

[Reinventar el periodismo](#)

Enviado por raquel el Jue, 01/22/2009 - 00:00

Autoría:

Ana Cuevas Pascual (Zaragoza)

La crisis económica no perdona a los medios de comunicación. Baja la publicidad, y los despidos y regulaciones amenazan a sus trabajadores. Pero la necesidad de información aumenta y la población se vuelca en internet para conseguirla. Esta deriva de la información nos conduce a la necesidad de reinventar el sector. El grupo Zeta anuncia ajustes y recortes tras su frustrada venta. El País, El Mundo, La Razón e incluso el diario Público pierden difusión. El hundimiento inmobiliario y financiero ha producido en la prensa escrita el descalabro de una de sus principales fuentes de ingresos: la publicidad. Ni siquiera los periódicos gratuitos se libran de esta catástrofe. Mark Potts, periodista norteamericano, apunta que en el año 2020 los ingresos publicitarios en la red serán similares a los del papel pero la facturación de la prensa será la mitad. Para encontrar soluciones a este problema hay varios aspectos que se deben reformar. El primero, a mi entender, incorporar criterios informativos que, además de mostrar la noticia objetiva, incorporen la forma subjetiva de editarla y difundirla entre el público buscando una cercanía emocional. Podría convertirse a los medios en redes sociales donde las nuevas tecnologías creen una identidad digital de dominio público. En definitiva, es la libertad informativa lo que anda en juego y en los tiempos que corren, o precisamente por ello, la necesidad de acceder a la noticia sin manipulación torticera o intervencionismo político es cada vez más acuciante. Superar esta recesión de los medios es el reto del nuevo periodismo y todos nos jugamos mucho si no se consigue gestar la metamorfosis necesaria para sobrevivir a esta nueva situación.

Edición impresa:

Licencia:

[CC-by-SA](#)