




EL DESPEGUE DE LA TECNOLOGÍA

1983/1988





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

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

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

CRONOLOGÍA

1983

“Plan de Informatización de la Prensa Técnica.”

1984

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

1985

La AEPT crea la comisión de informatización.

1986

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

1987

Lanzamiento de QuarkXPress.

1988

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

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

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

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

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

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



APPLE LISA



IBM Personal computer



MACINTOSH 128 K

La autoedición: del pasado artesanal al futuro digital

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

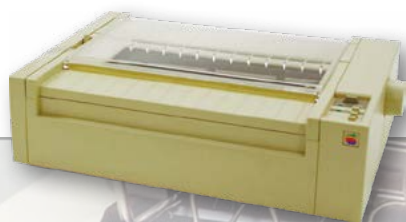
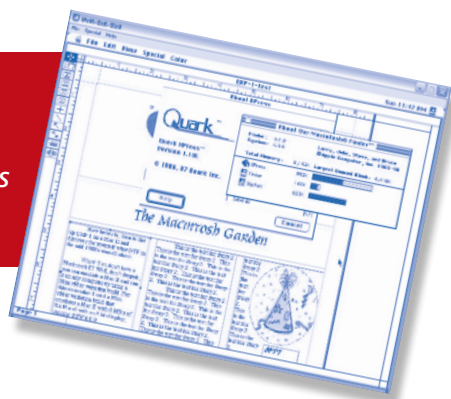
Hasta la aparición de la autoedición, la elaboración de una publicación era un proceso lento, altamente manual y artesanal, que requería de la participación de profesionales externos como talleres de fotocomposición, tipógrafos o diseñadores.

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

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

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

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



Una de las primeras impresoras láser.

Nacimiento de los grupos multimedia

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

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

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

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

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

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



El 'Boom' de las revistas especializadas

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

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

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

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

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



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

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

Radiografía de la Prensa Técnica en los 80

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

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

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

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

La Asociación en la década de los 80

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

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


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

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

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

Anuncios institucionales


PRENSA TECNICA ESPAÑOLA



Tecnología y mercados en el mismo idioma.

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

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



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



ASOCIACION ESPAÑOLA DE PRENSA TECNICA
COMO REVISTA ASOCIADA

¡RECLAMAMOS IVA "0" PARA LA CULTURA!

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

Reclamamos el mismo trato para la cultura de nuestro país.

ANUNCIANTE:

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

La Prensa Técnica le presta los servicios que necesita.



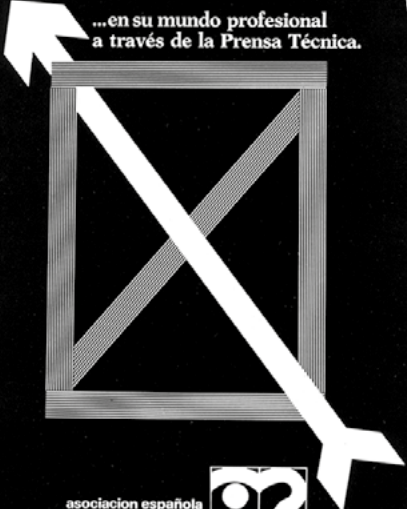


asociación española de prensa técnica
Balmes, 200, 2º - 08006 BARCELONA
Tel. (93) 218 02 50

Tel. (93) 218 02 50

Tel. (93) 218 02 50

ENTRE DIRECTAMENTE...

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

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

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

ASOCIACION ESPAÑOLA DE PRENSA TECNICA



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



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

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Revistas profesionales: motores de progreso

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

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

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



Al ritmo de los tiempos

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

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



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

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

HEMEROTECA

