

THE WALL STREET JOURNAL AMERICAS.®

© 2008 Dow Jones & Company, Inc. Reservados todos los derechos.

DOW JONES
UNA EMPRESA DE NEWS CORPORATION

LUNES, 9 DE JUNIO DE 2008

WSJ.com/americas

What's News—

Volkswagen quiere recortar en US\$1.577 el costo de la producción de cada automóvil Golf, según fuentes al tanto. La actual línea Golf fue lanzada por la automotriz alemana en 2003, pero sólo empezó a ser rentable en los últimos dos años.

■ **Brad Pitt** será socio de Zabeel Properties y el estudio de arquitectura Graft, de Los Ángeles, en la construcción de un resort cinco estrellas con 800 departamentos, en Dubai. El actor asegura que la obra no causará daños al medio ambiente.

■ **Embraer** anunció que consiguió sus primeras órdenes para los jets ejecutivos Legacy 450 y Legacy 500, lanzados recientemente. El fabricante brasileño de aviones espera que el negocio de jets ejecutivos represente 25% de sus ingresos para 2010.

■ **Bolivia** informó que la petrolera anglo-holandesa Royal Dutch Shell y la energética estadounidense Ashmore Energy International solicitaron un arbitraje contra la nacionalización de la transportadora de gas Transredes, propiedad de las dos compañías.

■ **Lorillard**, tercera mayor tabacalera de EE.UU., anunció su salida a la Bolsa de Nueva York para el 10 de junio. Los analistas creen que la empresa tiene potencial porque vende cigarrillos mentolados, el único sector que registró un alza en las ventas.

■ **Colombia y Canadá** alcanzaron un acuerdo sobre temas laborales y ambientales y concluyeron sus negociaciones para un tratado de libre comercio.

Rupert Murdoch y el futuro de los medios

El dueño de News Corp. habla del mundo de los periódicos, Facebook y Microsoft vs. Yahoo

Rupert Murdoch, presidente de News Corp., encabeza un imperio global de medios que ostenta propiedades como los estudios de cine 20th Century Fox, la editorial HarperCollins, la comunidad virtual MySpace, además de medios en Australia, el Reino Unido y Estados Unidos, incluyendo Dow Jones & Co., que publica THE WALL STREET JOURNAL. En una entrevista con los redactores del periódico Walter Mossberg y Kara Swisher, Murdoch habló sobre el futuro de los diarios, la oferta de Microsoft por Yahoo, y MySpace vs. Facebook. A continuación, unos extractos de la conversación que tuvo lugar en el marco de la conferencia *All Things Digital* organizada por THE WALL STREET JOURNAL.

Walter Mossberg: News Corp. posee empresas en toda clase de medios, incluyendo muchas en la Web, pero su corazón siempre ha estado en los periódicos. ¿Llegará el día, en cinco o 10 años, en que ya no será rentable imprimirlos?

Rupert Murdoch: Tal vez. Dependerá de ellos. Me encanta comunicarme con la gente y los diarios son un medio para hacerlo. En términos técnicos, soy totalmente neutral. No me importa en qué plataforma aparezcan nuestras noticias, ya sea en papel, la Web o en un aparato móvil o dónde sea. En los últimos 10 ó 15 años, (los periódicos en EE.UU.) han reducido al máximo sus costos de producción..., pero no en periodismo. Ahora, tienen que hacer recortes en periodismo y van a deteriorarse enormemente...

Kara Swisher: ¿Cree que (el periodismo) impreso sobrevivirá?

Murdoch: Creo que los medios impresos existirán 20 ó 30 años después de su muerte. Mientras tanto, transferiremos a Internet cada vez más contenido. Nuestro

sitio Web va a ser cada vez más importante y también rentable... Tendremos un gran sitio gratuito... pero con todo el análisis, detalles y todo lo demás, la gente pagará. Eso es muy, muy valioso.

Swisher: Usted fue de los primeros en incursionar en las redes sociales. ¿Por qué escogió MySpace, y por qué esa área?

Murdoch: Llegamos tarde. Decidimos que había que entrar a la Web rápido y que nos habíamos dormido. Hallamos esta pequeña empresa llamada InterMix que poseía MySpace. Tres días antes de cerrarse el acuerdo, nos enteramos que InterMix iba a venderse a Viacom. Así que les dijimos que qué les costaba sentarse con nosotros todo el fin de semana... Nos pidieron US\$50 millones más... y nos quedamos con la compañía.

Mossberg: Suena muy distinto a lo que pasó con Microsoft y Yahoo, que duró meses.

Murdoch: Creo que pueden aprender de eso.

Mossberg: Usted estuvo involucrado en las conversaciones algún momento. ¿En qué forma?

Murdoch: Hemos estado hablando y trabajando con ellos desde la época de Terry Semel (el ex presidente ejecutivo de Yahoo), pero no han sido más que conversaciones vagas. En algún momento hubo una posibilidad de unir MySpace al portal, pero eso parece haber quedado descartado.

Mossberg: Facebook ha sido el predilecto de los medios tecnológicos. Pero parece que en los últimos seis u ocho meses se ha hablado menos de MySpace, aunque ustedes son más gran-

Rupert Murdoch cree que el **periodismo impreso** seguirá existiendo 20 o 30 años después de su muerte.



ALL THINGS DIGITAL
UNA CONFERENCIA DE
THE WALL STREET
JOURNAL

des, ¿Se está quedando atrás MySpace en términos de visibilidad?

Murdoch: En los últimos seis meses, hemos avanzado tremendamente. Dependiendo de la vara con que se mida, somos dos o tres veces más grandes. Cuando lo compramos,

(MySpace) tenía 22 millones de visitantes únicos. Ahora tenemos 120 (millones) en todo el mundo y recién estamos iniciando nuestra expansión internacional... No estoy en contra de Facebook. Esta empresa ha hecho también un buen trabajo, pero es diferente.

Mossberg: ¿En qué sentido es diferente de su rival?

Murdoch: Creo que el mismo Mark (Zuckerberg, el presidente ejecutivo de Facebook) lo ha dicho, que se ve más como un servicio público, conectando a la gente. Nosotros somos una expresión personal, personas que buscan a otras personas, que buscan intereses comunes. Somos una red social de verdad.

Swisher: ¿Dónde cree que habrá más distribución (de contenido)?

Murdoch: Queremos monetizar nuestro contenido con derechos de autor. Queremos controlar la distribución de la forma más razonable posible.

Pregunta del público: Los periódicos y las organizaciones de noticias locales están pasándola mal. ¿Cómo resuelve ese problema?

Murdoch: Creo que van a tener que aceptar márgenes de 10% en vez de 30%. Ya no van a hacer los monopolios ricos y sin problemas que fueron. Y algunos van a desaparecer. Están siendo atacados por periódicos gratuitos que no generan dinero... pero que tienen la capacidad de alterar el modelo de negocios de los periódicos tradicionales. Creo que hay muchos retos.

Pregunta del público: ¿Hay soluciones?

Murdoch: Sí, producir mejores periódicos, periódicos que la gente quiera leer. Dejar de escribir artículos para ganar Premios Pulitzer. Darle a la gente lo que quiere leer y hacerse lo interesante.