

El color que a tí te gusta.

¡No lo dejes escapar! Cada momento de tu vida tiene un color único, irreplicable. El tuyo. No te lo pierdas. Carga tu cámara con película Kodacolor Gold, y vuelve a vivirlo tantas veces como quieras.

K O D A K E S C O L O R





PEDRO CORRO

Canal privado. La programación de Univisión-Canal 1 estará basada en la información y el entretenimiento.

/// Será misión específica de Univisión-Canal 1, S. A., el colaborar a la ampliación del pluralismo informativo, a la elevación del nivel cultural de los ciudadanos y al desarrollo de la educación y conciencia cívicas de la colectividad. Todo ello con el fin último de coadyuvar a la creación de una opinión pública más formada, más adulta y más libre.

La filosofía del proyecto consiste en que los centros regionales de Univisión-Canal 1, S. A., se conviertan en agentes activadores y dinamizadores de la industria local de producción audiovisual.

La incorporación paulatina de los centros regionales de producción permitirá modificar la parrilla de programas inicial, desplazando algunos contenidos generales a otros tramos horarios, para propiciar así su sustitución por la programación de las emisoras regionales.

Asimismo, el aprovechamiento de espacios horarios de escasa audiencia permitirá segmentar y seleccionar con más detalle las audiencias, dando cabida a temas de interés más particular y servir así a sectores de la audiencia con motivaciones más específicas o minoritarias.

PUBLICACIONES PARA TODOS LOS GUSTOS NUMERO LECTORES (EGM)**

DIARIOS

DIA

| | |
|---|---------|
| El Periódico | 681.000 |
| La Voz de Asturias | 81.000 |
| La Gaceta de los Negocios (6 ediciones a la semana) * | 69.000 |
| Extremadura | 39.000 |

REVISTAS SEMANALES

SEMANA

| | |
|--------------------|-----------|
| Interviú | 2.581.000 |
| Tiempo | 733.000 |
| Panorama | 360.000 |
| El Dominical | 946.000 |
| Dinero | 66.000 |

REVISTA QUINCENAL

QUINCENA

| | |
|---------------------|---------|
| Handicap Cero | 20.000* |
|---------------------|---------|

REVISTAS MENSUALES

MES

| | |
|----------------------|------------|
| Penthouse | 114.000 |
| Viajar | 90.000 |
| Conocer | 191.000 |
| Ronda Iberia | 1.200.000* |
| Primera Línea | 225.000* |
| Man | 140.000* |
| Fortuna Sports | 140.000* |

REVISTAS BIMENSUALES

DOS MESES

| | |
|------------|---------|
| Ardi | 45.000* |
|------------|---------|

REVISTAS TRIMESTRALES

TRES MESES

| | |
|-----------------------|------------|
| Il Quadrifoglio | 260.000* |
| Novedades | 1.800.000* |
| Oro | 608.000* |

* Estimación propia.

** EGM (acumulado año 1988). En los próximos días se hará público el de febrero-marzo de 1989, en el que las publicaciones del Grupo Zeta experimentan un notable incremento de audiencia.

EDICIONES B, UNA EDITORIAL PUJANTE

Dos años han sido suficientes para que la editorial del Grupo Zeta, Ediciones B, se haya situado en los primeros puestos de las listas del sector. Con una facturación de 2.500 millones de pesetas, Ediciones B reparte su labor en la edición de revistas de *comics*, *bolsilibros*, álbumes de *comics* y libros. El público infantil y juvenil es el mejor cliente de los *comics* de Ediciones B. A él van destinadas cinco revistas de *comics* semanales, siete quincenales y once mensuales. Suman 1.100.000 ejemplares que llegan a unos seis millones de lectores cada mes. Los amantes del *comic* compraron el pasado año 6.500.000 ejemplares de los 180 álbumes de *comics* que Ediciones B puso a su disposición. Por lo que se refiere a libros de bolsillo, la editorial del Grupo Zeta saca a la venta casi un *bolsilibro* cada día: 300 nuevos títulos cada año, con una venta total de 4.800.000 ejemplares. Respecto a los libros, Ediciones B ha publicado ya 150 novedades y 100 reimpresiones, con 2.750.000 ejemplares vendidos.

PANTHER 



LINEA SPORT

camisas, pantalones, cardigans, cinturones,
polos, bermudas, bañadores.



SE TRATA DE MODA



Sede. Edificio sede del Grupo Zeta en Madrid.

masas. La bondad de los datos económicos y el éxito empresarial de un holding que genera beneficios no deber ser más que la garantía de la independencia de los profesionales que trabajan en ellos y del derecho de información de los ciudadanos que los leen.

UNA FILOSOFIA EDITORIAL PROGRESISTA

Desde su nacimiento hace trece años el Grupo Zeta ha tenido una decidida vocación de independencia y libertad frente a todo tipo de presiones, por un lado, y ha ejecutado una política de activa defensa y divulgación de los valores democráticos establecidos en nuestra Constitución, por otro.

Esta filosofía editorial ha llevado al Grupo Zeta a estimular la ampliación del pluralismo informativo, a elevar el nivel cultural de los ciudadanos y al desarrollo de la educación y conciencia cívicas de la comunidad.

Para conseguir estos objetivos, el grupo editorial no ha renunciado de manera alguna a la amenidad. Este propósito divulgativo e innovador ha producido creaciones originales en el mundo de los medios de comunicación. Es el caso, por ejemplo, de *El Periódico de Catalunya*, reconocido internacionalmente como un modelo único que concilia amenidad formal con rigor expositivo.

Esa filosofía progresista, ejemplificada en la pluralidad y diversidad de sus publicaciones, tiene como común denominador el rigor informativo de todas ellas y la coherencia interna de sus contenidos. Por eso, también, el Grupo Zeta ha practicado una política de constante reinversión de los excedentes empresariales en el mismo sector, ampliando el abanico de sus publicaciones, el ámbito territorial de su difusión y la variedad de medios de comunicación.

EL PROYECTO DE UNA TV PLURAL

El Grupo Zeta aspira a un canal televisivo, Univisión, que emita ya en 1990. La programación de Univisión estará basada temáticamente en la información y el entretenimiento, concretamente en el siguiente esquema orientativo:

- Informativos 18 %
- Deportivos 14 %
- Cine (producción filmográfica y telefilmes) 30 %
- Entretenimientos 18 %
- Infantiles 10 %
- Divulgativos 10 %



UNA EVOLUCION AL ALZA

| | Enero/abril 1988 | Enero/abril 1989 | Δ N.º ejemplares | Δ porcentaje |
|--------------------|------------------|------------------|------------------|--------------|
| Interviú | 231.431 | 242.097 | + 10.666 | + 5 |
| Tiempo | 139.187 | 159.138 | + 19.951 | + 14 |
| Panorama | 53.643 | 79.577 | + 25.934 | + 48 |
| El Periódico | 151.257 | 154.547 | + 3.290 | + 2 |

COMPOSICION DEL «HOLDING» GRUPO ZETA

PRENSA DIARIA

| | |
|--|---------------------------|
| Ediciones Primera Plana, S. A. | EL PERIODICO DE CATALUNYA |
| Servicio de Publicaciones Económicas, Sociedad Anónima (SPESA) | LA GACETA DE LOS NEGOCIOS |
| La Voz de Asturias, S. A. | LA VOZ DE ASTURIAS |
| Ediciones Extremadura, S. A. | EXTREMADURA |

REVISTAS

| | |
|--------------------------------|---|
| Ediciones Zeta, S. A. | INTERVIU |
| Ediciones Tiempo, S. A. | TIEMPO, VIAJAR, CONOCER |
| Ediciones Panorama, S. A. | PANORAMA |
| Ediciones Formentera, S. A. | PENTHOUSE, PRIMERA LINEA, MAN, ARDI, FORTUNA SPORTS |
| Ediciones Primera Plana, S. A. | EL DOMINICAL |
| SPESA | DINERO |
| Off the Record, S. A. | HANDICAP CERO |
| Ediciones Reunidas, S. A. | RONDA IBERIA, IL QUADRIFOGLIO, NOVADDES, ORO |

SERVICIOS INFORMATIVOS

| | |
|-----------------------|--|
| Off the Record, S. A. | OTR/PRESS Agencia de Noticias OTR/PRESS Firmas Sindicadas OTR/PRESS Servicios Especiales OTR Consultora de Investigaciones Sociales y de Mercado CENTRO DE DOCUMENTACION |
|-----------------------|--|

AUDIOVISUALES

| | |
|------------------------------------|---|
| Univisión-Canal 1, S. A. | Promotora de canal nacional de televisión privada |
| Producciones Zeta, S. A. (PROZESA) | VIDEOS-CINE |

EDITORIALES

| | |
|---|------------------------------|
| Ediciones B, S. A. | LIBROS, COMICS |
| Tebeos, S. A. | COMICS |
| Grupo Editorial Zeta, S. A. (Argentina) | LIBROS, COMICS, REVISTAS |
| Grupo Ediciones Zeta, S. A. (México) | LIBROS COMICS REVISTAS |

SERVICIOS

| | |
|--|---------------------------------|
| Prensa Regional, S. A. | PROMOTORA DE DIARIOS REGIONALES |
| Promoción y Desarrollo Editorial, S. A. | PUNTOS DE VENTA |
| Distribuciones Periódicas, S. A. (DISPESA) | DISTRIBUIDORA |
| Aspesa, S. A. | SOCIEDAD INMOBILIARIA |
| Industrias Gráficas Parets, S. A. | ARTES GRAFICAS |
| Coordinación y Asesoramiento, S. A. | SOCIEDAD DE CARTERA |
| Coordinadora de Servicios Editoriales, S. A. | AGENCIA COMERCIAL |



Univisión-Canal 1. Logotipo del proyecto televisivo del Grupo Zeta.

/// TRECE AÑOS DE PERIODISMO. La historia del Grupo Zeta se remonta tan solo a hace trece años. Entonces, cuando este país no tenía aún una Constitución democrática y los partidos políticos todavía estaban proscritos. **Antonio Asensio** creó *Interviú* con 500.000 pesetas.

Trece años después, más de dos millones y medio de lectores semanales avalan la trayectoria profesional de la revista.

En esos mismos trece años han surgido cinco diarios, tres semanarios más, una docena de *magazines* de diversa periodicidad, una agencia de prensa —*OTR Press*—, una de las tres editoras de libros más populares del país, empresas de distribución, impresión y servicios, y un largo etcétera de actividades editoriales.

SOPORTE DE PUBLICIDAD. Los medios de comunicación impresos no sólo continúan siendo un inmejorable vehículo de información, sino que siguen gozando de la confianza de anunciantes y publicitarios. Así, la producción publicitaria del Grupo Zeta en 1988 alcanzó la nada desdeñable cifra de 9.400 millones de pesetas, con un crecimiento anual del 30 por 100. Si se compara aquella cifra con los 5.684 millones de 1986, el crecimiento acumulado de los dos últimos años es de un 65 por 100. Si las publicaciones del Grupo Zeta son inmejorables soportes publicitarios, ellas mismas generan una inversión publicitaria al anunciarse en otros medios impresos, radiofónicos o televisivos. En este capítulo, el gasto del Grupo Zeta en el último año fue de 1.255 millones de pesetas.

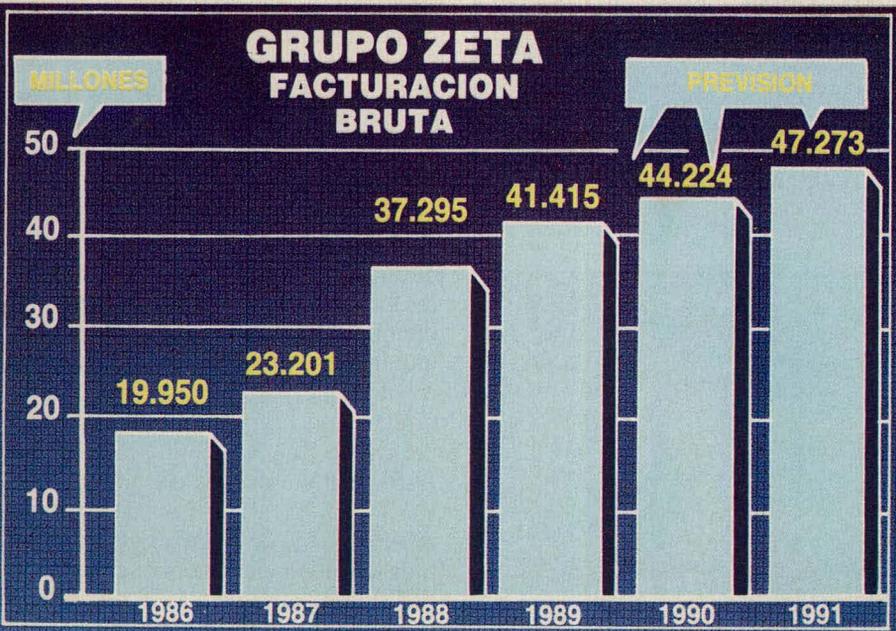
INDEPENDENCIA EDITORIAL. Las cifras, con toda la rotundidad que puedan tener, no son sin embargo lo más importante en el campo de la comunicación de ///

Evolución de las ventas de «El Periódico de Catalunya»
(Difusión media diaria)



* Aún pendiente de control.

Fuente: OJD.



Martín Prieto

¡QUE MAL SE CORROMPE EN ESTE PAIS!

ANDAMOS todos en este país alborotados como gallinas ante el ataque depredador del zorro por la pamea de que algunos descerebrados han intentado comprar votos autonómicos y municipales. Así somos todos de cagapoquitos que ni siquiera alcanzamos a calibrar lo que ha ocurrido en los *transfugazos* de la Cámara de los Diputados. A lo que parece, nos acabamos de caer del guindo y se nos han abierto los ojos como platos ante la posibilidad de que en estos pagos se compren y hasta se subasten las voluntades políticas.

¡Carajo!, alguna maldad política debe subyacer en toda esta historia inmediata cuando ya no nos acordamos de las peleas administrativas y sexuales entre un **Felipe II** y su secretario **Antonio Pérez** a cuenta de la tuerca de **Eboli** —de la que ambos se beneficiaban— y del pobre y asesinado representante de don **Juan de Austria**. Vamos a dejarlo ahí, que todo lo anterior es un lío histórico que nos define pero que aún no está demasiado desentrañado.

Pero aquéllos eran modos y maneras de ganarse afectos o de arruinarlos, por más que mediara la sangre. Toda esta mísera historia del diputado **Olmos** o del diputado **Piñeiro** la hubiera resuelto **Felipe II** con una caída mortal de caballo. Y puestos a hilar con agujas finas, lo de **Piñeiro** se resuelve en la Inquisición, y lo de **Leguina**, con un buen cepo de pie tras el que el pobrecito podría hasta llegar a reclamar a grandes gritos su afecto por **Alfonso Guerra**.

¡Demonios!, háganlo ustedes bien. Todas estas trapacerías son bastante viejas y a nadie llaman a susto, pero háganlas ustedes conforme a las reglas.

Sólo se pretende corromper a los corruptibles; hay que tener mucho cuidado con esa gente rara que no se deja comprar. Jamás corrompa en su despacho o en el del presumible corrupto. Estas cosas en lo que entendemos por *el Occidente cristiano* se llevan a cabo en otros ámbitos: por ejemplo, en una sauna, en donde es complicado ocultar un grabador. Es obvio que nuestros

corruptores nativos ni siquiera ven las series estadounidenses de TVE.

Nunca intente corromper a alguien que no pueda chantajear. Téngale usted amarrado por algún negocio sucio previo, una amante extramatrimonial o una inversión sexual. Si no lo tiene usted *cogido por los cojones*, está perdido, cualquier infidencia es posible y toda la operación puede volverse en contra suya.

A su presunto corrupto abrácele, déle cariño, pálepe los costados y las espaldas, sugiérale que se quite la chaqueta, derrámele el café que le sirva sobre los pantalones para acercarlos al lavabo y, ahí, con los grifos abiertos a toda presión, ofrézcale lo que sea, cien o quinientos millones, pero lejos de una grabadora. Estamos en Europa y en los albores del siglo XXI. Por unas pocas pesetas se adquiere en Nueva York o en Alemania Federal un sistema fotográfico-grabador que taladra una pared maestra con el calibre de un cabello y que, con el tamaño final de la cabeza de un alfiler, fotografía con ojo de pez toda una habitación y reproduce todo lo que oye.

Toda esta miserable historia de magnetófonos escondidos en los bolsillos nos deprime. Todo esto ya está viejo. Habría que haber cazado al supuesto adquiridor de votos con el maletín del dinero en la mano en el momento de entregarlo, aun pagando el peaje de que el supuesto diputado venal ya hubiera depositado su voto. Ahí **Cristina Almeida**, que siempre lo es, no ha estado lista.

Sea como fuere, toda esta literatura sobre la corrupción política parece de tercera, porque no existe cuarta. En esta vida se puede ser decente o venal, pero cualquiera de las dos opciones ha de hacerse con alguna clase. Y aquí los *chorizos* aparecen como víctimas y los santos —que los hay— están en la cuchilla del picadero. A mí que me compren y que me corrompan —que para eso estamos—, pero que me corrompan bien, con inteligencia y con estilo. Faltaría más.

Sea como fuere, toda esta literatura sobre la corrupción política parece de tercera, porque no existe cuarta. En esta vida se puede ser decente o venal, pero cualquiera de las dos opciones ha de hacerse con alguna clase. Y aquí los *chorizos* aparecen como víctimas y los santos —que los hay— están en la cuchilla del picadero. A mí que me compren y que me corrompan —que para eso estamos—, pero que me corrompan bien, con inteligencia y con estilo. Faltaría más.



«A su presunto corrupto abrácele, pálepe los costados, sugiérale que se quite la chaqueta y ofrézcale lo que sea, pero lejos de una grabadora»

EL «HOLDING» QUE CRECIÓ CON LA DEMOCRACIA

Grupo Zeta: Diez millones de ejemplares mensuales

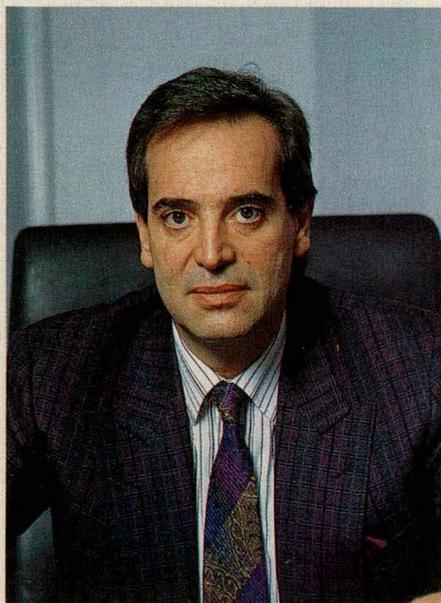
La independencia editorial y una fina sensibilidad para anticiparse a las demandas de libertad y progreso de la sociedad española en los últimos trece años han sido claves para el éxito del Grupo Zeta, líder en el difícil campo de las revistas. Actualmente, dos de cada tres lectores de semanarios de información general eligen una revista de este grupo, editor de *tiempo*.

TRAS la aparición de tres nuevas publicaciones en el mercado desde finales del pasado mes de marzo —*La Gaceta de los Negocios*, *Fortuna Sports* y *Handicap Cero*—, los medios impresos del Grupo Zeta alcanzan una difusión media que ronda los diez millones de ejemplares mensuales. Una de las tres nuevas publicaciones, *La Gaceta de los Negocios*, completa de momento la división de prensa diaria del grupo editorial. Se trata de un diario nacional de información económica que viene a sumarse a *El Periódico de Catalunya* —que es el

cuarto de España en número de ejemplares y segundo por cantidad de lectores—, a *La Voz de Asturias* y a *Extremadura*. Todo ello configura a este grupo editorial como uno de los primeros de España en este sector de información y ejemplifica su vocación de servir a las distintas comunidades del Estado español.

DOS DE CADA TRES LECTORES. Quizá la prueba más evidente de la influencia de la denominada *galaxia de Gutenberg* —la letra impresa— entre los ciudadanos españoles la constituya la proliferación y crecimiento de los semanarios de información general. Estas son revistas con noticias elaboradas, que analizan la actualidad y crean opinión. Se considera que este tipo de semanarios son los leídos por las personas más formadas e influyentes. Pues bien: cada semana, las revistas *tiempo*, *Interviú* y *Panorama* son leídas por 3.662.000 españoles, según últimos datos del Estudio General de Medios. Eso quiere decir que dos de cada tres ciudadanos de este país que leen revistas de información general eligen los semanarios del Grupo Zeta.

La existencia por parte de este *holding* editorial de un ambicioso proyecto de televisión privada no quiere decir, pues, que abandone un sector, el de la impresión, que está en los orígenes del grupo y que produce hoy día una facturación anual total de más de 37.000 millones de pesetas.



«**Holding**» editorial. Antonio Asensio preside el Grupo Zeta desde su fundación.



Diario. Sobre estas líneas, sede de El Periódico en la calle Rocafort de Barcelona.