

Edita: LAboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 1º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Desarrollo primero del diario "Canarias 7"

Lic. Lucía Jiménez González

Las Palmas

Cuando Informaciones Canarias (SA), Inforcasa, salió a la calle con un nuevo proyecto, lo hizo, según sus fundadores (entre ellos, un grupo de profesionales y empresarios canarios pertenecientes a sectores de la construcción, inmobiliario, pesca, industria transformadora, turismo, Caja de Canarias, etc.) con una clara vocación regional y con una credibilidad suficientemente amplia como para competir con los periódicos instaurados desde hacia décadas.

Sin duda, el esfuerzo realizado parece haber dado sus frutos.

El presente trabajo aspira a esbozar, de manera genérica, algunos aspectos de la investigación que, sobre los quince años de 'Canarias7' vengo desarrollando para mi tesis doctoral.

En este sentido, si se repasa su trayectoria puede verse cómo en 'Canarias7', al igual que en el periódico 'La Provincia', la clave de sus éxitos está directamente relacionada con la gestión económica que han desarrollado en estos últimos años.

El trabajo de investigación que voy a exponer pretende ser una aportación a las pocas investigaciones que se han realizado sobre la reciente historia de un periódico que, por su juventud y peculiaridades, ha calado hondo en la sociedad grancanaria y sin duda también en la regional.

Investigar sobre 'Canarias7' es ahondar en las huellas inmediatas de una región que se ha forjado entre posicionamientos políticos, inquietudes, necesidades, ilusiones y hasta vicios soterrados que no siempre han llegado a los poros de los ciudadanos, a no ser que haya sido a través de algún que otro periódico.

No podemos eludir que, si el nacimiento de un periódico es una noticia de carácter extraordinario para cualquier sociedad democrática, la consolidación y perpetuación en el tiempo de una apuesta informativa, como hizo 'Canarias7', sería y rigurosa, debe ser motivo de alborozo y satisfacción para cualquier ciudadano, sea cual sea su adscripción ideológica.

'Canarias7', un medio de comunicación que naciera en 1982, cumple ahora 15 años de una juventud en la que se ha elaborado un futuro prometedor y un presente muy destacado en la oferta informativa del archipiélago canario y, aún más, en la de Las Palmas de Gran Canaria.

Sin duda, este periódico forma ya parte indispensable de nuestro paisaje urbano, donde vehicula el acontecer diario de una ciudad con notorio pulso económico y social, pero, sobre todo, se ha convertido en gran distribuidor de informaciones y generador de opinión.

Ahora bien, si hacemos memoria histórica, descubrimos que 'Canarias7' empezó con máquinas de escribir a hacer sus primeras páginas. Y quince años más tarde, las mesas de la redacción están 'desbordadas' con arrobas y superveloces módem, que como cualquier periódico, de cualquier parte del mundo, opta por conseguir su primacía informativa y consolidación publicitaria.

Todo este cambio rápido desde aquel sábado 2 de octubre de 1982, que continúa acelerado, lo ha vivido el periódico, al tiempo que contaban a los lectores, en cada de las 5.576 ediciones –incluida la de hoy 25 de febrero, cuando escribo este texto– la historia de una tierra que nos vio nacer, dio cobijo y alentó esperanzas, deseosa como estaba de contar con un medio de comunicación que le contase las cosas con otro aire, con cierta libertad, sin tapujos, y sobre todo con cercanía de barrio y vecindad .

De todas formas, no es extraño recalar que el proyecto ha salido adelante porque los lectores siempre han estado ahí, cuando la suerte y el trabajo hacían su camino.

Si visitamos la hemeroteca de la época, no cabe duda que los lectores apostaban por la modernidad, por otro estilo participativo, y ése parece que era el compromiso de 'Canarias7'.

Quizá pocos sepan que supimos del éxito del PSOE en las elecciones del 82 porque la rotativa *Ulman 4/2 de Man Roland* funcionó como se esperaba.

Al igual que la consolidación de la autonomía en Canarias; ¿quién no recuerda los pasajes informativos de primera página de las movilizaciones populares que alumbraron la Universidad de Las Palmas; los gobiernos autónomos presididos por Jerónimo Saavedra, Fernando Fernández, Lorenzo Olarte y Manuel Hermoso; las incertidumbres que nos preocupan –de nuestra integración en la Unión Europea, el REF, las bolsas de pobreza o el paro?, entre otros muchos problemas.

Atendiendo las cifras de la OJD en 1992, 'Canarias7' vende y supera con 41.410 ejemplares por primera vez a 'La Provincia' que, a duras penas, se mantendría al año siguiente por 41.177 ejemplares. Esto es, 233 ejemplares de diferencia.

Habría que destacar, por tanto, que este acontecimiento marcaría el fin de una etapa de predominio absoluto de Prensa Canaria, empresa editora de 'La Provincia', y unas nuevas circunstancias, por tanto, en la negociación de la publicidad.

Desde la perspectiva particular de 'Canarias7', el periódico nació con un porcentaje de publicidad superior al de cualquier otro medio.

Las memorias de las juntas generales de accionistas de la sociedad explicitan esto último y nos dan un perfil, en el que, hasta en 1992, las ventas por publicidad superaban ampliamente a las ventas por periódicos. Ese año, en que la tendencia se invierte, la difusión media de 'Canarias 7', se incrementó en 14.906 ejemplares, colocándose por encima de 'La Provincia'.

En los quince años de historia, se pueden establecer varias etapas. Una primera entre 1983-1986, en que se sobrepasaría el techo de los 20.000 ejemplares pero con un cierto estancamiento, con la excepción de 1988, en que se llegó a 23.196.

Finalmente, los años 90 estarían marcados por el lanzamiento inicial. Y en el 92 se cerró con un crecimiento que superaba al otro matutino grancanario.

Es necesario recalcar que este incremento había venido acompañado de una fuerte política promocional con el lanzamiento de incentivos promocionales como "Fauna y flora de Canarias".

El apoyo de la promoción no era un fenómeno nuevo, pues en los años ochenta también jugó un papel significativo.

En aquellos tiempos, tanto 'La Provincia' ("El bingo"), como 'Canarias7' ("Triple bingo") optaron por el juego, como elemento adicional que incrementase la difusión de el periódico. En los noventa, sin embargo, se empezará incidiendo en la promoción cultural como los regalos de compact-discs, monedas de plata, fotografías antiguas, cuberterías, ficheros de cocina canaria de ilustres periodistas gastronómicos, entre otras promociones.

Junto a estas actuaciones, hay que situar los cambios tecnológicos como la nueva rotativa (inversión de unos 400 millones de pesetas), la consecución de que el 'Bild', periódico de mayor tirada en Europa, se imprima fuera de Alemania, en los talleres de 'Canarias 7'.

El periódico tampoco ha perdido oportunidad de situarse en cabeza, al formar parte del liderazgo en la constitución de Poll 6, asociación de periódicos regionales de toda España, que han decidido aunar esfuerzos con el fin de prestarse mutuamente apoyo en temas relacionados con gestiones de publicidad, comprar de materias primas y nuevas promociones.

A modo de conclusión, habría que reseñar que en sus quince años, 'Canarias7' ha dado inequívocas muestras de ser un proyecto informativo canario y regional.

En todo este tiempo, 'Canarias7' siempre ha estado presente allí donde se fueron generando aquellas noticias que, más o menos importantes, marcaron la historia reciente de este archipiélago.

Y es que según se desprende, la máxima con la que surgió este rotativo desde su nacimiento ha sido acercar la realidad objetiva a todos los rincones de nuestro territorio, desde primera línea, desde el lugar de los hechos.

O como describe Lola Santana, una de sus redactora jefa más avisadas, en una página de aniversario, "uno de los parámetros en los que siempre se ha movido este periódico pasa por promocionar al lector de las islas una información de contenidos nacionales e internacionales acorde con los tiempos globalizadores que corren y ofrecer de esta manera el marco nacional y mundial en que está inserto el archipiélago".

En este sentido, hay que decir que la amplitud de los espacios destinados a dar cobertura concreta a cuantos hechos han tenido significación en el acontecer de España y resto de países de la comunidad internacional ha tenido lugar preferentemente en las páginas de 'Canarias7', desde su andadura inicial y ha sido una vocación constante en los tres lustros de vida de la cabecera del periódico.

Desde la caída del muro de Berlín a la 'Operación tormenta del desierto', en el golfo Pérsico, hasta los últimos cambios políticos, todo suceso relevante ha sido reflejado desde las páginas de 'Canarias7'".

En definitiva y para concluir, la historia más inmediata de los primeros quince años de 'Canarias7' ha sido su encendida pasión regional, entendida ésta como la imperiosa vocación de acercar la realidad de los municipios y las islas, marco referencial indiscutible, a todos los habitantes de esta región atlántica diversa y distinta en su territorio, aunque enlazados, pese a todo, en una unidad política bicéfala, con dos provincias bien diferenciadas y diferentes, pero compacta como la Tierra donde nos asentamos un millón seiscientos mil almas, embarcadas en la tarea de entrar en el próximo milenio con un esfuerzo conjunto de superación y crecimiento constantes.

En medio de estas constantes, lleva quince años informando el periódico 'Canarias7'.