

Cambia mercado de medios (Reforma 12/06/19)

Cambia mercado de medios (Reforma 12/06/19) Adriana Leyva Guadalajara, México (12 junio 2019).- Con la llegada de Andrés Manuel López Obrador a la Presidencia de México, el mercado de los medios de comunicación cambió. De acuerdo con el estudio "Digital News Report 2019", de Reuters Institute for the Study of Journalism, los medios en México fueron advertidos de que el gasto en publicidad del Gobierno federal desaparecerá hasta en 50 por ciento, y esto ha traído repercusiones, pues para muchos el Gobierno era el principal anunciante. Lo anterior orilló a varios grupos de medios de comunicación del País a hacer recortes de personal. El estudio también señala que la profesión del periodismo y quienes la ejercen enfrentan salarios precarios y amenazas al cubrir temas como la corrupción, narcotráfico, asesinatos y secuestros. A esto se suma la problemática de las noticias falsas y a los bots y trolls que las difunden, lo cual se agrava debido al alto uso de aplicaciones como WhatsApp, Facebook y YouTube. Y es que el Internet y las redes sociales son actualmente las fuentes de noticias más vistas en el País, por encima incluso de la televisión, y el 81 por ciento de quienes buscan noticias lo hacen a través de un smartphone. Además, 64 por ciento de quienes comparten noticias en el País lo hacen a través de redes sociales, aplicaciones de mensajería o e-mail. El estudio plantea que los medios afines a los ideales de López Obrador son los que podrían verse beneficiados en la repartición de publicidad a lo largo del sexenio, mientras que los que mostraron empatía con grupos políticos anteriores sufrirían mayor rechazo.