

El actual modelo de prensa digital, en crisis

Cremades cree que la caída de la publicidad obliga a los medios a replantearse su estrategia en la Red

F. Ruiz Antón.

Madrid. La fuerte caída de la inversión publicitaria en lo que va de año ha provocado importantes recortes de gastos en las empresas del sector. Compañías como Prisa, Recoletos, Grupo Zeta o Grupo Correo, diseñaban a principios de año sus planes de reducción de costos que, en algunos casos, han pasado por recortes de plantilla.

La crisis que atraviesa el sector, que de momento no se sabe cuándo terminará, se ha cebado de forma especial con las divisiones de Internet de los grandes grupos, que se han visto obligados a replantar velas después de las fuertes apuestas en la red, que han lastrado de forma muy seria su cuenta de resultados.

Desde el año 94, y aprovechando la época de bonanza económica, grupos como Prisa, Recoletos, o Prensa Española, realizaron grandes apuestas en la Red. Incluso alguno de ellos se convirtió en proveedor de acceso a Internet. Los grandes periódicos apostaron por la audiencia a toda costa y volcaron gratuitamente los contenidos del periódico en su correspondiente web.

Ese modelo está ya en crisis. El abogado Javier Cremades, socio del bufete Cremades & Calvo Sotelo, especializado en temas jurídicos relacionados con los medios de comunicación y las telecomunicaciones, aborda en su nuevo libro *El paraíso digital*, las líneas de futuro de la sociedad de la información. En el mismo ya se apunta que la oferta de información gratuita no durará mucho tiempo.

La difícil situación económica por la que atraviesan los medios de comunicación va a provocar la migración a los sistemas de pago. En definitiva, la época del gratis total llega a su fin y se inicia



Javier Cremades, del bufete Cremades-Calvo Sotelo.

una etapa que pasará por el cobro de los contenidos, algo que ya es práctica habitual en Estados Unidos, y que en España asume la edición de tarde del diario *El Mundo*.

Cremades señala que "ha quedado claro que las ediciones *on line* de los periódicos no se mantienen sólo con publicidad". Contar con una redacción digital es muy caro y la inversión publicitaria en la red ha caído un 7,8% en los seis primeros meses de 2001, según los datos de Price Waterhouse & Coopers.

El autor de *El Paraíso Digital*, que edita Plaza y Janés y que prologa Juan Luis Cebrián, recuerda que los periódicos viven de los ingresos publicitarios y de los ingresos por venta al número. "En el caso de las ediciones *on line* ocurrirá algo parecido. En definitiva —añade— la vieja economía se defiende". Cremades está convencido de que el acceso gratuito no puede ser el único atractivo de la prensa digital. "Si los contenidos son gratuitos nunca tendremos contenidos de calidad", señala. En el futuro no se pagará el uso de la Red por tiempo, sino por los contenidos que se demanden".

'El Mundo de la Tarde' será de pago

Mundinteractivos, la sociedad que gestiona la edición electrónica del diario *El Mundo*, ha decidido empezar a cobrar por el acceso a la edición vespertina del diario en formato PDF. De este modo, *El Mundo de la Tarde* se convierte en el primer diario electrónico que cobrará por acceder a sus contenidos en la red. El inicio del servicio de pago está fijado para el próximo 15 de octubre.

En la edición vespertina del periódico, que dirige Pedro J. Ramírez, se encontrará, además del resumen de noticias más importantes del día, el adelanto de contenidos de la edición del día siguiente. El periódico electrónico, que será el primero de los diarios tradicionales que cobra por acceder a sus contenidos, tendrá seis páginas que estarán disponibles a partir de las 18.30 horas.

La compañía pretende hacer llegar su producto en Internet a los altos ejecutivos bajo el eslogan de "Lea a media tarde el periódico del día siguiente". En una primera fase, hasta el 15 de octubre, los internautas podrán acceder a ese producto sin coste alguno. Será a partir de esa fecha cuando se ponga en funcionamiento el servicio de pago a través de suscripción.

El precio fijado por Mundinteractivos es de 2.495 pesetas al trimestre con un mes más de acceso gratuito. Si se opta por una suscripción semestral el precio es de 4.160 pesetas más dos meses de regalo. La suscripción anual es de 6.655 pesetas más tres meses gratis.