

Sacude la crisis a grandes medios periodísticos de Estados Unidos

■ Bajan tirajes y caen ingresos publicitarios; los lectores optan por Internet

■ “El modelo económico de la prensa escrita ya no funciona”, afirma Donald Graham

Periódicos de EU están en crisis por bajo tiraje, publicidad barata e Internet

■ *Washington Post* y *News* tendrán pérdidas; *Chicago Tribune* y *Los Ángeles Times*, quebrarán

■ NOTIMEX Y AFP.

WASHINGTON, 16 DE DICIEMBRE. Con tirajes más bajos, rentas publicitarias que se hundan y con los lectores cada vez más acaparados por Internet, los periódicos estadounidenses están en crisis.

“El modelo económico de la prensa escrita ya no funciona”, estimó el presidente de la *Washington Post Company*, Donald Graham, haciéndose eco de declaraciones que tienen cada vez más los observadores del paisaje mediático estadounidense.

“El *Washington Post* y *Newsweek* perderán dinero en 2008”, anunció Graham la semana pasada en una conferencia en Nueva York. “Será un desafío para nosotros demostrar algún progreso en un clima muy difícil para la publicidad en 2009”, añadió.

El grupo de prensa *Tribune*, propietario de los prestigiosos cotidianos *Chicago Tribune* y *Los Ángeles Times*, anunció la semana pasada que se ponían bajo la protección de la ley de quiebras (capítulo 11).

Los periodistas de la agencia de prensa estadounidense *Associated Press* (Ap) iniciaron una huelga de firmas en sus despachos noticiosos en protesta por las medidas de austeridad propuestas por la dirección, informó este lunes su sindicato, el *News Media Guild* (NMG).

Dureza de los tiempos

“Los asalariados son concientes de la dureza de los tiempos, pero también comprenden que un periodismo de calidad en Ap implica atraer y conservar a los mejores empleados”, dijo el presidente de NMG, Tony Winton.

“El respeto a sus asalariados es una condición para el éxito futuro de Ap”, añadió Winton en un comunicado tras denunciar la imposición proyectada “de enormes” cuotas en seguros de salud y una regresión en materia de seguridad en el empleo con relación a las normas de la profesión.

La dirección y el sindicato negocian desde el 21 de octubre. La dirección propuso inicialmente un congelamiento de salarios durante un año, seguido de un aumento de 2 por ciento. El sindicato reclama un aumento de 10 por ciento pero dice estar dispuesto a dar pruebas de flexibilidad.

La cadena de periódicos *Sun Media*, propiedad de Quebecor, anunció hoy el despido de 600 de sus empleados, 10 por ciento del personal de los diarios que edita en Ontario, Québec y las provincias del Oeste.

Sun Media afirmó que estos cortes son producto del debilitamiento de la economía en los ingresos de la compañía y de la importancia creciente de los contenidos gratuitos en internet.

El presidente y director ejecutivo de Quebecor, con sede en

Montreal, Karl Peladeau, argumentó que la velocidad a la cual

se deteriora el ámbito económico “nos fuerza a tomar decisiones difíciles en esta época del año”.

Sun Media, que edita 43 diarios vendidos en las principales ciudades canadienses, tres de distribución gratuita y unas 200 publicaciones comunitarias distribuidas de manera gratuita en municipalidades, ahorrará cerca de 11 millones de dólares con estos despidos.

La prensa estadounidense ha despedido o invitado al retiro a unas 15 mil 400 personas este

año, estimó Erica Smith, una periodista del *St. Louis Post-Dispatch* que contabiliza las pérdidas de empleo en el sector.

No pasa un sólo día sin su cortejo de malas noticias, ralentización de la economía que acelera la baja de las rentas publicitarias y que incita a numerosos anunciantes a volcarse hacia los sitios de internet gratuitos.

Según el Bureau de difusión de la prensa, el tiraje de los 507 cotidianos estadounidenses cayó 4.6 por ciento en seis meses con 38 millones de ejemplares vendidos de promedio de marzo a septiembre, en lugar de los 40 millones vendidos un año atrás.

Solo *USA Today*, del grupo Gannett, y el *Wall Street Journal*, del magnate de la prensa Rupert Murdoch, alcanzan a resistir, obteniendo modestas ganancias de 0.01 por ciento de sus lectores.

Continúa en siguiente hoja



Fecha 17.12.2008	Sección Economía	Página cp - 26
----------------------------	----------------------------	-------------------

Los ingresos publicitarios de la prensa han caído 18.1 por ciento en el último trimestre, el sexto trimestre consecutivo de baja, según la Asociación nacional de periódicos estadounidenses (NAA, por sus siglas en inglés).

Durante ese tiempo, la publicidad en línea aumentó, aunque no progresaría más que un 8.9 por ciento en 2009, según eMarketer. Y los ingresos obtenidos de internet no sobrepasan el 15 por ciento del total de ningún gran diario del país.

Hasta el *New York Times* anunció la semana pasada que tomará 225 millones de dólares hipotecando su nueva sede de Manhattan con el fin de contrarrestar una crisis provocada por la restricción del mercado de créditos y baja de sus beneficios.



Fachada del edificio de *The Detroit News* en Detroit ■ Foto Ap