

C.5. Prensa digital en 2007

Por Javier Guallar

Guallar, Javier. "Prensa digital en 2007".
En: *Anuario ThinkEPI*, 2008, pp. 102-108.



Resumen: Radiografía del estado de la prensa digital en España en 2007, considerando los siguientes aspectos: rediseños, nuevos diarios, utilización de videos, servicios de participación, y gratuidad de sus archivos digitales.

Palabras clave: Prensa digital, Diarios digitales, Diarios en línea, España, Vídeo, Participación, Web 2.0, Hemerotecas digitales

Title: Digital journalism in 2007

Abstract: A review of the state of digital media in Spain in 2007 considers the following aspects: redesign, new newspapers, use of video services, participation services, and free access to digital archives.

Keywords: Digital media, Digital newspapers, Online newspapers, Spain, Vídeo, Participation, Web 2.0, Digital archives

SE DESCRIBEN Y COMENTAN en esta nota las principales tendencias observadas en los diarios digitales españoles en 2007.

Una de las dificultades de los análisis de este sector de la información (a la par que un estímulo) es su realidad enormemente dinámica y cambiante. En estos momentos los comentarios sobre prensa digital cobran un sentido especialmente coyuntural, y las afirmaciones que son válidas ahora mismo o que lo fueron hace unos años, pueden quedar fuera de juego con rapidez. Por ejemplo, el protagonismo que está adquiriendo la información multimedia o el acceso gratuito a importantes fondos hemerográficos, se veían muy lejos hace tan solo unos pocos años. Es por ello que en este contexto creemos que pueden ser de utilidad las periódicas descripciones que iniciamos el pasado año en ThinkEPI¹.

En un marco general de optimismo por las buenas noticias de activación del mercado publicitario en internet, la prensa digital española ha vivido varios cambios visibles este año. Sintetizando lo ocurrido en los últimos meses, en esta nota se señalan los siguientes aspectos: los rediseños y los nuevos diarios aparecidos en 2007, la presencia destacada de información audiovisual, el

avance de los servicios 2.0 y el acceso gratuito a hemerotecas.

Rediseños

En 2006 se había renovado buena parte de la prensa digital española. La gran mayoría de medios presentaron entonces nuevos diseños que coincidían en su mayoría en sustituir el menú vertical izquierdo por una barra horizontal superior, ampliar el ancho del web optimizándolo para monitores de 1.024x768 píxeles e iniciar la introducción de manera más o menos decidida de nuevos servicios participativos para los usuarios. En 2007 ha proseguido la serie de cambios en algunos diarios que no lo habían hecho, mientras que otros han repetido renovación solamente un año después de la anterior, como es el caso de *Elpais.com* o *Lavanguardia.es*, en una muestra más de la vitalidad del sector.

La secuencia de algunos de los nuevos webs es la siguiente: *Expansion.com* estrena web el 17 de abril, *Avui.cat* el 23 de abril; *Libertad digital.es* el 2 de junio; *Lavanguardia.es* el 5 de junio; *El correo (Elcorreodigital.com)* y el *Sur de Málaga (Diariosur.es)*, ambos del grupo *Vocento*, el 26 y el 27 de junio respectivamente; y *Elpais.com* el 15 de noviembre. Los diarios han seguido en sus cam-

bios las principales líneas descritas antes para los rediseños de 2006, y además en algunos casos, los estrenos han servido para diferenciar de manera más clara, cuando no era así, las ediciones impresa y digital (*Avui.cat*; *Lavanguardia.es*) o para inaugurar secciones nuevas como por ejemplo canales multimedia con el calificativo televisión añadido a la cabecera (*Libertad digital TV*; *El país TV*).

Dos nuevos diarios digitales

Dos periódicos online han nacido en 2007: *Adn.es* el 16 de julio, y *Publico.es* el 26 de septiembre. El primero es la edición en internet de una cabecera gratuita ya existente, mientras que el segundo ha supuesto el estreno de un nuevo diario impreso y digital. Ambos han situado directamente sus ediciones en internet en el grupo de cabeza del periodismo digital que se practica en España. En los dos casos tienen a su frente a conocidos periodistas con experiencia en la información en la Red: **Juan Varela** e **Ignacio Escolar** respectivamente. Asimismo en ambos casos, se trata de productos informativos muy ágiles y dinámicos, con conteni-



Portadas de un rediseño y un nuevo diario de 2007: *Avui.cat* y *Adn.es*. Nótese la utilización de vídeo en portada en los dos casos, en *Adn.es* de manera muy llamativa, a dos columnas. Véanse asimismo en *Adn.es* las noticias ordenadas por la participación de los usuarios: lo + leído, lo + comentado

dos diferenciados de sus ediciones impresas, y en los que se están priorizando las últimas tendencias de utilización del vídeo y de participación de los lectores.

Hay un proceso gradual hacia una mayor multimedialidad o audiovisualización de la información periodística en los diarios

El año del vídeo

Si 2006 fue el año de los rediseños y del inicio de los servicios 2.0 en muchos cibermedios españoles, el fenómeno más importante de 2007 es sin duda la presencia protagonista de la información audiovisual: 2007 ha sido el



Ejemplos de secciones de vídeo en diarios digitales españoles: página de vídeos de El mundo.es y portales de televisión Libertad digital TV y Publico TV

año del vídeo. En lo que se puede ver como un proceso gradual hacia una mayor multimedialidad o audiovisualización de la información periodística en los diarios, estamos en estos momentos ante un salto significativo. Solo hace falta mirar las páginas de inicio de los medios más adelantados para constatar que el vídeo y la televisión han entrado con fuerza en los diarios.

El fenómeno no debería sorprender si se tiene en cuenta que los diarios online (convertidos ya hace tiempo en portales capaces de acoger variadas ofertas informativas y de servicios para atraer cuantos más usuarios mejor) están intentando en los últimos años adaptar e integrar las últimas tendencias y pautas de consumo que triunfan en la Red: primero fueron los blogs, después los servicios participativos 2.0, ahora el vídeo. El público se ha acostumbrado a consumir vídeo en internet (el abrumador éxito de webs como YouTube es clave) y pide en consecuencia más vídeos en sus navegaciones por la Red. Un sitio web sin audiovisuales es, en estos momentos, un lugar poco atractivo para lograr una audiencia masiva.

Hay otro aspecto de la información audiovisual que la hace especialmente atractiva para los diarios online: los vídeos requieren un tiempo mínimo de consulta superior al de las noticias tradicionales con texto y fotografía, en las que a menudo se lee sólo el titular o las primeras líneas. Por ello permiten retener al usuario más tiempo en el propio web, con las evidentes repercusiones positivas para la publicidad que el sitio puede generar.

Siendo ésta la situación, los diarios online se están viendo ante la necesidad de integrar audiovisuales en su oferta infor-

Primero fueron los blogs, después los servicios participativos 2.0, ahora el vídeo

mativa si no quieren quedarse "anticuados". En la medida de sus disponibilidades económicas y de sus decisiones estratégicas, lo están llevando a cabo casi siempre utilizando imágenes de agencias, o –en los casos de cabeceras que pertenecen a grupos empresariales multimedia– utilizando las de las televisiones del grupo, y en los menos, creando contenidos propios.

La información audiovisual se presenta de tres maneras distintas:

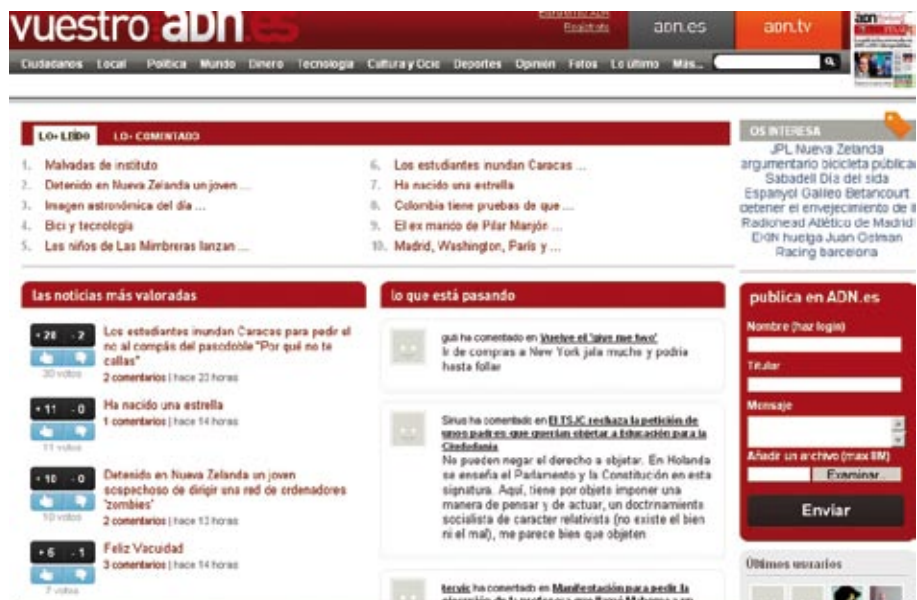
- Integración de vídeos en las noticias.

Este primer nivel es seguido de manera muy generalizada en estos momentos. Implica la utilización ocasional de vídeos como complemento al texto de las noticias, en ocasiones en las portadas de los diarios, cumpliendo un papel similar al de las fotografías de prensa.

Progresivamente se ven cada vez más vídeos en los diarios acompañando la información escrita, hasta el punto de haber adquirido ya la categoría de formato habitual en la prensa digital española.

- Agrupación de vídeos en secciones específicas.

En un segundo nivel, algunos medios agrupan los vídeos en secciones específicas, que permiten consultar la información de actualidad en imágenes audiovisuales. Aquí el vídeo, sacado del papel de acompañamiento del texto, adquiere una relevancia informativa independiente. Por ejemplo, las



Las secciones de participación de Elpais.com, con Yo Periodista a la derecha de la pantalla, y Adn.es, con su amplia oferta para la intervención de los usuarios: por ejemplo: las noticias más valoradas, con números de votos positivos y negativos recibidos; lo que está pasando, comentarios de los lectores.

secciones de vídeos de El mundo.es, El correo digital.com o Avui.cat.

- Creación de portales de televisión dentro de los diarios.

El tercer nivel implica la creación de un portal o canal de televisión con una oferta informativa audiovisual basada ya no solamente en contenidos ajenos sino también en la creación de contenidos propios. En algún caso incluyen canales informativos con el formato de los noticiarios televisivos convencionales. Ejemplos de portales televisivos en los diarios son Libertad digital TV, El país TV, Adn TV o Publico TV.

Web 2.0 en la prensa

Prosigue el proceso de aumento y diversificación de los servicios participativos en los diarios iniciado con fuerza en 2006. Sirvan como muestra de la creciente importancia que adquieren, las declaraciones de **Javier Noya**, responsable del área de participación de *Prisa.com*, quien afirmaba en julio de 2007 que "más del 10% del tráfico de *Elpais.com* ya proviene de las secciones de participación para los lectores"².

Algunos de estos sistemas y servicios que ofrecen a los usuarios un mayor protagonismo en su relación con el medio online son:

- Secciones de blogs

Se ha generalizado el uso de blogs en la prensa digital. Su presencia varía desde los medios que incluyen unos pocos a aquellos que cuentan con nutridas secciones que constituyen ya una parte importante de los contenidos del diario, como *20minutos.es*, *Elmundo.es*, *Elpais.com*, *Periodistadigital.com*, *Lavanguardia.es*, *Publico.es*, etc.

Algunos medios, además de los propios, ofrecen blogs para sus usuarios, como *La comunidad* de *Elpais.com*, o la página de blogs de *Larioja.com*. Estos servicios recuerdan aquellos de páginas web personales que ofrecían los portales generalistas hace unos años, adaptados ahora al formato blog. Asimismo hay algunos casos, como sucede también con otras secciones de los diarios, en que se produce una retroalimentación entre los contenidos del web y los de la edición impresa, por ejemplo, la sección *Blogs del mundo*, de *Elperiodico.com*.

- Canales rss

La utilización de sistemas de sindicación de contenidos mediante rss, que inició en 2003 *Elmundo.es*, ya forma parte de la oferta habitual en la gran mayoría de diarios.

- Sistemas de valoración por los lectores de las informaciones del medio

Los servicios para la valoración y la promoción de noticias por los lectores se está extendiendo con rapidez. Un ejemplo ampliamente seguido es la opción, situada al final del texto de una noticia, de enviarla a webs sociales como *Del.icio.us*, *Digg*, *Menéame*, *Technorati*, etc. La inclusión de este tipo de herramientas de comportamiento social tiene para los medios un efecto positivo de vuelta:

La fuerza del empuje multimedia y participativo que está triunfando en internet está transformando también los diarios digitales

el de recibir las visitas de los usuarios de estos sitios colaborativos si la noticia tiene éxito y es promocionada a la portada de los mismos.

Otro ejemplo son las posibilidades de votar y opinar sobre las informaciones del diario, a las que cada vez más lectores se están acogiendo, y que tienen su efecto en los rankings de noticias más votadas o más comentadas que muestran los medios, en algunos casos, de manera muy destacada. Véase por ejemplo, *Adn.es* o *Elpais.com*.

- Sistemas para la elaboración de informaciones propias por los lectores

Son informaciones creadas directamente por los propios lectores, en lo que se suele denominar habitualmente periodismo ciudadano, o también periodismo 3.0. Su funcionamiento es el siguiente: los usuarios pueden escribir (o filmar en vídeo o fotografiar) una noticia y enviarla al diario, y la redacción del medio, una vez pasados los filtros de comprobación y verificación, la publica. Ejemplos vistos en 2007 son noticias enviadas por lectores situados como testigos directos en diversos accidentes, disturbios, o sucesos. Estas informaciones no suelen aparecer diferenciadas en secciones específicas, con algunas excepciones, como el apartado *Yo periodista* de *El pais.com*.

Acceso gratuito a hemerotecas

Elpais.com ofrecía en su último rediseño otra importante novedad que afecta a su hemeroteca digital y que desde el punto de vista de la documentación es de particular interés: desde esa fecha todo el fondo del diario desde su fundación en 1976 se ha puesto a disposición de los usuarios de manera gratuita. Solo se mantienen de pago algunos servicios, como el acceso al archivo en formato PDF (desde 2001). El paso dado es muy importante y tiene enorme trascendencia por varios motivos.

En primer lugar, por el peso específico de este medio, el primer diario impreso en difusión y uno de los primeros online, y porque precisamente se había caracte-

rizado por mantener el planteamiento totalmente opuesto hace tan solo unos años: el de tener todos los contenidos de pago. Ese planteamiento ya fue corregido en parte al pasar del modelo de pago al mixto (contenidos de pago + gratuitos) ofreciendo de pago las informaciones de la edición impresa y gratuitas las de la digital. Ahora se ha completado el giro dando un paso más allá al dejar gratis todo su fondo, el impreso y el digital.

El segundo motivo de trascendencia es el posible efecto de llamada de atención al conjunto de medios. Los diarios españoles no se están caracterizando precisamente por priorizar el acceso a sus hemerotecas digitales, que son mayoritariamente de pago para los contenidos de la edición impresa aunque mantengan gratis la digital; y de las que muestran unos fondos que oscilan entre uno y siete años, con algunas excepciones, como los once años de *Abc.es* o los trece de *Elmundo.es*, además del notable caso de *Lavanguardia.es*, que ofrece la totalidad de su archivo histórico, desde 1881. Lógicamente, los diarios recién aparecidos (*Publico.es*) o los que ya son gratuitos en su edición impresa (*20minutos.es*, *Adn.es*) no se hayan ante esta tesitura y ofrecen sus jóvenes hemerotecas en línea sin mayor problema.

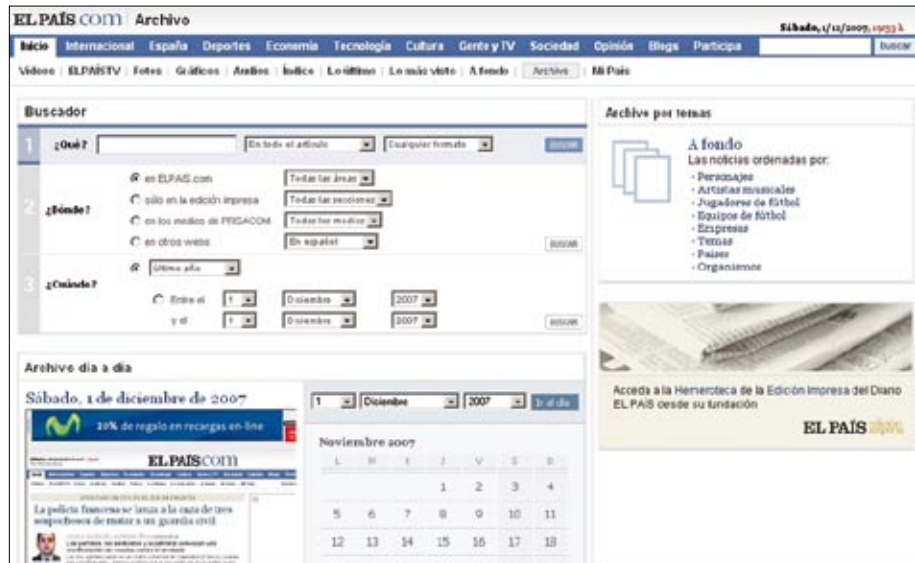
Nota

Posteriormente a la entrega de este texto, el 27 de diciembre de 2007 apareció un nuevo diario digital: *Soitu.es*, dirigido por **Gumersindo Lafuente**, que apuesta en su planteamiento por potenciar el periodismo ciudadano.

<http://www.soitu.es/>

Conclusiones

Además de la buena noticia que para los documentalistas ha supuesto la posibilidad del acceso gratuito a todos los contenidos de



La hemeroteca digital de *Elpais.com* ofrece todo su fondo gratuitamente

un archivo importante, la actualidad del año ha venido marcada por las dos tendencias clave señaladas.

Se puede decir que la fuerza de las corrientes participativa y multimedia que están triunfando en internet están transformando también los diarios digitales: su aspecto, sus contenidos, sus servicios.

Ciertamente, son pocos los diarios más avanzados (*Elpais.com*, *Libertaddigital.es*, *Adn.es*, *Publico.es*, *Periodistadigital.com*, *Elmundo.es*, *20minutos.es*, entre otros) que están siguiendo decididamente este camino, mientras que otros dan sus primeros pasos y un tercer grupo apenas lo entrevé. Pero parece difícil que quienes no lo siguen puedan permanecer permanentemente al margen de estas tendencias, si buena parte del público internauta demanda cada vez más estos dos servicios: audiovisuales y participación.

Independientemente del número de medios que ahora mismo lo siga, el horizonte parece marcado y se llama más vídeo y más participación social. Veremos qué sucede en 2008.

Direcciones web

•Rediseños

Expansion.com
<http://www.expansion.com>

Avui.cat
<http://www.avui.cat>

Libertad digital.es
<http://www.libertaddigital.es>

Lavanguardia.es
<http://www.lavanguardia.es>

El correo
<http://www.elcorreodigital.com/vizcaya>

Sur.es
<http://www.diariosur.es>

Elpais.com
<http://www.elpais.com>

Adn.es
<http://www.adn.es>

Publico.es
<http://www.publico.es>

Página de vídeos de El mundo.es
<http://www.elmundo.es/videos/index.html>

Página de vídeos de Elcorreodigital.com
<http://www.elcorreodigital.com/vizcaya/multimedia>

Multimèdia, de Avui.cat
<http://www.avui.cat/multimedia>

El país TV
<http://www.elpaistv.com/>

Libertad digital TV
<http://www.libertaddigital.tv/>

Periodista digital TV
<http://www.periodistadigital.tv/>

Adn TV
<http://www.adn.es/adntv>

Público TV
<http://video.publico.es/>

•Blogs, participación y periodismo ciudadano

Página de blogs de 20minutos.es
http://www.20minutos.es/blogs_opinion

Página de blogs de Publico.es
<http://blogs.publico.es/>

Página de blogs de Lavanguardia.es
<http://www.lavanguardia.es/blogs/index.html>

Blogs del mundo, de Elperiodico.com
<http://elperiodico.com/blogs/mapamundi/blogs/psf/default.aspx>

La comunidad, de Elpais.com
<http://lacomunidad.elpais.com>

Página de blogs de Larioja.com
<http://blogs.larioja.com>

Página de foros de 20minutos.es
<http://foros.20minutos.es>

Página de participación de Periodista digital.com
<http://www.periodistadigital.com/participacion/>

Vuestro Adn.es
<http://www.adn.es/vuestroadn>

Participa, de Elpais.com
<http://www.elpais.com/participacion/>

Yo periodista, de Elpais.com
<http://www.elpais.com/yoperiodista>

•Vídeo

•Hemerotecas digitales

Hemeroteca de Elpais.com
<http://www.elpais.com/archivo/buscador.html>

Hemeroteca de Lavanguardia.es
<http://www.lavanguardia.es/hemeroteca>

Notas

1. Este artículo continúa la descripción del sector realizada a principios del pasado año para *ThinkEPI* y completada después en otro texto:

Guallar, Javier. "Prensa digital en 2006". En: **Baiget, Tomàs**, Ed. *Anuario ThinkEPI 2007*, Barcelona: EPI SCP, 2006, pp. 106-117.

<http://eprints.rclis.org/archive/00008388/01/AnuarioThinkEPI2007-Guallar-Prensa-digital-en-2006.pdf>

Guallar, Javier. "La renovación de los diarios digitales: rediseños y web 2.0". En: *El profesional de la información*, 2007, vol. 16, n. 3, pp. 235-242.

http://eprints.rclis.org/archive/00011822/01/epi07_guallar_renovacion-diarios-digitales.pdf

2. **Pascual, Mari.** "El País apuesta por el periodismo ciudadano", *Técnicas de prensa*, 2007, 10-07-2007.

<http://www.ifra-nt.com/website/ntwebsite.nsf/0/055A3BC586ACCE60C125731400478749?OpenDocument&1&S&MIMPAL-74LADF>

Javier Guallar
jguallar@gmail.com