

Prensa Escrita

Escrito por laurie - 17/11/2010 12:44

Carles Flo.

Prensa escrita: Juan García, y un montón de entendidos, ha explicado en el transcurso de la semana que la prensa escrita en papel está viviendo sus últimos años. Es muy posible, pero yo no lo creo. Sólo morirá si los editores quieren que muera y, hoy por hoy, parece que hagan todo lo posible para que así sea.

Dos ejemplos que confluyen en uno solo. ¿Saben ustedes cuantos ejemplares regalaron en 2009 los ocho diarios de mayor tirada del Estado español (ABC, El Correo Español, El Mundo, El País, El Periódico, La Razón, La Vanguardia, La Voz de Galicia)? Pues la bonita cifra de 130 millones. Sí, es correcta. Ciento treinta millones de ejemplares. Y eso sólo entre ocho diarios; calculen todo lo demás.

El segundo ejemplo: saben ustedes cuál es el sector que más enfrentado está con su canal de distribución? La Prensa escrita en papel.

¿Se imaginan la Coca Cola, o Bimbo, o Panrico (ahora que han fichado a César Bardaji es posible que lo consiga), enfrentados con sus canales de distribución? Impensable. Pues el sector prensa está enfrentado a su canal, los kioskeros. Y en vez de dar facilidades no hace otra cosa que ponerle palos en las ruedas.

¿Porqué tengo que comprar un periódico si lo tengo gratis a 100 metros del punto de venta? Sólo los dos diarios de Cataluña citados en la lista de los 8 primeros del Estado, regalaron diariamente 91.873 ejemplares en septiembre de este 2010. Dos millones setecientos cincuenta y seis mil diarios al mes. Más de 33 millones de ejemplares al año.

Resulta lógico pues que el canal de distribución esté en contra de los editores. Y todo ello sin hablar de la "trabajo" que hacen las distribuidoras. De esto hablaremos otro día.

http://www.economiadigital.es/es/notices/2010/11/tres_temas_tres_14974.php

=====

Re: Prensa Escrita

Escrito por laurie - 17/11/2010 12:52

ademas tenemos otro artículo de Juan García.

13/11/2010 21:34

El debate sobre el futuro de la prensa a raíz de la emergencia de los medios digitales y las redes sociales es hoy un debate vivo en nuestra sociedad. Prácticamente no pasa un día sin que nos encontremos con algún informe de futuro más o menos serio, más o menos interesado, más o menos oportunista.

Esta semana, nosotros mismos nos hacíamos eco del análisis de una consultora norteamericana, Future Exploration Network, donde se ponía fecha de caducidad a la prensa escrita en sus formatos actuales por países o regiones del mundo.

Debo decir que este tipo de previsiones las suelo tomar con muchísima precaución. Si ya resulta difícil entender lo que está ocurriendo en el presente, deducir lo que nos puede deparar el futuro, aunque sea cercano, me parece una aventura. Otra cosa es reconocer que si la fuente del trabajo es solvente puede aportar indicios que sería idiota no tener en consideración.

Más allá de estos dossiers futuristas están los datos. Y la propia Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) viene recogiendo sistemáticamente en su Observatorio ese declive de la prensa escrita tanto en ejemplares vendidos como en ingresos publicitarios.

En el cuadro se observa en las cifras de septiembre referidas a los cinco mayores diarios españoles como, salvo La Vanguardia, las ventas les han caído fuertemente a todos ellos. Si nos vamos a los diarios económicos, el panorama es desolador: Expansión tira 37.505 ejemplares, aunque sólo vende 28.000; Cinco Días y El Economista se han convertido en diarios semigratuitos, en los que las ventas son casi testimoniales.

Con una caída tan importante de las ventas, los ingresos por publicidad sólo podrían correr una suerte parecida. En la tabla donde se muestran los ingresos de El País, El Mundo, La Vanguardia, ABC, El Periódico y La Razón, los descensos entre 2008 y 2006 son generalizados y de una cierta consistencia. Y les aseguro que en 2009 y 2010 la situación no ha mejorado.

Desde la perspectiva de una empresa como la nuestra que edita, entre otros productos, un medio digital, ese declive nos parece incontestable, y cada vez a una mayor velocidad, pero no tenemos tampoco interés en predecir ninguna catástrofe. Estamos convencidos de que el modelo de la prensa escrita tal y como está concebido actualmente no tiene futuro y de que los cambios se producirán a un ritmo que sorprenderá a propios y extraños, y que de esos cambios ira naciendo un nuevo escenario en el que la información digital será preeminente.

No hay hoy prácticamente nadie que honestamente niegue esa evolución. No lo hace, por ejemplo, José Manuel Lara que afirmaba hace poco que él era un firme convencido del futuro de la prensa escrita, pero que reconocía que no sabía cuál sería ese futuro. Bueno, es una forma de decirlo. Más recientemente, era Bieito Rubio, flamante director del ABC quien pronosticaba que en el futuro solo sobrevivirían dos grupos de comunicación en España, uno de centro-derecha, seguramente pensaba en el suyo, y otro de centro izquierda. El director de ABC hacía estas afirmaciones convencido de que en España “existe una clarísima burbuja mediática”. Y de burbujas, en este país, desgraciadamente empezamos a tener un amplio conocimiento.

En esta situación, resulta como poco algo hipócrita la respuesta que los propios actores y los respectivos gobiernos pretenden ofrecer a la crisis del sector. Unos y otros parecen haber decidido que mientras caiga del cielo la solución, lo mejor es ir recibiendo ayudas públicas, que esas les cuestan poco dinero a los tradicionales grupos de comunicación y les dan votos, supuestamente, a los responsables políticos.

Desde la AEDE no paran de darle vueltas a cómo vestir esa vergonzosa petición de ayudas: que si dar dinero por ejemplares vendidos, que si rebajar el IVA, que si alguna que otra ventaja fiscal, que si aumentar las subvenciones... No deja de resultar tristemente curioso como en Catalunya, el gobierno que entró diciendo que iba a acabar con el volumen y discrecionalidad de subvenciones públicas que recibían los grandes medios de comunicación del país ha acabado sucumbiendo y, en dirección contraria a lo prometido, mejorándoles sus cuantiosos favores.

La crisis económica, y no la propia del sector, parece hoy la única esperanza de que ese estado de

cosas entre en una línea de racionalidad. Al final todas las burbujas acaban pinchando, incluso las que concitan tantos intereses como los que mueven a complicidad a algunos medios y los diferentes gobiernos.

http://www.economiadigital.es/es/notices/2010/11/el_problema_de_la_prensa_escrita_14898.php

=====

Re: Prensa Escrita

Escrito por BANDOLERA - 17/11/2010 12:55

laurie escribió:

Carles Flo.

Prensa escrita: Juan García, y un montón de entendidos, ha explicado en el transcurso de la semana que la prensa escrita en papel está viviendo sus últimos años. Es muy posible, pero yo no lo creo. Sólo morirá si los editores quieren que muera y, hoy por hoy, parece que hagan todo lo posible para que así sea.

Dos ejemplos que confluyen en uno solo. ¿Saben ustedes cuantos ejemplares regalaron en 2009 los ocho diarios de mayor tirada del Estado español (ABC, El Correo Español, El Mundo, El País, El Periódico, La Razón, La Vanguardia, La Voz de Galicia)? Pues la bonita cifra de 130 millones. Sí, es correcta. Ciento treinta millones de ejemplares. Y eso sólo entre ocho diarios; calculen todo lo demás.

El segundo ejemplo: saben ustedes cuál es el sector que más enfrentado está con su canal de distribución? La Prensa escrita en papel.

¿Se imaginan la Coca Cola, o Bimbo, o Panrico (ahora que han fichado a César Bardaji es posible que lo consiga), enfrentados con sus canales de distribución? Impensable. Pues el sector prensa está enfrentado a su canal, los kioskeros. Y en vez de dar facilidades no hace otra cosa que ponerle palos en las ruedas.

¿Porqué tengo que comprar un periódico si lo tengo gratis a 100 metros del punto de venta? Sólo los dos diarios de Cataluña citados en la lista de los 8 primeros del Estado, regalaron diariamente 91.873 ejemplares en septiembre de este 2010. Dos millones setecientos cincuenta y seis mil diarios al mes. Más de 33 millones de ejemplares al año.

Resulta lógico pues que el canal de distribución esté en contra de los editores. Y todo ello sin hablar de la "trabajo" que hacen las distribuidoras. De esto hablaremos otro día.

http://www.economiadigital.es/es/notices/2010/11/tres_temas_tres_14974.php

Bonita información.

Y del todo de acuerdo con tus conclusiones, más de uno de mis rollos anda por ahí metido en comentarios a las columnas.

¡¡Pero de acuerdo de acuerdo!!!!

=====

Re: Prensa Escrita

Escrito por QuioscVerd - 17/11/2010 14:47

Pues, si son 130 millones de diarios al año, al precio de 1,20 € y el 20% de comisión, resulta que los quioscos españoles han dejado de ingresar 31,2 millones de euros.

Muy bonito lo que hacen esos magnates*.

Magnate: 1. m. Personaje muy ilustre y principal por su cargo y poder.

=====

Re: Prensa Escrita

Escrito por BANDOLERA - 17/11/2010 17:05

QuioscVerd escribió:

Pues, si son 130 millones de diarios al año, al precio de 1,20 € y el 20% de comisión, resulta que los quioscos españoles han dejado de ingresar 31,2 millones de euros.

Muy bonito lo que hacen esos magnates*.

Magnate: 1. m. Personaje muy ilustre y principal por su cargo y poder.

¡Eso, Jaume, que no se lea equivocadamente "mangante"!!

=====

Re: Prensa Escrita

Escrito por PACOSKODA - 18/11/2010 13:13

Por si no habéis tenido la suerte de leer el artículo de Pérez Reverte en el suplemento dominical del grupo Vocento.

http://xlsemanal.finanzas.com/web/firma.php?id_edicion=5807&id_firma=12130

Creo que vamos a pasar una temporada mala con el asunto de los E-books, pero como la juventud, se pasará con el tiempo.

Al igual de don Miguel de Unamuno yo solo sé leer en la cama y sería una pena estropear un aparatito tan caro con un golpe de mi dura cabeza.

Nos vemos en los bares.

Paco Sánchez

=====