



ABRIR EL “PELOTAZO” ...1ª PARTE

PORTADAS DE MAYOR VENTA POR
“PELOTAZO”

La cultura del “pelotazo”, del enriquecimiento rápido, se impone como tendencia informativa simultáneamente a las andanzas sentimentales -“corazón loco”- de “yuppies”, de políticos, de altos funcionarios y de banqueros. Operaciones de enriquecimiento especulativo u oportunista y cambios de pareja aparecen como las dos caras de una misma moneda que goza de alto aprecio por parte de las respectivas audiencias. Los personajes son los mismos, con sucesivas incorporaciones, y sólo varía el enfoque de los asuntos que protagonizan: a veces, se prima en los titulares el aspecto sentimental y otras, el aspecto económico y, en ambos casos, se cuenta con la complicidad de los lectores que demandan ese tipo de información.

En muchas portadas de gran tirón de ventas hasta 1992, las revistas de información general disparan con una leve y curiosa crítica, mezcla de envidia y de admiración, hacia los personajes que simbolizan la cultura del trepador, del “pelotazo” y de la pérdida de los valores éticos en los negocios. La descalificación de unos, los personajes, y de la otra, la cultura, se manifiesta abiertamente en 1993, cuando Mario Conde cae de la presidencia de Banesto y la denuncia de la corrupción inunda los espacios informativos de todos los medios.

Los asuntos que más interesan a los lectores en el periodo que predomina la tendencia informativa del “yuppismo” y “pelotazo” son:

- La fortuna de los Thyssen (Barón Thyssen y Carmen Cervera).**
- La fortuna de Mario Conde.**
- Los negocios de Javier de la Rosa.**
- Los negocios de los “Albertos” y las Koplowitz.**
- Los negocios de Boyer, Rubio, De la Concha y los hermanos Guerra.**

- **Los negocios de Ruiz-Mateos y de Jesús Gil.**

- **Los negocios de Luis Roldán.**

- **Temas genéricos relacionados con dinero negro, Hacienda, los bienes de los políticos o de las estrellas de la televisión.**

TRIBUNA

DE ACTUALIDAD

The image shows the cover of the magazine 'Tribuna' (Issue 237). At the top, the title 'TRIBUNA DE ACTUALIDAD' is displayed in a red and white box. Below it, a yellow banner contains the quote: 'Pilar Miró: «Yo no vivo, en absoluto, mejor que hace diez años»'. To the right, a red box labeled 'ESPECIAL' indicates a circulation of 'Tirada: 430.000 ejemplares' and features a small portrait of Alfonso Escamez with the text 'ALFONSO ESCAMEZ UN HOMBRE, UNA OBRA'. The main cover image shows a woman in a yellow dress and a man in a suit smiling. A large headline reads 'LA FORTUNA QUE OCULTA MARIO CONDE'. A sub-headline states: 'EXCLUSIVA El presidente de Banesto maneja una trama de sociedades instrumentales en España y el extranjero'. Below this, another line says: 'El banquero ha amasado en cuatro años un patrimonio superior a los 30.000 millones'. At the bottom, a red banner reads: 'Carta de Julián Lago La mansión de los Boyer, el auténtico tebeo del PSOE'. A small inset photo shows a grand mansion interior.

00237
8 414090 100014

2 AL 8 DE NOVIEMBRE DE 1992 / AÑO IV / N.º 237 / 350 PTAS.

TRIBUNA
DE ACTUALIDAD

ESPECIAL
Tirada: 430.000 ejemplares

ALFONSO ESCAMEZ
UN HOMBRE, UNA OBRA

EXCLUSIVA
El presidente de Banesto maneja una trama de sociedades instrumentales en España y el extranjero

LA FORTUNA QUE OCULTA MARIO CONDE

El banquero ha amasado en cuatro años un patrimonio superior a los 30.000 millones

Carta de Julián Lago
La mansión de los Boyer, el auténtico tebeo del PSOE

Nº 237.- La revista "Tribuna" publicó la portada paradigmática de la tendencia que denominamos del "yuppismo" y el "pelotazo": el triunfador Mario Conde siguió ligado a su mujer Lourdes Arroyo, sin alardes de "corazón loco", pero en la presidencia de Banesto amasó una fortuna calculada en una cifra superior a 30.000 millones de pesetas.

En “Tribuna”, la mezcla de “corazón loco” y dinero rápido es un filón que atrae a sus lectores y con él consigue grandes ventas. La revista critica a los nuevos ricos socialistas simbolizados por Boyer y es admirativamente envidiosa con Mario Conde mientras está en la presidencia de Banesto. Estas son las portadas más representativas del éxito de una corriente informativa:

ELOGIO DEL “PELOTAZO”

**LOS PROTAGONISTAS SON LOS MISMOS PERSONAJES: BOYER, PREYSLER, KOPLOWITZ,....
EL ENFOQUE INFORMATIVO ES AHORA SOBRE LA CARTERA, NO SOBRE EL CORAZÓN**



Nº 22.- Negocio de los Boyer. Los españoles se vuelven locos por el dinero, según una encuesta.



Nº 28.- Relaciones con Isabel Preysler: mejor negocio que presidir el Banco Exterior.



Nº 146.- Boyer y Preysler: “pelotazo” a las Koplowitz, que contratan al ex ministro.



Nº 67.- Las hermanas Koplowitz heredaron una de las mayores fortunas de España de Ramón Areces, fundador de El Corte Inglés.



Nº 17.- Fabulosa fortuna de la mujer Carmen Cervera, que dio “pelotazo” al barón Thyssen.



Nº 225.- Vacaciones de “pelotazo” para nuevas parejas de políticos y banqueros, como Mariano Rubio y Carmen Posadas, De La Concha y otros.

PAREJAS DE “PELOTAZO”

- CARMEN CERVERA / BARÓN THYSSEN
- RUBIO / POSADAS
- RUIZ MATEOS / CONDE: 10 AÑOS JUSTOS SEPARAN SU CAÍDA DESDE LA CUMBRE



Nº 229.- Mario Conde, a punto de iniciar la caída, comparado con Ruiz-Mateos: ganancias personales multimillonarias, deudas gigantescas del Banco.



Nº 237.- Mario Conde y su mujer Lourdes Arroyo, símbolo del “pelotazo”: 30.000 millones en cuatro años.

tiempo

“Tiempo” se introduce en la tendencia informativa del “pelotazo” descubriendo el dinero que tienen los políticos, simboliza la cultura del enriquecimiento especulativo en dos personajes –Ruiz-Mateos y Mario Conde-, informa de otras “locuras” millonarias y termina un periodo informativo con “el retiro dorado de los reyes del pelotazo”. Estas son las portadas más vendidas:



Nº 142.- Se despierta la curiosidad por el dinero de los políticos. Corría el año 1985.



Nº 163.- Admiración por un “pelotazo” de ocho millones diarios, que gana Ruiz-Mateos.



Nº 356.- “Pelotazo” de Mario Conde para asentarse en Banes-to, Marta Chávarri mediante.



Nº 427.- La locura millonaria llega a las estrellas de la tele.

IMPLANTACIÓN DE LA CULTURA DEL “PELOTAZO”:

EL DINERO PASA A SER EL VALOR MÁS APRECIADO Y CADA ESPAÑOL, EN SU NIVEL, ASPIRA A SER EL REY DEL “PELOTAZO”



Nº 611.- Fin de periodo: la cultura del “pelotazo”, marginada y perseguida.

cambi16

“Cambio 16”, que apenas había tenido unas pocas portadas de máxima venta dedicadas al “corazón loco”, sí participa en la tendencia informativa del “pelotazo”, siendo particularmente críticas sus portadas dedicadas a Javier de la Rosa y a Luis Roldán. Estas son las más vendidas, cronológicamente:

CRÍTICAS AL “PELOTAZO”

- AL CULTO AL DINERO
- AL FRAUDE FISCAL



Nº 852.- Las artes de una mujer que dio “pelotazo”, la baronesa Thyssen.



Nº 906.- Famosos del espectáculo y de la “jet” dan “pelotazos” y no son iguales ante Hacienda.



Nº 962.- La cultura del dinero como gran valor se implanta entre los españoles.

SIMBOLOS DEL “PELOTAZO”

- JAVIER DE LA ROSA, FINANCIERO
- LUIS ROLDÁN, DIRECTOR DE LA GUARDIA CIVIL



Nº 1099.- De la Rosa: de rey del “pelotazo” a rey de los agujeros financieros.



Nº 1174.- El “pelotazo” se hace música popular en forma de coplas satíricas con el caso Roldán.



Nº 1177.- Luis Roldán, claro exponente de “corazón loco”, “pelotazo” y corrupción.



“Epoca” sitúa también como protagonista de la etapa del “pelotazo” a Mario Conde, pero es complaciente con él por considerarlo acosado por una guerra bancaria: por un lado el Banco Bilbao, por el otro el Banco Santander y, en medio, la pieza deseada, el Banesto del caballero Mario Conde, que, cual César victorioso –por entonces- llegó, vio y venció. Posteriormente, invertiría varios cientos de millones de pesetas en adquirir acciones de la empresa editora de “Epoca”. Marta Chávarri es una anécdota de cincuenta millones en esta gran guerra de poder económico con muchos ceros por medio.

Estas portadas de la muestra son las más vendidas por “Epoca”:

“PELOTAZOS” BANCARIOS
LAS FUSIONES BANCARIAS, REALIZADAS O FALLIDAS, FUERON VISTAS COMO OPERACIONES DE GRAN “PELOTAZO”



Nº 144.- Gran “pelotazo” bancario: el Bilbao, a por el Banesto de Conde.



Nº 207.- Pequeño “pelotazo”: Cincuenta millones para una “mujer liberada”, Marta Chávarri.



Nº 407.- El “pelotazo” definitivo: el Santander, a por el Banesto.

En resumen, los semanarios de información general (SIG) presentaron unívocamente

UNA ESPAÑA CRÍTICA CON EL “PELOTAZO”

Con algunos matices:

- * **“TRIBUNA”** muestra cierta admiración por las grandes fortunas y critica severamente a los socialistas enriquecidos.
- * **“TIEMPO”** informa con cierta imparcialidad de la implantación de la cultura del “pelotazo” entre los españoles.
- * **“CAMBIO 16”** se sorprende de que los españoles estén dispuestos a todo por dinero.
- * **“EPOCA”** critica severamente el enriquecimiento de personajes socialistas y señala a las fusiones bancarias como el gran “pelotazo” del periodo.

NOTAS

- (1) CASANOVA, Eugeni y MORA, Marimón : *Los "archiviers" desbancan a los "yuppies" de la cresta de la ola*, "Tiempo", Madrid, núm. 248, 19-10-87.
- (2) RITUERTO, Ricardo M.: *El "yuppy" británico, rico pero despreciado*, "El País", Madrid, 26-9-89.
- (3) PASTOR, Carmen Esther: *El ejecutivo español de los años 90*, "El Independiente", suplemento dominical, Madrid, 25-2-90.
- (4) MURPHY, Brauden: *El ocaso de los yuppies*, "Ya", Madrid, 3-1-91.
- (5) ESPARZA, José Javier: *De reyes del mundo a carne de diván*, "Ya", Madrid, 3-1-91.
- (6) DÍAZ HERRERA, José y TIJERAS, Ramón: *El dinero del poder*, Cambio 16, Madrid, 1991, pág. 14.
- (7) EKAIZER, Ernesto: *Banqueros de rapiña*, Plaza y Janés, Barcelona, 1994, págs. 11 y 12.
- (8) ONETO, José: *M C, retrato de una época* y ALGORRI, Luis y GORDON, Jordi: *El ocaso de los dioses*, "Tiempo", Madrid, núm. 656, 28-11-94.
- (9) CONDE, Mario: *El sistema*, Espasa Calpe, Madrid, 1994, pág. 11.

EL “REALITY SHOW”:
LA FUSIÓN DE GÉNEROS

Los "esplendores y miserias de la realidad" podrían constituir el lema de los programas audiovisuales clasificables bajo la rúbrica de "reality show", tal como señala Liliane Lattanzio ("Dossiers de L'Audiovisuel": núm. 55, 1994), para quien tales programas "no encajan en la tipología usual de los géneros. Mezclan la ficción, en forma de reconstrucciones, la información, en base a diversos hechos y, a veces, el entretenimiento debido a su dimensión de espectáculo". Añade esta autora -profesora de la Universidad de Keio, en Tokio- que en el "reality show" "la fusión o la confusión de los géneros y los cambios en las funciones y de los papeles de los 'actores' de la televisión (periodista, realizador, juez, psicólogo....) y del público (telespectador, actor-protagonista, 'sufridor'....) interesa tanto a los investigadores de los medios como a los sociólogos" (1).

Todos los tipos de medios informativos, y no sólo la televisión, se han ocupado frecuentemente de los sucesos y han intervenido igualmente en la gestión de los problemas sociales. Pero el "reality show" no es simplemente un programa de sucesos o de gestión de problemas sociales, sino que, en una de sus más frecuentes modalidades, incluye también la puesta en escena del planteamiento del problema, de una trama más o menos compleja para la investigación con distintas actuaciones y, a veces, de su resolución.

Debe tenerse en cuenta que el "reality show" es una denominación genérica que no debe circunscribirse a los sucesos o identificarse con investigaciones judiciales o, si se prefiere, puede considerarse como un "subgénero sin definir", tal como hace Juan Rodrigo ("El Mundo": abril, 1994) quien también señala que este subgénero admite diversos calificativos: "duros, blandos, rosas y hasta quirúrgicos". En España "el año 1993 -indica también Rodrigo- fue claramente el año de los "reality shows"; sobre todo de 'Quién sabe dónde' (TV1). El 24 de marzo fue el programa más visto del año con 9.082.700 espectadores: sólo lo superaron algunos momentos de los debates electorales González-Aznar. La telebasura era la reina de los audímetros. 'Cita con la vida' (Antena 3), 'La máquina de la verdad' (Tele 5) y 'Código uno' (también TV1), aparecían cada mes entre los más vistos" (2).

No debe considerarse que los "reality shows" son una exclusiva española ni un fenómeno que haya de circunscribirse al año 1993, pero si se intenta describir sintéticamente los contenidos de los medios informativos en función de los más predominantes en cada momento, no puede ignorarse la etapa del 'reality show' como significativa de un periodo. Una etapa que, además, quizá sirva como eslabón para engarzar dos tiempos caracterizados por unos contenidos informativos referidos a patologías de la sociedad como las que representan el auge y decadencia del "yuppismo" y el de la corrupción como importante clave de la política y de la economía.

Con remotos antecedentes en los años 50 ("You asked for it", emitida seis temporadas por la "ABC", a partir de 1952; "See it now", de la "CBS" en 1953; o programas de dramatización de procesos penales auténticos, como "They Stand Accused" de "Dumont"), los "reality shows" se desarrollan a partir de los últimos años 80 y, sobre todo, en los primeros años de la actual década, tal como puede comprobarse en la lista de programas, clasificada por países -y en la que se incorpora generalmente el dato de la fecha de comienzo de emisión- que se ofrece seguidamente, relación tomada de las fichas que incluye el núm. 55 de "Dossiers de L'Audiovisuel", dedicado monográficamente a este tema ("De la tele-verité au Reality Show") en la que puede comprobarse que existen muy pocos programas anteriores (destaca especialmente la antigüedad del programa alemán "Dossier Aktehnzeichen XY... ungelost" que se remonta a 1967):

ALEMANIA

"Dossier Aktenzeichen XY... ungelöst" (Dossier referencia XY... sin resolver ZDF, 1967; "Notruf" (Llamada de socorro) RTL Plus (Colonia), febrero 1992; "Auf Leben un Tod" (En la vida y la muerte) RTL Plus (Colonia), mayo 1992; "Bitte Lacheln" (Sonría, por favor) Tele 5 (desde octubre 1993 RTL2).

EE. UU.

"Unsolved Mysteries" (Misterios sin resolver) NBC, enero 1987; "On scene emergency response" (Primeros auxilios) Group W. junio 1989; "America's Most wanted" (Los americanos más buscados) Fox, febrero 1988; "Cops" (Policías) Fox 5, enero 1989; "Rescue 911" (Rescate 911) CBS, abril 1989; "Missing Reward" (Recompensa de búsqueda) Grupo W. septiembre 1989; "America's Funniest home video" (Los vídeos más divertidos de América) ABC, enero 1990; "America's most Funniest people" (Las personas más divertidas de América) ABC, enero 1990; "Top Cops" (Superpolicías) CBS, julio 1990; "Prime time Pets" (Hora punta de los animales domésticos) CBS, julio 1990; "Studs" (Ligones) Fox, abril 1991; "American detective" (Detective americano) ABC, mayo 1991; "Love Story" (Historia de amor) Domestic TV distribution, septiembre 1991.

FRANCIA

"La Glaive et la Balance" (La Espada y la Balanza) M6, marzo 1990; "En quête de vérité" (Búsqueda de la verdad) TF1, abril 1990; "Perdu de vue" (Perdido de vista) TF1, 1990; "La nuit des héros" (La noche de los héroes) France 2, septiembre 1991; "Défendez-vous" (Defiéndose) Antenne 2, septiembre 1991; "Urgences" (Urgencias) La Cinq, septiembre 1991; "L'Amour en danger" (El amor en peligro) TF1, octubre 1991; "Mea culpa", TF1, marzo 1992; "C'est mon histoire" (Esta es mi historia) FR3, marzo 1992; "La vie continue" (La vida continúa) TF1, marzo 1992; "Les marches de la gloirie" (Desfiles de gloria) TF1, septiembre 1992; "Bas les masques" (Bajo las caretas) France 2, septiembre 1992; "Mystères" (Misterios) TF1, noviembre 1992; "Témoin n° 1" (Testigo n° 1) TF1, marzo 1993; "Etat de choc" (Situación de conflicto) M6, 1993; "Cas de divorce" (Caso de divorcio) La Cinq, junio 1991.

ITALIA

"Forum" Canale 5, octubre 1985; "Un giorno in pretura" (Un día en el juzgado) RAI3, septiembre 1987; "Telefono Giallo" (Teléfono amarillo) RAI3 septiembre 1987; "Agenzia matrimoniale" (Agencia matrimonial) Canale 5, enero 1988; "Allarme in città" (Sirena de alarma en la ciudad) RAI3, enero 1988; "Io Confeso" (Yo confieso) RAI3, diciembre 1988; "Camice bianco" (Camisa blanca) RAI3, marzo 1989; "Chi l'ha visto?" (¿Quién la ha visto?) RAI3, abril 1989; "C'eravamo tanto amati" (Nos habíamos querido tanto) Rete quattro, octubre 1989; "I Racconti del 113" (Relatos del 113) (3) RAI3, octubre 1989; "Pronto Polizia" (Policía, dígame!) Italia 1, enero 1990; "Delitti irrisolti" (Delitos sin resolver) Canale 5, febrero 1990; "Linea Continua" (Línea permanente) Rete quattro, diciembre 1990.

JAPÓN

"Kunito to Toru no anta ga shuyaku" (Vd. es el héroe con Kunito y Toru) TV Asahi, octubre 1990; "Kato chan Ken chan" (Con Kato y Ken) TBS, enero 1986.

REINO UNIDO

"That's Life" (Es la vida) BBC, 1973; "Help Squad" (Brigada de socorro)/"Murder Squad" (Brigada Criminal) ITV; "True Crimes" (Auténticos crímenes) London Weekend Television (LWT); "Crimewatch" (Vigilancia del crimen) BBC1, junio 1984; "Jimmy's" ITV, septiembre 1987; "You have been framed" (Te han visto) Granada TV, enero 1991; "999 Police secours (999 Policía auxilio) BBC, junio 1992.

ESPAÑA

Por lo que respecta a España, cuyos programas no figuran incluidos en la lista de la publicación francesa "Dossiers de L'audiovisuel", como programas recientes susceptibles de considerarse integrados en la tipología de los "reality shows" pueden citarse "Confesiones" (Antena 3TV), "Cita con la vida", antes "De tú a tú", (Antena 3TV), "Lo que necesitas es amor" (Antena 3TV), "Al filo de la ley" (Antena 3TV), "La máquina de la verdad" (Tele 5), "Misterios sin resolver" (Tele 5), "La vida alrededor" (Tele 5), "¿Quién sabe dónde?" (TVE1), "Código Uno" (TVE1), "Luz roja" (TVE1), "Perdóname" (TVE1) y "Valor y coraje" (TVE1). Por lo que respecta a los canales autonómicos cabe citar "Sucedió en Madrid" de Telemadrid).

La larga lista de programas de otros países pone de manifiesto que los "reality shows" no son una exclusiva española, sino un fenómeno general, consecuencia de la comprobación, en las más diversas latitudes, de la existencia de un amplio segmento de público interesado por programas de este tipo. Luis Urbez ("Reseña": núm. 240, 1993) señala cómo "no sin cierta sorpresa, la cadena americana CNN constató en su día que había más público interesado en seguir en la pequeña pantalla el juicio por violación del sobrino de Kennedy, o el de Clarence Brown por hostigamiento sexual que por las noticias que llegaban de la Guerra del Golfo" (4).

La moda del "reality show" se impuso y en EE.UU. nacieron estaciones de TV "dedicadas exclusivamente a transmitir en directo juicios de divorcios o sobre asuntos escabrosos" tal como destaca el citado autor, quien con respecto a nuestro país afirma que "en muy poco tiempo las televisiones públicas y privadas se han aplicado también con todo ahinco a pescar en el río revuelto de los delitos sin resolver, de las desapariciones de personas, de las mentiras encubiertas y de cualquier tenebrosidad circulante", pero distingue entre programas "serios" y "aprovechados": "espacios de televisión planteados con la intención de cubrir lo que podríamos llamar un servicio social (ayudar en la búsqueda de personas o en la resolución de problemas pendientes) y los espacios teñidos de amarillismo más fuerte (que no pretenden otra cosa que rentabilizar en términos de audiencia la rara fascinación del delito o del sufrimiento)".

Como variante vistosa y representativa de los "reality shows" podría señalarse el tipo de programas que tiene su eje central en los sentimientos más íntimos, descrito gráficamente por José Luis Sánchez Noriega ("Reseña": núm. 248, 1994) como el caracterizado por la presencia "en directo" de gentes que van "al plató a hacer una declaración de amor, llorar por el hijo huido de casa, vociferar ante el enemigo más odiado o poner cara expiatoria para implorar perdón". Sánchez Noriega afirma que "la exhibición pública, aplaudida, en directo y reiterada, de sentimientos y pasiones, fomenta el morbo, o es moralina barata o es de Juzgado de guardia. Nadie se puede sustraer a los sentimientos y de ellos están fabricadas las mayores obras de arte, pero su publicitación en la pasarela resulta tan estúpida o más que la censura previa. La televisión transforma la realidad en cuanto la pone al alcance de millones de personas y, del mismo modo que la pornografía es tal por mostrar lo que debe quedar en

privado, estos programas usan (utilizan) y abusan de lo más íntimo que tiene el alma humana, haciendo de ello un espectáculo-entre anuncio y anuncio” (5).

En el semanario "Tiempo", Marisa Perales y Paloma Muñoz (núm. 573, 1993) publicaron un reportaje titulado "Tele-morbo, la nueva pasión de los españoles" (6) que recogía algunas opiniones significativas, como la de Pedro Almodóvar, -cuya película "Las uñas del asesino" se inspira en los "reality shows" -quien sostenía que este tipo de programas le daban "miedo" "porque la realidad se ha impuesto en la pequeña pantalla con un desprecio absoluto por el dolor. Va a llegar un momento -proseguía- en que los violadores van a necesitar un agente de prensa de lo solicitados que están"... Los propios conductores de algunos de estos programas expresaban en "Tiempo" sus reservas y formulaban algún tipo de autocríticas. "Para mí -manifestaba Francisco Lobatón, director de '¿Quién sabe dónde?'- la audiencia no puede justificar el ir por delante del respeto básico a las personas, el morbo como planteamiento me parece inaceptable. Admito que hemos podido equivocarnos". Y de forma similar se pronunciaba Nieves Herrero, presentadora del programa "Cita con la vida" (antes "De tú a tú"): "Mi intención no es la de provocar..., sino la de informar y estar cerca de la noticia. Admito que fue un gran error por mi parte ir a Alcácer y lo asumo".

Los semanarios de información general no sólo abordaron la temática del "reality show" para referirse a los programas de televisión que podían encuadrarse bajo tal rúbrica, sino que sus propios contenidos estuvieron también influidos por esa tendencia y, desde las limitaciones impuestas por tratarse de medios escritos, incluyeron trabajos en línea con los programas televisivos. Incluimos algunas de las portadas más significativas relativas a esta tendencia informativa.

TEMAS PREDOMINANTES

“REALITY SHOW”

CAMBIO 16

“Droga: la prohibición mata”

(núm. 1066, 27.4.92)

“La ministra recomienda masturbación”

(núm. 1092, 28.10.92)

“Libertad sexual en los cuarteles españoles. Mitad gay, mitad soldado”

(núm. 1108, 15.2.93)

“Sexo. Nuevos hábitos amorosos”

(núm. 1112, 15.3.93)

“Eutanasia. Quiero morir”

(núm. 1117, 19.9.93)

“Sin límite. Jóvenes del alcohol y violencia”

(núm. 1119, 03.5.93)

“Amar a los quince”

(núm. 1122, 24.5.93)

“Verano caliente”

(núm. 1127, 28.6.93)

TEMAS PREDOMINANTES

“REALITY SHOW”

CAMBIO 16

“España mata menos”

(núm. 1130, 19.7.93)

“Sexo ¿Izquierdas o derechas?”

(núm. 1132, 02.8.93)

“El cuerpo”

(núm. 1134, 16.8.93)

“Secuestro. Sociedad Anónima”

(núm. 1135, 23.8.93)

“El sexo según Juan Pablo II”

(núm. 1144, 25.10.93)

“Niños asesinos”

(núm. 1148, 22. 10.93)

TEMAS PREDOMINANTES

“REALITY SHOW”

TIEMPO

"El tele-ligue, las nuevas parejas cuentan sus experiencias"

(núm. 528, 15.06.92)

"Las confesiones de un asesino. El sumario de las niñas de Alcácer"

(núm. 565, 01.03.93)

"Niñas víctimas del sexo. La siniestra historia del Duque de Feria. Los amores prohibidos de la alumna y el profesor"

(núm. 567, 15.03.93)

"El misterio de las mujeres desaparecidas. Anabel Segura, La farmacéutica de Olot, La chica del psiquiátrico de la Foz del Pi..."

(núm. 590, 23.08.93)

"El largo calvario de la Duquesa de Feria. Vicios y andanzas de las 'ovejas negras' de la aristocracia"

(núm. 618, 07.03.94)

TEMAS PREDOMINANTES

“REALITY SHOW”

ÉPOCA

“El negocio del teléfono erótico”

(núm. 380, 08.7.92)

“El verano del hombre objeto”

(núm. 390, 17.8.92)

“España, fábrica del porno”

(núm. 398, 12.10.92)

“El quinto jinete (La larga lista de famosos víctimas del SIDA)”

(núm. 401, 02.11.92)

“La telebasura”

(núm. 427, 03.5.93)

“El gran negocio del ocultismo”

(núm. 435, 28.6.93)

“Animadoras del verano”

(núm. 443, 23.8.93)

“El desnudo como reclamo”

(núm. 449, 04.10.93)

“Los secretos de la máquina de la verdad”

(núm. 454, 08.11.93)

TEMAS PREDOMINANTES

“REALITY SHOW”

TRIBUNA

“El drama de las mujeres de plástico”

(núm. 195, 13.1.92)

“La verdad sobre la salud de Bosé”

(núm. 234, 12.9.92)

“Clamor de venganza. Alarma social por el triple crimen de Alcácer”

(núm. 250, 01.2.93)

“Seducción de menores (Duque de Feria)”

(núm. 255, 08.3.93)

“Las locuras de los españoles. Uno de cada cinco españoles sufre trastornos mentales”

(núm. 257, 22.3.93)

TEMAS PREDOMINANTES

“REALITY SHOW”

INTERVIU

"Hijo, yo soy el hombre que buscas'. Un joven checo encuentra a su padre en España"

(núm. 820, 16.01.92)

"Los novios desaparecidos en Madrid, presos en Ecuador"

(núm. 821, 23.01.92)

"Murcia: María del Pilar, diez años en una jaula"

(núm. 825, 20.02.92)

"El ordenador, la última esperanza para encontrar niños perdidos"

(núm. 841, 11.06.92)

"Víctimas del desamor: las separaciones conyugales que convierten a los hijos en arma arrojadiza"

(núm. 843, 25.06.92)

"Todo sobre la niña violada y asesinada en Villalba"

(núm. 856, 24.09.92)

"Todo sobre el triple crimen: habla la madre del asesino de las niñas de Alcáser"

(núm. 875, 04.02.93)

"Todo sobre la fuga del profesor y su alumna de doce años"

(núm. 879, 04.03.93)

TEMAS PREDOMINANTES

“REALITY SHOW”

INTERVIU

"Dos hermanas se reencuentran medio siglo después de la separación"

(núm. 889, 03.06.93)

"Marcelo volvió a casa trece años después: tenía cuatro años cuando fue adoptado por una familia de Barcelona"

(núm. 914, 04.11.93)

ABRIR CONTINUACIÓN EL “PELOTAZO”...1ª PARTE 