipal de Madrid, Biblioteca Pública de Málaga, Archivo Municipal de Palma de Mallorca, Biblioteca Municipal de San Sebastián, Hemeroteca de la Universidad de Santiago de Compostela, Biblioteca Pública de Segovia, Hemeroteca Municipal de Sevilla, Biblioteca Municipal de Vitoria, Hemeroteca Municipal de Valencia, Biblioteca Pública de Valladolid, Archivo Municipal de Zaragoza y a las empresas editoras de *El Adelantado de Segovia*, *El Día*, *El Diario de Ávila*, *Diario de León*, *Diario Palentino*, *Extremadura*, *Heraldo de Aragón*, *Lanza*, *La Provincia*, *Última Hora* y *La Voz de Avilés*.

Ciudad	Cabecera	Primer número	Último número*
Albacete	<i>La Voz de Albacete</i>	04/05/1953	27/02/1971
Ávila	<i>El Diario de Ávila</i>	24/11/1898	16/05/1987
Barcelona	<i>El Noticiero Universal</i>	15/04/1888	25/03/1985
	<i>La Prensa</i>	28/05/1941	16/06/1979
	<i>Tele/eXprés</i>	14/09/1964	23/12/1980
	<i>Dicen...</i>	04/02/1965	31/05/1978
	<i>Catalunya Express</i>	14/12/1976	11/01/1980
Bilbao	<i>Hierro</i>	05/07/1937	14/02/1983
	<i>Pueblo (edición especial)</i>	1967	17/05/1984
Cáceres	<i>Extremadura</i>	01/04/1923	06/07/1985
Cartagena	<i>El Noticiero de Cartagena</i>	05/02/1934	10/06/1972
Ciudad Real	<i>Lanza</i>	20/05/1943	29/11/1965
Las Palmas	<i>Diario de Las Palmas</i>	01/12/1983	31/12/1999
León	<i>Diario de León</i>	03/02/1906	28/04/1973
Madrid	<i>El Alcázar</i>	26/07/1936	14/04/1987
	<i>Diario 16</i>	18/10/1976	27/09/1984
	<i>Madrid</i>	08/04/1939	25/11/1971
	<i>Informaciones</i>	24/01/1922	30/06/1983
	<i>Pueblo</i>	17/06/1940	17/05/1984
Málaga	<i>La Tarde</i>	01/03/1940	30/09/1975
Palma de Mallorca	<i>Última Hora</i>	01/05/1983	8/10/1976**
San Sebastián	<i>Unidad</i>	16/09/1936	16/02/1980
Santa Cruz de Tenerife	<i>La Tarde</i>	01/10/1927	29/03/1982
	<i>Jornada Deportiva</i>	23/06/1980	02/09/1992
Santa Isabel (Fdo. Poo)	<i>Ébano</i>	03/10/1939	23/12/1969
Santiago de Compostela	<i>La Noche</i>	01/02/1946	30/11/1967
	<i>El Correo Gallego/ La Noche</i>	01/12/1967	27/12/1968
Segovia	<i>El Adelantado de Segovia</i>	20/06/1901	17/06/1994

Sevilla	<i>Sevilla</i>	16/03/1942	25/06/1976
	<i>Nueva Andalucía</i>	14/06/1976	23/01/1984
	<i>Pueblo (edición especial)</i>	1967	17/05/1984
Teruel	<i>Lucha</i>	30/11/1936	21/11/1980
Tetuán	<i>Diario de África</i>	01/12/1945	31/10/1967
Valencia	<i>Jornada</i>	04/10/1941	30/09/1975
Valladolid	<i>Libertad</i>	19/12/1975***	16/06/1979
Vitoria	<i>Pensamiento Alavés</i>	13/12/1932	28/02/1967
	<i>Norte Exprés</i>	01/03/1967	20/03/1982
Zaragoza	<i>Aragón Exprés</i>	28/01/1970	03/11/1979
	<i>Pueblo (edición especial)</i>	17/10/1964	05/1979

* En los periódicos que se convirtieron a matutinos, se inserta la fecha del último número como vespertino.

** En 1984, el periódico, reconvertido a matutino, inicia una segunda edición vespertina que dejará de publicarse, finalmente, el 12 de agosto de 1994.

*** Fecha del primer número como vespertino. El número uno (matutino) se publicó el 1 de agosto de 1938.

En la actualidad, España no cuenta con ningún diario vespertino impreso. Esta realidad no sucede en otros estados, donde los vespertinos conviven con sus colegas matutinos. ¿Por qué en España, al contrario que en otros países, no han pervivido los vespertinos? Sospechamos que una de las razones que justifica esta desaparición está en el bajo índice de lectura de prensa de los españoles.⁵¹⁴

Según Rodolfo Terragno, los vespertinos exitosos (*Evening Standard* de Londres o *New York Post*, a caballo entre un matutino y un vespertino) suelen destinarse a la lectura en el metro o el tren. Son tabloides, populares, que destacan los escándalos políticos, el crimen y los deportes. En Inglaterra, además, destaca Terragno, hay muchos *regional evening newspapers*, diarios de la tarde, publicados en ciudades como Manchester o Yorkshire, que permiten complementar la información nacional con sucesos locales. No obstante, en cuanto a la continuidad de la prensa vespertina, el profe-

⁵¹⁴ España se encontraba entre 1997 y 2000 a la cola de los países de la Unión Europea por número de lectores (106 por cada mil habitantes), junto con países como Italia, Grecia y Portugal, lo que la situaba con tan sólo doce ejemplares por encima del umbral de desarrollo (EDO, CONCHA: *La crisis de la prensa diaria...*, op. cit., pp. 8-30). En la actualidad, esta situación se ha agravado debido a la presencia de la prensa digital. Según datos del *Libro Blanco de la Prensa* de 2015, publicado por la Asociación de Editores de Diarios Españoles, la difusión media de los periódicos de España se sitúa en el penúltimo lugar entre los países de la Unión Europea, solo por delante de Portugal.

sor Jay Friedlander no se muestra optimista y le traslada el protagonismo en estas horas de la tarde a los periódicos digitales.⁵¹⁵ Sin duda, este diagnóstico se aplica también hoy en día a los matutinos.



Primera página del último número del vespertino *La Tarde*.

Limitaciones económicas de la empresa

Francisco Iglesias destaca que en 1979 de los 85 periódicos existentes en España,⁵¹⁶ sólo quince resultaban rentables, veinte cubrían gastos y cincuenta eran deficitarios.⁵¹⁷ *La Tarde* se encontraba en este tercer grupo y la crisis económica general ahogaba el ya de por sí grave estado financiero del periódico.

Como hemos visto, la transición a la democracia trajo, además de libertad, malos vientos para la prensa y, como consecuencia, inestabilidad para decenas de periódicos.

⁵¹⁵ Información facilitada por Rodolfo Terragno el 17 de abril de 2002 a través del correo electrónico citado.

⁵¹⁶ Esta cifra de 85 periódicos en 1979 está muy por debajo de los 125 que hemos detectado en este trabajo de investigación.

⁵¹⁷ IGLESIAS, FRANCISCO, «La crisis de la prensa diaria...», op. cit., p. 6.

cos.⁵¹⁸ Unos, los más fuertes, aguantaron el tirón; otros, desaparecieron o iniciaron su particular cuenta atrás. El que fuera penúltimo gerente de *La Tarde*, Rodrigo Rodríguez Ferrer, segmenta los complejos años setenta: «después de 1971, 1972 y 1973, la mejor época, vino un período de estabilización que culminó en el declive a partir de 1978».⁵¹⁹

Alejandro Echevarría, aparte de los problemas de aumento de costos de personal y consumo, papel, sobre todo, aborda también otras contrariedades que dificultaron el andar de la prensa durante estos años. Algunas de éstas, como vemos, se identifican con lo acontecido en *La Tarde*: la lucha de poderes entre la redacción y la gerencia, y la responsabilidad del editor; el aislamiento de los departamentos; los problemas en la organización de los talleres y la distribución; los problemas incipientes de gestión directiva, sin objetivos, sin políticas, sin utilización de las modernas técnicas de gestión como el marketing, la informática, etc.; la improvisación diaria y el funcionamiento interno desordenado; y los problemas que se derivan del hecho de que muchas organizaciones periodísticas son empresas familiares.⁵²⁰

La lastimosa situación de *La Tarde* obliga, evidentemente, a acometer una capitalización de la sociedad, pero los accionistas del periódico no son grandes empresarios ni acumulan cuantiosas reservas de capital, por lo que el sistema de autofinanciación es inviable. En consecuencia, sólo queda demandar el respaldo externo a través del sistema crediticio⁵²¹ y de la ampliación de capital, fuentes de financiación básicas para la captación de recursos. Pero no es suficiente.

El cuadro clínico está claro. El desánimo cunde entre los propietarios del periódico, incapaces de enderezar su negocio periodístico, que ha venido a ser el más azaroso del mundo. Cansados de ver caer por la pendiente del déficit la cuenta de resultados, prefieren vender *La Tarde*. Con este objetivo, se acometen diversas negociaciones con las empresas Tenerife Editora Insular, SA y Difusora de Tenerife, SA, pero las gestiones no llegan a buen puerto. Tras el fatal desenlace, el Consejo de Administración de *M. Real y Cía., SL* «tira la toalla» y asume, todavía incrédulo, la muerte de *La Tarde* después de esperar en vano su pervivencia.

⁵¹⁸ Miguel Ángel Aguilar escribe que las empresas y las gentes del mundo de la información pensaron que con el advenimiento de la democracia todo se les daría por añadidura: los lectores se multiplicarían, la publicidad afluiría en torrente y los problemas de infraestructura y obsolescencia tecnológica desaparecerían como por ensalmo. En cambio, continúa el periodista, «las realidades, tercamente ignoradas, se han tomado su venganza: disminuyen las ventas, merma la publicidad, aumentan los costes derivados del desfase tecnológico y por ninguna parte aparece la tierra prometida que los empresarios quieren encontrar en las subvenciones, con cargo a los presupuestos generales del Estado, y los profesionales, en los fondos de reptiles» (AGUILAR, MIGUEL ÁNGEL: *El vértigo de la prensa*, Madrid, Editorial Mezquita, 1982, p. 3).

⁵¹⁹ Información facilitada por el citado Rodrigo Rodríguez Ferrer el 6 de mayo de 2010.

⁵²⁰ ECHEVARRÍA, ALEJANDRO: *La gestión moderna de la empresa periodística*, AEDE, n° 9, 1985, pp. 28-31.

⁵²¹ *M. Real y Cía., SL*, firmará operaciones crediticias con los bancos Bilbao, Santander e Hispano Americano, así como con la Caja General de Ahorros de Santa Cruz de Tenerife.