

¿Cómo están los medios en México?

Reporte por Tec, WAN-IFRA y Facebook



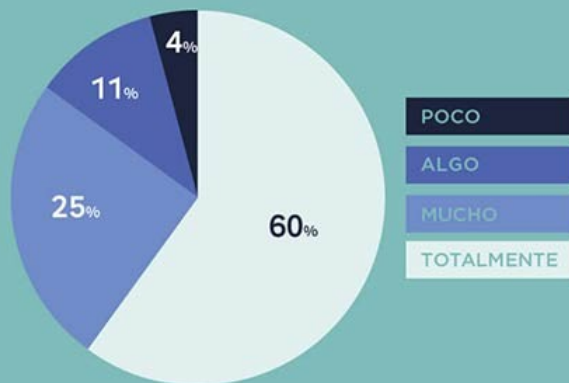
El Tec de Monterrey junto con la asociación **The World Association of News Publishers (WAN-IFRA)** y **Facebook Journalism Project** realizaron un [estudio](#) especial para entender **tendencias** en los **medios de comunicación** en **México**.

El estudio se basó en **4 áreas**: 1) **modelo de negocio**, 2) **composición de la redacción**, 3) **organización** de la empresa y 4) conocimiento de las **herramientas digitales**.

Dentro de los **principales hallazgos** en este [Informe de Medios 2021](#) están que:

- **85%** de los **medios** cree que debe cambiar su **modelo de negocio**
- **80%** implementa o **planea un modelo de contenido por pago**
- **75%** de la gente en **redacciones digitales** es **menor de 40 años**
- **6%** de los **directivos de medios** son **mujeres**

¿Considera que su empresa necesitará cambiar su modelo de negocios en los próximos tres años?



EL 85% DE LOS MEDIOS CREEN QUE DEBEN CAMBIAR SU MODELO DE NEGOCIO EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS

width="1000" loading="lazy">

El informe de medios 2021

En el informe titulado "**¿El despertar de un gigante adormecido?**" participaron **32 medios regionales** mexicanos que cuentan con una **versión impresa** y **19 medios locales** en versión **digital**.

*"Investigamos (si los medios) estaban **sirviendo** a sus **comunidades**, cómo se estaban conformando las redacciones, pero sobre todo cómo se estaba **transformando** la **industria** en los últimos años", explica **Alejandro Martín del Campo**, director del **Programa nacional de Periodismo del Tec**.*

WAN-IFRA es la **Asociación Mundial de Editores de Noticias**, una organización global de prensa mundial, mientras **Facebook Journalism Project** colabora con medios para abordar los **retos** y **desafíos** del sector.

*"Convocamos a 2 ecosistemas de medios. Los **investigamos**, los **entrevistamos** y les aplicamos un **cuestionario**".*

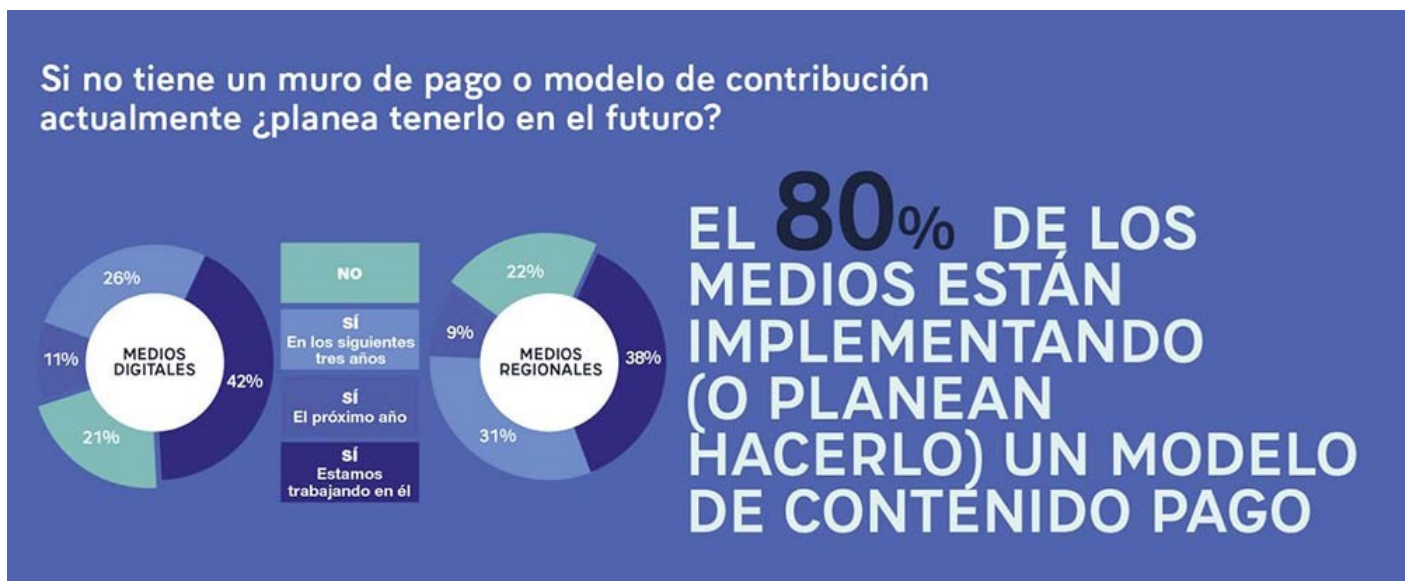
*"El Tec aportó el componente **metodológico académico** y las **encuestas**. Facebook en concreto revisó la parte de la **propuesta metodológica**", añade Del Campo, explicando que el ya había participado en varios temas con **WAN-IFRA**.*

El 85% de los medios busca cambiar su modelo de negocio

El reporte señala que los **ingresos** por **publicidad** en medios han **decrecido más del 30%** en la publicidad impresa de **55 millones de dólares** en **2015** a **31 millones** en **2021**,

Mientras la publicidad en **formato digital** subió un **34%** de **9** a **12 millones** en el mismo periodo de tiempo.

Ante este panorama el **85%** de los **medios** mexicanos creen que deberán **cambiar su modelo de negocios** para mantenerse.



width="1000" loading="lazy">

Un **40%**, en tanto, **considera como un posible modelo el implementar ciertas opciones de pago por contenidos.**

“En el modelo de tener un ingreso vía suscripción, México está muy rezagado a nivel LATAM e internacional”, menciona Martín.

Solo el **21%** de los **medios digitales** y el **22%** de los **medios regionales** no se encuentra trabajando en un modelo de **pago** o **suscripción**, mientras el resto lo hace o planea hacerlo al menos en un periodo de 3 años o menos.

*“Nos hemos **concentrado** en nuestra **audiencia local**. Es la que quizás pueda llegar a pagar por nuestro contenido. Los medios nacionales no proveen el contenido local como nosotros”,* comenta dentro del reporte **Kowanin Silva** del medio **Vanguardia**.

“En el modelo de tener un ingreso vía suscripción, México está muy rezagado a nivel LATAM e internacional”

Martín del Campo añade que uno de los nuevos **retos** dentro de los **modelos de suscripciones** es el **diferenciador** que otorga a los usuarios que pagan por el contenido.

*“**Información adelantada**, ser parte de una **comunidad**, **mesas de discusión** o hasta algunos **libros**. La transición será paulatina”,* asevera.

Pero no solo la **publicidad** y los **modelos de pago** aparecen dentro del reporte sino que existe una creciente **diversificación** de **ingresos** la cual el **72%** de los **medios regionales** y el **47%** de

los **medios digitales** consideran necesario explorar.

Contenido para marcas (branded content), **servicios comerciales**, **eventos**, **conferencias**, **e-commerce**, servicios editoriales y donaciones son algunos de los **ingresos** que exploran los medios mexicanos para sostener su modelo de negocios.

Del Campo comenta que uno de los **hallazgos** que más **llamó su atención** es que en los últimos **5 años** hubo **12 emprendimientos periodísticos digitales que son sustentables por sí solos**.

Se encontraron 12 emprendimientos periodísticos digitales sustentables por sí solos



width="924" loading="lazy">

Cambio generacional en las redacciones y pocas mujeres directivas

El estudio encontró que en la **mayoría** de las **redacciones** encontraron a **personas jóvenes** y con un componente de **paridad** entre **hombres** y **mujeres**.

Las personas **menores a 40 años** conforman el **75%** de las **redacciones digitales** y el **58%** de las **redacciones regionales**, mientras que las mujeres son el **58%** de las redacciones digitales y el **48%** de las redacciones regionales.

No obstante, en **puestos directivos**, **solo hay 6% de mujeres**.

“Encontramos que en las redacciones está presente el fenómeno de la paridad, pero entre más escala (en niveles gerenciales) ésta disminuye.

*“Buscamos si era un fenómeno exclusivo de México pero no, la **industria internacional** todavía presenta esos **retos**, excepto Estados Unidos”,* indica Del Campo.

"En las redacciones está presente el fenómeno de la paridad, pero entre más escala (en niveles gerenciales) ésta disminuye.

El reto de salarios competitivos y la movilidad hacia profesiones paralelas

La misma **crisis** que atraviesan los medios debido a los cambios en sus **modelos económicos** ocasiona **otro reto**: la **retención del talento** en las redacciones.

El **68.2%** de los medios digitales y el **38.1%** de los medios regionales aseguran que el principal **reto** en la **atracción y retención** del talento es la dificultad para ofrecer **salarios competitivos**.

Del Campo añade que este factor aunado a la **diversidad de conocimiento** del **periodista actual** permite que el profesionista pueda incursionar exitosamente en áreas donde en ocasiones encuentran una **solventía económica mayor**.

*“Es una industria que tiene bastante **circulación** entre los **diferentes actores**. Periodistas haciendo **relaciones públicas, marketing, comunicación externa**.”*

Ahí se vuelve un reto para la industria, no solo en el aspecto económico sino en el emocional y el de los retos”, indica.

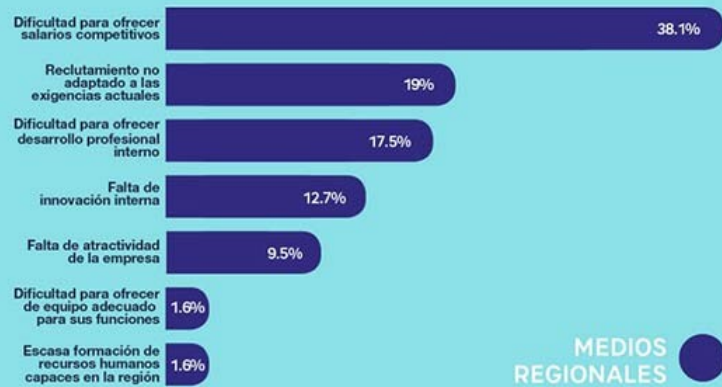
"Es una industria que tiene bastante circulación entre los diferentes actores. Periodistas haciendo relaciones públicas, marketing, comunicación externa"

Falta de atracción de la empresa, falta de **innovación interna**, dificultad para ofrecer **desarrollo profesional** y reclutamiento no adaptado a las exigencias actuales son otros de los **factores** presentados en el reporte en este rubro.

De igual manera el reporte analizó **protocolos** sobre el **acoso laboral y sexual**. En los medios digitales el **52.6%** reporta **no tener protocolos** contra **ambos tipos de acoso**, mientras que en los medios regionales, la cifra es del **25%**

¿Cuáles son los principales retos que enfrenta en la atracción y retención de talento?

FALTAN SALARIOS COMPETITIVOS PARA ATRAER Y RETENER TALENTO



MEDIOS REGIONALES

width="1000" loading="lazy">

El 40% no cuenta aún con un equipo de métricas de audiencia

Del Campo detalla que dentro de los **nuevos esquemas de trabajo** se requiere de **especialistas** que ejerzan **nuevas posiciones** capaces de **escuchar** a las **audiencias** e **interpretar** los **datos** que reciban de ellas.

Dentro del reporte se establece que solo entre el 56% y 57% de los medios cuentan con **equipos** conformados por apenas **cinco o incluso menos personas** dedicado al **monitoreo de métricas en los medios**

“Viene el reto de **cómo escuchar**. Esto servirá para desarrollar **2 notas al día** y que generen **100 mil vistas**, en lugar de **100 notas** que generen **2 mil vistas**”, indica Del Campo.

Asimismo, otra de las nuevas **posiciones** que se requerirá está enfocada en el **desarrollo y producción de nuevas narrativas audiovisuales digitales** como los formatos de **storytelling**, **podcast**, **infografías** y **video en vivo**, entre otras.

“Hay **nuevos roles**, a parte de los **contenidos** y **audiencias** ahí hay roles muy puntuales que se necesitan.

“Por ejemplo este **periodista** que logre voltearse y sepa **interpretar el lenguaje** de un **editor**, de una **mesa de redacción** pero que también volteee con los ingenieros y logre hacer la **traducción**. Esa **visión más integral** de muchos mundos”, añade Del Campo.

Según el reporte los **medios digitales** priorizan en la **capacitación** de **análisis de datos**, **gestión** y **métricas** de redes sociales y la **administración** de proyectos.

Mientras los **medios regionales** lo hacen en **nuevas narrativas** audiovisuales, **marketing** y **publicidad digital** y **análisis** de datos.

Aunque, la mayoría (entre el **63%** y **65%**) solo cuenta con **equipos** de **producción audiovisual digital** de **menos de 5 personas** y solo entre el **9.4%** y el **15.3%** lo hace con equipos de **más de 5 personas**

El Tec busca ayudar a medios con capacitación

Finalmente, a pregunta expresa, Del Campo adelanta que en el **Tec** se trabaja en **iniciativas** en conjunto con organizaciones y plataformas para **preparar** a los **alumnos en nuevas habilidades y también ayudar con capacitación a medios**.

*"Planteamos el **nuevo modelo del periodismo** y la relevancia de ofrecer **periodismo de datos** en el Tec.*

*"Cada vez se vuelve más **relevante** saber **interpretar**, cada vez esta parte de **análisis de datos** se vuelve **atractiva** para un periodista", indicó*

LEE TAMBIÉN:

Descarga aquí abajo el Informe de Medios 2021 o en la [página](#) oficial del proyecto.