

Transición del periodismo a nuevas voces, plataformas y retos

Este reporte presenta algunas reflexiones derivadas de la revisión de dos materiales. Por una parte, se examinó el *Digital News Report* (s. f.) y, por la otra, *Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2024* (2024). Ambos documentos analizan los resultados de la encuesta realizada por el Instituto Reuters respecto al presente y futuro del periodismo, en un contexto marcado por la abundancia de medios, plataformas y formas de comunicar. Sobresale el tema de la inteligencia artificial como apoyo en la generación y difusión de noticias.

La transformación del periodismo tradicional

Las dos lecturas sugieren que los medios de comunicación tradicionales, especialmente los dedicados a las noticias, están destinados a desaparecer o transformarse radicalmente. Esta transición no parece alarmante, dada la época de cambios constantes en la que vivimos. No obstante, preocupa el tipo de contenido que está ocupando el espacio dejado por los medios tradicionales. La reputación que alguna vez tuvieron los periódicos y revistas políticas ahora parece trasladarse a los llamados *creadores de contenido*.

Una de las principales inquietudes es la presencia de la inteligencia artificial no solo en el proceso de edición, sino también en la generación de contenido y la presentación de noticias por "presentadores" generados artificialmente. Aquí, el reto consiste en construir un diálogo entre los medios tradicionales y las empresas de inteligencia artificial para aprovechar estas tecnologías sin desplazar el componente humano ni comprometer la veracidad. Esta interacción debe apegarse al marco jurídico de cada Estado en donde los medios tienen presencia.

Crisis económica de los medios y cambio en las audiencias

Entre las razones del declive de los medios noticiosos tradicionales se encuentra la reducción significativa en los ingresos publicitarios. Esto ha obligado a los medios a enfocarse en aumentar su base de suscriptores. Para lograrlo, han implementado estrategias como la reducción de precios, el acceso exclusivo a contenido o la diversificación informativa. Sin embargo, los resultados de la encuesta del Instituto Reuters muestran que la mayoría de las personas que no tienen una suscripción no consideran que estos medios valgan lo suficiente como para pagar por ellos. Una pregunta interesante sería si estarían dispuestos, en cambio, a pagar a un *influencer* o *Youtuber* por noticias u opinión.

Un aspecto destacado en las investigaciones es la redefinición del papel del periodista. En situaciones de difícil acceso para la prensa tradicional, como la invasión en Gaza, algunos *influencers* locales han transmitido videos en vivo. Más allá de cuestionar si esto los convierte en periodistas, es evidente que las redes sociales han ampliado el espectro de quiénes pueden informar, reconfigurando así los roles tradicionales del periodismo.

Hacia una nueva relación con las audiencias

Del análisis de ambos materiales se concluye que, pese a la sobreexposición a medios y plataformas (uso el término con reserva), las personas aún desean conectar con narrativas locales y globales. No obstante, la proliferación de contenido dificulta la toma de decisiones informadas por parte del ciudadano común.

En esta época de constante cambio e hibridación, los medios deben reflexionar sobre su producción, guiándose tanto por su misión y valores como por los de su audiencia. El periodismo puede prevalecer si establece una relación significativa y ética con su público, y mantiene una conexión saludable entre la ciudadanía y quienes toman decisiones en su nombre.

Referencias:

- Digital News Report 2024. (s. f.). *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2024. (2024, 9 de enero). *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/periodismo-medios-y-tecnologia-tendencias-y-predicciones-para-2024>

Sobre el autor:

Alberto Hernández Olmos, Licenciado en Lenguas Modernas y Maestro en Ciencias del Lenguaje por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, realizó actualizaciones docentes en la Università per Stranieri di Siena y pertenece a la Asociación México de Italianistas (AMIT). Actualmente, es estudiante de la Maestría en Gobernanza y Globalización de la Universidad de las Américas Puebla.