

Cómo interpretar la OJD según el grado de crispación entre los medios

ELENA DE REGOYOS :: 16/10/2006

Junto a los resultados electorales, los resultados de la OJD son, quizá, los más sujetos a interpretaciones según el cristal del medio que los analice. Se mire por donde se mire, la prensa está de capa caída. El País, que se mantiene líder, pierde lectores a pasos agigantados, igual que ABC, saboteado por la nueva centro-derecha mediática de El Mundo de Pedrojota y la COPE de Losantos.

Según el último estudio de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), El País ha perdido 38.669 ejemplares entre agosto de 2005 y el mismo mes de 2006, estando ahora en 293.079 ejemplares. Pese a esta importante caída, del 11,7%, se mantiene aún líder de la prensa generalista de pago en España.

Otro viejo -bastante más que El País- diario que cae es ABC. Sus cifras se sitúan 31.419 ejemplares por debajo del año anterior, con un total de 127.161 ejemplares diarios. Es la mayor caída entre los cuatro diarios nacionales de pago de información general, de un 19,8%.

Con una línea editorial de centro-derecha tradicional, sosegada, este periódico se está quedando sin lectores por la radicalización de este grupo social, que se siente ahora más identificado con la línea agresiva de El Mundo y la COPE, desde donde, además, Pedrojota Ramírez y Federico Jiménez Losantos incitan diariamente al cambio del viejo diario de Vocento a sus propios medios, donde prima la crispación.

Por su parte, y gracias a esta crispación que ellos mismos promueven, El Mundo sale ganando esta vez. No obstante, aunque la leve mejora no da de sí para grandes aspavientos, el director del periódico de Unedisa no lo considera así y no contento con cubrir toda su sección de comunicación con sus "maravillosos" resultados, llevó el asunto a páginas editoriales, y éstas a portada. Parecía que se comía el mundo -o por lo menos a El País-, pero su subida se limitaba a 4.722 ejemplares más que el mismo período del año anterior, vendiendo ahora 231.015 periódicos diarios, lo que significa una subida del 2,1%.

Mucho tendría que caer aún El País o subir El Mundo para que éste conquistara, por fin, el primer puesto del mercado nacional, que tanto ansía. Más 60.000 ejemplares les separan, lo que es mucho dado el escaso interés que la prensa diaria despierta entre la población, y va a menos.

Pero El Mundo, empeñado en hundir a ABC, le echa un cable también a La Razón, que no es competencia para ellos -muy lejos en cifras de ventas- pero puede hacerle mucho daño a Zarzalejos, y ensalza también en su diario la buena evolución del diario de Planeta. A decir verdad, su subida del 5,1% ha sido incluso mayor que la de El Mundo en proporción, pero su número de ejemplares vendidos se mantiene modesto, en 93.538, unos 4.500 más que el año anterior.

TODOS PIERDEN

El asunto es que ni en ventas ni en audiencias los periódicos tradicionales levantan cabeza. Ya el año pasado 20Minutos superaba a El País como periódico de información general, e Internet cobra fuerza día tras día, hasta el punto de que los anunciantes se están volcando en la prensa digital.

Mientras El Mundo, que fue pionero en esto de informar en la Red, sigue viento en popa por los mares virtuales -y en ello basa parte de su éxito cuando habla de aumento de lectores-, El País no acaba de encontrar su lugar ni la mejor forma de llegar a su público desde Internet.

Periodista Digital

https://www.lahaine.org/est_espanol.php/como_interpretar_la_ojd_segun_el_grado_d