

## Los nuevos diarios digitales. Entrevista a Mario Tascón

Por Javier Guallar

Guallar, Javier. "Los nuevos diarios digitales. Entrevista a Mario Tascón". En: *El profesional de la información*, 2009, mayo-junio, v. 18, n. 3, pp. 349-351.

DOI: 10.3145/epi.2009.may.14



**Mario Tascón** es experto en periodismo digital. Entre 1989 y 1994 fue director de la sección de infografía del diario *El mundo*, donde consiguió los máximos galardones en los premios de la Society of News Design. Fue el responsable de la puesta en marcha de la edición digital del diario *El mundo* en 1996, fundando la primera redacción digital en España y haciéndose cargo de la totalidad de las publicaciones electrónicas de este diario hasta 2000. Entre 2000 y 2008 fue director de contenidos de Prisa.com, sociedad que gestiona las actividades digitales del Grupo Prisa. A su cargo tuvo las webs de los diarios *El país*, *5 días*, *As*, y las radios Cadena Ser, 40 principales, además de Cuatro.com y Plus.es entre otras. Desde 2008 es editor en DixiRed, empresa editora del diario digital *La información.com* y el blog 233grados.com.  
<http://www.lainformacion.com/>  
<http://www.233grados.com/blog/>

**REALIZAMOS ESTA ENTREVISTA en los días previos a la aparición de *La información.com* el 23 de abril de 2009. En el contexto actual de crisis de los medios de comunicación en el que estamos asistiendo a importantes recortes de plantilla e incluso a cierres de cabeceras, es más novedosa si**

***cabe la feliz noticia del nacimiento de un nuevo diario digital. El contexto parece aparentemente no ser el más propicio. ¿Cómo ves la situación actual de los medios en su conjunto y qué espacio aspira a ocupar *La información.com*?***

Es una crisis relacionada con un importante cambio en los hábitos sociales, entre otros el de consumo de noticias, a la vez que una importante crisis económica que afecta a los ingresos de los diarios y los medios en general. Ha llegado, además, de repente tras unos años muy buenos en lo económico que han encontrado al sector desprevenido. Los cambios son más profundos en las edades más tempranas y afectan a todos los medios.

Nosotros esperamos que al salir en un momento difícil, la manera de dimensionar nuestro proyecto para estos tiempos (más austera, más moderna y con un importante estudio sobre las eficacias organizativas posibles en los nuevos medios), pueda ayudarnos desde el punto de vista de incurrir en menores gastos. También las habilidades que da la experiencia de años en el sector nos debería ayudar a mejorar el capítulo de ingresos.

Pero lo más importante será conseguir hacer un producto atractivo para los lectores, que éstos necesiten y consulten.

***He leído que en alguna ocasión has afirmado que "los medios***

***de comunicación en internet son una gota en el océano de la información". Esta es una visión ciertamente humilde que parece alejarse de la idea clásica de los medios como "cuarto poder". ¿Cuál es a tu juicio el papel de los medios de comunicación en este océano informativo que es internet?***

---

**"Los medios no somos ya el cuarto poder porque ese puesto lo ocupa internet (que era el quinto). Ahora somos una parte de ese cuarto poder, que no es poco, pero es menos"**

---

Sería muy pretencioso por parte de los medios de comunicación tradicionales creerse los únicos, o más importantes, proveedores de información de la Red. Hace años la AEDE (*Asociación Española de Editores de Diarios*) quería reclamar a *Google News* derechos por la publicación de titulares de sus asociados. Cuando hicieron un recuento de cuántos pertenecían a la asociación de las 700 fuentes que utiliza *Google* en su servicio en castellano creo recordar que no superaban los 50. Faltaban los no españoles, los medios puros digitales, las televisiones, las radios, las revistas, los blogs...

Si tenemos en cuenta que en la parte de internet que permanece aún oculta a los buscadores se encuentran más de las 3/5 partes de la información publicada, creo que la pregunta se contesta sola.

Hay que ser humildes y asumir el papel menos predominante (pero, por supuesto, importante) que hemos de tener los medios en este nuevo entorno.

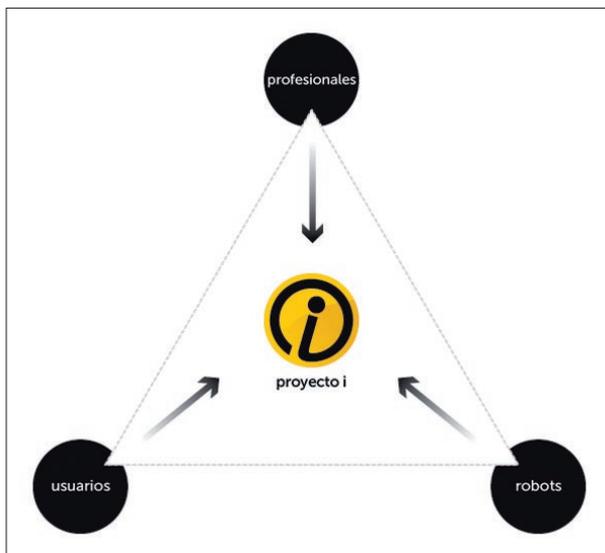
Habrà que asumir la posibilidad de que no seamos ya el cuarto poder porque ese puesto lo ocupa internet (que era el quinto). Ahora los medios son una parte de ese cuarto poder, que no es poco, pero es menos.

*Un tema que cada cierto tiempo se presta a debate es si los medios digitales deben ser gratuitos o de pago. Mientras que la situación mayoritaria de la prensa digital es la gratuidad o el modelo mixto (combinación de contenidos de pago y gratuitos), se oyen voces últimamente reclamando de nuevo un modelo de pago que aparentemente ya fracasó, como bien conoces de primera mano por tu experiencia en El país. ¿Cuál es tu opinión en estos momentos: los medios digitales deben ser gratuitos, de pago, mixtos...? Y en concreto, La información.com, ¿qué modelo se plantea?*

Mi opinión es que este debate tiene más que ver con la caída de la difusión de la prensa de papel que con el futuro de la información digital.

Creo que la mayoría de los medios digitales serán gratuitos. Aunque puede haber algunas informaciones muy específicas que sean susceptibles de ser de pago, lo que sería el equivalente a la prensa convencional, en internet será gratis.

Por nuestra parte, *La información.com* será gratis.



La filosofía del triángulo

*En “La filosofía del triángulo”<sup>1</sup> exponéis los principios en los que se basa La información.com, en base a la combinación de tres elementos: profesionales, robots y usuarios. Hablemos de estos tres lados de ese triángulo. Empezemos por las máquinas, el aspecto que me parece más novedoso para un diario. Seguramente el sitio web que nos viene inmediatamente a la cabeza al hablar de sistemas automatizados de información de prensa es Google News. ¿Es esta vuestra referencia más clara y qué función tienen los “robots” en La información.com?*

Esperamos estar un poco por delante del actual *Google News*. Por un lado nuestros sistemas de etiquetado son algo más inteligentes y más masivos. Por otro lado actúan casi en tiempo real. Además, nuestros algoritmos incorporan algunos elementos que tienen que ver con la jerarquía de las noticias (qué es más importante) que *Google News* no

**“Nuestros sistemas de etiquetado son algo más inteligentes y más masivos que los del actual Google News, y actúan casi en tiempo real”**

tiene. Los sistemas de catalogación automática son más ricos que los actuales de *Google News*. La puesta en página es también más novedosa y moderna, con más usabilidad.

*Los usuarios. Los medios de comunicación en internet también se están sumando, de manera desigual, a la tendencia de la participación de los usuarios en los contenidos y servicios. ¿Qué valoración haces de la situación de la*

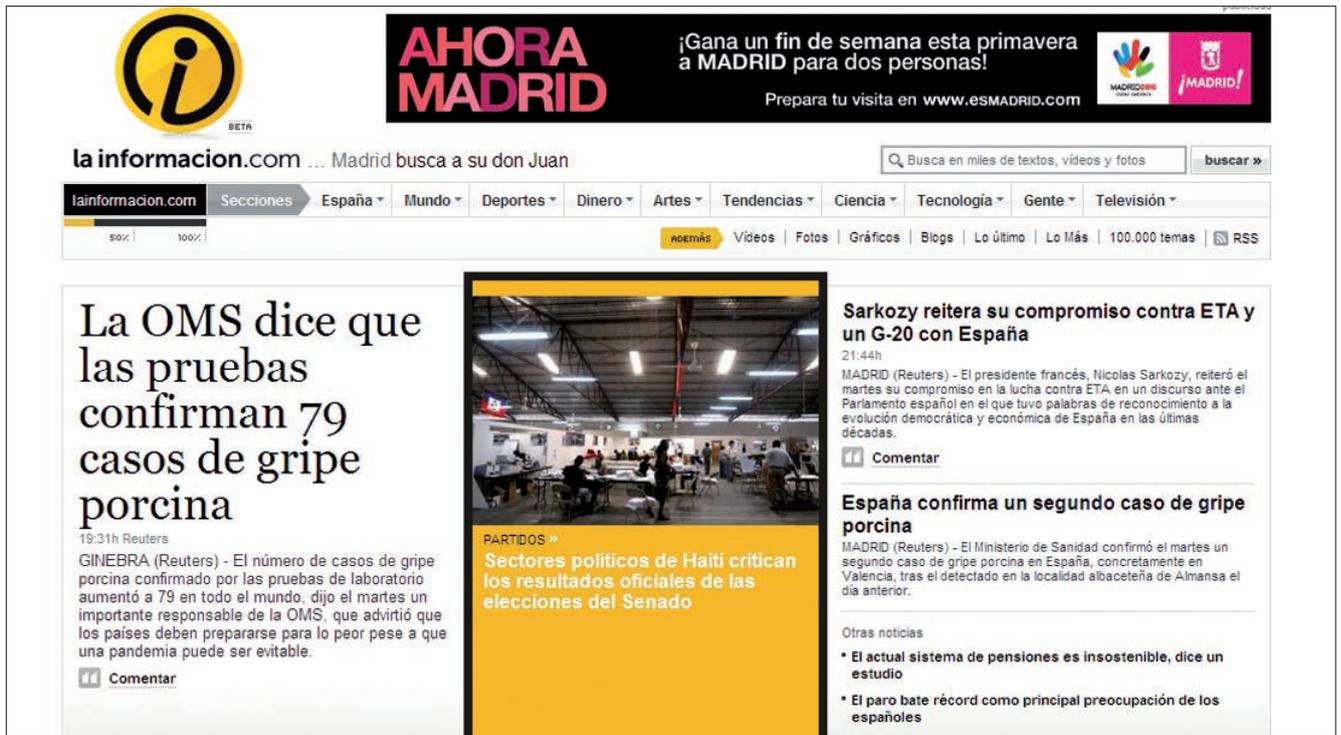
*participación en los diarios digitales en estos momentos y cuál es el planteamiento que os hacéis vosotros?*

La parte de los usuarios será la última que incorporemos a *La información.com*, aunque desde el principio los lectores tengan una importante función en nuestro medio. No nos daba tiempo a todo y hemos preferido empezar con esa parte a partir de la salida. Además hay algunas cosas que están cambiando muy rápidamente la forma en la que los lectores se comunican entre sí y hay que tenerlas en cuenta. Me refiero a las redes sociales y a su importante espacio en la Red. Nos pareció mejor hacer todo eso en el momento en que estabilizáramos la base de la web (máquinas y periodistas).

Nos encantará ir más allá de los comentarios, la aportación de enlaces o el envío de fotografías de mascotas.

*Los profesionales. Es la base del triángulo. ¿Qué papel juegan o deben jugar los profesionales de los medios en el nuevo escenario informativo?, ¿y en concreto, en La información.com?*

Lo que es un error es destinar ingentes recursos a las labores que ya hacen las agencias informativas, o a trabajos básicos de edición de materiales que provienen de los



Portada de La información.com

medios originales (volcados de las ediciones impresas, marcado y catalogación de audios de las radios...). Ese trabajo (en su mayoría) lo harán nuestras máquinas, por lo que los periodistas quedarán liberados básicamente para dos funciones: conseguir información propia o bien contar las cosas de formas novedosas y diferentes.

Eso nos permitirá que aunque tengamos recursos más limitados nuestro medio pueda diferenciarse de los demás, ya que invertimos la proporción que tradicionalmente existe en los diarios (incluidos los de papel) en los que el 20% de los recursos se dedica a procurar información o narrarla de forma distinta y el 80% a la fabricación más mecánica del medio. Trabajamos para que en *La información.com* sea lo contrario.

Hay mucho material atractivo que deberán incorporar los profesionales y que nos diferenciarán de otros medios.

*Hablemos de la documentación en la prensa en internet. Desde tu experiencia en otros medios*

**“Dentro de cinco años recordaremos esta época como una de las más importantes en la historia de los medios de comunicación”**

*como El mundo.es y El país.com, ¿cómo ves la situación de la documentación en los medios digitales? En concreto en La información.com, ¿cómo abordáis la documentación?*

Yo creo que la labor que se ha llevado a cabo en *El mundo.es* gracias al trabajo de **Noemí Ramírez** (actualmente en *Prisa*) ha sido muy acertada. *El país.com* ha empezado un poco más tarde en su modernización, no en vano es más antiguo que *El mundo.es*.

*La información.com* es documentación en sí misma. No es una parte del proceso ni un servicio, el propio medio es su documentación.

*Junto al vídeo futurista que aparece en vuestra web, hacéis la*

*pregunta: “¿Cuál crees que es el futuro de los medios de comunicación?” Aunque este vídeo ya es de hecho una toma de posición, permíteme que acabemos esta entrevista con esta pregunta: ¿Cómo ves ese futuro?*

Estamos en una de las etapas más interesantes de la historia de los medios de comunicación, creo que dentro de cinco años recordaremos esta época como una de las más importantes. Estamos asistiendo al nacimiento de nuevas formas de comunicar, pero, como en todo nacimiento, no hay parto sin dolor.

### Notas

1. *233grados.com*. “Proyecto i. La filosofía del triángulo”. *233grados.com*, 23 de diciembre de 2008.

<http://www.233grados.com/blog/2008/12/proyecto-i-la-filosof%C3%ADa-del-tri%C3%A1ngulo.html>

**Javier Guallar**

*Universitat de Barcelona, Facultat de Biblioteconomia i Documentació*  
*jguallar@gmail.com*