



Informe sobre prensa online

Análisis de las opiniones de los usuarios
sobre la prensa online de pago

Redbility Research

Madrid, 18 de septiembre de 2009

Sumario

Cada vez son más los sectores económicos que se rebelan con el gratis total de Internet porque, según ellos vulnera sus derechos. Tras la industria cinematográfica y la editorial, son ahora los medios de comunicación en general y la prensa escrita más tradicional en particular, quienes quieren incorporar modelos de explotación de la información más rentables que la publicidad.

De todos es conocido el enfrentamiento entre los internautas y las discográficas, pero ¿qué opinión tienen los lectores de prensa online de tener que pagar por acceder a la información que hasta ahora es gratuita?

En Redbility Research hemos querido contribuir al debate realizando una investigación sobre la opinión de los lectores de prensa online ante la idea de tener que pagar por la información online.



Ficha técnica

Para ello hemos recurrido al análisis de los comentarios realizados a las noticias que recogían información sobre este tema en los principales diarios que cuentan con esta funcionalidad:

- **El País:** 328 comentarios
(http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Rebellion/gratis/total/Red/elpepi soc/20090911elpepisoc_1/Tes#EnlaceComentarios).
- **Terra Actualidad:** 11 comentarios
(<http://noticias.terra.es/economia/2009/0820/actualidad/estarias-dispuesto-a-pagar-por-leer-una-noticia-en-internet.aspx>)
- **La Vanguardia:** 20 comentarios
(<http://www.lavanguardia.es/internet-y-tecnologia/noticias/20090910/53782273368/google-se-plantea-cobrar-por-acceder-a-las-noticias-en-internet-washington-post-new-york-times-ruper.html>).

Esta información ha sido recogida por otros medios de comunicación: El Mundo, ABC, El Periódico, Público... pero o no contaban con comentarios hechos en el momento del análisis o no disponen de la funcionalidad de realizar comentarios a las noticias.

La investigación se ha realizado partiendo de una metodología cualitativa sobre una fuente de información cada día más común pero muy poco explotada: los comentarios de los usuarios realizados en sitios web que facilitan la participación.

El proceso técnico de investigación ha consistido en la codificación pormenorizada de los comentarios e identificación y cuantificación de los principales de ellos.

Los resultados deben ser consultados con la prevención de tratarse de un análisis no científico cuya muestra cuenta con sesgo de autoselección: sólo se analizan respuestas provenientes de usuarios que han decidido participar y no refleja la de los lectores menos proactivos. Las respuestas no son representativas de la totalidad de los lectores de prensa online.

Sin embargo la participación en estas noticias es considerablemente alta por lo que debe de tratarse de una noticia que suscita un importante interés entre los lectores de prensa online.



Conclusiones

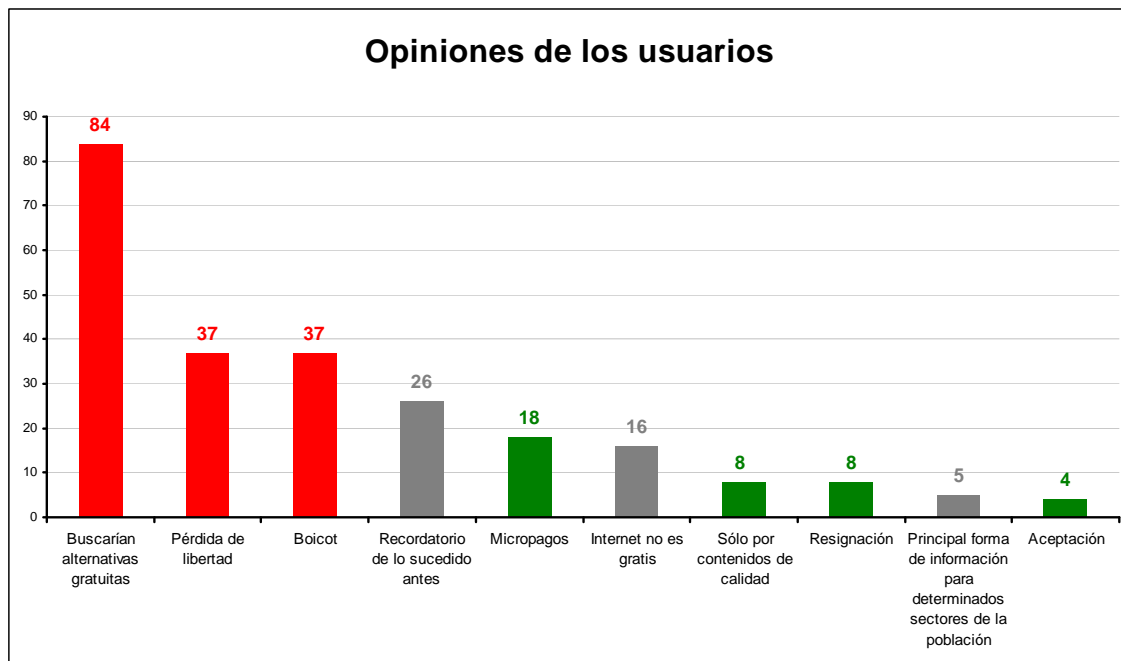
En general los lectores de prensa online que han realizado comentarios no están en absoluto de acuerdo con que se comience a cobrar por el acceso a los contenidos.

Sin embargo hay cierta comprensión hacia la situación de la prensa online y se plantean ciertas premisas bajo las que algunos lectores estarían dispuestos a pagar:

- Con un formato de pago basado en micropagos rápidos y accesibles.
- Por un contenido de calidad.

Resultados de la investigación

Cuantificación de los resultados



El gráfico anterior refleja la presencia de las principales sentencias identificadas en los comentarios:

- **Rojo** opiniones en contra del pago.
- **Verde** opiniones a favor del pago.
- **Gris** comentarios relacionados pero de carácter neutro



Semántica de los comentarios

La mayoría de los participantes no creen que realmente se llegue al extremo de que los periódicos lleguen a implantar un sistema de pago. Lo interpretan como un globo sonda.

Sentimiento de repulsa y explotación del usuario como simple fuente de ingresos y no como partícipe, lo cual es la máxima de la actual lógica en Internet.

De entre los comentarios realizados, destacan los siguientes:

- **Internet no es gratis.** Son muchos los que no creen que Internet sea gratis, sino que hay que pagar por el ADSL, la luz... y los ingresos que cada visita a un site generan.

Ana - 11-09-2009 - 08:12:41h

Era lo que nos faltaba, pagar la adsl y luego pagar por leer lo poco o mucho que nos dejan leer. Desde luego que especuladores hay, no saben de donde sacar el dinero y piensan que seremos tan tontos que vamos a pagar por ello. Desde luego en mi caso sería una ruina, ya que leo por lo menos cinco páginas web. Espero recapaciten, de lo contrario otros diarios se incorporaran , y las páginas de los de pago quedaran desiertas. No hacen nada más que pensar maldades, y para encima la mayoría de veces tener que aguantar el toston de la publicidad que nos imponen.

- Internet es "**facilidad de acceso a los contenidos**".
- **Consumo del producto en versión papel.** Una variable añadida puede ser el menor coste que el papel les supondría como usuario frente al coste de determinados productos. De ahí se puede desprender cierta idea en cuanto al papel que juega la web respecto del papel, esto es, como un sustituto dando a entender que podrá encontrar lo mismo ya sea a través de una tipología u otra.
- Para muchos sectores de la población, un diario online significa **la única o una de los más posibilitados medios de mantenerse informados**, ya sea por ser gratis o por tener mayor facilidad de acceso (Ej.: lugares recónditos, países lejanos, etc.). Esto puede enlazarse con otro comentario que hablaba sobre las consecuencias sobre diarios que no se publican en el lugar de residencia y que son consultados en su versión digital dado el alto coste en kioscos de la versión en papel. Un ejemplo sería la lectura en España de diarios como The New York Times, etc.

Jorge - 14-09-2009 - 07:59:59h



En Bélgica pago 2.10 euros todos los días por la edición impresa de El País. No pienso pagar un duro por leer las noticias unas horas antes de tenerlas delante en papel. No sé cuál será vuestro modelo de negocio pero no contéis conmigo para pagar dos veces por la misma noticia.

- No obstante, predomina la idea de que pase lo que pase, lo que es casi seguro es que surgirá **otra plataforma e incluso red gratis** donde se expongan blogs y sites que informan de forma gratuita.

Kelistocalisto - 14-09-2009 - 02:44:52h

Es q sois unos listos no te jode, lo mismo q las bolsas en los spermercados, pues os vais a joder, pq no pienso pagarun centimo por leer nada, ya saldrán sitios gratis y ya saldrá otro gigante q compita con google

- La clave está en invertir en publicidad y en micropagos en determinados apartados tales como los de opinión ciudadana.

Juan - 11-09-2009 - 09:24:56h

Partiendo de la base que toda información es publicidad, la idea sería crear una zona en los medios digitales de micro pago altruista por publicar y/o leer. Sin duda en un medio poderoso como El País u otros, crear una zona de publicación altruista, interesaría a cientos de miles de lectores interesados en ofrecer una idea, un simple comentario y crítica realizando un micro pago, máxime si tenemos en cuenta que los medio desechan y no se publica más del 99% del material recibido, dedicando significativos recursos económicos, humanos y tiempo en clasificar y ordenar el material recibido, además de la mucha información latente que no llega por falta de canales de acceso e incentivos de dar a conocer la información. Desde académicos a post graduados pasando pos simples personas, todas tenemos algo que compartir y decir al mundo y que mejor que un medio que publica con un gran prestigio e introducción en el mercado. Se podría empezar insertando y publicando en la sección de opinión, cartas al director, cartelera de espectáculos, programación de TV, etcétera. Incluso se podría añadir una sección de críticas y denuncias de publicidad, productos y servicios de todo tipo, desde oficiales o empresas privadas.

LOBO - 11-09-2009 - 09:49:05h

Es normal que las empresas quieran cobrar por lo que ofrecen, dado que son empresas y es su naturaleza. También es normal que aparezcan alternativas gratuitas, y el ejemplo claro de los periódicos "rápidos" (20 minutos y demás) está ahí, así que en Internet se seguirá produciendo (quizá con más fuerza). Los dos modelos seguirán conviviendo y nosotros seguramente consumamos contenidos gratis y de pago. Los que se van a llevar el gato al agua son los que definan un



modelos de (micro)pagos que sea MUY asumible por el consumidor (tipo iTunes) pero que a ellos, a la larga, les reporte algún beneficio (porque si no, no se monta una empresa... que no es una ONG).

- Otra idea que predomina es la de **manipulación informativa**. Al cobrar la información, sólo se publicará la información que el que paga considere. Así se palpa la sensación de pérdida del derecho a la libertad de expresión y de elección siendo sustituida por la manipulación ideológica, pérdida de un derecho siendo sustituido por un privilegio o coste de oportunidad. Así mismo, se percibe una pérdida de calidad informativa.

Lo que está en juego es la pluralidad - 11-09-2009 - 10:13:07h
Esto es mas profundo que lo parece expresar. Supongamos que acepto pagar por leer información, ¿pero que información, la de un periódico concreto, o la de todos los diarios que me interesen? Es demencial pensar que voy a apuntarme de pago a Elpais, Público, El mundo, ABC, la Vanguardia y Elperiódico. con lo cual voy a tener que limitarme a leer lo que a priori creo que satisface mis ansias pero sin poderlo contrastar. Un desastre democrático me parece a mi.

- Con muchos también los que siguen recordando el **fracaso económico de El País cuando decidió cerrar la web**.
- Hay que tener en cuenta que unida a la idea del surgimiento de aplicaciones **alternativas gratuitas**, quedan las tradicionales (tv, radio y papel)

JC - 13-09-2009 - 23:37:40h
Internet no es gratis, nunca lo ha sido. Pagamos la conexión, y a unos precios escandalosos (yo ando en torno a los treinta euros). Y la pagamos porque podemos acceder gratis a los contenidos. Cuando cobren por los contenidos verán el tremendo bajón que va a experimentar el uso de la red. ¿Quién va a pagar entonces los precios abusivos de la conexión? No creo que seamos tontos. Yo, simplemente, me volveré a lo tradicional: a las salas de cine, a los libros y periódicos en papel y a escuchar la radio.

- Entre los comentarios que afirman que **no les importaría pagar por ciertos contenidos**, habría que destacar su **énfasis en "calidad"** entendido como algo excepcional y personalizado.



Redbility Research

www.redbilityresearch.com

Bretón de los Herreros, 7 1º A, 28003 Madrid, España

research@redbility.com

913995881