

Los otros dos sensacionalistas, el **Daily Star**, creado 1978, y el **Morning Star**, en 1966, están cada día más a la baja en circulación, pero ciertamente más caídos en credibilidad comparados con los periódicos serios:

**The Daily Telegraph**, de 1855; **Financial Times**, de 1888; **The Times**, de 1785; y **The Guardian**, de 1821, son los que representan la seriedad, pero sus tirajes son del orden de los 800 mil y los 200 mil.

Recientemente, el 8 de febrero de 1996, un plan del gobierno inglés permitió que una misma empresa tenga un diario y una estación de televisión.

De modo que la editorial británica Unite News & Media PLC acordó fusionarse con MAI PLC, también del Reino Unido para crear una empresa con un valor de mercado de unos 4.500 millones de dólares.

La nueva firma sumaría a las propiedades de la United el canal de televisión y los servicios financieros de MAI. Esto incluye a los periódicos **Daily Express**, **Sunday Express** y **Daily Star**.

La transacción muestra que Europa sigue los pasos de EE.UU., en la tendencia hacia la consolidación de empresas de medios de comunicación. Y coincide precisamente con los avances hacia una nueva ley de comunicaciones en el gobierno de Bill Clinton; avances que condujeron a una racha de grandes fusiones en Norteamérica.

La nueva ley de medios de comunicación en el Reino Unido para permitir a una misma empresa poseer un periódico y un canal de televisión contempla medidas para evitar que una firma controle el 15 por ciento del mercado de TV en ese país.

Por otra parte, las leyes antimonopólicas dificultarán que una empresa controle más del 25 por ciento del mercado publicitario de TV.

Recuérdese que Inglaterra ha sido el primer país de Europa donde se ha difundido masivamente la radio y la televisión. Existen 39 millones de aparatos receptores de radio, 700 por cada mil habitantes. Y 19 millones de aparatos de televisión, es decir, 330 por cada mil habitantes.

La prensa, por tanto, resiente una fuerte competencia de estos medios electrónicos, pero de cualquier manera las publicaciones circulan, debido también al clima gélido y neblinoso la mayor parte del año, lo que hace recluirse a los británicos en sus hogares a leer, aunque sea frivolidades y sensacionalismo.

## FRANCIA

El 7 de agosto de 1989 murió Hubert Beuve-Mery, el obstinadamente independiente fundador de **Le Monde**, el periódico más respetado de Francia, y su editor durante un cuarto de siglo.

Era domingo. Y Fontainebleau, muy cerca de París, se entristeció con la pérdida de este hombre de 87 años.

Beuve-Mery, probablemente el periodista más importante de la era de posguerra en Francia, acuñó una fórmula inolvidable: "La radio anuncia el acontecimiento, la televisión lo muestra, la prensa lo explica".

Fundó **Le Monde** el 19 de diciembre de 1944, después de la liberación de Francia, cuando el general Charles de Gaulle lo escogió para que empezara y dirigiera un periódico de registro en asuntos internacionales y domésticos.

Para el tiempo de su retiro en 1969, él había hecho de **Le Monde** uno de los periódicos más importantes del mundo, respetado por la profundidad y la amplitud de su cobertura de los asuntos internacionales.

Desde el principio, **Le Monde** reflejó la personalidad de su fundador: altamente ilustrado, a la izquierda del centro y ferozmente independiente.

"Sin él, sin lo que él fue, **Le Monde** nunca hubiera sido lo que es hoy en día", dijo Jacques Fauvet, quien le sucedió como editor. "El tenía al mismo tiempo un gran sentido de la independencia de opinión y autoridad moral".

Al morir Hubert Beuve-Mery, el diario tenía un tiraje de 486 mil ejemplares.

Y cuánta razón tuvieron quienes atribuían su éxito a la presencia de su fundador, aunque fuera en el retiro.

Ahora, su nuevo director Jean Marie Colombani tuvo que vender la sede histórica en el centro de París. Desde hace cuatro años (a partir de 1992) se fue a la periferia.

Y en dos años perdió más de cien millones de francos.

Solamente en 1995 la pérdida ascendió a 17 millones y en 1996 los cálculos andaban alrededor de 25 millones.

**Le Monde Diplomatique**, aparecido en 1952 cada mes, vende 180 mil ejemplares y muchos lectores creen que refleja mejor el espíritu de Beuve-Mery y lo prefieren sobre el tradicional **Le Monde**.

No obstante, así como la crisis ha arrinconado a **Le Monde**, igualmente ha sido devastadora con otros medios impresos en Francia, pues un solo dato es revelador: los diarios nacionales en 1946 vendían 5.9 millones de ejemplares; en cambio hoy venden apenas 2.6.

La pérdida de publicidad, obviamente, ha venido aparejada con la caída del 55 por ciento de la circulación.

Para decirlo en forma llana: los franceses leen dos veces menos que los británicos o alemanes y cuatro veces menos que los suizos.

Francia ocupa el lugar 23 del rango mundial en lectura de periódicos y sus diarios figuran entre los más caros. **Le Monde** vale 7 francos el ejemplar y **France Soir**, 5 francos, mientras que **The Times** de Londres, por

ejemplo, se vende al equivalente de 2.40 francos franceses y **The Sun**, 2 francos.

Solamente en Alemania el **Frankfurter** tiene un precio equivalente a 6.80 francos franceses, pero el **Bild** no pasa de 2.70 francos.

Y en Italia **La Repubblica** así como **Il Corriere** se venden en liras a lo que vendrían a ser 4.65 francos franceses.

Por eso mismo Francia no tiene diarios con circulaciones superiores al medio millón, pues **Le Parisien** es el de mayor tiraje con 445 mil ejemplares, quizá por su precio de 3.70 francos, que es casi la mitad de lo que cuesta **Le Monde**, cuyo tiraje es de 370 mil.

**France Soir** edita 190 mil y **Le Figaro**, 50 mil, igual que **Info-Matin**, que en dos años perdió 150 millones de francos.

Mal está **L'Humanité** y muerto **Le Quotidien** de París, lo mismo que **Le Matin de Paris**, que duró diez años en el mercado.

**Libération**, diario histórico de ultraizquierda que nació como cooperativa, ha obligado a su director-fundador Serge July, ahora de 51 años, a revolucionar en 1995 el diario gráficamente.

Pero a pesar de que vende 170 mil ejemplares, ha visto descender su número de lectores en un 6 % paulatinamente, y sus pérdidas de 30 mil millones le quitaron ya el carácter de cooperativa.

Otro panorama viven en 1996 los diarios de provincia, ya que se han fortalecido regionalmente y tienen menos problemas que los de la capital.

**Ouest-France** vende 766 mil ejemplares; **Nice Matin**, 242 mil y **La République du centre**, 57 mil.

Francia tiene una población de 55 millones de habitantes, 5 de ellos concentrados en París. La superficie total del país es de 551,670 kilómetros cuadrados y su índice de alfabetización es de 97 por ciento.

Tiene 34 estaciones de radio, pero 3,135 estaciones de televisión, siendo **Canal Plus** la primera cadena de TV privada, que funciona desde noviembre de 1984 y es una de las más importantes en la actualidad. Los grupos de prensa francesa **Hersant** y **Hachette**, entre otros, gozan de buen renombre.

## ALEMANIA

Alemania, después de su unificación, es la que ostenta, hoy por hoy, balances opulentos en su prensa periódica, igual que toda su economía.

En el cuarto trimestre de 1995 la media del número de diarios vendidos por día, incluidos los dominicales, se situaba en 30,23 millones de ejemplares, o sea ha descendido en 0,3 millones.

El Instituto de Información sobre la Difusión de Medios (IVW), de Bonn, dio a conocer que en quioscos se venden 10,72 millones, equivalentes a 0,5 menos, mientras que las suscripciones aumentaron 0,2 millones, situándose en 19,1 millones.

En comparación con el año de 1994 los diarios han perdido 0,25 millones de ejemplares vendidos por día, pero la publicidad sigue firme en sus páginas.

El caso más sorprendente en este declive de circulación fue el del **Die Welt**, conservador del grupo Springer, que vendía 260 mil ejemplares cuando estaba en Hamburgo, pero al cambiar su sede a Berlín, perdió 60 mil de golpe, de acuerdo con informes de su presidente del consejo de administración, Bernhard Servatus.

Pero el grupo Springer es sólido y se compensa con la edición del **Bild**, que es el más vendido de Europa con más de 4.5 millones diarios.

Le sigue el **Süddeutsche Zeitung**, de Munich, con 402 mil 608 ejemplares de lunes a viernes y 600 mil cada fin de semana. Su director Dietrich Shroder comentó hace poco que sus 240 redactores son de los mejor preparados en periodismo.

El **Frankfurter Allgemeine Zeitung** tiene prestigio y proyección en los medios internacionales y a pesar de que su tiraje es de 390 mil 586 en este año del 96, junto con el **Die Welt**, el **Bild** y el **Süddeutsche Zeitung**, les queda la honra de ser los únicos en tener una circulación nacional garantizada.

Este último se edita en Munich y ostenta un tiraje de 310 ejemplares.

El **Frankfurter Rundschau** tira 186 mil 694 ejemplares certificados en 1996.

Como se puede apreciar, los periódicos de la antigua Alemania Oriental no sobresalen en esta época, ya que por mucho tiempo su rol no fue la información de los sucesos diarios, sino la conformación de la opinión pública en base a los intereses y metas del Partido Comunista, SED, que era el que dictaba todas las directrices de la vida económica y social.

El **Berliner Zeitung**, tras la ocupación soviética en 1945 (el 15 de mayo), fue muy pronto un diario bajo control de las autoridades municipales, por lo cual el diario nacional más importante aun en 1986 era el **Neues Deutschland**, desde 1946, bajo control soviético.

Con la fusión de las dos Alemanias y el capitalismo imperante, la prensa de las principales ciudades occidentales cubre los ahora 356 mil 902 kilómetros cuadrados de territorio, con casi 80 millones de habitantes y un índice de alfabetización del 99 por ciento.

## ITALIA

Las tres ocasiones en que yo viajé a Italia con ánimo de conocer su prensa y, especialmente, la estructura de su televisión, conté con la ayuda de Héctor Hugo Jiménez, entonces corresponsal de Notimex, con sede en Roma, así como con la guía de Valentina Alazraki, la periodista de Televisa México que tanta fama ha adquirido por su cobertura de El Vaticano y sus desplazamientos a donde acude el Papa Juan Pablo II.

Pues bien, el país de la bota, con una superficie de 301 mil 217 kilómetros cuadrados y una población de alrededor de 60 millones de habitantes y un índice de alfabetización del 95 por ciento, sobresale por el hecho de que en sus periódicos aparece diariamente el número de ejemplares vendidos, con certificación legal.

En 1993, diarios en mano, empecé a comprobar que Italia tiene un bajo índice de lectura por cada cien habitantes a pesar de la presentación de medios impresos frente a las grandes potencias, pues les ha afectado la crisis económica en que se han visto envueltos y las sacudidas políticas propias de esa nación tan convulsiva.

**La Repubblica** es el líder con 700 mil ejemplares, **Il Corriere della Sera**, de Milán, está inmediatamente después con 650 mil y **La Stampa** de Turín, con 600 mil.

**La Voce**, de Milán, tira 500 mil y abajo están **Il Messaggero** e **Il Tempo**, con 300 y 250 mil.

Pero en lo que respecta a prensa deportiva, Italia cuenta con dos muestras representativas de éxito en **La Gazzetta dello Sport**, con 550 mil ejemplares, y **Corriere dello Sport**, con 450 mil.

Otra característica evidente es la politización manifiesta en la prensa periódica.

Y si los observadores antes hablaban de los diarios de izquierda, de centro, así como de centro-izquierda o de centro-derecha, hoy en día dicen que están vinculados a las principales corrientes o tendencias representativas de los partidos y a los intereses que los identifican.

Pero lo que también es innegable periodísticamente hablando, es el nivel de calidad del diarismo, pues su estilo y sus contenidos de opinión, alcanzan un buen nivel profesional y literario.

Intelectuales y escritores, como Alberto Moravia y Umberto Eco, son de los más representativos últimamente.

Héctor Hugo Jiménez, no sólo periodista de Notimex durante más de tres años en Roma, sino estudioso de la prensa por su formación académica como licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autó-

noma de Nuevo León (México), no deja de reconocer el aprendizaje que le dejaron las publicaciones con las que siempre estuvo en contacto.

Yo recuerdo los días en que me hospedé en su departamento cómo lo veía salir cada mañana a comprar kilos de papel para enterarse de los sucesos diarios y para disfrutar el formato y textos de las publicaciones italianas.

Pero también constaté el significado que la televisión tiene para todos en aquel país.

El "caso italiano" es especial cuando hay que referirse a la televisión y su revolución comunicacional.

La **RAI (Radio Audizioni Italia)**, sometida a cambios y reformas a partir de 1970, se tomó como ejemplo en el mundo de cómo desarrollar este medio tan importante, al margen del control del gobierno, desarrollando nuevas formas de radiodifusión.

En Italia hay más de 3000 emisoras de radio y una cifra por encima de las quinientas de televisión que operan en niveles regionales o locales. Y la figura indiscutible, aunque controvertida, ha sido Silvio Berlusconi, que nos recuerda mucho a los mexicanos a Emilio Azcárraga Milmo.

## ESPAÑA

Respecto a la prensa de España, abundan los datos que señalan su profunda transformación en los últimos años, principalmente a partir de 1975, con la muerte de Francisco Franco y la nueva sociedad democrática.

Tras la derrota de Felipe González a manos de José María Aznar en 1996, me propuse allegarme información de primera mano en Madrid y tuve la fortuna, en el mes de marzo, de convivir con algunos representantes de medios de comunicación españoles y con Sanjuana Martínez, corresponsal de la revista **Proceso** (de México).

También acudí a la Universidad Complutense a charlar con el profesor José Luis Martínez Albertos, titular de Periodismo I y conocedor de la situación de la prensa y de las carreras de ciencias de la información.

De la mano de María de Jesús Avila y de Miguel Angel Valdés Contle, busqué, donde pude, todo aquello que me ilustrara sobre el tema.

Es que los mexicanos no podemos dejar de lado el periodismo español, por nuestros orígenes y por los lazos entrañables que nos unen, con todo y que no es de los más importantes en Europa.

Es el que se habla y se escribe en nuestro idioma y con eso es suficiente para identificarse, además de que no deja de tener sus características muy particulares.

Hasta abril de 1984, la prensa española se había caracterizado por ser un sistema mixto, en el cual coexistían dos grandes sectores, diferenciados por la titularidad de la propiedad: la prensa privada y la prensa de Estado (denominada Medios de Comunicación Social del Estado, MCSE).

En 1980, eran 74 empresas las que editaban 82 diarios, de los cuales tan sólo 16 habían aparecido después del restablecimiento de la monarquía parlamentaria.

Tras algunos cierres ocurridos entre 1975 y 1980, los diarios de titularidad estatal comprendían en estas mismas fechas, 28 títulos, patrimonio de la antigua Cadena de Prensa del Movimiento, principal aparato de propaganda escrita del anterior régimen político.

En 1984, por disposición gubernamental, se puso fin a un largo período durante el cual el Estado detentó la titularidad de empresas periodísticas.

En 1986, los 120 periódicos que aparecían diariamente en toda España pertenecían ya a empresas privadas, con una circulación inferior a 3 millones 500 mil ejemplares.

Ahora, los grupos de prensa tan de moda en el mundo, son una realidad en esta nación, controlando más del 50 por ciento de la difusión diaria de periódicos.

También hay que destacar la tendencia a la centralización geográfica, pues Madrid y Barcelona dominan en este terreno, y los tirajes de sus publicaciones rebasan el 52 por ciento de la difusión total controlada.

Otra característica es el descenso en el número de lectores de la prensa diaria, y el aumento en el número de lectores de la llamada "prensa del corazón" y que se refiere a las revistas de frivolidades y espectáculos, que hurtan en la vida personal e íntima de las celebridades.

**El País**, surgido en los albores del nuevo régimen, tuvo un largo período de gestación -desde 1971-, hasta que vio la luz primera el 4 de mayo de 1976.

En septiembre de 1975, dos meses antes de la muerte de Francisco Franco, le fue concedido el permiso de salida, después de cientos de batallas políticas y administrativas.

José Ortega Spottorno, hijo del filósofo José Ortega y Gasset, fue uno de los principales fundadores de **El País** y presidente hasta junio de 1984 de su empresa editora PRISA. Juan Luis Cebrián, a sus 31 años de edad, fue el primer director editorial.

Pronto este diario se constituyó en el más influyente de España, apoderándose de inmediato del liderazgo en circulación, con 500 mil ejemplares, debido a que supo reflejar las aspiraciones de la España democrática.

Es un periódico liberal, socialmente solidario, europeo y atento a las transformaciones que hoy se operan en la sociedad occidental.

De formato tabloide, ha concedido especial importancia al lenguaje icónico, consiguiendo una presentación visual de fácil lectura, sin que su contenido deje de tener una permanente evolución, con suplementos o secciones especiales.

**El País** llegó con buena estrella a convertirse en el "intelectual colectivo" por antonomasia de la España postfranquista.

A su vez, **La Vanguardia** ha tenido que seguir conformándose con ser el mejor competidor de **El País**, cuando éste empezó a elevar poco a poco su tiraje diario.

**La Vanguardia**, fundado desde 1881, pertenece a la familia Godó, de Barcelona, uno de los grupos editoriales más importantes de España.

No ha dejado de ser uno de los más influyentes del país, aun cuando su circulación está en segundo lugar, con alrededor de 250 mil ejemplares, en formato **sábana**.

Tiene un gran prestigio internacional y últimamente se ha visto en la necesidad de enfatizar su información sobre Cataluña, pues la aparición de **El Periódico** en Barcelona le representó un acicate más en la competencia por los lectores de la región.

**El Periódico de Catalunya** ha mantenido un fuerte empuje desde 1982 y aunque no lleva mucho tiempo en el mercado, su futuro es prometedor.

El **ABC** de Madrid, fundado a principios de siglo por don Torcuato Luca de Tena, inició como semanario en 1903 y en junio de 1905 se convirtió en diario, con el formato tabloide a tres columnas, como si fuera suplemento de los tradicionales periódicos con medida **standard**.

**ABC** es el más representativo en España de una tradición de la prensa ideológica y militante del Siglo XIX, con adscripción monárquica.

Desde 1929 se empezó a editar también en Sevilla y luego en otras ciudades importantes de España.

José María Ansón lo dirige a partir de 1984, revalorizando la sección de opinión con firmas prestigiadas de derecha, así como dándole carácter su portada que siempre está constituida por una fotografía a toda página, cuyo tema es de actualidad pero con una dosis doctrinaria.

**Diario 16 y Ya** enfrentan hoy una serie de dificultades que los han dejado muy atrás de **El Mundo del Siglo XXI**, que está buscando ser uno de los mejores diarios de España, con su revista semanal muy bien acreditada.

Tiene pocos años en el medio, y sin embargo camina a pasos agigantados en la conquista de lectores exigentes.

Los demás diarios de información general en España cuentan con aceptación en sus localidades, pero con poca proyección a nivel nacional, como

**El Correo Español-El Pueblo Vasco de Bilbao, El Correo de Andalucía y Canarias 7.**

En cambio, la llamada prensa de información deportiva es la que acapara buen número de suscriptores, especialmente el diario **As**, seguido de **Marca**, en Madrid.

Pero también figuran **Sport** y **El Mundo Deportivo** en Barcelona; **Stadio Sport** en Zaragoza y **Jornada Deportiva** en Santa Cruz de Tenerife.

Los diarios de información económica no podían quedarse atrás, como **Expansión** y **La Gaceta de los Negocios** en Madrid o **Diario Económico Fax** en Barcelona.

## 6.- JAPON Y LOS GRANDES TIRAJES

Asia, con excepción de China, Japón e India, no cuenta prácticamente con ningún diario de calidad. De estas tres naciones, Japón, el país más avanzado tecnológicamente del mundo junto con Estados Unidos, es donde la prensa, tanto de calidad como popular, está más desarrollada.

El diario **Asahi Shinbun** es una "rara avis" donde calidad y cantidad se miden con la misma vara.

Porque no siempre los grandes tirajes son prueba del prestigio de un medio, como ya se vio con los tabloides más vendidos de Inglaterra y otras naciones.

Tienen éxito comercial, pero estos periódicos populacheros y sensacionalistas captan audiencia con mínimos preceptos noticiosos y éticos.

El **Asahi Shinbun**, en Japón, sí prueba que a veces una exitosa circulación es fruto del contenido del medio.

Tiene un tiraje de 12 millones de ejemplares, con dos ediciones (matutina y vespertina) en 1996.

Pero no es el de mayor tiraje del país del sol naciente, pues el **Yomiuri** (también con una edición en la mañana y otra en la tarde), suma 14.5 millones de copias cada día.

El **Mainichi**, por su parte, edita ocho millones cotidianamente, siendo el periódico que más espacio dedica a la investigación y a las campañas o cruzadas.

Sylvia Lidia González, una inquieta periodista de Monterrey (México), quien tuvo la oportunidad de estudiar un postgrado en Japón y regresó en 1995, tiene los datos frescos de la realidad informativa que se vive allá.

Maestra de Periodismo en la Universidad de Monterrey (UdeM) y en el Tecnológico (ITESM), ella está convencida de que los japoneses son algo

especial por ese "uchi" de que ellos hablan y que afirman llevar muy adentro de sí mismos.

Ese "uchi" -que no tiene una traducción literal- es lo que los hace muy homogéneos y permite que su sociedad sea constante en sus metas y aspiraciones.

Leen como desesperados -comenta Sylvia Lidia González- y no desaprovechan sus traslados en el metro para llevar un periódico, una revista o un libro en sus manos.

Sin embargo, lo que más le llama la atención a la investigadora académica de los diarios de Japón no es sólo su tiraje millonario, sino la efectividad de su distribución, pues el 97 por ciento del tiraje de los 127 periódicos se hace por suscripción.

"Hay más gente repartiendo periódicos que haciéndolos", platica Sylvia Lidia González, quien habla también muy bien de un diario financiero, el **Nihon Keizai**, y de otro titulado **Sankei Shinbun**.

"Lástima que al momento de las encuestas internacionales sobre la prensa, estas publicaciones no son tomadas en cuenta, por las dificultades del idioma, para ser comprendidos en otras partes del planeta", dice Sylvia Lidia.

"Ellos saben que sus diarios son los de mayor circulación en el mundo", añade. "Pero también saben y lamentan que no tengan trascendencia más allá de las fronteras de sus cuatro islas, o de sus ciudades más importantes como Tokyo, Osaka, Nagoya y Sapporo; o Kobe y Kyoto".

Y hablando de circulaciones espectaculares, la ex-Unión Soviética ostentó por muchos años el primer lugar entre los países con diarios de grandes tirajes.

Japón estaba entonces en tercer lugar, abajo de los Estados Unidos, aunque en este año de 1996, con sus 127 diarios está en segundo sitio.

He aquí los diez países líderes en circulación hace más de diez años:

1.- Unión Soviética.....	100.928.000
2.- Estados Unidos.....	61.222.000
3.- Japón .....	57.820.000
4.- Gran Bretaña .....	21.700.000
5.- Alemania Federal .....	19.298.000
6.- Francia .....	11.341.000
7.- India .....	9.383.000
8.- Polonia .....	8.429.000
9.- Italia .....	6.296.000
10.- Corea del Sur .....	6.010.000

Pero véase cómo en la lista de los países con más número de diarios las cosas cambian, porque eso no significa que haya gran número de lectores, sino que sus estándares de circulación son pobres, como es el caso de México. No así en Corea del Sur, con 25 diarios, y en Polonia con 44.

En cambio, en la India, donde la prensa subsiste con dificultades, por su subdesarrollo y la diversidad de idiomas, los tirajes no son significativos, y tienen sólo tres periódicos de calidad escritos en inglés y con escasa audiencia: **The Statesman** de Calcuta; **The Hindu**, de Medras, y **Times of India**, editado en Bombay.

Los idiomas vernáculos apenas tienen representación periodística, si bien es cierto el número de habitantes de este país da para un consumo muy bueno de publicaciones fáciles.

Lo que no parece ocurrir en China, el país más poblado de la tierra, pues su sistema ha encumbrado a un solo diario de gran calidad y elevado tiraje: el **Remin Ribao** de la vieja Pekín.

Contrario a la India, China es un país de gran desarrollo cultural, pero no figura en la lista de 1980 entre los principales productores de diarios.

Héla aquí:

1.- Estados Unidos .....	1815
2.- India .....	835
3.- Unión Soviética .....	691
4.- Turquía .....	437
5.- Alemania Federal .....	434
6.- Brasil .....	280
7.- México .....	256
8.- Indonesia.....	172
9.- Argentina .....	164
10.- Inglaterra .....	120

Japón, España, Pakistán, Canadá, Suecia y Suiza, así como Thailandia, rebasan el número de cien respecto a diarios editados en su territorio, mientras que Francia, Italia y Holanda pasan de 80, pero no llegan a cien.

Mar de Fontcuberta hace notar que en las zonas del mundo donde existe mayor número de periódicos de calidad son las que tienen a su vez mayor número de escuelas de Periodismo, Institutos de Prensa y programas de profesionalización (pág. 71).

## 7.-LA PRENSA DE ELITE EN EL MUNDO

El primer estudio sobre la prensa de élite a nivel mundial lo llevó a cabo Roberto E. Desmond, quien en 1937 publicó un libro titulado **The Press and World Affairs**.

Se basó fundamentalmente en entrevistas con personas que conocían y leían la prensa, tanto la estadounidense como la del exterior y cuya opinión merecía el respeto del señor Desmond.

Pero fue Wilbur Schramm, profesor de la Universidad de Stanford, en el Instituto "Communications Research", el primero en utilizar el año de 1959 el término "periódico de prestigio".

El profesor norteamericano consideraba que los grandes periódicos del mundo daban más importancia que otros a los acontecimientos noticiables del día, tanto nacionales como internacionales, locales o de interés humano.

Asimismo, estos diarios trataban la información de forma concienzuda, marcando una dirección de opinión en materias económicas y políticas; miraban el lado serio de los problemas sociales y estaban al tanto de los desarrollos científicos.

Wilbur Schramm apuntaba que los periódicos de calidad atraían a lectores influyentes por la amplitud con que cubrían las noticias y también por su independencia respecto a los gobiernos a los que, más que representar, criticaban.

Schramm trataba de mostrar que el tiraje no significa necesariamente referencia de calidad, porque en 1951, en un estudio para la UNESCO, Jacques Kayser hizo una selección de los periódicos más importantes del mundo para un análisis comparativo, basándose en el número de ejemplares vendidos.

Los elegidos fueron:

- 1.- **Borba** (Belgrado)
- 2.- **Times of India** (Bombay)
- 3.- **La Nación** (Buenos Aires)
- 4.- **Al Misiri** (Cairo)
- 5.- **Hürriyet** (Estambul)
- 6.- **Rand Daily Mail** (Johanesburgo)
- 7.- **Daily Express** (Londres)
- 8.- **La Prensa** (México)
- 9.- **Corriere della Sera** (Milán)
- 10.- **Pravda** (Moscú)
- 11.- **Le Parisien Libéré** (París)

- 12.- Rudé Právo (Praga)
- 13.- O Estado de Sao Pablo (Brasil)
- 14.- Ta Kung Pao (Shangai)
- 15.- Dagens Nyether (Estocolmo)
- 16.- The Daily Telegraph (Sidney)

Sólo seis de esta lista fueron considerados posteriormente como integrantes de la prensa de élite: Times de la India, La Nación, Corriere della Sera, Pravda, O Estado de San Paulo y Dagens Nyether.

Wilbur Schramm ofreció su propia muestra:

Pravda, Trybuna Ludu (Varsovia), Rudé Právo (Praga), Borba (Belgrado), Renmin Ribao (Pekín), Le Monde (París), Frankfurter Allgemeine Zeitung (Alemania), Dagens Nyether (Estocolmo), Asahi Shinbun (Tokyo), La Prensa (Buenos Aires), Times of India (Bombay), The Times (Londres) y The New York Times (Estados Unidos).

En 1961, Edward L. Bernaya, ya citado en estudios sobre la prensa norteamericana, elaboró una encuesta a nivel estadounidense entre 1,950 editores de su país para que eligieran los periódicos extranjeros más importantes.

El resultado, en orden de mayor a menor aceptabilidad, fue éste:

- 1.- The Guardian (Inglaterra)
- 2.- The Times (Inglaterra)
- 3.- La Prensa (Argentina)
- 4.- Daily Star (Canadá)
- 5.- Le Monde (Francia)
- 6.- Mainichi (Japón)
- 7.- Le Figaro (Francia)
- 8.- The Observer (Inglaterra)
- 9.- France Soir (Francia)
- 10.- Asahi Shinbun (Japón)
- 11.- Montreal Star (Canadá)

En 1964, fue John C. Merrill quien realizó otro sondeo con las características básicas de la prensa de élite: la dedicación informativa a temas políticos, económicos y culturales; énfasis en los problemas internacionales rebasando así las fronteras del país donde se publica y visión cosmopolita, acompañada de una política editorial valiente y un impacto en la creación de opinión de personas influyentes tanto en su propia nación como en otras naciones.

Los diez primeros diarios elegidos con estos criterios fueron los siguientes:

- 1.- The New York Times (E.U.)
- 2.- The Times (Londres)
- 3.- The Christian Science Monitor (E.U.)
- 4.- The Guardian (Londres)
- 5.- Le Monde (París)
- 6.- Neue Zürcher Zeitung (Suiza)
- 7.- The Washington Post (E.U.)
- 8.- La Prensa (Argentina)
- 9.- Asahi Shinbun (Japón)
- 10.- Frankfurter Allgemeine (Alemania)

En 1965, Merrill envió un breve cuestionario a 185 editores de Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Dinamarca, Suiza, Japón, México, Australia e India con el objeto de constatar su opinión y ampliar así la encuesta realizada en 1964 con profesores.

La encuesta se elaboró con periódicos que tuvieran una circulación superior a 50 mil ejemplares, elegidos al azar. Se recibieron 92 respuestas posteriormente complementadas hasta cien, distribuidas de esta manera: Estados Unidos, 18; Alemania, 14; Inglaterra, 13; Japón, 13; Suiza, 11; Italia, 10; México, 9; Dinamarca, 8; Australia, 4; e India, 2.

El cuestionario constaba de dos partes: se pedía a los editores que dieran el nombre de cinco diarios del mundo considerados por ellos como representativos de la prensa de calidad, influencia y élite, y se les pedía que determinaran las cinco características fundamentales en las que habían basado su selección.

No hubo sorpresas:

- 1.- The New York Times (E.U.)
- 2.- Neue Zürcher Zeitung (Suiza)
- 3.- The Guardian (Inglaterra)
- 4.- Le Monde (Francia)
- 5.- The Times (Inglaterra)
- 6.- Asahi Shinbun (Japón)
- 7.- Dagens Nyether (Suecia)
- 8.- Excelsior (México)
- 9.- Corriere della Sera (Italia)
- 10.- Frankfurter Allgemeine (Alemania)