

Periodismo digital, similar al tradicional

Investigadora de la Universidad Autónoma de Barcelona, exhibe los retos del periodismo emprendedor en el contexto actual

Aunque se espera que los medios digitales generen productos de mayor calidad y rigor periodístico, ya que a diferencia de los tradicionales éstos tienen una independencia empresarial y política, se comprobó que algunas de sus prácticas son similares.

Así lo dio a conocer la doctora Luisa del Carmen Martínez, investigadora mexicana de la Universidad Autónoma de Barcelona, tras analizar las dinámicas de los medios digitales de España que surgieron tras la crisis de 2008.

“Los periodistas en España han utilizado internet como una forma de ganarse la vida, pero no se han generado nuevas narrativas. Cuando hicimos las encuestas, 70 por ciento refirieron que usaban una sola fuente (igual que en los medios tradicionales). Éstos deben de tener un carácter innovador, más flexible, con dinamismo y velocidad en su capacidad de adaptación”, dijo este viernes en el [Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades \(CUCSH\)](#) [1], campus Los Belenes.

La académica estudió una muestra de 281 medios digitales, de los 579 que se fundaron entre 2008 y 2015. Refiere que esta situación ocurre por lo limitado de su capital humano, pues en éstos trabajan entre dos y cinco personas a lo mucho, lo que se traduce en un problema de forma y fondo.

“Al cuestionarlos, muchos de ellos aseguraron que incluso necesitan laborar en otras empresas para poder subsistir. Es complicado que ellos generen podcasts o videos, no hay tiempo de hacerlos porque además tienen otros tres trabajos, hacer nuevas narrativas resulta complicado pero ese es el reto: ver de qué manera podemos informar con otras herramientas sin perder el rigor de una formación profesional”, subrayó.

Pese a esto, destacó, la tendencia de estos medios es que han encontrado un nicho de mercado en la información especializada, que es lo que los diferencia de las antiguas empresas.

“La apuesta no es luchar con grandes medios, su campo de acción es información local o híper local –abundó–. Hay medios que hablan sólo sobre Asia, Oriente Medio, ciclismo, noticias regionales. Llama la atención que hay medios en la diversidad lingüística, por los distintos idiomas a partir del castellano”, compartió.

En cuanto a la diversidad de productos multimedia, indicó que estos medios se limitan a presentar videos e imagen: 33.4 por ciento utiliza Youtube, 0.3 tiene cuenta en Vimeo y 100 por ciento contiene fotografía. La investigadora expresó que deberían de aprovecharse otros recursos que ofrece la web.

“En el modelo de negocios encontramos que 67 por ciento sigue dependiendo de la publicidad, 5.6 del

crowdfunding y 3.6 sigue un modelo mixto de donaciones y publicidad. El porcentaje restante aún se desconoce de dónde provengan sus ingresos”, expresó a los presentes.

Luisa del Carmen Martínez dijo que uno de los medios digitales españoles que destaca por ser de los más leídos es www.eldiario.es [2], que rinde cuentas y es transparente con los ingresos que recibe por donativos.

“El reto que tienen los periodistas es concienciar a la ciudadanía sobre la necesidad de información para poder ser críticos. Si no tenemos eso, no seremos personas participativas. El medio www.eldiario.es [2] dice en sus videos: ‘Tenemos que ir a los lectores y decirles que nos necesitan y te puedes identificar con nuestro periódico’”, subrayó.

Si bien en México este contexto es similar, señaló, habría que poner atención a las tendencias que ocurren en España y así atender las fortalezas y debilidades identificadas. Uno de los ejemplos que destacó fue el medio digital Animal Político, mismo que trabaja con periodistas críticos que crean piezas que aportan mucho a la sociedad y que se distinguen de entre las televisoras, diarios y radiodifusoras nacionales.

Ante el evidente panorama negativo, impulsó a las nuevas generaciones a que vean estas situaciones como áreas de oportunidad para contribuir a la generación de un periodismo de calidad.

Quien presidió la exposición fue el jefe del Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS) del CUCSH, doctor Guillermo Orozco Gómez.

A T E N T A M E N T E

"Piensa y Trabaja"

Guadalajara, Jal., 2 de febrero de 2018

Texto: Iván Serrano

Fotografía: Adriana González

Etiquetas:

[periodismo](#) [3]

URL Fuente: <https://comsoc.udg.mx/noticia/periodismo-digital-similar-al-tradicional>

Links

[1] <http://www.cucsh.udg.mx>

[2] <http://www.eldiario.es>

[3] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/periodismo>