

SITUACIÓN ACTUAL DE LOS DIARIOS IMPRESOS EN EL MUNICIPIO DE PUEBLA: UNA PANORAMA GENERAL

Oscar H. Piña Bejarano¹

Resumen

Las presentes líneas, tratan de abordar de manera breve y general el panorama que se vive en la industria del periódico impreso, el avance tecnológico sin duda alguna, es un factor de producción que juega un papel importante para un nuevo modelo de trabajo. Estudios revelan como esta industria ha enfrentado situaciones adversas y más aun, argumentan como en los próximos 5 años en países desarrollados empezará a desaparecer paulatinamente.

Palabras clave: diario impreso, industria editorial.

Antecedentes Generales

Estudios previos han coincidido en la importancia que ha tenido todo diario impreso como medio informativo. Sin embargo, hoy en día enfrenta no una crisis sino un nuevo modelo de trabajo y dinamismo (Fernández, 2010).

Lo anterior puede constatarse en el proceso que éste ha sufrido, Recio, et al (2009) argumenta (en términos generales) la existencia de tres fases importantes en el periodismo impreso: i) periodismo 1.0, el cual consiste en copiar el diario impreso a digital sin agregar información; ii) periodismo 2.0, consiste en agregar el hipertexto y actualización de notas y

¹ Licenciado en Economía por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
Profesor de Economía en la Universidad del Real, Puebla, Méx.

iii) periodismo 3.0, básicamente nace el periodismo participativo, es decir, el reportero ya no tiene necesidad de buscar su nota y esperar a llegar a su lugar de trabajo y redactarla, sino que ahora con las nuevas tecnologías da pie a que un documentalista se encargue de ello a través de las notas de reporteros y constantemente estar actualizando el diario digital. Dejando así en desfase al diario impreso.

Así también, una publicación emitida por el diario ABC de Madrid, España (2010) argumenta que los periódicos impresos empezarán a extinguirse paulatinamente a partir del año 2017, evidentemente esto ocurriría primero en países de primer mundo como Estados Unidos e Inglaterra. En América Latina a partir del 2030, en este último caso argumenta su tardanza debido a que aun esta en auge la demanda de diario impreso.

Por su parte, Mejía (2009), argumenta que en México la inversión publicitaria ha aumentado significativamente, por tal motivo da pie al mercado plurimediató, en donde el diario parece ir en declive aunque no de forma tan evidente ni inmediata. También argumenta que *solo desaparecerán los títulos y cabzales pero se mantendrán los medios impresos más solidos (...) sobreviviendo en un mercado necesariamente multimediático.*

Situación de edición de diarios en el Municipio de Puebla

De acuerdo a los últimos dos Censos Económicos del INEGI, la edición de periódicos (Rama 511111) y edición de periódicos integrada con impresión (Rama 511112) han reportado importantes incrementos, pasando en 2004 de 1,277 miles de pesos en Producción Bruta Total a 10,391 miles de pesos en 2009. Es se incrementó en poco mas de 7 veces para la Rama 511111, mientras que en la Rama 511112 solo se incremento 0.42 veces (ver gráfica 1 y tabla 2).

La inversión por otro lado, básicamente se triplicó en la Rama 511111, mientras que en la Rama 511112 decreció en poco menos de la mitad. Por su parte, los Gastos en consumo

de Bienes y Servicios (ByS) en la primera rama se incrementó en poco más de 19 veces, en contraste en la segunda rama solo fue de 0.83 veces (ver tabla 2).

Al comparar la Rama 511111, con su mismo período, se observó que la Tasa de Gasto en el Censo 2004 representa 33.20% de la Producción Bruta Total, mientras que en el Censo 2009 fue de 82.91%. En cuanto a la Tasa de Inversión para el primer censo tiene una representatividad de 1.02%, mientras que en el segundo es de 0.35%. Respecto a la Rama 511112, en el primer censo la Tasa de Gasto fue 46.04%, mientras que en el Censo 2009 fue de 59.44% y la Tasa de Inversión de 3.82% para el 2004 y 1.26% para el 2009 (ver gráfica 2).

Lo anterior implicaría entonces que al obtener un Beneficio calculado con los datos presentados se observó que para la primera rama se duplicó del 2004 al 2009. Mientras que en la segunda rama (mismo período) solo se incrementó poco más de 11 puntos porcentuales.

Es importante destacar, que acorde a estudios previos (Larrañaga, 2009) el diario impreso ha perdido terreno frente a nuevas tecnologías, principalmente en jóvenes de 14 a 20 años, quienes son las generaciones que inicialmente nacen con el avance tecnológico dado. Sin embargo, también se argumenta que personas de 25 a 45 se han ido adaptando significativamente a las nuevas tecnologías que les permiten una mejor forma de consultar noticias.

Por tanto, si se contrasta lo publicado por Larrañaga (2009:24), para el caso del Estado de Puebla, tiene sentido ya que el perfil lector de diarios impresos recae principalmente en personas de 36 a 45 años de edad, seguido por jóvenes de 26 a 35 años y adultos de 46 a 55 años.²

Conclusiones

² Consultar Sol de Puebla, fuente: <http://pnmi.segob.gob.mx/>

Sin lugar a dudas, los diarios impresos se encuentran inmersos ante un nuevo modelo de trabajo, rompiendo así los paradigmas tradicionales a los que se estaba acostumbrado operar. Ante el avance tecnológico, estos diarios enfrentan retos por superar y el Municipio de Puebla no es la excepción. Hoy en día como se comentó, su comportamiento ha sido creciente pero a un ritmo menor, haciendo alusión a la teoría ricardiana, exhibe esta industria *rendimientos decrecientes*. Así mismo, puede deberse a que la inversión es cada vez menor y el gasto va en aumento; por consiguiente los beneficios también disminuyen. Aunado a ello, aun el mercado puede ser explotado (incluso a nivel estatal en mayor medida). Por tanto, quizá el futuro más prominente para la industria en la localidad (posiblemente entidad) es aplicar *economías de escala* para soportar la caída de ventas que se augura e ir cerrando la brecha que se tiene entre el diario impreso y digital en cuanto a consulta de noticias se refiere.

Sin embargo, es un análisis complejo el que se tiene pendiente, ya que es necesario incluir los motivos de porque se invierte cada vez menos y su gasto cada vez mayor. Abordar temas como la legalidad y sustentabilidad.

Referencias

- INEGI. Censos Económicos 2004. Resultados definitivos. Recuperado en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce1999/saic/exportar.asp>
- , Censos Económicos 2009. Resultados definitivos. Recuperado en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/saic/exportar.asp>
- , Sistema de clasificación industrial de América del Norte 2007 (SCIAN 2007). Recuperado en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/scian/default.aspx>

- Fernández, M.C., (2010). La prensa de papel frente a los nuevos medios: Revisión crítica del futuro del periodismo. Sala de prensa: Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos, 6. Recuperado en <http://www.saladeprensa.org/art970.htm>
- La muerte de los periódicos llegará a partir del 2017. En ABC Madrid. Recuperado de <http://www.abc.es/20101103/medios-redes/periodicos-desaparicion-201011031027.html>
- Larrañaga, J., (2009). La demanda de los periódicos impresos y online: Un análisis económico. Ámbitos, 23-39. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/168/16812722002.pdf>
- Marcos, J.C., Sánchez, J.M. & Serrada, M., (2009). Nuevos paradigmas periodísticos y documentales en los periódicos digitales: Estudio de casos en España. Facultad de Ciencias de la Información Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-358X2009000300003&script=sci_arttext
- Mejía, F., (2009, 25 de abril). ¿Desaparece la prensa?. Diario Milenio. Recuperado de <http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/8565300>
- Palapa, F. (2010, 16 de Marzo). Los diarios necesitan agenda propia para hacer frente a los medios electrónicos: Bastenier. Diario La Jornada. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2010/03/16/cultura/a07n1cul>
- Rivera, D., (2011). Evolución del ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja. Razón y Palabra: Primera revista electrónica en América Latina especializada en comunicación. 71. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/11%20RIVERA_REVISADO.pdf
- Zuleta, L.A., Zuluaga, S., Becerra, A. & Bermúdez, A., (2009). Efectos de la coyuntura y de las tendencias tecnológicas sobre los diarios impresos en Colombia.

FEDESARROLLO: Centro de Investigación Económica y Social (informe final).

Recuperado de <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Efectos-de-la-coyuntura-y-de-las-tendencias-tecnol%C3%B3gicas-sobre-los-diarios-impresos-en-Colombia-Informe-final-dic-2009.pdf>

Anexos

Edición de Periódicos (Rama 511111) según INEGI:

Unidades económicas dedicadas principalmente a la edición de periódicos (u.e.d.p.). Las unidades económicas dedicadas a la edición se caracterizan por la creatividad intelectual que se requiere para el desarrollo de sus actividades, publican copias de trabajos de los cuales poseen los derechos de autor, ya sea porque realizaron una creación propia, o bien, porque adquirieron los derechos de reproducción a través de licenciamientos; pueden contar con la infraestructura necesaria para realizar las actividades de distribución de sus productos o realizan acuerdos para la distribución de los mismos; asimismo, contratan los servicios de impresión. Los ingresos que obtienen son por venta y licenciamiento de periódicos.

Excluye: u.e.d.p. a la impresión en papel de periódicos (323111, Impresión de libros, periódicos y revistas); a la reproducción masiva de periódicos en discos compactos (CD) y otros medios electrónicos (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la edición de periódicos integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, y a la edición de estas publicaciones integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico combinada con su difusión a través de Internet (511112, Edición de periódicos integrada con la impresión); a la recopilación y suministro de material informativo de actualidad para estaciones de radio y televisión, periódicos y revistas (519110, Agencias noticiosas), y a la edición y difusión de periódicos exclusivamente a través

de Internet (519130, Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red).

Edición de Periódicos integrada con impresión (Rama 511112) según INEGI:

Unidades económicas dedicadas principalmente a la edición de periódicos (u.e.d.p.) integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, por ejemplo en discos compactos (CD) o microfichas.

Incluye también: u.e.d.p. a la edición de periódicos integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico combinada con su difusión a través de Internet.

Excluye: u.e.d.p. a la impresión en papel de periódicos (323111, Impresión de libros, periódicos y revistas); a la reproducción masiva de periódicos en discos compactos (CD) y otros medios electrónicos (334610, Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos); a la edición de periódicos (511111, Edición de periódicos); a la recopilación y suministro de material informativo de actualidad para estaciones de radio y televisión, periódicos y revistas (519110, Agencias noticiosas), y a la edición y difusión de periódicos exclusivamente a través de Internet (519130, Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red).

Tabla1. Edición de diarios impresos en el Municipio de Puebla

Concepto	Descripción	Censo	Censo
		Económico 2004*	Económico 2009*
Edición de Periódicos (Rama 511111)	Gasto en Consumo de Bienes y Servicios	424	8,615
	Producción Bruta Total	1,277	10,391
	Inversión Total	13	36
		83,318	152,285

Edición de Periódicos integrada con impresión (Rama 511112)	Gasto por Consumo de Bienes y Servicios	Producción Bruta Total	180,960	256,201
		Inversión Total	6,921	3,234

Fuente: Elaboración propia con datos de Censos Económicos 2004 y 2009 del INEGI
* Unidad de medida: Miles de pesos

Tabla2. Crecimiento de diarios impresos en el Municipio de Puebla

Concepto	Descripción	Censo Económico 2004	Censo Económico 2009*
Edición de Periódicos (Rama 511111)	Gasto en Consumo de Bienes y Servicios	n/a	19.32
	Producción Bruta Total	n/a	7.14
	Inversión Total	n/a	1.77
Edición de Periódicos integrada con impresión (Rama 511112)	Gasto por Consumo de Bienes y Servicios	n/a	0.83
	Producción Bruta Total	n/a	0.42
	Inversión Total	n/a	-0.53

Fuente: Elaboración propia con datos de Censos Económicos 2004 y 2009 del INEGI
* Unidad de medida: Valor absoluto en tamaño respecto al dato anterior

Tabla3. Tasa proporcional del Gasto e Inversión respecto a la Producción de Diarios

Concepto	Descripción	Censo Económico 2004	Censo Económico 2009
Edición de Periódicos (Rama 511111)	Tasa de Gasto	33.20%	82.91%
	Tasa de Inversión	1.02%	0.35%
Edición de Periódicos integrada con impresión (Rama 511112)	Tasa de Gasto	46.04%	59.44%
	Tasa de Inversión	3.82%	1.26%

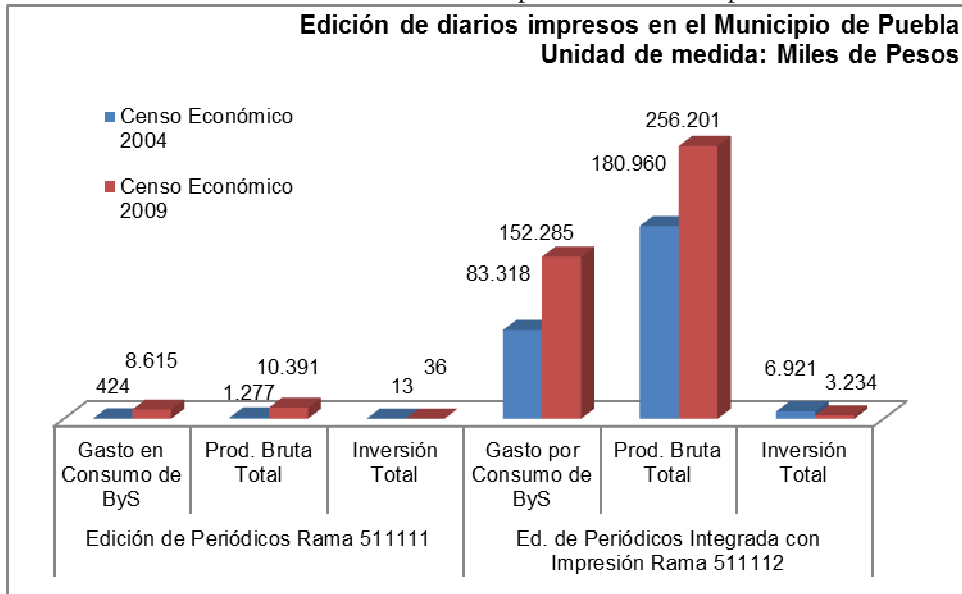
Fuente: Elaboración propia con datos de Censos Económicos 2004 y 2009 del INEGI

Tabla4. Beneficios calculados para Edición de Periódicos en el Municipio de Puebla

Concepto	Censo Económico 2004*	Censo Económico 2009*
Beneficio Calculado (Rama 511111)	840	1,740
Beneficio Calculado (Rama 511112)	90,721	100,682

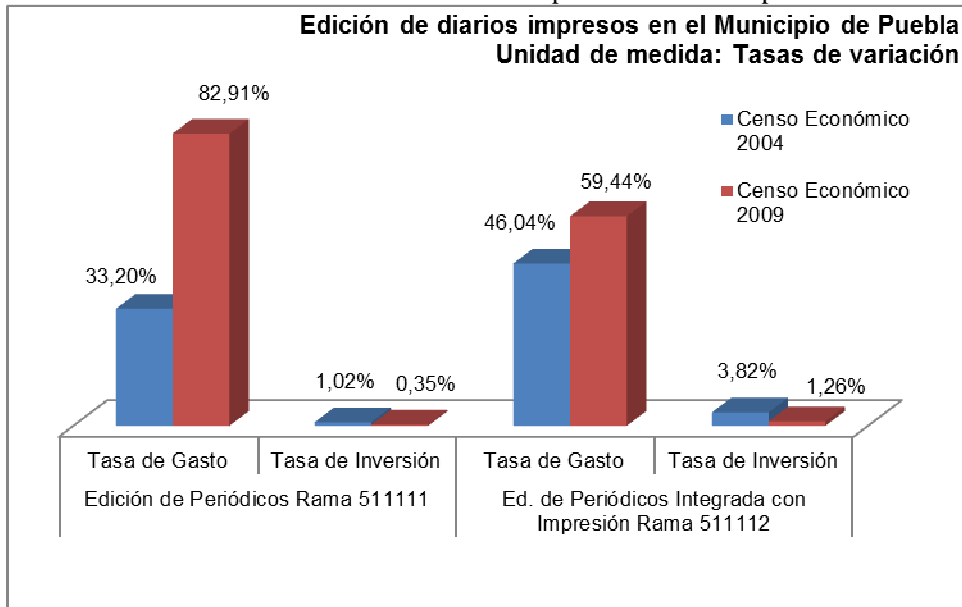
Fuente: Elaboración propia con datos de Censos Económicos 2004 y 2009 del INEGI
* Unidad de medida: Miles de pesos

Gráfica 1. Producción de los diarios impresos en el Municipio de Puebla



Fuente: Elaboración propia con datos de Censos Económicos 2004 y 2009 del INEGI

Gráfica 2. Tasa de variación de los diarios impresos en el Municipio de Puebla



Fuente: Elaboración propia con datos de Censos Económicos 2004 y 2009 del INEGI