

## D.1. Prensa digital en 2010

Por **Javier Guallar**

10 abril 2011

**Guallar, Javier.** "Prensa digital en 2010".  
*Anuario ThinkEPI*, 2011, v. 5, pp. 101-105.



**Resumen:** Radiografía del estado de la prensa digital en 2010, con especial atención a la situación en España y referencias a la situación internacional. Los principales puntos tratados son: la crisis de la prensa, la vuelta al pago por contenidos, los nuevos dispositivos de lectura para prensa como el iPad, los avances como medios sociales y la actualización (noticias en tiempo real).

**Palabras clave:** Prensa digital, Diarios digitales, Crisis, Pago por contenidos, Dispositivos de lectura, iPad, Medios sociales, Redes sociales, Tiempo real.

**Title:** *Online journalism in 2010*

**Abstract:** This radiography of the state of digital media in 2010 pays special attention to the situation in Spain, with references to the international one. The main points are: the crisis of the media, the return to pay-for-content, reading devices for news as the iPad, developments in social media and real time news.

**Keywords:** Online journalism, Online newspapers, Crisis, Pay for content, Reading devices, iPad, Social media, Social Networks, Real time.

**DESPUÉS DEL BATACAZO del año anterior ("el peor año en la historia de la prensa", Guallar 2010), éste ha sido de transición en la evolución de la prensa digital, del que, si se tuviera que recordar por una sola cosa, sería probablemente por ser el año 1 del iPad.**

Con empresas periodísticas diezmadas que asumen la actual coyuntura económica en clave "travesía del desierto", situadas en un ecosistema informativo en internet complejo y cambiante, ante un futuro incierto y todavía sin modelo claro de negocio, con pocos avances en nuestro país en la convergencia redaccional (pocas redacciones auténticamente integradas), los dos temas recurrentes del año han sido el del pago por contenidos (sí, no, cuánto, cómo) y el del impacto de los nuevos dispositivos de lectura (tabletas).

Las tabletas, con el iPad de Apple a la cabeza, lanzado en medio de unas enormes expectativas en abril de 2010, proporcionan un sistema diferente de lectura de noticias: "Las tabletas permiten acceder a la información en cualquier momento y lugar, con una buena definición, la posibilidad de llevar cargada una biblioteca de medios (música, fotos, vídeos, información) o la posibilidad de acceder a ella y sobre todo disponer de multitud de aplicaciones baratas que hacen de todo. Y por supuesto con conexión wifi" (Díaz-Noci, 2010).

Para los medios esto implica asumir un sistema de distribución multiplataforma de sus contenidos periodísticos, en el que se añaden a los propios de la edición en papel y web, los adaptados para smartphones, ereaders y ahora tabletas.

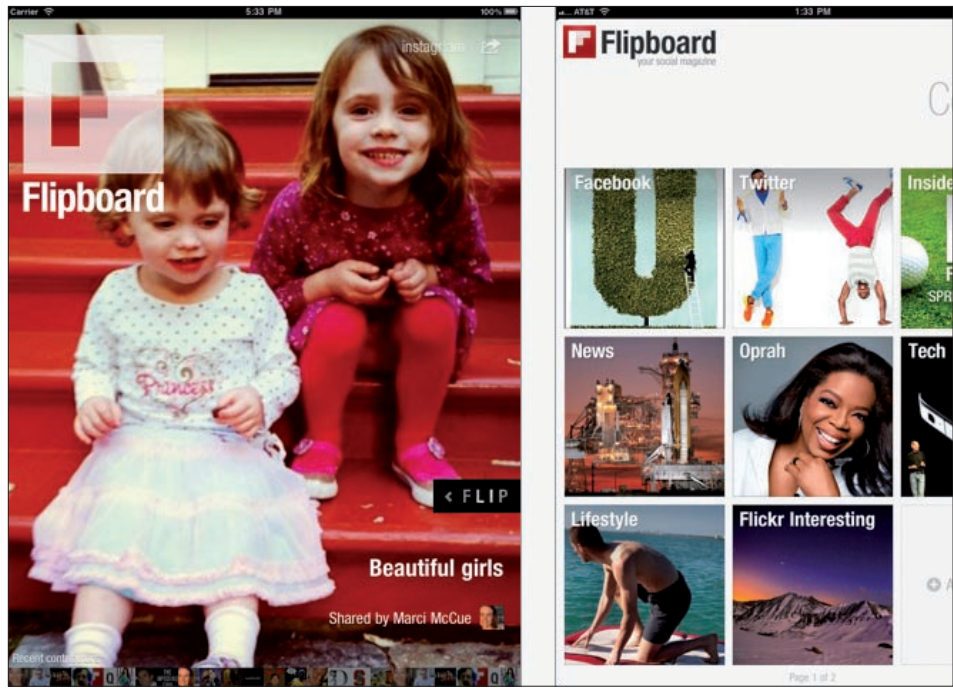
Es así como los diarios han ido presentando a lo largo del 2010 aplicaciones específicas para iPad (en nuestro país, las primeras han sido las de *El país* y *El mundo*, de diferentes características, Cordón, 2011). Los primeros estudios sobre estas primerísimas aplicaciones para iPad, como el de Batsell en medios norteamericanos (2011), señalan que el mejor trabajo lo están realizando algunas revistas junto a algunas cabeceras de prensa significativas: *Time* se lleva la mejor puntuación y le siguen *Newsday*, *Glamour*, y los diarios *USA Today* y *The New York times*.

---

**"El aumento de la visibilidad de los nuevos dispositivos de lectura está marcando ya un punto de inflexión en la manera como consumimos noticias"**

---

Es destacable asimismo el incipiente surgimiento de aplicaciones que no provienen de diarios, que permiten leer contenidos de diferentes



Flipboard

cabeceras de prensa en iPad, como Flipboard, que basa su atractivo en una navegación por contenidos (de redes sociales y de noticias) muy sencilla y personalizable, o Newsy –también para smartphones– que muestra vídeos informativos de 2 a 5 minutos con resúmenes de noticias de diferentes fuentes.

**“La necesidad de rentabilizar los contenidos periodísticos cobrando de una manera y otra, se va abriendo paso”**

En suma los dispositivos de lectura diferentes al ordenador personal (los recién llegados y los más veteranos, es decir, las tabletas y los ereaders y móviles), no han sido (al menos, todavía) la tabla de salvación de la prensa que algunas voces deseaban o aventuraban, pero sí que el aumento de su visibilidad está marcando ya un punto de inflexión en la manera como consumimos noticias.

La lectura de prensa digital ya –¿definitivamente?– no queda vin-

culada a un único dispositivo, el PC, sino que se multiplica y diversifica. Los usuarios tienen ante sí desde hace pocos años una variedad antes inimaginable: el diario de papel, el periódico en el ordenador, en el ereader, en el teléfono móvil, en la tableta.

Se ha producido ya por tanto una diversificación real de formas de lectura de prensa, pero no hay que olvidar que en la actualidad el protagonismo en lo digital sigue siendo –y con mucha diferencia– del ordenador, por muchos vaticinios que auguren una mayor presencia de

la “prensa móvil” en un futuro próximo.

Véanse si no, los resultados de un estudio sobre consumo de prensa en dispositivos en Estados Unidos –aunque los datos sean de agosto de 2010, con poco tiempo de recorrido desde la aparición del iPad– (Chyi; Chadya, 2010): un 46,1% lee noticias todos los días en su PC, un 3,3% en su iPhone, otro 3% en otro smartphone, y sólo un 1,6% en iPad.

El otro gran tema del 2010 ha sido la aparición de nuevas propuestas de sistemas de pago por contenidos de noticias. Se han visto los primeros pasos importantes en esta dirección en muchos años, y se han anunciado otros para 2011. Así las cosas, la idea mayoritaria en la segunda mitad de la primera década del siglo de asociar prensa digital al “todo gratis” también se tambalea en esta coyuntura de crisis, y la necesidad de renta-



Orbyt, de Elmundo.es

bilizar los contenidos periodísticos cobrando de una manera y otra, se va abriendo paso.

Entre las propuestas de pago por contenidos, se pueden destacar dos en este año: la de *The times* en Gran Bretaña y la de *Elmundo.es*, con *Orbyt*, en nuestro país.

La primera se venía anunciando desde hacía meses atrás, dado que su impulsor, el magnate **Rupert Murdoch** es el principal adalid del cambio de tendencia. Los contenidos del prestigioso diario inglés se han cerrado tras un “muro de pago” cuyos resultados es prematuro evaluar: en los análisis que se pueden ver en la literatura profesional prevalecen los puntos de vista a favor o en contra del acceso de pago de quien los firma: ¿hasta qué punto la bajada de audiencia se compensa con las escasas –todavía– suscripciones? Una única cabecera, en todo caso, lo tendrá difícil para sobrevivir si queda aislada, pero no si crea tendencia y otras le siguen. De momento, *The New York times*, anuncia lo propio para 2011, aunque en este caso no a un nivel tan estricto: aquí se dejaría accesible un número determinado de noticias por usuario al mes, a partir del cual se tendrá que pagar.

En nuestro país la apuesta más decidida ha sido la del diario *Elmundo.es*, líder en audiencia online en castellano, con un producto independiente de la web gratuita denominado *Orbyt*. El modelo es diferente al del diario de **Murdoch**. *Orbyt* tiene contenidos específicos, más la edición impresa y la hemeroteca completa del diario *El mundo* (que ahora ya no es totalmente accesible gratuitamente en la web de *Elmundo.es*). Sin embargo, a diferencia de *The times*, sigue existiendo la web gratuita con muchos contenidos de actualidad al mismo ritmo y nivel que antes. En suma, *El mundo* ha doblado su oferta, y el balance aquí también es dispar según el posicionamiento de quien lo haga.

Entre los avances tecnológicos de los nuevos dispositivos y el debate sobre el modelo de negocio pago sí-pago no, ¿ha quedado espacio para el periodismo? Sí, aunque con menos protagonismo que los temas anteriores, la evolución periodística prosigue: en 2010 se ha comprobado como algu-

nos medios son claramente más “sociales”, se han visto al mismo tiempo algunos de los peligros de esta apertura social (como la problemática de qué hacer con los comentarios de los lectores (**Masip**, 2011), hemos asistido a una cierta obsesión por la actualización y el “tiempo real”, y las últimas semanas del año han estado sin duda marcadas por el impacto del caso *Wikileaks*, sobre el que remitimos a la reflexión que hace en este mismo Anuario **Tosete** (2011).

Los elementos “sociales” (participación y conversación con los lectores), parecen ser prioritarios ya para muchos medios, más que los elementos multimedia, cuya incorporación parecería haberse estabilizado –o estancado– (**Guallar** et al, 2010). Así, se ve como las herramientas y los productos sociales adquieren más presencia en los rediseños de diarios en 2010, por ejemplo, en los nuevos *20minutos.es* o *Lavanguardia* (incluso el cambio de diseño de *20minutos.es* se hace bajo el lema “El medio social”) (*20minutos.es*, 2010). Otra muestra interesante de este mismo diario es la “pizarra virtual” que muestra a diario las discusiones y temas tratados en el consejo de redacción.

Pero dentro de las coordenadas de lo “social”, los sitios de redes sociales son sin duda los productos estrella. Una parte cada vez más importante del tiempo de navegación de los internautas transcurre en estos sitios. Ante este hecho incontestable, a los diarios les toca estar ahí, y es así como se ha intensificado su presencia en los sitios más populares de redes sociales, como *Facebook* y *Twitter*, mediante canales generales del medio,

D

Documentación  
EL PAÍS

**Muertes en encierros** Esta cronología recoge los muertos que ha habido en encierros celebrados en España desde el año 2003.  
<http://cort.as/0Aqk> En la imagen, una cogida en el encierro de San Sebastián de los Reyes del 28 de agosto pasado (Foto Carlos Rosillo)



Responder

Más opciones ▾

09/09/2010, a las 13:52

Una noticia en el perfil de Documentación El País en Eskup

**EL MUNDO.es** España  
Líder mundial en español

Portada España Mundo Europa Op-Blogs Deportes Economía Vivienda Cultura Toros Ciencia Salud Tecnología Medios TV Solidaridad

Edición ESPAÑA Madrid Barcelona Baleares C. Valenciana Castilla y León País Vasco Andalucía

## Debate sobre el estado de la Nación 2010

En vivo Discurso de Zapatero

### El debate en directo

El envío se recargará en 66 segundos.

Manuel Sánchez a las 13.18 h.  
Desde el hemiciclo El hemiciclo ya está vacío, aunque sigue habiendo atascos en los pasillos y el patio está repleto. Ya todos a comer. Zapatero y Sonsoles acaban de salir, y ya van camino de La Moncloa. A las 16.00 horas, el turno de Rajoy

Ana del Barrio a las 13.17 h.  
Desde el hemiciclo A la salida, Zapatero no ha querido valorar su discurso: "No soy yo quien para juzgarlo. El debate no ha empezado".

VICENTE FERRER a las 13.15 h.  
Una hora y dos minutos, según mi reloj, para un mensaje con el que el presidente pretendía movilizar al país en un desafío colectivo. Sólo ha dedicado 5 minutos a tratar el problema del

Desde el congreso VEO TV

En directo

Valore a Zapatero y a Rajoy

### La visita del Papa a la Sagrada Familia

LIVE!

12:22	Todavía no ha finalizado la eucaristía. En breve, Benedicto XVI saldrá del templo para rezar el Ángelus ante la fachada del Nacimiento
12:24	El Papa da la comunión a 30 escogidos. Éstos representan la realidad de la Iglesia catalana
12:25	Hay 300 sacerdotes que están repartiendo la comunión en el exterior del templo
12:28	
12:28	Hasta 6.000 personas están siguiendo, en el interior del templo, toda la ceremonia
12:32	Continúa la eucaristía. Los que quieren de los presentes, siguen recibiendo la comunión
12:32	En estos instantes, 30 son los minutos que lleva la ceremonia de retraso según la previsto inicialmente

Ejemplos de retransmisión en tiempo real en la prensa digital

propios de secciones, y en algunos casos, de periodistas, si bien se siguen utilizando mucho más como canal de redifusión de contenidos que como auténtico lugar de encuentro y conversación con los lectores.

**"Eskup recuerda a Twitter pero con más espacio para escribir y con inclusión de imágenes"**

En la prensa española, un impulso decidido en este ámbito de las redes sociales ha sido el del diario *El país* con su red propia *Eskup*. Es

sin duda una propuesta original de red social, que recuerda a *Twitter* pero con más espacio para escribir y con inclusión de imágenes, en la que participan lectores junto a los redactores y secciones del medio (por ejemplo, hay un perfil del Departamento de Documentación). *Eskup*, con pocas equivalencias en otros medios, permite un contacto más directo del diario y de la redacción con los lectores, además de ser una nueva fuente de contenidos para la página web, que sitúa a menudo destacadas las actualizaciones de *Eskup*.

Por último, otro tema del que se ha hablado en 2010 ha sido la irrupción de manera muy protagonista y en ocasiones excesiva de las informaciones en "tiempo real" en las portadas de los cybermedios. Aquí ha sido determinante la influencia de las redes sociales y especialmente de *Twitter*.

Cada vez más las portadas de los diarios digitales ofrecen en lugar destacado noticias del "último momento" (no ya de última hora), en ocasiones en forma de

*timelines* de *Twitter* (o de *Eskup*, en *El país*).

Es algo que puede ser muy enriquecedor para el lector ante hechos informativos de cierta magnitud (por ejemplo, lo hemos visto en 2010 en elecciones, en el debate del Estado de la nación, en el rescate de los mineros chilenos, o en la visita del Papa a Barcelona), pero que no debería implicar un abandono del análisis y la interpretación de los hechos, ya que a menudo asistimos a relatos excesivamente superficiales y no encontramos el análisis y la interpretación de lo que está sucediendo, algo que todo buen periodismo –y por supuesto, también el digital– debe ofrecer.

La pérdida de profundidad en las informaciones de los diarios digitales es ya una alerta para algunos analistas: "Me preocupa que Internet

acabe siendo el espacio de la información superficial, mimética, irrelevante, me preocupa que la cobertura del rescate de los mineros chilenos no analice el “fondo” del accidente y los especiales informativos digitales sean simples hagiografías de los héroes” (Domingo, 2010).

Sin duda, es un reto no menor. El análisis y la interpretación es algo que en plena época de Facebook y Twitter, los diarios en internet no deben olvidar para poder diferenciar su “marca” de calidad de los miles de inputs informativos que recibe cualquier internauta cada día en su(s) pantalla(s).

---

**“Las portadas de los diarios ofrecen en lugar destacado noticias del ‘último momento’ en forma de timelines de Twitter”**

---

## Referencias

- Batsell, Jake.** “Intrigued, but not immersed: Millennial students analyze the iPad’s performance as a news platform”. *International Symposium on Online Journalism*, University of Texas at Austin, April 1, 2011. <http://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/Batsell2011.pdf>
- Chyi, Hsiang Iris; Chadha, Monica.** “News on new devices: Examining multiplatform news consumption in the digital age”. En: *International Symposium on Online Journalism*, University of Texas at Austin, 1 April 2011. <http://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/ChyiChadha2011.pdf>
- Cordón-García, José-Antonio.** “El final del libro y el principio de la lectura: los libros electrónicos y el fenómeno iPad”. *Anuario ThinkEPI*, 2011, v. 5, pp. 132-138.
- Díaz-Noci, Javier.** “Medios de comunicación en internet: algunas tendencias”. *El profesional de la información*, 2010, nov.-dic., v. 19, n. 6, pp. 561-567. [http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/medios\\_comunicacion.pdf](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/medios_comunicacion.pdf)
- Domingo, David.** “¿I qui salvarà el periodisme digital?”. *Escacc*, 22 octubre 2010. <http://bloc.escacc.cat/2010/10/i-qui-salvara-el-periodisme-digital/>
- Guallar, Javier.** “Prensa digital en 2009”. *Anuario ThinkEPI*, 2010, v. 4, pp. 165-173. [http://eprints.rclis.org/18874/1/anuariothinkepi10\\_guallar\\_prensa\\_digital\\_2009.pdf](http://eprints.rclis.org/18874/1/anuariothinkepi10_guallar_prensa_digital_2009.pdf)
- Guallar, Javier; Rovira, Cristòfol; Ruiz, Sara.** “Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles”. *El profesional de la información*, 2010, noviembre-diciembre, v. 19, n. 6, pp. 620-629. <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/15088/1/620-631-Guallar-Rovira-Ruiz.pdf>
- Masip, Pere.** “Comentarios de las noticias: la pesadilla de los cibermedios”. *Anuario ThinkEPI*, 2011, v. 5, pp. 106-111.
- Tosete, Francisco.** “Wikileaks”. *Anuario ThinkEPI*, 2011, v. 5, pp. 112-116.
- 20minutos.es.* “Ahora tú nos das forma”. *20minutos.es*, 21 noviembre 2010. <http://www.20minutos.es/noticia/885399/0/20minutos.es/mediocial/>