



Pedro J. Ramírez, director de EL MUNDO, con Francisco Rosell, director de EL MUNDO de Andalucía; Francisco de la Torre, alcalde de Málaga; Elías Bendodo, presidente de la Diputación; Braulio Medel, presidente de Unicaja, y Javier Cremades, presidente de Málaga Valley, entre otros, ayer. / CARLOS DÍAZ

**Galardón** / Concedido por la revista del MIT y Málaga Valley

## «Orbyt acabará el año más cerca de 100.000 suscriptores que de 50.000»

Pedro J. Ramírez recoge el I Premio a la Innovación Tecnológica otorgado al quiosco digital, que deja atrás todos los vaticinios pesimistas sobre el final de la prensa

BERTA GONZÁLEZ DE VEGA / Málaga  
Pedro J. Ramírez contó ayer cómo las tabletas le cambiaron el ánimo sobre el futuro de la prensa hasta hacer posible Orbyt, quiosco digital en el que los lectores se han reencontrado con la esencia del periodismo, que ya no es un montón de gramos de papel pero mantiene una información estructurada y jerarquizada. Con Orbyt, según explicó ayer el director de EL MUNDO, el periodismo esquiva el escenario que hace poco tiempo vaticinaban los buscadores de noticias, un futuro en el que los diarios desaparecerían en una carnicería con maquinaria para convertir en lonchas las noticias.

El director de este periódico no quiso ser un pesimista y nostálgico

más en el sector de la prensa, que vive «un tsunami dentro del terremoto» de la crisis, y profetizó, al recoger el I Premio a la Innovación Tecnológica en los medios, que Orbyt acabará este año recién estrenado «más cerca de los 100.000 suscriptores que de los 50.000 actuales», lo que posibilitará que EL MUNDO, en 2012, pueda aumentar su difusión total, como ya lo consiguió en 2011 *Expansión*, también disponible en la plataforma digital.

El peso del galardón queda de manifiesto por quién lo concede: la edición en español de la prestigiosa revista *Technology Review* del Massachusetts Institute of Technology (MIT) y el Club Málaga Valley.

Ramírez acabó su discurso esperanzado, recordando cómo el pasa-

do verano Rupert Murdoch le dijo que soñaba con una aplicación como Orbyt para su emporio de prensa. Poco antes, el abogado Javier Cremades, presidente de Málaga Valley, contó que el responsable del *Frankfurter Allgemeine Zeitung* seguía perfectamente la evolución de Orbyt y lo veía como un modelo de negocio a explorar en Alemania.

Como ejemplo de lo que está por venir, Pedro J. Ramírez citó la edición de Orbyt del 1 de enero de 2012, único periódico que salió ese día y que fue distinto a todos los editados hasta entonces: «Llevaba un número impar de páginas, algo imposible en papel». Fue una decisión deliberada: «Era un acto de provocación para demostrar que hay un horizonte nuevo».

El director de EL MUNDO explicó el desasosiego que le invadió cuando los responsables de Google vaticinaron que el único futuro que le quedaba a la prensa era la venta de artículos como unidad de información, sin que importara el medio. En «esa pesadilla, las marcas desaparecerían y habría contenidos deportivos y del corazón, pero ¿quién informaría sobre la sala de lo contencioso del Supremo?», puso de ejemplo. Fue entonces cuando se negó a aceptar que los periódicos cayeran en «las máquinas de picar carne de los buscadores y agregadores».

Según Pedro J. Ramírez, en la actualidad Orbyt está proporcionando la luz al final del túnel, gracias a la irrupción de las tabletas que, según dijo, traerán «la

Edad de Oro del Periodismo».

Internet cumplió 20 años a la vez que EL MUNDO y Pedro J. contó cómo entonces, hace un par de años, estando con dos de los padres de la Red, Tim Berners-Lee y Vinton Cerf, les agradeció que hubieran puesto a disposición del mundo una

«Satisfacen necesidades reales de los ciudadanos», dijo sobre las 'tablets'

El quiosco «permite una visión sintetizada y jerarquizada de la realidad»

autopista virtual que había hecho posible pasar del millón de lectores a los alrededor de 30 millones de usuarios únicos que tiene ELMUNDO.es. Pero, cuando Pedro J. Ramírez les preguntó si tenían alguna idea para alegrar a los accionistas de los medios, no obtuvo respuesta.

Poco tiempo después, llegaron las tabletas y demostraron, de nuevo, que «los problemas que ocasiona la tecnología los soluciona la tecnología (...) Las tabletas satisfacen necesidades reales de los ciudadanos y, una de ellas, es la lectura de periódicos y están dispuestos a pagar por ellos», explicó. Según dijo, «la sustancia de un editor debe ser proporcionar una visión sintetizada y jerarquizada de la realidad» y eso se puede hacer en Orbyt.

El director del periódico agradeció el Premio en el patio de Bandejas del Ayuntamiento de Málaga. El alcalde de la ciudad, Francisco de la Torre, explicó que el salón de los Espejos estaba ocupado en la celebración de bodas y que era lógico no desplazar esos nuevos matrimonios «porque la boda de Pedro J. Ramírez con las nuevas tecnologías no es algo de hoy». En ese patio se dieron cita Pedro Moneo, responsable de *Technology Review* en español y de Emtech Spain, la conferencia de tecnologías emergentes de MIT; el presidente de la Diputación de Málaga, Elías Bendodo; el presidente de la patronal malagueña, Javier González de Lara; y el empresario Antonio Gómez Guillamón, vicepresidente de Málaga Valley, y representantes de la universidad y de la sociedad civil malagueña.

ra sortear con éxito los obstáculos de un soporte tradicionalmente estático para convertirlo en un medio de comunicación del siglo XXI.

De esta forma nació Orbyt, la plataforma digital de contenidos de Unidad Editorial, abierta no sólo a las cabeceras del grupo (EL MUNDO, *Expansión*, *Marca*, *Telva* y otros) sino a las de otros grupos editoriales. Un producto diseñado principalmente para un soporte concreto, las tabletas, antes incluso de que éstas se convirtieran en un miembro más de la familia de los *must have* tecnológicos de los españoles. Una decisión visionaria con la que Pedro J. convirtió un aparente enemigo potencial, en un aliado eficaz.

Pedro J. Ramírez, líder de opinión en la Red, como demuestra el que sus *tuits* sean

seguidos por decenas de miles de personas, ha sabido reconocer a un público que lidera la nueva generación digital y que conoce la actualidad antes si quiera que ésta se publique. Desde una estrategia *push*, Orbyt llama a la puerta de un lector insaciable.

El caso de Orbyt se convierte en un modelo pionero de innovación en el sector de los medios de comunicación. Es un ejemplo de éxito y supervivencia de un medio de calidad que ha convertido los embistes de una tormenta amenazadora en una oportunidad perfecta.

El Club Málaga Valley, como epicentro nacional e internacional de la innovación y desarrollo tecnológico, ha seguido con atención la adaptación de los medios al nuevo entorno digital. En nuestro afán de recono-

cer y premiar la innovación en España, decidimos crear el Premio a la Innovación en los medios de comunicación, con la colaboración de la edición española de la revista del MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts), *Technology Review*, y, en esta coyuntura, dedicar su primera edición a un grupo de medios escritos que se suma con éxito al uso de las nuevas tecnologías.

Como presidente del Club Málaga Valley, es un honor reconocer la valentía y esfuerzo de Unidad Editorial con la creación de Orbyt, que representa un ejemplo de éxito y un referente de innovación para muchos medios de comunicación que sufren las consecuencias de la grave crisis económica.

Los nuevos tiempos nos exigen creatividad y colaboración. Podemos decir que en el caso de Orbyt, las tabletas, un soporte

desconocido hasta hace poco, han desempeñado un papel fundamental de ayuda a la prensa. ¿Quiere decir esto que las tabletas son la esperanza del periodismo escrito? Hoy parece que sí, mañana quién sabe. Decía Albert Einstein que «en tiempos de crisis sólo la imaginación es más importante que el conocimiento».

En cualquier caso, el premio que ha recogido Pedro J. Ramírez representa un gran reconocimiento a su esfuerzo, en particular, pero podemos decir que simboliza también el comienzo de una fuerte alianza y una nueva etapa de la prensa escrita de la mano de las nuevas tecnologías para hacer posible el nuevo periodismo del siglo XXI.

Javier Cremades es abogado y presidente del Club Málaga Valley