

El papel de prensa se vende por tonelada métrica. Los grandes periódicos usan cientos de miles de toneladas métricas de papel al año. La demanda de papel de prensa es alta en todo el mundo.

Los deprimidos precios a principios de los años 90's llevaron a pérdidas multimillonarias a virtualmente todos los casi 30 fabricantes de papel de prensa en Estados Unidos y Canadá.

Chip Dillon, analista de Salomon Brothers, atribuyó parte de la razón de las grandes pérdidas a un enorme error de cálculo por parte de los ejecutivos de las compañías papeleras: cuando los periódicos estaban prosperando antes del colapso de la bolsa de valores en 1987, muchas fábricas decidieron hacer grandes inversiones en nuevo equipo.

Voceros de la industria papelera no se han mostrado particularmente compasivos con las quejas de sus clientes.

Virgil K. Horton, vicepresidente del grupo paplero American Forest and Paper Association, dijo que los periódicos deberían haber hecho planes para hacer frente a la inevitable alza de precios.

Obviamente como algunos no lo hicieron, empezó a bajar la circulación en general y los más empobrecidos se fueron del mercado en la Unión Americana.

El 3 de mayo de 1995, la Oficina Auditora de Circulaciones, un organismo independiente creado por la industria, así lo estableció desde Nueva York.

Especialistas del ramo atribuyeron en esas fechas la baja al encarecimiento de los ejemplares.

La reducción de gastos de distribución emprendida por algunos diarios, contribuyó también a disminuir su circulación.

En un período de seis meses (tomando como fecha límite el 31 de marzo del 95), la circulación de fin de semana se desplomó para algunos monstruos del periodismo norteamericano, como **Los Angeles Times**, **The Washington Post**, **New York Daily News** y **Chicago Tribune**. En todos estos casos, la circulación fue comparada con el mismo período del año anterior.

En tres de los diez diarios metropolitanos más importantes, **The Boston Globe** logró el único aumento de circulación en días laborables, al pasar de 250 mil a 500 mil 587.

Entre los que tuvieron que cerrar sobresale el **New York Newsday**, editado por Times Mirror, propietaria también de **Los Angeles Times** y otras publicaciones.

La desaparición del rotativo ocurrió el lunes 17 de julio de 1995 y sorprendió, no sólo a sus lectores, sino también a sus 800 empleados, a quie-

nes apenas tres días antes se les comunicó la decisión, con la consecuente pérdida de su empleo.

El **Newsday** nació en 1985, y en diez años logró aumentar su circulación de 40 mil a 216 mil ejemplares, pero eso no fue suficiente para impedir que acumulara una deuda de cien millones de dólares.

El desaparecido periódico era uno de los cuatro mayores de información general de la ciudad, junto con **The New York Times**, **New York Post** y el **Daily News**, estos dos últimos de formato tabloide, al igual que el **New York Newsday**, cuyo fulminante cierre se dio seis semanas después de haber sido nombrado presidente de Times Mirror, Mark Willes, de 54 años, y a quien no se le conoce experiencia en el mundo editorial.

Willes llegó a Times Mirror procedente de la empresa General Mills, productora de cereales y en la que ocupaba el cargo de vicepresidente de operaciones internacionales.

Con anterioridad, Willes fue gobernador del Banco de la Reserva Federal en la ciudad de Minneapolis, donde ha vivido la mayor parte de su vida.

El nuevo presidente de Times Mirror sustituyó a Rober Erburu, de 64 años, quien hizo su carrera en la empresa en las últimas tres décadas y fue fiel a la familia Chandlers, que es la que controla la editorial.

La desaparición del **New York Newsday** fue muy sintómico y revelador de la austeridad de la prensa estadounidense durante ese año y todo el '96.

Y aunque los expertos coincidieron en señalar que todo se debió a que no había mercado suficiente en Nueva York para cuatro grandes periódicos, lo cierto es que la crisis del papel sirvió de detonador para sonar las alarmas en todos los diarios.

Mark Seibel, director de Operaciones Internacionales de **The Miami Herald**, así lo confirmó durante su visita a la ciudad de Monterrey, México, el 5 de marzo de 1996, al dictar una conferencia sobre "El Periódico del futuro en los Estados Unidos".

El **Philadelphia Daily News**, con 7 años de existencia, anda en verdaderos apuros, igual que otros, según la opinión de periodistas y académicos.

Mark Seibel, quien ha sido igualmente editor de **Los Angeles Times**, **San José Mercury News** y **Dallas Morning News**, aceptó que el precio de tonelada de papel entre 800 y 900 dólares estaba obligando al **Miami Herald** a reducir el ancho del periódico, con la consecuente disminución del contenido, al quedarse fuera muchas historias.

E hizo la siguiente operación aritmética para ahondar significativamente en el problema:

“Un periódico de 44 páginas, con 30 mil ejemplares diarios, equivale a 1,320 mil páginas impresas; de suerte que consume 7.3 toneladas de papel, equivalentes a 6,200 dólares día a día”.

Seibel refirió que todavía la prensa vive de un 70 por ciento de ingresos provenientes de la publicidad y un 30 por ciento de la circulación.

“Pero en Estados Unidos, en 1972, el 30 por ciento de cada dólar era gastado en publicidad de periódico, y en cambio ahora sólo es el 23 por ciento”.

E indicó que en esta época los anunciantes buscan el correo directo, o sea repartiendo volantes expofeso, así como la televisión, que es la que se lleva la mayor tajada; la radio y el Internet.

“En los últimos 40 años, ha habido un cambio enorme en el sistema periodístico y en el uso de los medios por parte de los consumidores, de ahí que debe buscarse una adecuación inmediata por parte de las empresas editoras”, dijo.

Del **Miami Herald** apuntó que en 1996 está imprimiendo 72 páginas diarias y 20 de ellas solamente son de información, con un tiraje de 380 mil ejemplares, contra los 420 mil ejemplares que tiraba hasta hace poco entre semana y 500 mil los domingos.

Su venta se hace en un 60 por ciento a través de suscripciones, y sus ingresos ascienden a 350 millones de dólares por año, para una ganancia de 52 millones.

Ante esta severa crisis, de cualquier modo, el grupo que controla **The Miami Herald** no deja de pensar en ahorrar 32 millones de dólares, con el despido de 300 personas, de los 2,200 empleados en la nómina.

Son medidas desesperadas, si se les quiere ver así, pero también las está pensando **The New York Times** -afirman los conocedores-, porque inclusive está planeando introducir color en su primera plana, en fotos y en publicidad, lo cual equivaldría a una verdadera herejía.

Pero el hecho de haber perdido el 3 por ciento de lectores en 1995 le lleva a este diario a buscar tales cambios.

Aun así, **The New York Times** sorprendió al mundo en junio de 1993, al acordar pagar mil cien millones de dólares para comprar el rotativo **The Boston Globe**, cuya circulación de 505 mil ejemplares diarios es un éxito.

La familia Sulzberger, del **Times**, aceptó las condiciones de la familia Taylor y Jordan, del **Globe** para la fusión.

The New York Times fue comprado en 1896 por Adolph S. Ochs y desde entonces ha pertenecido a descendientes de éste: Arthur Ochs Sulzberger, director del diario durante casi tres décadas, se retiró el 16 de enero de 1991 y entregó el control a su hijo del mismo nombre.

El director retirado, de 65 años, continuó siendo presidente y ejecutivo en jefe del rotativo, pero no ya el director como lo fue 29 años. Su hijo, de 40 años de edad y subdirector desde 1988, asumió el peldaño siguiente en jerarquía.

La compañía **New York Times** opera 32 diarios, 17 revistas, 5 estaciones de televisión y varias otras propiedades, y tuvo ganancias de apenas 1.9 millones de dólares en el trimestre último de 1990, comparados con los 9.2 millones de dólares obtenidos en el mismo período del año anterior.

4.- LOS DIEZ MEJORES PERIODICOS DE EE UU

El tomo tres de la Enciclopedia de Periodismo, bajo el título **El Periodismo Escrito**, es una colección dirigida por Mar de Fontcuberta, tantas veces citada para este libro sobre la **Crónica de la Prensa**, hace un estudio muy completo en el capítulo IV acerca de los referentes contextuales de la prensa de élite (Editorial Mitre, Barcelona, 1986, páginas de la 65 a la 83).

“La seriedad en el tono periodístico y el que, entre sus lectores, se encuentran personas de influencia en la opinión pública, son los únicos denominadores comunes de la prensa de élite”, dice la obra.

“Los estudios norteamericanos diferencian tres campos de inscripción que juegan como variantes a la hora de especificar las características particulares de este tipo de prensa.

“El primer campo de inscripción es de naturaleza **política-ideológica**. El segundo campo de inscripción de la prensa de élite se caracteriza por su **diversidad económica**... porque necesita garantizar un cierto equilibrio financiero si quiere mantener un nivel alto de calidad informativa.

“El tercer campo es el geográfico. Este contexto situacional está directamente relacionado con el grado de desarrollo económico, tecnológico y cultural de cada nación.

“Así, la mayor parte de los diarios de calidad se publican en Europa y Estados Unidos, los dos continentes más industrializados y que cuentan con una población de mayor nivel educativo”.

Sin embargo, nosotros tendríamos que destacar sobremanera el caso de Japón, que es el país más avanzado tecnológicamente del mundo junto con Estados Unidos y que merece un apunte aparte, al final de este capítulo.

Por lo pronto continuamos la cita de Mar de Fontcuberta:

“América del Norte es el lugar por excelencia de la prensa de élite, concretamente Estados Unidos, donde existen los más copiosos estudios sobre este tema.

“Los periódicos de élite en Estados Unidos se encuentran fundamentalmente en el Este y el Medio Oeste

La selección de John Merrill y Harold Fisher en 1979, autores de **The World's Great Dailies** (1980) quedó así:

- 1.- **The Atlanta Constitution**
- 2.- **The (Baltimore) Sun**
- 3.- **The Christian Science Monitor**
- 4.- **The Angeles Times**
- 5.- **The (Louisville) Courier-Journal**
- 6.- **The Miami Herald**
- 7.- **The New York Times**
- 8.- **St. Louis Post-Dispatch**
- 9.- **The Wall Street Journal**
- 10.- **The Washington Post**

El 30 de abril de 1984, la revista **TIME** publicó un extenso reportaje sobre los diez mejores diarios de los Estados Unidos, destacando las fotografías de los ejecutivos de cada medio mencionado.

TIME asienta las circunstancias de cada estudio que realiza, pues en 1964 el **Cleveland Press** fue señalado como uno de los mejores, y sin embargo fracasó en 1982.

En 1974 -recuerda- la encuesta estaba determinada por la nueva era que vivían los periódicos, a raíz del rol que jugó la prensa en el caso Watergate de ese año, cuando renunció el presidente Richard Nixon.

Había cierta arrogancia por este éxito y se ponía de relieve el papel de investigación de los medios para dar con la corrupción, una vez que la televisión había jugado un papel protagónico en la guerra de Vietnam.

Ahora eran los periódicos, entre los cuales **TIME** había marcado como a los más representativos al **New York Times**, **The Washington Post** y **The Angeles Times**.

En 1984, la lista, por orden alfabético, quedó así:

- 1.- **The Boston Globe**, con una circulación de 515 mil y 782 mil los domingos. Editor: Thomas Winship.
- 2.- **Chicago Tribune**, con tiraje de 751 mil diariamente y un millón 116 mil los domingos. Editor: James Squires.
- 3.- **The Des Moines Register**, con 239 mil ejemplares diarios y 381 mil los domingos. Presidente: Michel Gartner.
- 4.- **Los Angeles Times**, con un millón 38 mil diarios entre semana y un millón 294 mil los domingos. Editor: William Thomas.

5.- **The Miami Herald**, con 407 mil ejemplares de lunes a sábado y 495 mil los domingos. Editor ejecutivo: Heath Meriwether.

6.- **The New York Times**, con 911 mil ejemplares y un millón 523 los domingos. Editor ejecutivo: A. M. Rosenthal.

7.- **The Philadelphia Inquirer**, con 533 mil y 995 ejemplares. Editor ejecutivo: Eugene Roberts.

8.- **St. Petersburg Times**, con tiraje de 243 mil y 310 mil. Responsable: Eugene Patterson.

9.- **The Wall Street Journal**, con dos millones 20 mil ejemplares. Editor en jefe: Norman Pearlstine.

10.- **The Washington Post**, con circulación certificada de 719 mil ejemplares y 997 mil los domingos. Editor ejecutivo: Benjamín Bradlee.

Por otra parte, el 7 de febrero de 1995 apareció en los diarios una lista de los periódicos estadounidenses de mayor circulación, en un período comprendido de seis meses, que terminó el 30 de septiembre de 1994.

- 1.- **The Wall Street Journal**, un millón 780 mil 422 ejemplares.
- 2.- **USA Today** (de lunes a jueves), un millón 465 mil 936 ejemplares.
- 3.- **The New York Times**, un millón 114 mil 905 (edición nacional).
- 4.- **The Washington Post**, 810 mil 675 ejemplares.
- 5.- **Newsday**, 693 mil 556 ejemplares.
- 6.- **Chicago Tribune**, 678 mil 81 diarios.
- 7.- **Detroit Free Press**, 544 mil 606.
- 8.- **Chicago Sun Times**, 518 mil 94.
- 9.- **San Francisco Chronicle**, 509 mil 548.
- 10.- **Dallas Morning News** (de lunes a jueves), 491 mil 480.
- 11.- **San Diego Union-Tribune**, 372 mil 466 ejemplares.

En la lista de los diarios que destacan por su circulación dominical promedio todavía se incluía al **Newsday**, con 779 mil 629 ejemplares, en noveno lugar, pero en la cumbre aparecieron:

- 1.- **New York Times**, con un millón 724 mil ejemplares.
- 3.- **Detroit Free Press & News**, con un millón 136 mil.
- 4.- **Chicago Tribune**, con un millón 80 mil 862.
- 6.- **Philadelphia Inquirer**, con 930 mil 862.
- 8.- **Dallas Morning News**, con 797 mil 629.

MI PROPIA INVESTIGACION

Finalmente, animado por la lecturas de las encuestas clásicas, busqué, con mis propios medios, llegar a conocer la realidad actual de la prensa norteamericana.

Sin otra metodología que las preguntas de rigor, empecé en enero a levantar una guía de opiniones de quienes suponía estaban enterados de los mejores diarios de los vecinos del norte.

El rastreo lo concluí en marzo, al tener la oportunidad de conversar personalmente con algunos periodistas y profesores de escuelas de periodismo de los Estados Unidos, como Andrew Scott y Tom Fielder, una vez que ya había obtenido información por parte de editores y académicos de varias ciudades de México, por ser mi país y por haber aquí personas muy cultas y con estudios especializados sobre la materia.

Scott vino en enero del 95 y Fielder en mayo a dictar una charla sobre periodismo de Investigación.

No me sorprendió, por tanto, encontrar un denominador común: el primer lugar está entre **The New York Times** y **The Wall Street Journal**, mientras que enseguida son mencionados **The Washington Post** o **Los Angeles Times**.

La coincidencia entre gente de prensa de Estados Unidos tiene una explicación entendible: se trata de medios que son timbre de orgullo de su nación y circulan en cantidades industriales, de modo que sería una omisión grave y casi un pecado no tomarlos en cuenta.

Por otra parte, para quien vive de las noticias o entre las noticias es fácil ponderar el peso informativo de cada uno de ellos, y su prestigio internacional.

Pero que mis connacionales digan lo mismo, ya es otra cosa.

De modo que al intentar fundamentar las razones para destacar a **The New York Times** o **The Wall Street Journal** como los mejores diarios norteamericanos, encontré que, efectivamente, hay quien los lee por costumbre, pues se venden en sitios exclusivos o por suscripción.

Desde luego que su opinión es real, pero cómo pueden contrastar la calidad de estos medios con otros, si no conocen esos otros.

Algunos dijeron que, por lo mismo, no necesitaban conocerlos, porque con **The New York Times** o **The Wall Street Journal** "estaban completos" y que los demás no cubrían sus expectativas.

Muy pocos en México afirmaron conocer otros medios, con excepción de **The Washington Post** o **Los Angeles Times**, además del **Houston Post**, recientemente desaparecido.

Sin embargo, también descubrí que hay quien manifiesta su criterio "de oídas", es decir, por las referencias de pláticas con conocedores (en conferencias y en salones de clases o en charlas personales), así como por lecturas en los propios medios o en libros.

Se van con "la cargada" por pose o por inercia, pero sin poder validar su punto de vista, al no tener conocimiento ni siquiera del número de páginas, formato o secciones más ilustrativas.

Es más, hubo algunos entrevistados que ignoraban detalles muy especiales de estos periódicos, como, por ejemplo, que **The New York Times** tiene una primer plana con excesiva información en blanco y negro, porque no utiliza el color. O que **The Wall Street Journal** tiene un acento financiero cabalmente por su origen mismo, aunque su proyección informativa trasciende sus fronteras.

Y como quiera se manifestaban muy "seguros" de que eran los mejores diarios de Estados Unidos en 1995 y 1996.

Otros mencionaron que lo eran porque leían que el expresidente de México, Carlos Salinas de Gortari, siempre los prefería para dar a conocer algunos hechos, antes de que se supieran en los periódicos nacionales.

Igualmente, tomaron como dato significativo que el propio Carlos Salinas de Gortari formara ahora parte del consejo de administración de **The Wall Street Journal**, pero ignoraban por completo qué era el Dow Jones, por ejemplo.

En fin, aun en los círculos universitarios, detecté que muchos opinan inspirados más en un marco teórico que práctico al momento de realizar una selección como ésta, porque la fama de algunos diarios cuenta mucho.

Pero no fue así cuando medí la lista que me entregaron al instante Mark Seibel, director de Operaciones Internacionales de **The Miami Herald**, y Russell G. Todd, profesor de la Universidad de Austin.

Ellos asistieron en Monterrey (México) a un seminario sobre Periodismo, del 5 al 8 de marzo de 1996, y completaron el cuadro comparativo que llevaba yo en torno a los periódicos más influyentes de Norteamérica.

Inclusive Mark Seibel, ni siquiera por ser el director de Operaciones Internacionales de **The Miami Herald**, puso a esta publicación entre las primeras cinco.

Con toda honestidad y basado en su amplia experiencia, escribió en mi presencia lo que su sentido común e improvisación le dictaba, en un intermedio de su charla sobre "El Periodismo del futuro".

Lo mismo ocurrió con Russell G. Todd, quien habló de las "Tendencias en la Educación Periodística en E.U." en la Biblioteca Benjamín Franklin.

Ahí mismo, no dudó en traer a su memoria las respuestas a mis cuestionamientos, por ser un conocedor profundo de la materia.

Cada uno por separado, como todos los que aceptaron las preguntas, y sin saber los resultados previos de la muestra y mucho menos la intención de publicarla, expresaron lo siguiente:

- | | |
|-------------------------------|---------------------------|
| 1.- Wall Street Journal | 1.- New York Times |
| 2.- New York Times | 2.- Wall Street Journal |
| 3.- Los Angeles Times | 3.- Washington Post |
| 4.- Washington Post | 4.- Los Angeles Times |
| 5.- Philadelphia Inquirer | 5.- Boston Globe |
| 6.- Miami Herald | 6.- Philadelphia Inquirer |
| 7.- Dallas Morning News | 7.- Miami Herald |
| 8.- Boston Globe | 8.- Dallas Morning News |
| 9.- Chicago Tribune | 9.- Chicago Tribune |
| 10.- Minneapolis Star Tribune | 10.- USA Today |

5.- LA PRENSA EUROPEA

Como se ha señalado anteriormente, Europa es el continente, junto con Estados Unidos, que cuenta con el mayor número de periódicos de calidad.

En este caso, el término calidad adquiere su significado intrínseco: los diarios europeos, respecto a sus homólogos norteamericanos, se caracterizan por dar más importancia a las páginas de opinión, por el carácter reflexivo, incluso filosófico de muchos de sus artículos y por la importancia que prestan a la calidad del lenguaje, dando cabida a textos de naturaleza literaria, incluso de ficción.

Es también un periodismo de mayor subjetividad y con más firmas que el norteamericano, características éstas inmersas en sus orígenes.

Se pueden encontrar varios tipos de prensa de élite en Europa. Están, por un lado, los grandes diarios del Oeste de Europa, que podríamos clasificar como *Neue Zürcher Zeitung* de Suiza; *Le Monde* en Francia, *The Times*

y *The Guardian* en Inglaterra y *Frankfurter Allgemeine*, editado en Alemania.

En España están considerados como tales *ABC*, *El País* y *La Vanguardia*, este último representativo de Barcelona y los dos primeros con sede central en Madrid (Mar de Fontcuberta, págs. 69 y 70).

Pero para hablar de la situación de la prensa en Europa, en este fin de Siglo XX, habrá que considerar una serie de circunstancias trascendentes que han modificado inclusive su geografía, como es el caso de la caída del Muro de Berlín en noviembre de 1989 y que unificó a Alemania (Federal y Oriental).

Y, claro, la división de la antigua Checoslovaquia y los cambios profundos en Rumania.

También la desaparición de la Unión Soviética en diciembre de 1991, después de la renuncia de Mijail Gorbachov, quien con su perestroika y su glasnot dio un giro de 180 grados al sistema comunista.

Obviamente el *Pravda* y el *Izvestia* no fueron más lo que habían sido con todo a su favor, no sólo por tratarse de cubrir una superficie de 22.402.000 kilómetros cuadrados y una población de 265 millones de habitantes, sino porque el régimen les proveía las mejores facilidades dentro del sistema implantado a partir de 1917 y consolidado en 1944.

Lenin les señaló el rumbo: "El papel de un diario es el de ser a la vez un propagandista, un agitador colectivo y un organizador social".

En 1987 -el 5 de mayo- al celebrar el *Pravda* su 75 aniversario, exhibió precisamente una imagen de Lenin con uno de los primeros ejemplares del periódico y reprodujo la primera edición, publicada en 1912.

Fundado como un periódico de oposición al Zar, cinco años antes de la Revolución Rusa, *Pravda* tiraba entonces 60 mil ejemplares. Pero en 1987, como diario del Partido Comunista de la Unión Soviética, su circulación era de once y hasta trece millones de ejemplares abajo del *Komsomolskaya Pravda*, de la Liga Juvenil del Partido Comunista, cuyo tiraje era de 17 millones.

Pravda, que significa "verdad" en lengua rusa, gozó de una distribución en 153 países y con ediciones semanales en inglés, francés y griego.

Pero en agosto de 1991, desde el frustrado intento de derrocar a Gorbachov, *Pravda* fue suspendido, junto con otros seis diarios nacionales, por órdenes de Boris Yeltsin, el presidente ruso.

Le fue retirado el 90 por ciento de sus bienes.

Pravda tuvo que aparecer después, el 30 de agosto de 1991, como diario independiente, cuando el gobierno anunció la reestructuración de los in-

formativos nocturnos de la televisión y, además, la eliminación de los agentes de la KGB (central de inteligencia rusa) de sus salas de redacción.

El programa **Vremya** ya no apareció el 29 de agosto, como había sido habitual desde que arrancó por primera vez en las pantallas caseras, 23 años atrás.

Un anuncio al inicio del programa reemplazante, "TV Informa", dijo: "La televisión de la dictadura ha terminado".

El golpe de Estado acabó con ella.

La crisis financiera, en cambio, acabó con **Pravda** el 15 de marzo de 1992.

Los aumentos al precio del papel y otros gastos de publicación a raíz de la liberación de la economía dieron al traste con la circulación de **Pravda**, que de trece millones de ejemplares en un tiempo, quedó en cien mil en ese agosto del 92.

Durante 23 días de ese mes de marzo no salió y luego lo hizo tres veces a la semana solamente, al grado de verse obligado a ser rescatado por un acaudalado griego, Yannis Yannikos, el 2 de septiembre de 1992. ¡De comunista a capitalista!...

En Berlín, a su vez, se abrieron las puertas a la prensa occidental desde enero de 1990.

Los editores de los principales diarios y revistas de la que era llamada entonces Alemania Occidental (o Federal), que no podían soñar siquiera con circular en el sector oriente de Berlín, al caer el famoso Muro tuvieron libre acceso a lo que se conocía como República Democrática Alemana.

La derrota del régimen totalitario permitió a los ciudadanos orientales comprar los semanarios noticiosos como **Der Spiegel** y **Stern**, o el vespertino **Bild** y el matutino conservador **Die Welt**, así como revistas de modas internacionales, deportes y similares.

Desde luego que al unirse las dos naciones en una sola Alemania, la prensa se vio involucrada en un cambio radical también respecto a edición y comercialización.

¿Y qué decir, igualmente, de la antigua Yugoslavia que fue sacudida por la guerra fratricida durante tres años y cuya secuela aún estamos presenciando?

Europa, en general -o la Comunidad Económica Europea- no han terminado de vivir los ajustes propios del nuevo orden como para decir que la prensa no se ha visto afectada.

Inclusive puede sostenerse que lo que hoy digamos de los diarios puede ser insostenible a la vuelta de los días.

INGLATERRA

Por ejemplo, en la actualidad (1996) los informes de la Gran Bretaña son los siguientes:

Los periódicos venden 15 millones de ejemplares diarios, pero su gran mancha es el sensacionalismo, que convierte el papel en objeto de basura inmediatamente, porque el público tira la publicación al sospechar que son más los inventos que las verdaderas noticias lo que llenan sus páginas.

Los periódicos de calidad, como **The Times**, **The Guardian** y **The Independent**, venden apenas 2.5 millones de ejemplares. Pero **The Independent**, fundado en 1986, no siente a veces que pueda librar la batalla, acusado por los diarios populacheros y por el serio **Times**, ya que el australiano Rupert Murdoch apoya al **Times** a través de su imperio multimedia en el mundo, con ganancias de cien mil millones al año. Eso le permite bajar el precio del **Times** para vender 524 mil ejemplares, aunque este periódico le haga perder dinero.

Mirror Group compró la cooperativa de **The Independent** y su dueño David Montgomery está pensando en serio cómo elevar las ventas de inmediato.

En cambio, **Today** cerró el 16 de noviembre de 1995, dejando sin empleo a 150 periodistas y 80 administrativos.

Con una población de poco más de 60 millones de habitantes y una superficie de 244.104 kilómetros cuadrados, tiene un índice de alfabetización del 98 por ciento.

De esos 15 millones de ejemplares vendidos diariamente, el que se lleva la tajada es el **Sun**, fundado en 1969, el 17 de noviembre.

Con cuatro millones de ejemplares, todo mundo reconoce la razón de su éxito: una habitual dosis de sensacionalismo y agresiva irreverencia.

Es el que le da a Rupert Murdoch y su News International para apoyar a otros medios menos productivos.

Este tabloide no conoce los conceptos tradicionales del periodismo, pero se convierte en fuente diaria de información y opinión para la mayoría de la clase trabajadora, de escasos recursos, que no compra otro periódico.

Otro tabloide sensacionalista de gran éxito es el **Daily Mirror**, fundado en 1903, y pertenece al magnate de la prensa británica Robert Maxwell.

Antes que el **Sun** saliera, tiraba cinco millones de ejemplares, pero ahora no pasa de los tres millones.

Un descenso significativo resintió también el **Daily Express** fundado en 1900, y el **Daily Mail**, con una antigüedad desde 1896.