Nuevos socios para importantes proyectos

POR **PILAR TELLO**

Incertidumbre y compás de espera son dos de las notas que caracterizan el inicio de 1993 en el mundo de la prensa. Los últimos cambios en el accionariado de algunos medios escritos y el rumbo que tome el mercado publicitario serán decisivos para el futuro de algunas publicaciones.

En los últimos meses diversos movimientos accionariales -ya esperados en determinados casos- se han hecho realidad en el seno de algunas publicaciones españolas como Diario 16, el diario Ya o el económico Cinco Días.

Diario 16, con la conmemoración de su XVI aniversario, ha cambiado la imagen de su cabecera y ha ampliado también su oferta, con dos nuevos suplementos monográficos. El periódico que desde el pasado mes de julio dirige José Luis Gutiérrez, parece atravesar dificultades financieras. En los últimos meses Inpresa, la editora de Diario 16, ha venido negociando con diversos compradores la venta del periódico, pero no ha fructificado ningún acuerdo.

Por otra parte, la entrada el pasado verano de Antonio Asensio, Mario Conde y Murdoch en el accionariado de Antena 3 Televisión, ha motivado la venta del diario Ya, cuya editorial -Edica-, pertenecía a este canal privado de televisión.
La simbólica cantidad de una peseta ha sido el precio pagado el pasado mes de diciembre por Editoriales del Sur, para hacerse con el 99,9 por ciento de las acciones de Editorial Católica (Edica).

Las deudas por la empresa y unos 300 puestos de trabajo, quedan ahora en manos de esta editorial mexicana, perteneciente al holding Industrial y Comunicaciones del Sur, que cuenta entre sus publicaciones con periódicos como El Liberal, La República o el económico La Moneda, además de numerosas emisoras de radio y un proyecto de televisión por cable en el país azteca. Casi 300 trabajadores esperan los resultados de la labor de Editoriales del Sur, cuya experiencia en prensa regional pretenden aplicar para sacar al diario Ya de su decadente situación.

1. PRENSA ECONÓMICA

Fundación Telefónica

La compra por parte del grupo Prisa del paquete de acciones del 29,32 por ciento que el empresario Francisco Gayá controlaba en el accionariado de la editora de Cinco Días, ha dejado en manos de Jesús de Polanco el 59,32 por ciento de este diario económico, cuya difusión en 1992, rondó los 25.000 ejemplares, según la OJD. Estas mismas cifras consolidan a Expansión, con 31.863 ejemplares, como el primer diario económico, seguido por Cinco Días y a mayor distancia, con poco más de 12.000 ejemplares, La Gaceta de los Negocios.

Así, el diario editado por Recoletos Compañía Editorial parece ganar la batalla en el mercado de la prensa económica, el cual no parece generar demanda para tres cabeceras:con la aparente solidez de Expansión, Cinco Días y La Gaceta pugnan por su supervivencia.

2. ESPECIALIZACIÓN TEMÁTICA Y PUBLICITARIA

El futuro de la prensa económica pasa por una remodelación de su oferta publicitaria, basada en la especialización. Esta es la apuesta del semanario Inversión y Capital, cuyo número uno salió a la venta el pasado día 22 de enero. Esta publicación es la continuación de Inversión 16, semanario editado por Infiesa (información Financiera y Económica, del Grupo 16), que se desprendió del mismo por una política de reducción de costes financieros.

Después de frustradas negociaciones con diversos compradores, como la editora francesa Investir, el director del semanario, Rafael Rubio, decidió hacerse cargo del proyecto y junto al subdirector, Manuel Moreno Capa, aportaron el 65 por ciento del capital para fundar el nuevo Inversión y Capital. El resto del accionariado está en manos de cinco componentes de la redacción que, con una política de control férreo de los gastos, bajos costes de producción, seguimiento de las suscripciones y especial cuidado de la publicidad, se embarcan en la aventura de sacar a flote una nueva publicación.

Rafael Rubio insiste en conservar la mayoría en el accionariado, aunque reconoce que «en este proyecto, dirigido a un sector muy concreto y que ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos diez años, coincidiendo con el aumento de la cultura financiera en nuestro país, existen posibles socios interesados, pero su entrada en Inversión y Capital, no se producirá antes de tres o cuatro meses».

El futuro de la prensa económica en España pasa por una super especialización, tanto temática como publicitaria. El director de Inversión y Capital aplica esta teoría y reconoce que una publicación muy especializada » se resiente en menor medida de la crisis publicitaria, ya que los anunciantes no pueden renunciar a la publicidad y estas publicaciones especializadas les aseguran la máxima eficacia a cada uno de sus mensajes, ya que les ofrece llegar a un público muy determinado.

Sin despreciar la posible publicidad comercial, hay que abrirse hacia la publicidad específica del sector al que se dirige cada medio: publicidad financiera, anuncios de empresa, cotizaciones… Esta es también la pauta que nos marca la experiencia de sólidas publicaciones extranjeras».

Fundación Telefónica
Telefónica

Fundación Telefónica