

El jaqués Plácido Moreno es autor del libro «Reinventando el periódico: Una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria»

## “Los periódicos no desaparecerán pero su número se reducirá drásticamente y tendrán menos influencia social”

EL PIRINEO ARAGONÉS.- Los medios de comunicación se encuentran actualmente en la encrucijada de tener que afrontar cambios en sus estructuras empresariales e informativas para adaptarse a los nuevos tiempos en los hábitos de lectura y de acceso a la información a través de múltiples dispositivos. En la obra «Reinventando el periódico: Una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria», del periodista jaqués Plácido Moreno, demuestra con rigor y profusión de datos que aquellos periódicos que quieran sobrevivir

a largo plazo deberán enfocarse en el análisis, rediseño o mejora de procesos *cross media* en cuanto a prácticas periodísticas, edición, producción, integración y comercialización. El libro, que inicialmente fue editado únicamente en formato digital, ya está disponible en papel, y supone una herramienta muy útil para periodistas y profesionales de la edición de prensa escrita. Este trabajo ha obtenido el Premio 2009 de la Fundación Europea para la Sociedad de la Información y Eurodestinos.



### El autor

Plácido Moreno es periodista y apasionado por la tecnología aplicada al periodismo. Comenzó su carrera como redactor jefe durante cinco años en la revista *Macworld* (IDG Communications) y siempre la ha desarrollado en el ámbito de la Tecnología de la Información y Comunicación. Es doctor en Ciencias de la Información (periodismo) por la Universidad CEU-San Pablo y hoy continúa investigando la convergencia y la gestión del cambio en periódicos. También es MBA por la Escuela de Organización Industrial de Madrid (EOI). Ha sido profesor de Redacción Electrónica y Nuevas Tecnologías en la Universidad CEU-San Pablo, miembro del jurado de la SND (The Society for News Design), consultor para IFRA Newplex, profesor en diversos masters de periodismo y formador en periódicos. Actualmente reside en Amsterdam donde ha fundado la empresa *Caminum Media Research & Development* ([www.caminun.org](http://www.caminun.org)) especializada en Análisis de Procesos y Gestión del Cambio en organizaciones Media. Su libro «Reinventando el periódico: Una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria» está disponible en la dirección: [http://www.euroeditions.org/autores/placido\\_moreno.html](http://www.euroeditions.org/autores/placido_moreno.html), tanto en su versión digital como en papel.

**Pregunta.- La prensa escrita, tal y como la conocemos ahora, ¿está condenada a desaparecer o convivirá con los nuevos soportes digitales?**

**Respuesta.-** Algún experto ya ha vaticinado la desaparición de la prensa hacia el año 2043 en base a dos criterios: la disminución lenta pero constante del hábito de lectura de diarios y la caída progresiva de la confianza de los lectores que se ha detectado desde 1967. Personalmente, creo que los periódicos no van a desaparecer, pero sí es cierto que su número disminuirá drásticamente dejando de ser medios de comunicación de masas y que tendrán una influencia social mucho más reducida en este nuevo escenario *New Media*.

Un complejo escenario en el que la tecnología marca el paso y al que los periódicos tradicionales deben adap-

tarse de forma proactiva con nuevos modelos de negocio e innovación en sus productos y servicios de información, entretenimiento y publicidad para nuevas audiencias y nuevas formas de acceso a los contenidos.

**“La posición del periódico como el proveedor unidireccional de noticias ha cambiado radicalmente”**

**P.- ¿Se puede prever cuál será el punto de convergencia entre la prensa tradicional y la digital?**

**R.-** Donde convergen los dos tipos de prensa que usted me pregunta es,

por un lado, en el uso de la tecnología y, por otro, credibilidad a través del ejercicio de un periodismo digno como servicio público basado en fundamentos éticos de responsabilidad, precisión, integridad e independencia editorial. Si esta industria es capaz de aprovechar estas dos ventajas competitivas su futuro está garantizado, independientemente del soporte donde publique el contenido.

**P.- ¿La fórmula es válida para los periódicos de gran tirada o también para la prensa local, como podría ser el caso de este semanario?**

**R.-** La fórmula es válida para todo tipo de periódico, como explico en mi libro. Solamente a través de un riguroso análisis de los procesos del periódico y una adecuada gestión del cambio se puede adaptar a personas, procesos y

tecnología al nuevo mercado *New Media*. Es una aproximación prudente, racional, metódica y estructurada a la convergencia estructural en periódicos. Y la prensa local como El Pirineo Aragónés, por la proximidad a su comunidad, tiene un alto potencial de éxito en el aprovechamiento de esta fórmula para adaptarse a nuevos mercados.

**P.- ¿Se corre el riesgo de que el periódico pierda el papel de mediador que tradicionalmente ha tenido entre la información y el lector?**

**R.-** Eso ya ha ocurrido. Es cierto que continúan siendo la principal fuente fiable de información, pero siempre limitaron bastante la “participación ciudadana” a mi juicio con buen criterio, exigiendo identificación plena del que enviaba una carta al periódico. Actualmente vivimos una perversión del concepto de sana participación en los medios. Cualquier persona sin identificarse puede intervenir en la actualidad que cuentan los periódicos a través de Internet: acceder y comparar diversas fuentes de información, comentar con escasa reflexión, aportar fotos y vídeos; generar nuevas informaciones y también rumores, agregar noticias, manipularlas, compartirlas y publicarlas sin ningún coste, ni responsabilidad legal alguna. La posición del periódico como el proveedor unidireccional de noticias ha cambiado radicalmente.

**P.- ¿Cómo reinventamos un periódico?**

**R.-** Primero detectando dónde quiere estar en los próximos cinco, diez y quince años. Para ello, utilizamos técnicas de desarrollo de escenarios. A continuación, reflexionando en equipos multidisciplinares sobre los conceptos fundamentales de la convergencia con la ayuda de mapas mentales e intensivas sesiones de trabajo. Seguidamente, analizando de forma metódica y estructurada los procesos claves del periódico para mejorarlos o rediseñarlos si fuese necesario. A continuación, analizando la capacidad o potencial de cambio que existe en los profesionales del periódico. Todo este análisis previo, ofrece la información necesaria para diseñar y acompañar en la implementación de un trayecto de cambio en el periódico.

**P.- Y el profesional del periodismo, ¿cómo debe adaptarse y formarse para afrontar estos cambios?**

**R.-** Para mí, la apuesta vital es la formación. Por un lado, en nuevas técnicas de gestión *Cross Media* para los responsables de todos los departamentos del periódico y por otro, para los periodistas en técnicas de investigación usando tecnología como bases de datos, estadísticas, etc. Un profesional del periodismo debe saber sacar el máximo a la tecnología para el desempeño de su trabajo que es: informar. Dado que aprender a publicar en blogs, usar Twitter, Facebook, LinkedIn y otras soluciones Web 2.0 es cuestión de minutos, la realización de pequeños seminarios en el periódico ayudaría muchísimo a sus profesionales, en concreto a los más viejos en aplicar este conocimiento a su quehacer periodístico.

**P.- ¿Cree que la universidad está ya preparando a los futuros perio-**

**distas teniendo en cuenta los nuevos modelos de periodismo?**

**R.-** En la Universidad se está haciendo mucho hincapié en la última parte del proceso: la publicación, no en un ningún modelo.

Igual que se les ha enseñado técnicas de autoedición o infografía, ahora deben aprender las nuevas técnicas de publicación periodística *Cross Media*, sin duda. Pero más allá, deben comprender la filosofía periodística *Cross Media* (diferentes productos para diferentes plataformas y diferentes audiencias incluso un mismo día). Un marco organizativo donde operan de forma colaborativa periodistas, editores y expertos de otros departamentos como publicidad o marketing para desarrollar nuevos productos y servicios. Y finalmente, cómo esta filosofía *Cross Media* determina las formas de hacer periodismo, las formas de interactuar con las audiencias y genera profundos cambios en la gestión integral del periódico.

**“Un profesional del periodismo debe saber sacar el máximo a la tecnología para el desempeño de su trabajo que es: informar”**

**P.- Uno de los principales miedos que tienen los editores de periódicos al cambio digital es la rentabilidad del producto. No hay que olvidar que los periódicos son, al fin y al cabo, un negocio. ¿Cómo cree que será el nuevo escenario del mercado de la prensa?**

**R.-** Es cierto que recientes investigaciones académicas demuestran que el cierre de la edición papel e ir solo al digital puede ser una estrategia suicida. Muy a corto plazo, la crisis terminará y esto supondrá ingresos de publicidad para los periódicos de nuevo. Deberán invertir ingentes cantidades de dinero para reinventar sus estructuras, para analizar la sostenibilidad de su modelo de negocio y apostar por la formación para hacer periodismo de calidad como servicio público. Creo que los periódicos deben apostar por un modelo de convivencia entre viejos con nuevos medios sin dejarse llevar por el paso que marca la tecnología o las modas que predicen algunos gurús del periodismo. De ellos mismos, depende el futuro del periódico y del periodismo.

**P.- ¿Habrá un formato similar al e-Book (libro digital) para la lectura del periódico, con posibilidad de suscribirse a varias cabeceras o publicaciones?**

**R.-** Los avances tecnológicos en tecnología *e-Book* no han sido todo lo rápidos que se esperaba por ausencia de demanda. Creo que esto tiene que evolucionar mucho más para superar la experiencia de uso del papel. Actualmente, la librería en línea Amazon ofrece un servicio de suscripciones internacionales a periódicos para su lector de libros electrónicos *Kindle* en el que, por ejemplo, puedes suscribirte a varias cabeceras.

**50% Descuento residentes comarca de la Jacetania, hasta fin de año**  
**Reserva ya en el 974 377 610**  
 Subvenciona la comarca de la Jacetania

aeródromo  
**Santa Cilia**  
**Los Pirineos**

**¡Que no se te escape!**