

MILENIO.COM

¿El diario impreso ya no es rentable?



GABRIEL TORRES ESPINOZA
28/03/16 4:24 AM

gabtorre@hotmail.com

El pasado sábado 26 de marzo, uno de los diarios británicos más importantes, *The Independent*—creado en 1986—, publicó su última edición impresa con el encabezado "Stop Press" [Paren las Rotativas]. Evgeny Lebedev, dueño de este periódico, señaló "Nosotros también tenemos que cambiar y adaptarnos a las nuevas tecnologías y hábitos", para así cerrar la historia impresa de este diario y apuntalar su versión digital. El estrepitoso desplome de las ventas impresas de este periódico fue, sin lugar a dudas, el factor determinante para tomar esta decisión: mientras que en los 90 llegó a vender más de 400 mil ejemplares diarios, para 2015 vendió sólo 40 mil, esto es, tan sólo una décima parte de lo antes alcanzado. No obstante, la caída sostenida en el número de periódicos vendidos es un problema que aqueja cada vez más y con mayor agudeza a la prensa escrita en todo el orbe: en España, por ejemplo, el tiraje de los diarios más importantes cayó en un 12 por ciento en 2015 respecto del año anterior. Algunos se preguntarán, ¿El periodismo está en crisis? No, rotundamente. Lo que está en crisis es el modelo para informar. Como atinadamente sostiene el especialista en medios de comunicación, Carlos Scolari, "se hace cada vez más difícil pensar que la información nos debe llegar en enormes hojas de papel impreso 12 o 24 horas después de que ocurrieron los acontecimientos." Más aún, contrario a lo que pudiera pensarse, el periodismo vive su mayor apogeo en un contexto en donde las sociedades son con mayor definición de la información y el conocimiento, y donde estos representan el principal activo del mundo.

Ahora bien, el paso del diario impreso al diario digital es un fenómeno incipiente que registra un peculiar comportamiento en países con una amplia penetración social de la conectividad a Internet. Al respecto, debe decirse que *The Independent* no es el único diario en este tenor, el diario *Público*, de España, *La Tribune* y *France Soir*, de Francia, y el *Christian Science Monitor*, prestigioso diario centenario de los Estados Unidos (EU), ya han tomado esta ruta. Todos estos países tienen altísimos porcentajes de hogares con acceso a Internet: Inglaterra 87 por ciento, Francia 80 por ciento, EU 72 por ciento y España con un 70 por ciento de hogares con Internet, mientras que en México el número apenas rebasa el 34 por ciento (INEGI: 2015). La avidez por la información crece pero se nutre por otros medios [digitales], por ello, la inversión publicitaria en prensa escrita ha decrecido en todo el Mundo [para crecer la hecha en Internet]: "los ingresos publicitarios obtenidos por los diarios en su versión papel cayeron en un 64 por ciento en los últimos diez años", según Pew Research Center. Al respecto, la agencia financiera Standard and Poor's concluyó que "en los próximos tres, cuatro años, podría verificarse que el modelo económico del diario impreso ya no es rentable"...

gabtorre@hotmail.com