

## El futuro de los quioscos

Escrito por Antonio Linares  
Miércoles 08 de Junio de 2011 00:00

---

En la columna de O Cura de Fruime “*Sálvese quien pueda*” ( <http://www.adi-today.es/columnas/39/1122> ) veo al Reverendo pesimista, resignado a la aceptación de lo inevitable: los quioscos se mueren.

El Reverendo está muy afincado en su parroquia. Volcado en su afán de salvar almas, apenas viaja; si lo hiciera, vería cómo funciona el mundo del quiosco en otras ciudades de Europa, ciudades a las que, dicen los políticos, convergemos. Es decir, son el espejo donde hemos de mirarnos para ver cuál va a ser nuestro próximo futuro. Quiosquero, oveja descarriada de los caminos del Señor y hombre de poca fe, tiene el vicio, muy arraigado, de cruzar los Pirineos cada vez que su bolsa lo permite, y la manía de fijarse en lo que ha sido su suerte y su desgracia durante 5 años: los quioscos. Y como el país hacia el que a todos nos gustaría converger es Alemania, nos hemos pasado unos días en Berlín. ¡Reverendo, en Berlín no hay quioscos! En Berlín, los diarios y revistas se venden en cualquier sitio: supermercados, tiendas de ultramarinos, cafeterías, papelerías, chiringuitos de bocatas en el metro... En Berlín se han extinguido los quioscos. Digo mal, en Berlín han exterminado los quioscos y han dejado alguno para que futuras generaciones puedan estudiar este fenómeno que durante un tiempo tanto dio que hablar en los foros de Internet.



Después de muchos kilómetros sobre las plantas de los pies, con los restos de los callos de quiosquero echando chispas, nos sentamos una tarde a saborear un “descafeinado” (y a descansar, por supuesto) en una terraza junto al *Café Kranzler*, antiguo lugar de reunión de intelectuales revolucionarios, en

*Ku'damm*

(los alemanes andan locos por los rayos de sol y todo el mundo se sienta en las terrazas que ocupan las aceras, donde se nota una mayor permisividad que en España). Al levantar la vista, ante nosotros teníamos el único quiosco a pie de calle que hemos visto en 5 días. Ahora, visto en la foto, hasta me parece grande, pero es cuestión de fijarse en el lugar destinado a la prensa: dos repisas para los diarios y una repisa para las revistas. Si no he contado mal, 14 periódicos y 5 revistas. A la derecha de la foto, ocultas por el panel que limita el recinto del quiosquero, hay un expositor del que cuelgan otras 10 ó 12 revistas sujetas con pinzas, con 2 ó 3 ejemplares por montón. El resto de productos del quiosco ya se ve: una buena nevera a mano de los paseantes, tabaco, llaveros, recuerdos de Berlín, cerámica, chicles y caramelos... La parte trasera del quiosco admite tres paneles publicitarios donde cabe cualquier tipo de publicidad, incluso bebidas alcohólicas y tabaco. Delante del quiosco, como muestra de la permisividad municipal, una enorme sombrilla protege del sol y la lluvia a las postales, guías turísticas, peluches, bolsos, camisetas... O sea, los últimos representantes de la especie en Alemania son un mini-supermercado. Ni que decir tiene que todo tipo de tarjetas de transporte,

## El futuro de los quioscos

Escrito por Antonio Linares

Miércoles 08 de Junio de 2011 00:00

---

loto rápido, loterías y productos con un margen de ganancia inferior al 5% se venden aquí.



En el resto de comercios donde se vende prensa es igual: de 10 a 15 cabeceras de diarios y de 8 a 10 cabeceras de revistas. La venta de prensa es un relleno para otras actividades comerciales. Como ya he dicho, los quioscos que hay en el vestíbulo de las estaciones de metro son puestos de bocadillos que, además, venden periódicos, chicles y tabaco.

¿Se editan entonces pocas revistas en Alemania? En absoluto. Sólo que los quioscos de calle (*CITY KIOSC*

) tienen lo que venden: la prensa habitual, unas cuantas revistas modelo

*Pronto*

, guías de televisión y unos cuantos pasatiempos. El lector de cosas serias, o de chorradas en papel couché, tendrá que ir a una librería/papelería o al quiosco de la estación de tren (Bahnhof) donde las encontrará por miles. Una cosa buena tiene el sistema alemán: el trabajo de quiosquero es tranquilo ya que únicamente sirven lo que van a vender y que van a vender en una cantidad apreciable: no más de 30 cabeceras diferentes, lo que simplifica la faena y evita la pérdida de revistas que se reciben sin que jamás se haya vendido ninguna.

Como vamos de convergencia, los precios son parecidos pero cada país mantiene sus rasgos de identidad. A los españoles nos va movernos a golpe de pito y bofetada; es por esto por lo que todos los diarios tienen el mismo precio en España. Los alemanes hacen cálculos y cada editor determina qué precio ha de tener su producto para que sea atractivo. La prensa diaria ofrece publicaciones cuyos precios varían entre 0,80 y 1,30€; el más común es el de 1,30 aunque hay diarios como *Frankfurter Allgemeine* rotulado a 3,20, incluso había uno de cuyo nombre no puedo acordarme, a 4€. Los domingos se acentúa el galimatías ya que hay diarios que mantienen el precio, otros como *Bild* se

venden a 1,50 y

*Der Tagesspiegel*

y

*Hamburger Abendland*

se van hasta 1,70. Me pareció ver que ninguno de ellos, ni los que mantenían el precio ni los que lo incrementaban, incluía dominical, revista semanal ni encarte alguno.

## El futuro de los quioscos

Escrito por Antonio Linares

Miércoles 08 de Junio de 2011 00:00

---

Es más difícil hacer una comparativa del precio de las revistas dado que no encontré demasiadas en común. Entre las semanales detecté *In Touch* (1,80), *Auto Bild* (1,60), *Gala* (2,60), *OK* (1,90) y *Bravo* (1,40). Las revistas de cotilleo tipo Pronto (*Top Frau*) oscilan entre 0,59 y 0,80€ y por ahí andan los precios de los TPs (hay un montón) y los pasatiempos. Entre las mensuales elegí a viejas conocidas como *Cosmopolitan* (2,90), *Instyle* (3,20) y *Vogue* (6,00). Ninguna revista, ni semanal ni mensual, llevaba regalos adicionales ni cartones. Ningún diario, ni local ni nacional, llevaba promociones.

En definitiva, quioscos más pequeños, menos variedad de cabeceras y ausencia de promociones o regalos quizás lleven a explicar la extinción del quiosco callejero. Aunque yo creo que es al revés: la ausencia de demanda condena al quiosco callejero a su extinción.

O bien los ingresos por publicidad permitan que el vendedor de prensa vaya desapareciendo y se convierta en vendedor de tarjetas y souvenir con una vida más relajada.

Estas son las perspectivas, Reverendo: el quiosco no se está muriendo, lo estamos matando. Puede ir preparándose para administrar la Extremaunción.



Antonio Linares (Quiosquero) desde Barcelona