



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información  
y Nuevos Análisis de Comunicación Social  
España

González Borjas, Antonia

El fenómeno de la "edición local" y la prensa local

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 3, núm. 31, 2000

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social  
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81933108>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

...

# Latina

Revista de Comunicación Social

La Laguna (Tenerife)

Julio de 2000 - número 31

D.L.: TF - 135 - 98

ISSN: 1138 - 5820 (año 3º)

# ÁMBITOS

Revista Andaluza de Comunicación

Número 3-4 - Año 2000

D.L.: SE - 1493 - 98

ISSN: 1139 - 1979

Universidad de Sevilla

<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

## El fenómeno de la "edición local" y la prensa local

**Dra. Antonia González Borjas ©**

Responsable de Comunicación en el Hospital Universitario de Valme (Sevilla)

El auge experimentado por la prensa local en los últimos años tiene como correlato el interés empresarial de los mass media determinadas. Como consecuencia de ello, el periódico local se ha visto acompañado del fenómeno de la "edición local", difusión nacional o regional han logrado un nuevo producto informativo para ciudades distintas con tan sólo cambiar parte de un doble comportamiento mediático: el rol de contención por parte de las publicaciones locales, mientras que la prensa de ámbito informativo.

### 1. Introducción

La irrupción de las nuevas tecnologías informativas en el periodismo escrito ha facilitado la viabilidad técnica del pequeño periódico. Los procedimientos innovados permiten realizar publicaciones con poco equipamiento y reducir a un mínimo el personal técnico. El fenómeno de la edición local, acompañado de las iniciativas de las grandes publicaciones que utilizan los citados avances para alcanzar a un potencial informativo, la prensa cercana (léase regional, provincial, comarcal o local). En efecto, "fruto del protagonismo adquirido por esta modalidad de edición local en la prensa española" (1).

En este nuevo modo de trabajar de los grandes, el fenómeno de la "edición local" se ha convertido en uno de sus recursos. El acercamiento de los grandes medios impresos a los más apartados lectores, incluyendo en las ediciones regionales los contenidos de la prensa local. Luego las nuevas tecnologías de la información favorecen tanto a la prensa local como a las páginas locales que los medios de comunicación distintas, "por cuanto están permitiendo un mayor y más rápido acercamiento a las informaciones, no sólo de los profesionales sino de las audiencias de los medios de comunicación" (2).

Como resultado del elevado coste de la renovación tecnológica y del acelerado proceso de concentración de medios, los medios pequeños, mientras los medios medianos han entrado en una situación de somnolencia. Es decir, se está produciendo el fenómeno de la edición local son las que realmente pueden acometer la renovación tecnológica, consolidándose los diarios de tiradas altas. Por otro lado, los pequeños periódicos que, centrados en la información de lo cercano e inmediato, aumentan tanto en número como en cifras de circulación. En el periodismo impreso, la información local. En el centro quedan los medios de difusión media, los cuales sufren el estancamiento tecnológico y la competencia de los medios locales (3).

La consecuencia de todo esto es una dialéctica entre las publicaciones locales —que asumen un rol de contención—, y las grandes publicaciones —que desempeñan un papel basado en la expansión—. Una tensión que reitera la producida entre grupos multinacionales y la prensa local en el gran marco del juego informativo mundial:

"Una tendencia de expansión central, cuyo eje se asienta en los grandes grupos de irradiación que encuentran en la combinación de medios de comunicación integrada/telecomunicaciones la base tecnológica de un libre flujo centrífugo —centro-periferia— proyectado sobre plantas de difusión a escala nacional, por los periódicos centrales, que, basándose en la tecnología de irradiación, diversifican la oferta de edición local directa con los medios periféricos regionales o locales" (4).

### 2. El periódico local

—Compra de diarios, mayoritariamente líderes de zona, y posterior integración de los mismos en el grupo matriz Prensa Ibérica y Zeta.

La tercera fórmula se ha perfilado como la más fructífera desde el punto de vista de la difusión informativa y de la evolución de la tendencia hacia la concentración experimentada por la prensa. Dicho proceso está perfectamente sintetizado en la "teoría de la superposición", donde, centrado en el modelo norteamericano, los diferentes ámbitos geográficos se solapan. Esta superposición provoca una saturación que las sombrillas mayores (que representan a periódicos expansivos) ciegan la información de las menores (que serían los periódicos de proximidad). La aproximación a la información cercana, entran en juego las distintas fórmulas indicadas con anterioridad.

Frente a las estrategias de pugna por la audiencia seguidas por los grupos de prensa, los pequeños periódicos locales y provinciales han buscado refugio en las nuevas tecnologías. Al verse casi maniatadas, las publicaciones locales independientes encuentran como única salida la integración en grupos comunes. Esta actuación defensiva permite simultáneamente la elaboración de una estrategia encaminada hacia la captación de lectores. El resultado de los espacios de difusión de los medios coaligados (10).

### 3. La "edicionalización"

El periódico expansivo, generalmente de ámbito nacional, se ha visto obligado a recurrir a una fórmula ofensiva encaminada a la captación de lectores provincial y local. Como filosofía que inspira esa deseada multilocalidad, éste ha apostado con gran fuerza por la "edicionalización".

Nos referimos a un proceso mediante el cual existe la posibilidad de cambiar un gran número de páginas de un mismo diario para conseguir una infinita combinación de ediciones zonales. Para conseguir esto, el tratamiento redaccional corre a cargo de periodistas de una redacción determinada; mientras la vertiente técnica está basada en: preimpresión centralizada, vías de transmisión facsimilar e impresión local. La toma de decisiones, ésta se descentraliza en las ediciones locales, aunque la sede central siempre está informada de lo que sucede en cada zona.

Por lo que respecta a los procedimientos para llevar a cabo la "edicionalización", podríamos citar los siguientes: primar las noticias de proximidad, influir en el localismo y lo cotidiano, interés por las cuestiones que llaman la atención del lector y mueven su curiosidad, exponer sus preocupaciones más cercanas, realizar ediciones o periódicos integrados en grandes cadenas con una cobertura amplia, utilizar una tecnología sofisticada que permita la multiplicación del mensaje y rapidez en la aparición, entre otros (11).

El primer gran ejemplo del periodismo multilocal viene representado por el diario USA Today. Desde un gran centro periodístico se imprimen diferentes las páginas centrales del diario que contiene la información sobre política internacional, sociedad, economía y deportes. En las zonas de local correspondientes y se imprimen en pequeñas imprentas. A través de la zonificación del medio los distintos receptores de la información, nutrido de recursos normalmente inalcanzables para la prensa periférica independiente. De esta forma, el gran periódico se aparta de los contenidos, compitiendo con las publicaciones regionales, provinciales y locales, y en rapidez de distribución de la información mediante la impresión simultánea en plantas periféricas. El producto final "es un medio con contenidos informativos y publicitarios de una estructura superior y, por consiguiente, dentro de una oferta más global y completa" (12). Si bien después de reconocer el éxito de esta fórmula, acercarse al máximo a la localidad, también hay que ratificar que no por ello éstos pierden sus características de periódico de proximidad. La recepción de la noticia, la tirada, los contenidos, la tecnología y el tratamiento general de la información.

En esta lucha de los medios por ofrecer informaciones más localizadas, podemos preguntarnos quiénes fueron los pioneros en esta estrategia. En su respuesta basta detenernos en la competitividad por la cobertura. En efecto, si la competencia natural de los diarios nacionales son los regionales los provinciales, comarcales y locales, fueron los grandes periódicos regionales sus verdaderos impulsores (13). En el caso del número de ediciones zonales es Galicia. Una expansión periodística fundamentada en la potenciación de la información local en las zonas territoriales. En el País Vasco se registran otras veinticinco y en la comunidad valenciana dieciocho.(14). Sin duda, los grupos de prensa empresarial muy parecida a la de los grupos centrales, han intensificado su expansión a través de la diversificación zonal.

Lógicamente, a la estrategia de territorialización de ediciones, en pro de una mayor eficacia en la penetración regional, se apoya la fórmula de la edición nacional. Un caso muy representativo lo constituye Diario 16 que, además de su edición nacional, contaba en 1995 con ediciones en Burgos, Galicia, Málaga, Murcia y Valencia. Pero abordamos una aureola localista que no empaña la parquedad vertida hasta en los periódicos nacionales españoles. El Mundo, uno de los pocos periódicos que medita acerca de este fenómeno, reconoce ese desarraigo local que le ha llevado a menudo 'municipal y espesa', la información local no ha sido nunca en los periódicos españoles de difusión nacional una columna vertebral de los países" (15). Del mismo modo, este medio justifica con tintes puramente sociales su adhesión al carro de la "edicionalización": "Sin pretender invadir el terreno de los diarios de ámbito regional, el Mundo pretende sacar esa información del gueto de la marginalidad" (16). Sus responsables optan también por imprimir noticias de proximidad extrayéndola de cualquier discriminación, por todo lo cual consignan los mismos principios de legibilidad, precisión, combinación de contenidos, búsqueda más allá de lo que digan las versiones y notas oficiales que se aplican en el conjunto de las demás secciones. En el Mundo la información local a la vida pública de los municipios grandes y pequeños que tan directamente afecta a los lectores. Para ello se dedica espacio a (actividades de los cargos públicos y de los candidatos en períodos electorales, los plenos municipales), el económico-presupuestario (decisiones públicas) y el urbanístico (planificación, cambios de uso, obras públicas). Sin embargo, lejos de lo que los ajenos a la información local creen, los municipios no sólo producen información en torno a su casa consistorial. La información local moderna debe considerarse como un campo amplio: problemas sociales, servicios, estilos de vida, fiestas, crítica urbanística..., en definitiva, subsecciones que conforman un representante de una especialidad informativa.

La proliferación de ediciones zonales no sólo ha afectado a los periódicos nacionales y regionales; sino que también ha afectado a los periódicos locales y provinciales.

publicidad se perfila como el otro gran pilar reforzador del negocio de la "edición local", ya que cada edición acaparará p... múltiples. En este sentido, José Luis Peñalva, que preparó la edición local de El Correo Español-El Pueblo Vasco, subraya como referencia, en unos casos, la territorialidad; en otros, la diversidad étnica o cultural y siempre el intentar una respuesta de comunicación diferentes a los ya ocupados. Algunas empresas españolas al intentar adaptarse a la información local, en... americano que se agrupa por cadenas y el francés que se multiplica en ediciones. Ambas propuestas exigen factores de pro... Todo ello sostenido por el soporte financiero publicitario fácil de dominar a través de las páginas locales" (21).

Como conclusión, lo más sobresaliente de esta competitividad entre pequeños/grandes, desprotegidos/consolidados, periféricos/centrales es la lucha por los lectores locales (22). O sea, como contraprestación al interés desarrollado por los medios de comunicación expansivos ha visto obligada a descender al reducto más localizado de la información (las ediciones locales) con el propósito de ser la p... proceso, los públicos sienten correspondidas sus necesidades informativas más inmediatas. Precisamente por ello, el sistem... de éxito para la empresa de prensa del año 2000, en la cual la información general tendrá que compaginarse necesariamente con la información local (23).

### 3.1. Defensores y detractores

En realidad, parece contradictorio cimentar el protagonismo de la prensa local en la incapacidad del periodismo para tratar te... abordamos el éxito de los diarios de gran difusión a partir del tratamiento de la información local. No obstante, la filosofía de la "edición local" hace que nos encontremos con dos tipos distintos de información local: la que ofrecen los diarios de inform... María José Cantalapiedra reconoce esta realidad del siguiente modo: "Los medios de comunicación locales, y concretamente los diarios, ofrecen aquello que no ofrecen los periódicos regionales en sus ediciones locales. Esa es al menos su carta de presentación de información local" (24).

A este respecto, hay autores que defienden la producción de ediciones distintas de diarios para mejorar la cobertura territorial... apartado de los detractores se encuentra Picos Freire, quien reprocha a la prensa de información general que "los diarios no ofrecen la identificación que éste experimenta al leer un periódico dedicado únicamente a las noticias de su propia colectividad" (25).

Enrique Ybarra destaca varias virtudes de los huecos locales que dejan los grandes periódicos: "Las páginas locales colaboran en planos más bajos; dan seguridad, inconscientemente, al reflejar las conductas cambiantes de un medio dinámico, difícil e incomprensible para la sociedad de hoy. La edición funciona así como un espejo de la vida social de esas colectividades que desean contemplarse a sí mismas. Pero, además del papel de seguridad, el diario regional con incidencia local tiene otro: la ayuda a la evolución" (26).

Otro investigador de la información local, Maciá Mercadé, cuestiona el éxito final del esfuerzo realizado por los medios provinciales con mayor amplitud y profundidad la información de comarcas y localidades. En realidad, es obvia la inexpugnabilidad del territorio con respecto al realizado mediante delegaciones locales o corresponsalías. En este sentido, Maciá Mercadé califica de insuficiente lo que se hace más lejos, pues demuestra cómo la información que aparece en los rotativos regionales o nacionales de una determinada zona está manipulada (27). Frente a esto, la prensa local utiliza el argumento de la validez de una edición única, tachando de "localismo" a los regionales y, por extensión, los nacionales. No obstante, debemos tener presente que el periodismo local es complementario a la competencia; sino que, por el contrario, nos referimos a dos niveles distintos y específicos. Ambos responden a demandas informativas de complementariedad, el citado autor también hace referencia a los equipos empresariales y periodísticos de la prensa comarcal.

"Tienen el convencimiento de estar respondiendo a una demanda informativa difícilmente asumible por la prensa diaria de masas en este sentido (suplementos comarcales específicos según áreas de difusión) y que no cuajaron ni debilitaron la consolidación del factor de prestigio cultural y colectivo que refuerza el puro servicio informativo" (28).

A favor o no de la zonificación informativa, de lo que no hay duda es de la importancia adquirida por la información local en la actualidad. El pulso mass mediático gira actualmente en torno suyo, llegándose a cumplir los pronósticos que vaticinaron su empuje: "El periodismo se va a consolidar sobre la base del fuerte desarrollo de la prensa de regiones" (29).

### Notas

1. CÁRDENAS RICA, M. Luisa y GONZÁLEZ BORJAS, Antonia: "Información local: democratización e interacción comunitaria", en Actas del XXIX Congreso Universitario Internacional UNIV' 96, Ed. Kronos, Sevilla, 1996, p. 77.
2. Acerca de la influencia del progreso tecnológico en la diversificación geográfica del periódico, véase CANGA LAREQUENA, María José: "La prensa electrónica. Apuntes sobre la evolución tecnológica de las labores redaccionales en el medio prensa", en BEZUNARTEA, Juan: "La prensa electrónica", Ed. Deusto, Bilbao, 1988, pp. 47-86; y COCA GARCÍA, César: "La redacción electrónica: su impacto en el trabajo del periodista", en BEZUNARTEA, Juan y otros: op. cit., pp. 87-122.
3. Vid. BENITO, Ángel: La invención de la actualidad. Técnicas, usos y abusos de la información, Fondo de Cultura Económica, México, 1997.
4. LALLANA, Fernando: "El color y la forma, piezas decisivas en la revolución de los periódicos", Boletín de Fundesco, nº 10, 1983.
5. GONZÁLEZ BORJAS, Antonia: Producción de medios locales: el caso de Estepa (Sevilla). Periódicos, revistas y emisores de radio, FCE, Sevilla, 1998.
6. CHECA GODOY, Antonio: "Avatares y lecciones del nuevo periódico provincial", en AEDE, nº 7, marzo 1983, pp. 46-50.
7. MACIÁ MERCADÉ, Juan: "La fuerza del periodismo local en la era de la globalización electrónica", en Estudios de Periodismo, nº 1, 1997, p. 55.

### **FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Nombre del autor, 2000; título del texto, en

- Ámbitos 3-4, Revista Andaluza de Comunicación, p. 87 y ss. y en

- Revista Latina de Comunicación Social, número 31, de julio de 2000, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/z31jl/85borjas.htm>