

**Autor:** Juan Francisco Lamata Molina

**Título:** Enfrentamientos entre empresas de comunicación a través de sus medios (1977-2018)

**Title:** *Conflicts between media companies through their media (1977-2018)*

**Directores:** Pilar García Pinacho y José María Legorburu Hortelano

**Lugar y fecha de lectura:** Universidad CEU San Pablo, Madrid, 16 de noviembre de 2021

**Tribunal:**

Presidente: José Francisco Serrano Oceja (Universidad CEU San Pablo)

Vocal: Max W. J. Römer Pieretti (Universidad Camilo José Cela)

Vocal: Javier Davara Torrego (Universidad Francisco de Vitoria)

Vocal: Carmela García Ortega (Universidad San Jorge)

Secretario: Álvaro de Diego González (Universidad CEU San Pablo)

**Calificación:** Sobresaliente *cum laude*

**Resumen:** Las empresas de medios de comunicación en España (prensa, radio y televisión) no sólo han competido a través de buscar prestar un mejor servicio de información, también lo han hecho utilizando sus medios como herramienta que infrinja daño a sus rivales: desvelando información perjudicial para ellos o cuestionando su honestidad y su ética profesional. En la historia reciente de España ha habido momentos en los que este tipo de prácticas ha estado más acentuada, coincidiendo con la aplicación de un modelo de dirección de medios, 'los medios de autor', en lo que una persona concentraba el mando periodístico y empresarial del medio, un modelo que funcionó de manera clara entre 1976 y 2017.

**Palabras clave:** empresas de comunicación; España; guerras mediáticas; medios de comunicación; periodismo; política; prensa; radio; televisión.

**Abstract:** *The media companies in Spain (press, radio broadcasting and television) have not only competed by seeking to provide a better information service, they have also done so by using their media as a tool to inflict damage on their rivals: revealing information harmful to them or questioning their honesty and professional ethics. In the recent history of Spain there have been times when this type of practice has been more pronounced, coinciding with the application of a media management model, 'author media', where one single person takes control of the company's journalistic aims and its business interests. This model clearly worked between 1976 and 2017.*

**Keywords:** *journalism; mass media; media conflicts; media companies; politics; press; radio broadcasting, Spain, television.*

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-1771-032X>