

EL PERIÓDICO SIN INTERRUPCIONES. UN ANÁLISIS DEL APROVECHAMIENTO DE LOS QUIOSCOS DIGITALES COMO INSTRUMENTO PARA MANTENER EL CONTACTO CON LOS LECTORES LOS 365 DÍAS DEL AÑO

Vicente Clavero Martín
Universidad Complutense de Madrid

Resumen

El nacimiento de los quioscos virtuales abrió la posibilidad de que los periódicos estuvieran disponibles con su fisonomía habitual todos días del año, incluso aquellos tres en que permanecen cerrados los puntos de venta tradicionales. Sin embargo, el aprovechamiento que las grandes cabeceras españolas vienen haciendo de esa oportunidad desde 2012 es muy desigual, según los resultados del presente estudio, que analiza cuál es la oferta periodística de cada uno de ellos en las festividades que antes guardaba la prensa.

Palabras clave: Quioscos digitales, Ortby, Kiosko y Más.

1. Introducción

Uno de los grandes retos de los medios de comunicación ha sido siempre acortar el tiempo entre los hechos y su conocimiento público, y –como bien dice Ángel Benito– eso explica buena parte del esfuerzo humano y técnico desarrollado históricamente por quienes se sentían comprometidos con el objetivo de alcanzarlo (Benito, 1991: 3). Ya a principios del siglo XX, Rafael Mainar sostenía que, si lo del *sacerdocio del periodismo* fuera verdad, tendría que dar culto a una sola diosa: “a la actualidad y nada más que a ella” (Mainar, 2005: 95). La proximidad de la noticias en el tiempo, la búsqueda permanente de la actualidad, es algo consustancial a la existencia misma del periódico, hasta el punto de que –según Emil Dovifat– éste está organizado sobre la base de la pronta comunicación de los más recientes acontecimiento de toda índole (Dovifat, 1959: 6). El porqué de esa obsesión han intentado explicarlo los estudiosos de la comunicación, entre otros Antonio López de Zuazo, para quien es la única manera de conseguir que las noticias estén vivas

y tengan interés (López de Zuazo, 1978: 14), condiciones indispensables ambas – añadimos nosotros – para que resulten atractivas al lector.

Pese a ello, circunstancias de toda índole han conspirado contra el objetivo de los medios de servir al principio de actualidad y en este artículo abordamos cómo los diarios españoles han superado una que les afectó durante décadas: la costumbre de suspender el contacto cotidiano con los lectores el 1 de enero, el Sábado Santo y el 25 de diciembre (el 1 de enero, el Viernes Santo y el 26 de diciembre en el caso de Cataluña). Esa tradición, consagrada entre 1971 y 1977 por la Reglamentación del Trabajo en Prensa, tenía por objeto facilitar el descanso de las redacciones y consolidó la práctica de que los quioscos cerraran en fechas tan señaladas. Sin embargo, desde 2012 hay cabeceras que también aparecen con el aspecto de siempre en los tres únicos días en que solían estar ausentes, para lo que se valen de las plataformas digitales de comercialización de páginas en formato pdf, que permiten hacerlo sin perturbar a un elemento tan sensible de su negocio como el canal de distribución en soporte físico.

El flujo informativo de los diarios españoles, en realidad, no sabe de interrupciones casi desde el nacimiento de sus primeras ediciones electrónicas a mediados de la década de los noventa del siglo XX. Pioneros en la web fueron *Avui*, *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*, a los que enseguida se unieron *ABC*, *El Mundo* y *El Diario Vasco*. Algo más tardó *El País*, cuya versión digital nació en mayo de 1996, coincidiendo con su vigésimo aniversario (Gómez y Paniagua, 2005). Aunque en principio todas estas ediciones se limitaban a un simple volcado del contenido impreso (Albornoz, 2005: 377), no tardó en acometerse una actualización continua de la información, a un ritmo que recordaba inevitablemente al de las agencias de noticias.

Pero en el proceso de digitalización de la prensa, a los efectos que nos interesan, la gran novedad llegó tres lustros después con la puesta en marcha de los quioscos digitales, que facilitaron el consumo de los periódicos a través de dispositivos electrónicos, manteniendo la misma fisonomía que en papel y a un precio algo más bajo. El precursor de este fenómeno, sobre el que apenas existen todavía referencias bibliográficas, fue Unidad Editorial, propietaria de *El Mundo*, del diario deportivo *As* y del económico *Expansión*, que en marzo de 2010 lanzó Orbyt, una aplicación que no sólo ofrecía la visualización bajo pago de sus publicaciones en formato pdf, sino también diversos servicios de entretenimiento (Pérez Bahón, 2014). Con posterioridad se irían adhiriendo

al proyecto otras cabeceras, como las pertenecientes al Grupo Zeta–*El Periódico de Catalunya*, *Sport* – y *La Razón*.

Orbyt no tuvo competencia hasta que en julio de 2011 salió al mercado Kiosko y Más, una plataforma liderada por Prisa y Vocento, que habían desoído la propuesta de Unidad Editorial para unirse a la suya (Alfaro, 2013). Prisa y Vocento no sólo aportaron todas sus publicaciones –entre ellas, *El País* y *ABC*– sino que lograron reunir de salida a 30 diarios y 60 revistas, incluidos también los de Zeta, que no tuvo inconveniente en hacer doblete. Kiosko y Más fue anunciado como la mayor alianza editorial de Europa (Pérez Bahón, 2014) e inspiró la posterior creación de GIE ePress Premium en Francia, cuyo buque insignia es *L'Equipe* (Pastrana, 2010), y de Edicola Italiana, promovida entre otros por RCS Mediagroup, dueño de Unidad Editorial (Simula, 2015).

Tras veintidós meses de rodaje de Orbyt, el 31 de diciembre de 2011, *El Mundo* anunció, a través de su página web, la publicación por primera vez de una edición completa en pdf al día siguiente, festividad de Año Nuevo. Al frente del periódico estaba entonces Pedro J. Ramírez, que en mayo de 1980, siendo director de *Diario 16*, ya había protagonizado otro hito histórico al romper con el descanso dominical obligatorio en prensa, vigente desde 1904³⁸. Para justificar su decisión de aparecer el 1 de enero, *El Mundo* se amparaba en “las demandas y necesidades” del público, que no debían supeditarse a las viejas reglamentaciones laborales, derogadas entre 1994 y 1995 como consecuencia de la puesta en marcha del Estatuto de los Trabajadores.

La cabecera de Unidad Editorial no sólo apareció en pdf el día de Año Nuevo de 2012, sino también los otros dos que desde 1977 eran inhábiles a efectos de la distribución de ejemplares en toda España menos Cataluña: el Sábado Santo y el 25 de diciembre. El 31 de este último mes, *El Mundo* se felicitaba por ello en una nota que decía: “La prensa no puede ni debe permanecer ajena al cambio [...]. Los nuevos dispositivos móviles eliminan las barreras físicas y espacio-temporales entre los periódicos y sus lectores. Las tradiciones quedan obsoletas, ancladas en un tiempo que no se corresponde con el presente”. El cierre ocasional de los puntos habituales de venta de los diarios – proclamaba– había dejado de ser un impedimento para disfrutarlos.

³⁸ Aquello dio origen a una fuerte polémica periodística, en la que Pedro J. Ramírez tuvo como máximo oponente a Luis María Anson, y a la postre supondría la sentencia de muerte para las *Hojas del lunes* provinciales, principal fuente de financiación de sus respectivas Asociaciones de la Prensa.

De todas formas, la única novedad real de 2012 fue la salida en Año Nuevo, porque desde el lanzamiento de Orbyt los suscriptores de *El Mundo* podían acceder libremente a la edición catalana del Sábado Santo y del 25 de diciembre, con independencia de dónde se encontraran esos días. A partir de aquel año, eso sí, el periódico empezó a facilitar dos versiones de dicha edición: la original y otra exactamente igual, llamada *Nacional*, que sólo se diferenciaba de la anterior en que prescindía de las páginas de información local y de la cartelera e incluía una parrilla de televisión con las grandes cadenas generalistas y las principales autonómicas de fuera de Cataluña.

Por lo que respecta a la prensa nacional de información general, *ABC* siguió pronto los pasos de *El Mundo* y desde 2013 su oferta es idéntica. *El País* y *La Razón*, en cambio, cubren el expediente del Sábado Santo y del 25 de diciembre proporcionando sus ediciones catalanas sin cambios, y continúan ausentes de los quioscos digitales el 1 de enero (tabla 1). Que sea precisamente ese día cuando *El País* y *La Razón* no están a disposición del público tiene una explicación bastante elemental: en Año Nuevo, como hemos visto, no se distribuyen periódicos en ninguna parte de España, de modo que para estar en Internet hay que elaborar ex profeso un número completo.

Tabla 1

PRESENCIA EN LOS QUIOSCOS DIGITALES											
	2012			2013			2014			2015	
	Año Nuevo	Sábado Santo	Navidad	Año Nuevo	Sábado Santo	Navidad	Año Nuevo	Sábado Santo	Navidad	Año Nuevo	Sábado Santo
EL PAÍS		C	C		C	C		C	C		C
EL MUNDO	N	R	R	N	R	R	N	R	R	N	R
ABC		R	R	N	R	R	N	R	R	N	R
LA RAZÓN		C	C		C	C		C	C		C

* N = edición nueva. C = sólo edición catalana. R = edición catalana + edición catalana retocada.

Sobre la acogida dispensada por el público a las ediciones en pdf que se ofertan los tres días del año en que permanecen cerrados los puntos de venta tradicionales no constan datos fehacientes. Los editores son muy celosos de la información referida a sus quioscos digitales y la que facilitan hay que tomarla con cautela, pues suele responder a intereses comerciales. Esto último también ocurre con los datos de circulación y audiencia de los periódicos en papel y con los de tráfico correspondientes a las páginas web. Pero la dificultad para averiguar la realidad es mayor en el caso de los quioscos virtuales porque, al menos de momento, no están sujetos a mecanismos externos de control generalmente

aceptados, como la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) o el Estudio General de Medios (EGM) para las versiones impresas.

2. Hipótesis y metodología

La imposibilidad de conocer la penetración de las ediciones digitales del 1 de enero, del Sábado Santo y del 25 de diciembre (siempre con la variante de Cataluña) no es óbice para suponer que los periódicos se creen el producto que publican esos días en los quioscos digitales y consideran que es equiparable al impreso en papel. Precisamente ésa es la hipótesis de partida de nuestro trabajo, que se centra en los cuatro principales diarios de ámbito nacional e información general editados en España; esto es, *El País*, con 259.775 ejemplares de difusión media entre enero y diciembre de 2014, según los últimos datos anuales certificados por la OJD; *El Mundo*, con 149.684; *ABC*, con 128.660, y *La Razón*, con 81.449³⁹.

Para contrastarla hemos tomado como muestra las ediciones aparecidas en los quioscos digitales el 26 de diciembre de 2012 y las hemos cotejado con las del día anterior, al objeto de averiguar si eran completamente distintas o se producían repeticiones. El porqué de este procedimiento resulta fácil de entender: si algo distingue a un medio de comunicación impreso es que, salvo error, nunca publica dos veces lo mismo, pues entiende que con la primera basta para dar a sus lectores enterados, excepción hecha – claro está– de los anuncios, cuya inserción obedece a criterios ajenos a lo periodístico. Los resultados obtenidos los hemos comparado luego con las ediciones del 25 y 26 de diciembre de 2014, por si en esos dos años se hubiera producido alguna evolución.

El análisis lo hemos realizado pieza a pieza, distinguiendo entre cuatro grandes bloques: información, opinión, fotografías y gráficos. Se consideran información los titulares y las llamadas de portada (aunque no lleven texto), cada uno de los breves y los obituarios; no así los elementos de apoyo a noticias, crónicas, entrevistas o reportajes, que hemos considerado parte de ellos. La opinión abarca los editoriales, las columnas, las tribunas, las críticas, las viñetas, los sueltos y las cartas al director, también consideradas una a una como los breves. Las ilustraciones van en el mismo paquete que las fotografías, entre las que no se han contabilizado las caritas que a veces ilustran los artículos. Los gráficos, en

³⁹ Datos tomados de la página web de la OJD el 28/9/2015. <http://www.introl.es/medios-controlados/>

fin, no incluyen los mapas meteorológicos, ni las carteleras, ni las parrillas de televisión, ni los pasatiempos, que hemos preferido dejar fuera del estudio.

Estos cuatro bloques permiten hacer comparaciones homogéneas entre las distintas cabeceras, cosa mucho más compleja en lo referente a su distribución por secciones. No todos diarios tienen la misma estructura, ni utilizan los mismos epígrafes, ni sitúan bajo esos epígrafes un mismo contenido, aunque a veces las diferencias sean sólo de matiz. Incluso algunos de ellos han introducido modificaciones entre 2012 y 2014, fruto de un rediseño y/o la llegada de nuevo director⁴⁰. No obstante, facilitamos también el correspondiente desglose, buscando toda la homogeneidad posible.

3. Resultados de la investigación

3.1. *El País*

El principal diario español de información general sacó a la calle el 26 de diciembre de 2012 una edición que tenía 151 piezas, de las que 118 (el 78,1%) ya estaban en la ofrecida a sus lectores sólo en Kiosko y Más el día anterior. Se repetían 50 informaciones, 16 opiniones, 48 fotografías y 4 gráficos. Buena parte de las secciones (*Economía, Cultura, Gente, Opinión*) salieron sin ninguna variación. Por el contrario, las de *España* (básicamente, política nacional) y *Deportes* son las que mostraron un interés mayor por actualizarse. *Pantallas* (sección dedicada a comunicación y televisión) sólo cambió uno de sus contenidos. Para la portada se repescaron la mitad de los temas y fotografías que la habían ocupado la víspera (tabla 2).

⁴⁰ Casimiro García Abadillo tomó el relevo de Pedro J. Ramírez al frente de *El Mundo* en enero de 2014 y Antonio Caño sucedió a Javier Moreno al frente de *El País* en mayo de ese mismo año.

Tabla 2

EL PAÍS (26/12/2012)															
	Información			Opinión			Fotografías			Gráficos			Total		
	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%
Portada	8	4	50,0				4	2	50,0				12	6	50,0
Internacional	8	7	87,5	1			5	4	80,0	1	1	100,0	15	12	80,0
España	14	7	50,0	2	1	50,0	15	12	80,0	1	1	100,0	32	21	65,6
Economía	10	10	100,0				4	4	100,0	1	1	100,0	15	15	100,0
Opinión				14	14	100,0	2	2	100,0				16	16	100,0
Sociedad	8	8	100,0				10	10	100,0	2			20	18	90,0
Cultura	5	5	100,0				7	7	100,0				12	12	100,0
Gente	3	3	100,0				2	2	100,0				5	5	100,0
Obituarios	1	1	100,0				1						2	1	50,0
Deportes	6	3	50,0	1			5	4	80,0	1	1	100,0	13	8	61,5
Pantallas	2	1	50,0	1			3		0,0				6	1	16,7
Contra	1	1	100,0	1	1	100,0	1	1	100,0				3	3	100,0
Total	66	50	75,8	20	16	80,0	59	48	81,4	6	4	66,7	151	118	78,1

P = número de piezas. R = piezas repetidas del día anterior. % = porcentaje de piezas repetidas sobre el total de piezas.

Dos años después, en 2014, *El País* hizo un esfuerzo algo más apreciable: el 26 de diciembre aparecieron 98 piezas extraídas del número del día anterior, lo que supone un 64,1% del total (153). Fueron reutilizadas 39 informaciones, 23 opiniones, 30 fotografías y 6 gráficos; pero sólo tres secciones (*Gente*, *Obituarios*, *Opinión*) y la contraportada se mantuvieron invariadas. *Cultura* no incurrió en ninguna repetición, debido a que el 26 de diciembre fue viernes, día en que adquiere una fisonomía distinta, al estar dedicada casi en su integridad a las novedades que presenta la cartelera del fin de semana. De las 11 piezas de portada se repetían 5 (tabla 3).

Tabla 3

EL PAÍS (26/12/2014)															
	Información			Opinión			Fotografías			Gráficos			Total		
	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%
Portada	8	3	37,5				3	2	66,7				11	5	45,5
Internacional	11	6	54,5	2	2	100,0	6	5	83,3	1	1	100,0	20	14	70,0
España	13	9	69,2	3	3	100,0	10	8	80,0	1	1	100,0	27	21	77,8
Economía	12	9	75,0				3	3	100,0	3	3	100,0	18	15	83,3
Opinión				16	16	100,0							16	16	100,0
Sociedad	5	2	40,0				3	2	66,7				8	4	50,0
Cultura	5			4			9						18		
Gente	2	2	100,0				2	2	100,0				4	4	100,0
Obituarios	2	2	100,0				2	2	100,0				4	4	100,0
Deportes	10	4	40,0				6	3	50,0	1	1	100,0	17	8	47,1
Pantallas	1	1	100,0	2	1	50,0	3	1	33,3				6	3	50,0
Contra	1	1	100,0	1	1	100,0	2	2	100,0				4	4	100,0
Total	70	39	55,7	28	23	82,1	49	30	61,2	6	6	100,0	153	98	64,1

P = número de piezas. R = piezas repetidas del día anterior. % = porcentaje de piezas repetidas sobre el total de piezas.

3.2. *El Mundo*

La cabecera que dio el primer paso para salir los 365 días del año realizó el alarde de publicar dos ediciones absolutamente distintas ya en 2012. La del 26 de diciembre contaba con 133 piezas: 50 informaciones, 30 opiniones, 51 fotografías y 2 gráficos. Ninguna había sido recuperada de la edición en pdf ofrecida a través de Orbyt el día 25. Pese a que esas fechas son poco pródigas en noticias políticas, exceptuando el mensaje navideño de la Corona y las consiguientes reacciones de los líderes de los partidos, la sección de *España* incluía 20 piezas, sólo ligeramente por debajo de las 24 de *Cultura*, reina indiscutible del número del 26 de diciembre. Bien surtida iba también *Deportes*, con 19 (tabla 4).

Tabla 4

EL MUNDO (26/12/2012)															
	Información			Opinión			Fotografías			Gráficos			Total		
	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%
Portada	5						4						9		
Opinión *				22									22		
Obituarios	2						1						3		
España	10			2			7			1			20		
Mundo	5			2			6						13		
Economía **	8						4			1			13		
Sociedad															
Ciencia															
Cultura	6			2			16						24		
Comunicación				1			5						6		
Gente															
Deportes	13						6						19		
Contra	1			1			2						4		
Total	50			30			51			2			133		

P = número de piezas. R = piezas repetidas del día anterior. % = porcentaje de piezas repetidas sobre el total de piezas.

* Incluye Otras voces. ** Incluye Motor.

La historia se repitió en 2014: *El Mundo* lanzó el 26 de diciembre una edición ex novoque incluía 116 piezas: 35 informaciones, 36 opiniones, 44 fotografías y 1 gráfico. Esta vez, *España* no se dejó comer el terreno y fue la sección que más contenidos aportó (23), muy por delante de *Cultura* (14), *Mundo* (13) o *Deportes* (9). Una circunstancia jugó a su favor: las opiniones, más numerosas de lo habitual, generadas por la alocución real de Nochebuena, que por primera vez pronunció Felipe VI, como consecuencia de la abdicación de su padre seis meses antes (tabla 5).

Tabla 5

EL MUNDO (26/12/2014)															
	Información			Opinión			Fotografías			Gráficos			Total		
	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%
Portada	6						2						8		
Opinión *				21									21		
Obituarios	1						1						2		
España	7			4			12						23		
Mundo	8						5						13		
Economía **	5			1			2			1			9		
Sociedad	1			1			4						6		
Ciencia	1						1						2		
Cultura	2			5			7						14		
Comunicación	1						4						5		
Gente															
Deportes	3			1			5						9		
Contra				3			1						4		
Total	35			36			44			1			116		

P = número de piezas. R = piezas repetidas del día anterior. % = porcentaje de piezas repetidas sobre el total de piezas.

* Incluye Otras voces. ** Incluye Motor.

3.3. ABC

El buque insignia de Vocento tampoco reparó en gastos una vez tomó la decisión de subirse al carro de las ediciones digitales del 25 de diciembre. De las 145 piezas publicadas en el número del día siguiente, apenas 27 (el 18,6%) no eran nuevas: 7 informaciones, 11 opiniones y 9 fotografías. *Enfoque* (una miscelánea de las principales noticias, en algunos casos comentadas), *Economía*, *Sociedad*, *Cultura*, *Deportes*, *Gente/Estilo* y *Televisión y radio* se abstuvieron de repetir ninguna, y *España* sólo recuperó el resumen del mensaje del todavía titular de la Corona, Juan Carlos I, por si a esas alturas todavía quedaba alguien sin conocerlo. La sección de *Opinión* sí aprovechó en abundancia material procedente del número de Navidad; en concreto, 12 piezas sobre un total de 23 (tabla 6).

Tabla 6

ABC (26/12/2012)															
	Información			Opinión			Fotografías			Gráficos			Total		
	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%
Portada	3	1	33,3				3	1	33,3				6	2	33,3
Enfoque	4			1			11						16		
Opinión *				19	11	57,9	4	1	25,0				23	12	52,2
España	12	2	16,7	1			8	1	12,5	1		0,0	21	3	14,3
Internacional	5	1	20,0				5	4	80,0				10	5	50,0
Economía	4			1			2			1			8		
Sociedad **	8			1			7			1			17		
Cultura ***	3						5						8		
Deportes	5						4						9		
Gente/Estilo	3						6						9		
Agenda	4	3	75,0				2	2	100,0				6	5	83,3
Obituarios	2						2						4		
TV y radio	1			1			3						5		
Contra	1			1			1						3		
Total	55	7	12,7	25	11	44,0	63	9	14,3	3		0,0	145	27	18,6

P = número de piezas. R = piezas repetidas del día anterior. % = porcentaje de piezas repetidas sobre el total de piezas.

* Incluye el artículo de la Tercera. ** Incluye Familia. *** Incluye Toros.

Las coincidencias entre las dos ediciones fueron todavía menores en 2014: un 10,5%. Las 19 piezas que sobrevivieron de un día para el otro eran 8 informaciones, 1 opinión, y 10 fotografías. En la redacción de *ABC*, pues, hubo que trabajar duro, ya que el número del 26 de diciembre llegó a las 181 piezas. Incluso en *Opinión* apostaron ese año por cambiar de arriba abajo el contenido, con una sola excepción. Las repeticiones en *España* volvieron a limitarse a la aparición televisiva del rey, que ya era Felipe VI. Su fotografía y el correspondiente titular fueron las únicas piezas que se mantuvieron en portada los dos días, como en 2012 había ocurrido con las palabras dirigidas a la nación por Juan Carlos I en Nochebuena (tabla 7).

Tabla 7

ABC (26/12/2014)															
	Información			Opinión			Fotografías			Gráficos			Total		
	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%
Portada	3	1	33,3				1	1	100,0				4	2	50,0
Enfoque	4			1			14						19		
Opinión *				23	1	4,3	2						25	1	4,0
España	10	3	30,0	1			7	3	42,9	1			19	6	31,6
Internacional	8	1	12,5	1			8	4	50,0				17	5	29,4
Economía	5			1			3			1			10		
Sociedad **	5						7						12		
Cultura ***	12						14						26		
Deportes	5						5						10		
Gente/Estilo	7						15						22		
Agenda	4	3	75,0				2	2	100,0				6	5	83,3
Obituarios	2						2						4		
TV y radio	1						3						4		
Contra	1			1			1						3		
Total	67	8	11,9	28	1	3,6	84	10	11,9	2		0,0	181	19	10,5

P = número de piezas. R = piezas repetidas del día anterior. % = porcentaje de piezas repetidas sobre el total de piezas.

* Incluye el artículo de la Tercera. ** Incluye Familia. *** Incluye Toros.

3.4. La Razón

El último periódico por difusión de los cuatro aquí analizados también hizo un esfuerzo notable en 2012 para estar en este aspecto a la altura de su más inmediata competencia. La edición del 26 de diciembre estaba compuesta por 179 piezas, 33 de las cuales (el 18,4%) ya eran conocidas por quienes hubiesen leído *La Razón* un día antes en Orbyt. Se aprovecharon 9 informaciones, 12 opiniones, 10 fotografías y 2 gráficos. Cuatro secciones llevaban sólo material de estreno: *Internacional*, *Sociedad*, *Obituarios*, y *Tv y Comunicación*. Por el contrario, la contraportada del 25 se reprodujo de nuevo idéntica (tabla 8).

Tabla 8

LA RAZÓN (26/12/2012)															
	Información			Opinión			Fotografías			Gráficos			Total		
	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%
Portada	4	1	25,0				2						6	1	16,7
Opinión *	3			17	7	41,2	16	3	18,8				36	10	27,8
España	14	2	14,3	4	1	25,0	13	2	15,4	2	1	50,0	33	6	18,2
Internacional	4			1			6			1			12		
Economía	9	1	11,1	1	1	100,0	1			3	1	33,3	14	3	21,4
Sociedad	10			2			8			1			21		
Cultura **	7	3	42,9	1			6	3	50,0	1			15	6	40,0
Tecnología															
Gente	4	1	25,0				3						7	1	14,3
Obituarios	1						1						2		
Deportes	7	1	14,3	1	1	100,0	13	1	7,7	1			22	3	13,6
TV y Comunic.	3						5						8		
Contra				2	2	100,0	1	1	100,0				3	3	100,0
Total	66	9	13,6	29	12	41,4	75	10	13,3	9	2	22,2	179	33	18,4

P = número de piezas. R = piezas repetidas del día anterior. % = porcentaje de piezas repetidas sobre el total de piezas.

* Incluye Punto de mira y las Tribunas. ** Incluye Toros.

En 2014, sin embargo, *La Razón* aflojó bastante, contrariamente a lo que hicieron *El País* y *ABC*. Ese paso atrás queda de manifiesto en el hecho de que 84 de las 195 piezas publicadas el 26 de diciembre (el 43,1%) procedían de la repesca: 19 informaciones, 14 opiniones, 50 fotografías y 1 gráfico. La mayor parte de las 84 (en concreto, 40) eran de *Cultura*, porque el periódico decidió adelantar al jueves 25 los contenidos dedicados a ocio que suele proporcionar los viernes. Secciones más pegadas a la actualidad, como *España* y *Economía*, tampoco tuvieron reparo en insertar en sus páginas por segunda vez un significativo volumen de piezas aparecidas el día de Navidad, entre ellas las relativas al mensaje navideño del nuevo monarca. *Internacional*, en cambio, volvió a salir renovada por completo, y *Deportes* prácticamente también (tabla 9).

Tabla 9

LA RAZÓN (26/12/2014)															
	Información			Opinión			Fotografías			Gráficos			Total		
	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%
Portada	5	1	20,0				2						7	1	14,3
Opinión *	3			13	6	46,2	13	4	30,8				29	10	34,5
España	9	4	44,4	8	3	37,5	10	8	80,0	1			28	15	53,6
Internacional	6			1			5			1			13		
Economía	4	3	75,0				1			2	1	50,0	6	4	66,7
Sociedad	6	1	16,7	1	1	100,0	6	1					13	3	23,1
Cultura **	15	8	53,3	8	4	50,0	35	28	80,0				58	40	69,0
Tecnología	1	1	100,0				9	6	66,7				10	7	70,0
Gente	3						3						6		
Deportes	7	1	14,3	1			13	3	23,1	1			22	4	18,2
TV y Comunic.	1						2						3		
Contra															
Total	60	19	31,7	32	14	43,8	98	50	51,0	5	1	20,0	195	84	43,1

P = número de piezas. R = piezas repetidas del día anterior. % = porcentaje de piezas repetidas sobre el total de piezas.

* Incluye Punto de mira y las Tribunas. ** Incluye Toros.

3. Conclusiones

Nuestra investigación partía de la hipótesis de que los diarios analizados consideran como a otras cualesquiera las ediciones que publican sólo en los quioscos digitales el 1 de enero, el Sábado Santo y el 25 de diciembre. Aunque nos hayamos ceñido a esta última, los resultados revelan que eso no es exactamente así, o al menos no en todos los casos. Sólo a *El Mundo* le merecen exactamente la misma consideración que las de papel, toda vez que no repite al día siguiente ni una sola pieza, que es el criterio que decidimos utilizar como referencia.

Los otros tres diarios, en mayor o menos proporción, sí reutilizan algunas (tabla 10). Y, curiosamente, el que más lo hace es *El País*, aunque de 2012 a 2014 su esfuerzo de actualización de los contenidos dio un significativo salto adelante. Todo lo contrario, por cierto, de lo que le sucedió a *La Razón*, que empezó con muchas ganas y dos años después presentaba registros claramente peores. *ABC* apostó fuerte desde el principio, aunque sin

llegar a los extremos de *El Mundo*, y el último dato obtenido refleja un porcentaje repeticiones bastante pequeño.

Tabla 10

RESUMEN DE LAS EDICIONES DEL 26 DE DICIEMBRE															
	EL PAÍS			EL MUNDO			ABC			LA RAZÓN			Total		
	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%	P	R	%
2012	151	118	78,1	133			145	27	18,6	179	33	18,4	608	311	51,2
2014	153	98	64,1	116			181	19	10,5	195	84	43,1	645	201	31,2

P = número de piezas. R = piezas repetidas del día anterior. % = porcentaje de piezas repetidas sobre el total de piezas.

Que ese porcentaje quede reducido a cero en todos los diarios es factible, porque de hecho uno de ellos lo ha conseguido desde el primer día, si bien hay circunstancias estructurales que conspiran contra ese objetivo. La primera es que, como sugieren los resultados obtenidos, a los responsables de las redacciones les cuesta prescindir en el número del día 26 de diciembre del resumen del tradicional mensaje navideño de la Corona, por más que ya lo hayan publicado el 25. Pero el periodismo tiene fórmulas para reciclar contenidos sin necesidad de repetirlo, que *El Mundo* aplica en este caso y que en general todos los periódicos utilizan con más o menos frecuencia.

Otro obstáculo estriba en el despilfarro que a algunos de esos responsables (y a sus gestores) les puede parecer la decisión de *quemar* en la edición del 25 de diciembre los artículos de opinión de sus colaboradores, cosa que podría hacerse extensiva a la del 1 de enero y a la del Sábado Santo. De ahí que buena parte de ellos, cuando no todos, vuelvan a publicarse al día siguiente, lo que no sólo supone un ahorro, sino que también es probable que complazca a sus autores, ya que eso les asegura una mayor audiencia.

Por lo demás, los resultados del estudio no permiten atisbar razones de peso para que el número de Navidad no sea tomado como un número más, pues ni la carencia de material ni la limitación de personal, cada vez más frecuente por desgracia en los medios, son insoslayables con una buena organización. Pero si los diarios que hoy no están convencidos acaban entendiéndolo así es algo que habrá que investigar más adelante.

5. Referencias bibliográficas

- Alfaro de la Torre, Juan (2013): “Orbyt: el quiosco digital. La órbita por la que navega *El Mundo*”. En: *IE Business School*, [<http://vdcav.blogs.ie.edu/files/2013/07/ORBYT-el-quiosco-digital.pdf>], 3/9/2015
- Benito, Ángel (1991): *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas.
- Díaz Noci, Javier (2004): “Ciberperiodismo, profesión y academia. Medios digitales españoles en Internet”. En: *Telos*, núm. 59, [<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=5&rev=59.htm>], 3/9/2015
- Dovifat, Emil (1959): *Periodismo*, tomo I. México: UTEHA.
- Gómez, Bernardo & Paniagua, Francisco (2005): “Las ediciones digitales de los diarios españoles. Nacimientos y consolidación de un sector en auge”. En: *Razón y palabra*, núm. 47, [<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n47/gomezpaniagua.html>], 1/9/2015.
- López de Zuazo, Antonio (1978): *Diccionario del periodismo*. Madrid, Pirámide.
- Mainar, Rafael (2005): *El arte del periodista*. Barcelona: Destino.
- Pastrana, Roberto (2014): “Kioskos digitales contra la caída de anunciantes”, *Difusión*, [<http://difusion.com.es/noticia/6990/actualidad/kioskos-digitales-contra-la-caida-de-anunciantes.html>], 1/9/2015.
- Pérez Bahón, Félix (2014): “Metamorfosis de los quioscos de prensa en el escenario digital”, *Unir*, [[http://revista.unir.net/3343-metamor fosis-de-los-quioscos-de-prensa-en-el-escenario-digital](http://revista.unir.net/3343-metamor-fosis-de-los-quioscos-de-prensa-en-el-escenario-digital)], 1/9/2015.
- Simula, Fabrizio (2014): Los principales editores italianos crean un quiosco digital común, *Media-tics*, [<http://www.media-tics.com/noticia/2743/medios-de-comunicacion/los-principales-editores-italianos-crean-un-quiosco-digital-comun.html>], 2/9/ 2015.