

## Empresas &amp; Finanzas Comunicación

# Zeta cierra 'Interviú' y 'Tiempo' tras reducir al 50% sus ventas desde 2011

Las dos revistas acumulan 'números rojos' por 7 millones en los últimos años

Á. Semprún MADRID.

La incesante pérdida de ingresos y lectores ha obligado al Grupo Zeta a cerrar *Interviú* y *Tiempo*, tras casi 42 y 36 años en los quioscos, respectivamente. La compañía fundada por Antonio Asensio Pizarro anunció así ayer la clausura definitiva de estas dos míticas publicaciones, alegando "motivos económicos", ya que en los últimos cinco años la editora de las revistas, Ediciones Zeta, ha registrado unas pérdidas de siete millones de euros, mientras que la difusión ordinaria de las mismas se ha desplomado un 65 por ciento, informó la compañía en un comunicado.

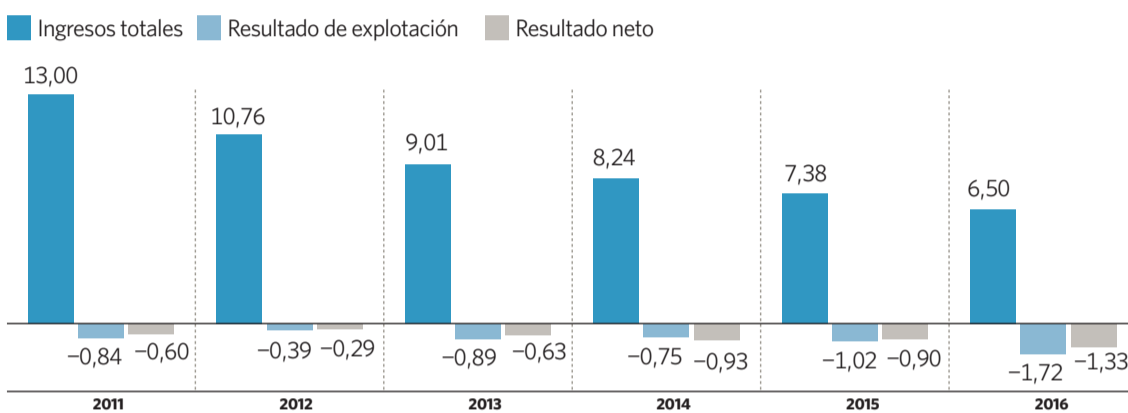
A pesar de que los mayores costes se generan en la impresión y distribución de las revistas en papel, el grupo no parece dispuesto a mantener la versión *online* del producto. Y es que la página web de *Interviú* se mantendrá activa como un "fondo documental periodístico", por lo que no se publicarán nuevos reportajes de investigación. Del futuro de la revista *Tiempo* en Internet no se ha dicho nada, pero la cuenta de twitter de *Interviú* ya ha publicado que se va a despedir a "toda la plantilla de Ediciones Zeta".

"La causa principal (del cierre) es la imposibilidad de seguir sosteniendo durante más tiempo las importantes pérdidas generadas por ambas publicaciones en los últimos años, como consecuencia del vertiginoso descenso en la difusión y en los ingresos de publicidad que han sufrido de manera intensa y creciente", reconoció la propia compañía. No en vano, según las últimas cuentas publicadas en el Registro Mercantil, los ingresos totales de Ediciones Zeta se han desplomado un 50 por ciento en cinco años, desde los 13 millones registrados en 2011 hasta los apenas 6,5 millones de 2016. La mitad de estos ingresos provienen de la venta de publicidad y la otra mitad de la de ejemplares de las dos míticas cabeceras.

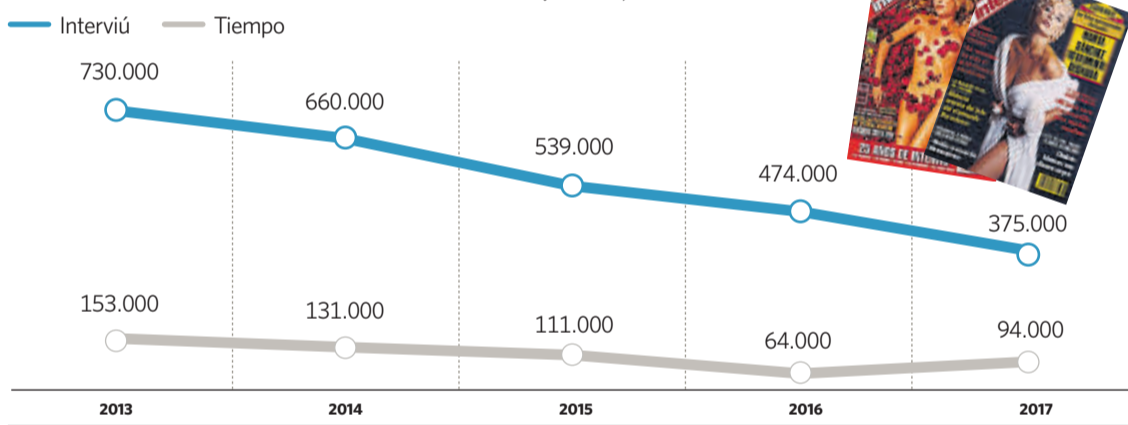
Las pérdidas netas acumuladas por ambas publicaciones entre 2011 y 2016 suman 4,7 millones de euros, por lo que el ejercicio 2017 también

## Evolución de las cuentas de la editora de Interviú y Tiempo

Millones de euros



## Audiencia media entre febrero-noviembre de las revistas (lectores)



Fuente: Grupo Z, EGM e Informa.

### Las cabeceras pierden casi medio millón de lectores desde 2013 y la difusión se hunde

ha sido muy complicado para la editorial, que luchaba por sobrevivir en pleno proceso de reestructuración del Grupo Zeta.

Asimismo, en los últimos cuatro años las revistas han perdido casi medio millón de lectores semanales, según los últimos datos publicados por el EGM, lo que afecta directamente a los ingresos obtenidos por la publicidad, que también están de capa caída en todo el sector. No en

vano, la inversión publicitaria en revistas cayó un 2,8 por ciento entre enero y septiembre, hasta los 168,4 millones de euros, según los últimos datos publicados por Infoadex. En 2013, esta cifra alcanzó los 183 millones de euros.

En cuanto a la audiencia de la revista *Interviú*, ésta ha pasado de sumar 730.000 lectores semanales de media en 2013 a 375.000 en 2017, lo que implica un descenso del 48 por ciento (datos entre febrero y noviembre de EGM). Por su parte, *Tiempo* ha pasado de tener una audiencia de 153.000 lectores de media a la semana a 94.000 lectores en el mismo periodo referido.

Con el cierre de ambas cabeceras, Grupo Zeta sigue al pie de la letra el plan de saneamiento elaborado por Deloitte, que instó a la firma a liqui-

dar su división de revistas para generar un ahorro anual de 274 millones de euros. En concreto, la consultora recomendó cerrar publicaciones como *El Periódico de Aragón*, *El Periódico de Extremadura*, *La Crónica de Badajoz*, *Interviú* o *Tiempo*, entre otras. Sin embargo, Deloitte veía viable tanto *El Periódico de Catalunya* como el diario *Sport*, que ultima un ERE, y apostó por la venta de revistas que sí son rentables, como *Cuore*, *Viajar* o *Woman*.

"Grupo Zeta está concentrando en este 2018 todos sus esfuerzos y recursos en la necesaria transformación digital, a la que se encamina de forma acelerada el sector de la comunicación. Para ello, en 2017 el Grupo culminó la venta de su división editorial Ediciones B y refinanció su deuda", explica la firma.

Opinión

Javier Huerta

## Campamentos de verano para adultos

Es el titular que leo en la web de una revista femenina. La información, encabezada por la preciosa fotografía de una joven con la sonrisa ancha, es en realidad un reportaje con planes de ocio. "Revive esos instantes en los nuevos campamentos de verano para adultos y practica yoga, surf o running, o hazte una cura de belleza", aclara poco después el texto. El equívoco pica la curiosidad de los navegantes para que hagamos click ante la propuesta. Este caso, real por otra parte, puede presentarse como el paradigma de un tipo de periodismo que antes no existía. Antes existía 'Interviú': una mujer desnuda en portada llevaba al quiosco al lector quien, una vez había inspeccionado a la famosa, y ya que había pagado por las otras 80 páginas, se leía el resto de los contenidos. O sea, artículos de opinión (a veces buenos), cómic, noticias y denuncias con las que nadie se atrevía y periodismo de investigación: el que hacían algunos de los mejores reporteros, y el que pagaba, mejor que nadie, Antonio Asensio Pizarro, fundador y editor.

Marisol, Lola Flores o Marta Sánchez enseñaron sus pechos, pero algunos reporteros de 'Interviú' nos enseñaron periodismo, y también a Adolfo Suárez en bañador; nos mostraron los asesinatos de los marqueses de Urquijo, el GAL por dentro, a Luis Roldán en calzoncillos o una memorable entrevista con Francisco Paesa en París. Antonio Álvarez Solís, Jesús Maraña o Manuel Cerdán fueron, entre otros, excelentes directores del semanario, a menudo al frente de grandes profesionales. Acusada de machista desde el buenismo que nos corroe, 'Interviú' ya era hace tiempo un muerto viviente, por razones ajenas a los obreros que la construían. El cierre de una revista es siempre una mala noticia, y no solo para los que pierden su trabajo.

## El caché de las estrellas

Jordi Cruz  
LA 1

\*\*\*\*\*



El formato de Master Chef es todo un éxito. Da igual si son niños o famosos, el programa lidera la audiencia.

C. Amores  
CMM

\*\*\*\*\*



La televisión de Castilla-La Mancha suma críticas por manipulación y la pérdida de audiencia a final de año.

M<sup>a</sup> T. Campos  
TELECINCO

\*\*\*\*\*



La Campos ha entrado de lleno en la 'televisión basura' con su programa, que ya tira de la cirugía estética.

J. Pablo López  
TELEMADRID

\*\*\*\*\*



La cadena ha sido aplaudida por suspender su programación y seguir en directo el caos de la AP-6.

Saül Gordillo  
CATALUÑA RADIO

\*\*\*\*\*



La radio catalana pide que se perdone a los golpistas. Un medio público no debe defender ilegalidades.