

UNIVERSIDAD

# UNIACC

## APUNTE DE CLASE

### UNIDAD 2

TIPO DE APUNTE: GUÍA DE ESTUDIO

PERIODISMO DIGITAL Y NUEVOS MEDIOS

MODELOS DE SOSTENIBILIDAD PERIODÍSTICA



**ACREDITADA**

• Gestión Institucional  
• Docencia de Pregrado  
**3 años / hasta enero 2023**

## Índice

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Introducción .....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>Siete modelos de negocio que podrían salvar al periodismo .....</b> | <b>5</b>  |
| A. Contenido patrocinado .....   | 5         |
| B. Crowdfunding o financiación colectiva .....                         | 8         |
| C. Suscripciones.....  | 10        |
| D. Periodismo en vivo.....   | 12        |
| E. Donantes.....   | 13        |
| F. Micropagos .....  | 17        |
| G. Periodismo de calidad.....  | 18        |
| <b>Bibliografía .....</b>  | <b>20</b> |

## Introducción

Tal como vimos en las videoclases del curso, los modelos publicitarios convencionales siguen siendo muy necesarios para la industria periodística, pero estos se vieron ampliamente afectados durante la pandemia de COVID-19, pues ante los confinamientos/cuarentenas globales, ciertas industrias redujeron sus presupuestos de avisaje ante las limitaciones de su actividad.

A modo de ejemplo, *The New York Times* —uno de los principales referentes de la industria estudiado en los contenidos de la unidad— tuvo **una reducción del 43,9% de sus ingresos publicitarios durante el segundo trimestre de 2020** (EFE, 2020).

Por otro lado, el Pew Research Center detectó que **los medios locales de Estados Unidos desde 2020 están obteniendo más ingresos por sus lectores que por sus anunciantes** (Matsa y Worden, 2022).

Con esto, nos encontramos en un escenario en el cual los cybermedios tienen una ventaja editorial (enfocarse más en las personas que en los patrocinadores), pero que requiere mayor creatividad para la sostenibilidad (búsqueda continua de nuevas formas para generar recursos).

Es por esto que el siguiente apunte está basado en el artículo llamado *Siete modelos de negocio que podrían salvar al periodismo*, publicado por Mandla Chinula, en la Red Internacional de Periodistas (IJNet), en el cual invita a abordar

distintas **estrategias innovadoras para que el periodismo siga teniendo futuro** (Chinula, 2018).

Ahora bien, este apunte no busca quedarse solo con la teoría, pues la mayoría de estos modelos ya son aplicados por distintos cibermedios chilenos. Para ello, cruzaremos los datos de análisis con SembraMedia, en el cual se presentan 1.106 medios de 24 países, destacando entre ellos 72 chilenos (SembraMedia, s.f.a).

De esta manera, se analizará la definición de cada modelo de negocio y se contrastará con aquellos medios chilenos que declaren su utilización respectiva, además de otros casos de éxito de contexto.

## Siete modelos de negocio que podrían salvar al periodismo

La era digital ha alterado los patrones de consumo y, a su vez, ha irrumpido en los modelos de publicidad tradicionales con los que se manejaban los periódicos. Esto ha llevado a los responsables de los medios a buscar maneras innovadoras de seguir siendo rentables. Algunas de estas estrategias ya están demostrando que el periodismo seguirá teniendo futuro. A continuación te presentamos algunos de los modelos más prometedores para financiar al periodismo de calidad (Chinula, 2018, párr.1).

### A. Contenido patrocinado

El contenido patrocinado refiere a historias originales escritas para promover o anunciar una empresa. Dado que el contenido patrocinado es bastante similar a la narrativa periodística, se le suele poner una etiqueta que aclare que es material patrocinado para distinguirlo. Los medios pueden aprovechar la reputación de una empresa para crear historias de marca que a las audiencias puedan interesarles. Esto ha llevado a las compañías a anunciar en distintos medios de comunicación, y ha funcionado tanto para grandes publicaciones como para medios no tradicionales (Chinula, 2018, párr. 2)

El contenido patrocinado también es conocido como *branded content* o *native advertising*, ofreciendo un relato personalizado que —tal como menciona el autor— exige la inclusión de una etiqueta que aclare y lo diferencie del contenido convencional de un medio con fines de transparencia (sea para los lectores, para la indexación de una web e incluso para una publicación en alguna red social).

Según SembraMedia (s.f.b), hay cinco cibermedios chilenos que declaran utilizar este modelo, aunque de seguro son muchos más según datos del Museo de Prensa UDP (Lagos, s.f.).

**Figura 1.** Cibermedios chilenos que emplean el contenido patrocinado como método de financiamiento

**Buscar:**  **Filtrar:**

5 resultados [+ Filtros avanzados](#)

|  |   |  |
|--|---|--|
|  <p><b>Zoom Tecnológico Chile</b></p> <p>Sitio web especializado en tecnología, redes sociales, aplicaciones móviles y dispositivos móviles en general...</p> <p><b>Ubicación:</b><br/>Quillota, Chile</p> <p><b>Año de fundación:</b><br/>2018</p> <p><b>Tipos de contenido:</b><br/>Ciencia, Tecnología</p>   |  <p><b>Procesador.cl</b></p> <p>Procesador.cl es un medio de comunicación creado en el sur de Chile y que busca potenciar iniciativas relacionadas a la ...</p> <p><b>Ubicación:</b><br/>Puerto Montt, Chile</p> <p><b>Año de fundación:</b><br/>2017</p> <p><b>Tipos de contenido:</b><br/>Finanzas, Refugiados, Racismo, Pueblos Indígenas, LGBTIQ</p> |  <p><b>La Serena Online</b></p> <p>La Serena Online es un diario que publica noticias sobre la IV Región de Chile de forma verídica y confiable, abarcando ...</p> <p><b>Ubicación:</b><br/>La Serena, Chile</p> <p><b>Año de fundación:</b><br/>2013</p> <p><b>Tipos de contenido:</b><br/>Cultura y entretenimiento, Judiciales y Policiales, Política, Salud, Tecnología</p> |
|  <p><b>Las Raras Podcast</b></p> <p>Se definen como el primer podcast chileno de relatos de no ficción. En su primera temporada cuentan con seis historias...</p> <p><b>Ubicación:</b><br/>Santiago, Chile</p> <p><b>Año de fundación:</b><br/>2015</p> <p><b>Tipos de contenido:</b><br/>Cultura y entretenimiento, Arte, Música, Estilo de vida, Medio Ambiente</p> |  <p><b>Chócale</b></p> <p>Fundado por el periodista Maximiliano Valdés, Chócale es el primer medio económico centrado en el consumidor y cliente b...</p> <p><b>Ubicación:</b><br/>Santiago, Chile</p> <p><b>Año de fundación:</b><br/>2018</p> <p><b>Tipos de contenido:</b><br/>Economía y negocios, Emprendimientos, Finanzas, Tecnología</p>       |  |

Fuente: SembraMedia (s.f.b).

## B. Crowdfunding o financiación colectiva

Un buen número de publicaciones se sustentan con donaciones. Esto puede verse especialmente en organizaciones sin fines de lucro que se dedican al periodismo de investigación. Mientras que algunos medios invitan a la gente a donar para proyectos individuales de periodismo a través de Kickstarter, otros como *The Guardian* han incorporado planes de membresía. Aunque la publicación holandesa *De Correspondent* gana dinero a través de suscripciones y *paywalls* (“muros de pago”), el sitio fue inaugurado gracias a una donación colectiva de 1,7 millones de dólares que le permitió pagar los salarios de sus periodistas. *FrontPageAfrica*, un periódico independiente en Liberia, es financiado por la diáspora liberiana. Su editor y fundador Rodney Sieh ha podido informar sobre las violaciones a los derechos humanos en Liberia gracias a la independencia que le brindó este tipo de financiamiento. (Chinula, 2018, párr. 3)

Respecto a campañas de financiamiento colectivo declaradas por cibermedios chilenos en SembraMedia (s.f.c) se encuentran cinco resultados, destacando los casos de *Base Pública* y *Mala Espina Check*.

**Figura 2.** Cibermedios chilenos que emplean el *crowdfunding* o financiación colectiva como método de financiamiento

**Buscar:**  **Filtrar:**

5 resultados [+ Filtros avanzados](#)

|  |                               |                           |  |                               |                           |   |                                   |                           |
|--|-------------------------------|---------------------------|--|-------------------------------|---------------------------|---|-----------------------------------|---------------------------|
|  <p><b>Mala Espina Check</b></p> <p>Mala Espina Check se define como un proyecto independiente que nace un mes después del estallido social en Chile. Su ob...</p> <table border="1"> <tr> <td>Ubicación:<br/>Santiago, Chile</td> <td>Año de fundación:<br/>2019</td> </tr> </table> <p>Tipos de contenido:<br/>Ciencia, Educación, Judiciales y Policiales, Corrupción, Judicial</p>          | Ubicación:<br>Santiago, Chile | Año de fundación:<br>2019 |  <p><b>Interferencia</b></p> <p>La definición de línea editorial de Interferencia se basa en publicar "todas las historias que merecen y están list...</p> <table border="1"> <tr> <td>Ubicación:<br/>Santiago, Chile</td> <td>Año de fundación:<br/>2018</td> </tr> </table> <p>Tipos de contenido:<br/>Cultura y entretenimiento, Economía y negocios, Educación, Judiciales y Policiales, Corrupción</p> | Ubicación:<br>Santiago, Chile | Año de fundación:<br>2018 |  <p><b>Procesador.cl</b></p> <p>Procesador.cl es un medio de comunicación creado en el sur de Chile y que busca potenciar iniciativas relacionadas a la ...</p> <table border="1"> <tr> <td>Ubicación:<br/>Puerto Montt, Chile</td> <td>Año de fundación:<br/>2017</td> </tr> </table> <p>Tipos de contenido:<br/>Finanzas, Refugiados, Racismo, Pueblos Indígenas, LGBTIQ</p> | Ubicación:<br>Puerto Montt, Chile | Año de fundación:<br>2017 |
| Ubicación:<br>Santiago, Chile  | Año de fundación:<br>2019     |                           |  |                               |                           |   |                                   |                           |
| Ubicación:<br>Santiago, Chile  | Año de fundación:<br>2018     |                           |  |                               |                           |   |                                   |                           |
| Ubicación:<br>Puerto Montt, Chile  | Año de fundación:<br>2017     |                           |  |                               |                           |   |                                   |                           |
|  <p><b>La Voz de Maipú</b></p> <p>Sitio de informaciones locales de la comuna de Maipú, la segunda más poblada de Santiago de Chile. Se definen como un me...</p> <table border="1"> <tr> <td>Ubicación:<br/>Santiago, Chile</td> <td>Año de fundación:<br/>2004</td> </tr> </table> <p>Tipos de contenido:<br/>Cultura y entretenimiento, Economía y negocios, Emprendimientos, Política</p> | Ubicación:<br>Santiago, Chile | Año de fundación:<br>2004 |  <p><b>Base Pública</b></p> <p>Base Pública busca fortalecer la representación de los ciudadanos en democracia. Construye espacios para reunir, dialoga...</p> <table border="1"> <tr> <td>Ubicación:<br/>Santiago, Chile</td> <td>Año de fundación:<br/>2018</td> </tr> </table> <p>Tipos de contenido:<br/>Cultura y entretenimiento, Economía y negocios, Educación, Medio Ambiente, Política</p>      | Ubicación:<br>Santiago, Chile | Año de fundación:<br>2018 |   |                                   |                           |
| Ubicación:<br>Santiago, Chile  | Año de fundación:<br>2004     |                           |  |                               |                           |   |                                   |                           |
| Ubicación:<br>Santiago, Chile  | Año de fundación:<br>2018     |                           |  |                               |                           |   |                                   |                           |

Fuente: SembraMedia (s.f.c)

### C. Suscripciones

“Alguien tiene que pagar por el periodismo, o el periodismo pagará por ello”, es un argumento popular entre los editores siempre que se habla de contenidos gratuitos. Periódicos como *The Information*, que funcionan 100% en base a suscripciones, han demostrado que las empresas de medios todavía pueden sobrevivir con este modelo. Aunque algunas obtienen ingresos significativos de las suscripciones, grandes publicaciones como *The New York Times* no pueden sostenerse solo con ellas. Los modelos de suscripción dependen en gran medida de las audiencias a las que el medio se dirige específicamente, que no solo valoran el contenido producido, sino que también están dispuestas a pagar por él (Chinula, 2018, párr. 4)

Durante la videoclase de la unidad 2 destacamos los éxitos en las suscripciones de *The New York Times* y *ElDiario.es* como ejemplos periodísticos sostenibles. Además, durante la unidad 3 abordaremos el fenómeno de los muros de pago y sus implicancias locales y globales.

De todos modos, según SembraMedia (s.f.d) son siete los cibermedios chilenos que declaran implementar este modelo de ingresos. Entre ellos destacan *The Clinic*, *El Mostrador* y *El Desconcierto*.

**Figura 3.** Cibermedios chilenos que emplean las suscripciones como método de financiamiento

Buscar:  Filtrar:

7 resultados [+ Filtros avanzados](#)

|  |  |  |
|--|--|--|
|  <p><b>La otra diaria</b></p> <p>La Otra diaria nace frente la distancia o desconexión que existe en Chile con los medios de comunicación tradicionales...</p> <p>Ubicación: Santiago, Chile      Año de fundación: 2021</p> <p>Tipo de contenido: Sociedad y Derechos Humanos, Género, LGBTQI, Pueblos Indígenas, Racismo</p>                  |  <p><b>Revista LATE</b></p> <p>Revista digital de periodismo narrativo que recoge la visión latinoamericana de lo que ocurre en el mundo...</p> <p>Ubicación: Santiago, Chile      Año de fundación: 2017</p> <p>Tipo de contenido: Cultura y entretenimiento, Judiciales y Policiales, Corrupción, Narcotráfico, Medio Ambiente</p>                |  <p><b>El Deportero</b></p> <p>Medio online deportivo independiente cuyo objetivo es difundir el deporte de alto rendimiento y federado de Chile...</p> <p>Ubicación: Santiago, Chile      Año de fundación: 2008</p> <p>Tipo de contenido: Deportes</p>   |
|  <p><b>The Clinic</b></p> <p>The Clinic Online un portal de noticias y humor independiente de la revista del mismo nombre con contenidos y equipo pro...</p> <p>Ubicación: Santiago, Chile      Año de fundación: 1998</p> <p>Tipo de contenido: Ciencia, Cultura y entretenimiento, Deportes, Economía y negocios, Educación</p>              |  <p><b>Interferencia</b></p> <p>La definición de línea editorial de Interferencia se basa en publicar "todas las historias que merecen y están list..."</p> <p>Ubicación: Santiago, Chile      Año de fundación: 2018</p> <p>Tipo de contenido: Cultura y entretenimiento, Economía y negocios, Educación, Judiciales y Policiales, Corrupción</p> |  <p><b>El Mostrador</b></p> <p>Es el primer diario exclusivamente digital de Chile. Fundado el 1 de marzo de 2000...</p> <p>Ubicación: Santiago, Chile      Año de fundación: 2000</p> <p>Tipo de contenido: Cultura y entretenimiento, Deportes, Economía y negocios, Educación, Judiciales y Policiales</p> |
|  <p><b>El Desconcierto</b></p> <p>El Desconcierto guarda una distancia crítica de los poderes económicos y políticos y se inscribe de forma amplia en el m...</p> <p>Ubicación: Santiago, Chile      Año de fundación: 2012</p> <p>Tipo de contenido: Cultura y entretenimiento, Deportes, Economía y negocios, Educación, Medio Ambiente</p> |  |  |

Fuente: SembraMedia (s.f.d)

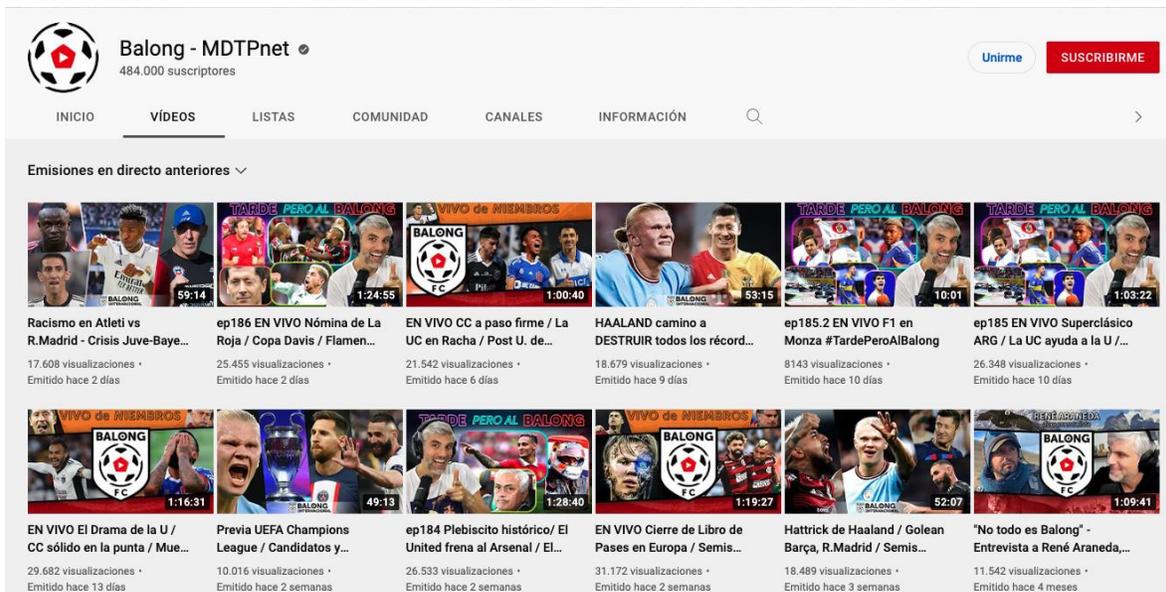
#### D. Periodismo en vivo

Gracias a Facebook Live, Periscope y otras plataformas, los periodistas tienen la oportunidad de presentar historias y noticias frente a una audiencia en vivo de manera innovadora e interactiva. Algunas empresas que lo están haciendo son el Boston Globe, a través de *Globe Live*, y Gannett, con su *Proyecto Storytellers de Arizona*. Aunque algunos ingresos provienen de la venta de entradas, los patrocinios parecen generar más dinero. En 2015, el *Proyecto Storytellers de Arizona* aportó más de US\$100.000 a través de patrocinadores de las presentaciones en vivo (Chinula, 2018, párr. 5).

Las redes sociales de video en directo —entendidas como *Social Media Live Streaming*— permiten diferentes opciones de interactuar con las audiencias al instante que se genera el contenido, una de estas alternativas corresponde a la generar donaciones a los emisores del contenido desde las propias plataformas sociales, mediante aportaciones económicas para lecturas de mensajes o la compra de emoticonos de pago (Apablaza-Campos, 2018).

Si bien SembraMedia no analiza la opción de periodismo en vivo, en su directorio de medios es posible destacar un caso chileno: el canal de YouTube *Balong – MDTPnet* perteneciente al periodista deportivo Manuel de Tezanos, quien recibe aportaciones económicas de sus espectadores durante sus emisiones en directo. Por ellas, el emisor del contenido se compromete a leer los mensajes y/o responder las inquietudes de las personas que han realizado algún pago.

**Figura 4.** Emisiones en directo, financiadas mediante recursos de periodismo en vivo, del canal de YouTube Balong – MDTPnet



Fuente: Balong - MDTPnet (s.f.).

## E. Donantes

Este tipo de financiamiento viene en distintas formas, incluyendo respaldo filantrópico, financiamiento gubernamental y responsabilidad corporativa. *Amabhungane* de Sudáfrica es financiado por seis organizaciones donantes, y un tercio de sus costos son cubiertos por *The Mail y The Guardian*.

Los filántropos suelen dar generosas donaciones para promover el buen periodismo. Un ejemplo es el fundador de eBay, Pierre Omidyar, quien a través de su firma filantrópica se comprometió con US\$100 millones para apoyar el periodismo de investigación y luchar contra

las noticias falsas. Varios Gobiernos todavía financian periódicos nacionales o públicos. Entre los buenos ejemplos se incluyen países como Francia y Noruega, que brindan dinero a medios con fines de lucro. La responsabilidad corporativa es otra forma de financiamiento a la que se puede recurrir. Facebook y Google, por ejemplo, financian el periodismo como parte de su responsabilidad corporativa. El principal desafío es que estas corporaciones proporcionen fondos sin buscar ejercer influencia sobre los medios (Chinula, 2018, párrs. 6 y 7).

Tal como explican desde el IJNet, existen distintos tipos de donaciones, aunque su clasificación principal está entre el tipo de aportantes: organizaciones —entiéndase, empresas, fundaciones u otras entidades— o personas naturales. Para este segundo caso, es especialmente importante destacar el caso de **Reveniu** (<https://reveniu.com/>), **plataforma chilena destacada por Google como una de las principales iniciativas para ayudar al periodismo** (Paz, 2022).

Desde SembraMedia y su directorio de medios a los cybermedios clasifican chilenos entre quienes reciben donaciones de empresas (2) y donaciones de individuos (11), mientras en el primer caso destaca *Puroperiodismo*, en el segundo aparecen *El Desconcierto* y *Ciper Chile*. Caso aparte es el de *Base Pública* —cybermedio enfocado en el diálogo social y vinculado a diversas fundaciones— que reconoce recibir aportaciones económicas de ambos tipos.

**Figura 5.** Cibermedios chilenos que emplean las donaciones de empresas como método de financiamiento

**Buscar:**  **Filtrar:**

2 resultados [+ Filtros avanzados](#)

|  |                                  |  |                                  |
|--|----------------------------------|--|----------------------------------|
|   |                                  |   |                                  |
| <h3>Puroperiodismo</h3> <p>La revista digital de la Escuela de Periodismo de la Universidad Alberto Hurtado, informa y estimula el debate sobre la ...</p> |                                  | <h3>Base Pública</h3> <p>Base Pública busca fortalecer la representación de los ciudadanos en democracia. Construye espacios para reunir, dialoga...</p> |                                  |
| <b>Ubicación:</b><br>Santiago, Chile   | <b>Año de fundación:</b><br>2008 | <b>Ubicación:</b><br>Santiago, Chile   | <b>Año de fundación:</b><br>2016 |
| <b>Tipos de contenido:</b><br>Periodismo   |                                  | <b>Tipos de contenido:</b><br>Cultura y entretenimiento, Economía y negocios, Educación, Medio Ambiente, Política  |                                  |

Fuente: SembraMedia (s.f.e).

**Figura 6.** Cibermedios chilenos que emplean las donaciones de individuos como método de financiamiento

Buscar:  Filtrar:

11 resultados [+ Filtros avanzados](#)

|   |  |   |
|---|--|---|
|  <p><b>Mujer del Sur</b></p> <p>Mujer del Sur se enfoca principalmente en historias de mujeres inspiradoras. Publicamos entrevistas exclusivas que proy...</p> <p>Ubicación: <b>Villarica, Chile</b> Año de fundación: <b>2020</b></p> <p>Tipo de contenido: <b>Viajes, Moda, Jardinería, Gastronomía, Eventos</b></p>         |  <p><b>La Pública</b></p> <p>La Pública es un medio sin fines de lucro que hace periodismo en base al uso sistemático y estratégico de la Ley de Tran...</p> <p>Ubicación: <b>Santiago, Chile</b> Año de fundación: <b>2020</b></p> <p>Tipo de contenido: <b>Educación, Judiciales y Policiales, Corrupción, Medio Ambiente, Política</b></p>         |  <p><b>La otra diaria</b></p> <p>La Otra diaria nace frente la distancia o desconexión que existe en Chile con los medios de comunicación tradicionales ...</p> <p>Ubicación: <b>Santiago, Chile</b> Año de fundación: <b>2021</b></p> <p>Tipo de contenido: <b>Sociedad y Derechos Humanos, Género, LGSTIQ, Pueblos Indígenas, Racismo</b></p>                 |
|  <p><b>El Deportero</b></p> <p>Medio online deportivo independiente cuyo objetivo es difundir el deporte de alto rendimiento y federado de Chile...</p> <p>Ubicación: <b>Santiago, Chile</b> Año de fundación: <b>2008</b></p> <p>Tipo de contenido: <b>Deportes</b></p>  |  <p><b>iRock</b></p> <p>...</p> <p>Ubicación: <b>Santiago, Chile</b> Año de fundación: <b>...</b></p> <p>Tipo de contenido: <b>Cultura y entretenimiento, Cine, Música</b></p>   |  <p><b>Procesador.cl</b></p> <p>Procesador.cl es un medio de comunicación creado en el sur de Chile y que busca potenciar iniciativas relacionadas a la ...</p> <p>Ubicación: <b>Puerto Montt, Chile</b> Año de fundación: <b>2017</b></p> <p>Tipo de contenido: <b>Finanzas, Refugiados, Racismo, Pueblos Indígenas, LGSTIQ</b></p>                           |
|  <p><b>Mapuexpress</b></p> <p>Mapuexpress, es un diario que comienza como un sitio informativo en internet y que progresivamente se consolidó como un ...</p> <p>Ubicación: <b>Temuco, Chile</b> Año de fundación: <b>2008</b></p> <p>Tipo de contenido: <b>Política, Sociedad y Derechos Humanos, Pueblos Indígenas</b></p> |  <p><b>La Voz de Maipú</b></p> <p>Sitio de informaciones locales de la comuna de Maipú, la segunda más poblada de Santiago de Chile. Se definen como un me...</p> <p>Ubicación: <b>Santiago, Chile</b> Año de fundación: <b>2004</b></p> <p>Tipo de contenido: <b>Cultura y entretenimiento, Economía y negocios, Emprendimientos, Política</b></p> |  <p><b>El Desconcierto</b></p> <p>El Desconcierto guarda una distancia crítica de los poderes económicos y políticos y se inscribe de forma amplia en el m...</p> <p>Ubicación: <b>Santiago, Chile</b> Año de fundación: <b>2012</b></p> <p>Tipo de contenido: <b>Cultura y entretenimiento, Deportes, Economía y negocios, Educación, Medio Ambiente</b></p> |

Fuente: SembraMedia (s.f.f).

## F. Micropagos

Con los micropagos, los lectores pagan pequeñas cantidades para acceder a un solo artículo. *Blendle*, una plataforma holandesa de noticias, funciona actualmente con este modelo, con historias individuales que cuestan entre 10 y 90 centavos. Básicamente, es el iTunes de las noticias. *Blendle* ha licenciado contenido de casi todas las principales noticias de América y Europa. No hay anuncios, no hay muros de pago y los usuarios solo pagan por aquellos artículos que les interesan. Si a una persona no le gusta el artículo que ha leído, puede pedir su dinero de vuelta (Chinula, 2018, párr. 8)

Si bien no existen experiencias declaradas en Chile específicas de micropagos; es decir, pagar una pequeña cantidad a cambio de una acción específica, hemos visto cómo distintos medios realizan iniciativas de pagos pequeños, tales como **donaciones únicas con montos pequeños hasta suscripciones digitales de pago a través de un monto inicial menor.**

En este escenario, también es importante destacar las iniciativas de medios de comunicación con tecnologías *blockchain*, las cuales permitirán el desarrollo de sistemas de micropagos multiplataforma para contenidos noticiosos, incluso operando con criptomonedas (Colle, 2017).

## G. Periodismo de calidad

Una razón interesante por la cual los lectores de *Blendle* a veces piden que les restituyan su dinero tiene que ver con la calidad. Los artículos que solo buscan clics —historias de baja calidad que pueden encontrarse en todas partes de forma gratuita— parecen obtener más restituciones que las piezas de fondo y los análisis.

“La gente solo pagará por el contenido que encuentre digno de su dinero. Así que en *Blendle*, solo el periodismo de calidad se convierte en tendencia”, escribió el cofundador de *Blendle*, Alexander Klöpping.

“El periodismo de investigación también atrae publicidad. Es lo que eleva nuestra marca”, dijo Jed Hartman, jefe de ingresos de *The Washington Post*, en un artículo reciente de *The New York Times*.

“Otras marcas quieren unirse a una marca de confianza”. Los medios están llegando a la conclusión de que las noticias falsas y la sobrecarga de información que abundan en las redes sociales llevarán al público a buscar fuentes alternativas de noticias e información confiable (Chinula, 2018, párrs. 9-11).

Definir **qué es periodismo de calidad y qué no es un proceso altamente complejo**, pues podríamos decir que el periodismo de calidad se traduce en piezas periodísticas con un alto nivel de investigación y de recursos que permiten una buena experiencia informativa, pero estas percepciones son subjetivas — especialmente en un escenario hipermediatizado como el actual— porque, de

seguro, habrá audiencias que no considerarán algo de calidad, no por su nivel de producción, sino simplemente porque creen que el contenido atenta contra sus líneas de creencias e intereses.

Normalmente en Chile, más que encontrarnos con experiencias de periodismo de calidad, vemos justificaciones de por qué no podemos llegar a él (Faure, 2019); incluso durante el estallido social, momento en que la calidad del periodismo local fue altamente cuestionada por la sociedad, vimos autocrítica de los editores de los principales medios locales de aquello que no supieron prever, al igual que sucedió con el poder político durante aquellos días (Comunicaciones UDD, 2019).

De todos modos, podemos entender que dada la subjetividad en la percepción de calidad, esta **se consigue cuando las audiencias quedan relativamente satisfechas con la cobertura periodística de un medio de comunicación** y, a la vez, cuando el medio tiene los canales de escucha activos suficientes como para entender las necesidades informativas de sus lectores. Todo ello, traducido en buenas métricas, evidentemente que es un factor que permite una gestión sostenible.

## Bibliografía

Apablaza-Campos, A. (2018). Social media live streaming y su impacto en los medios de comunicación: El caso de YouTube Live. *Hipertext.net*, (17), 118-128. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i17.11>

Balong - MDTPnet. (s.f.). Videos. YouTube. [https://www.youtube.com/c/balong/videos?view=2&live\\_view=503](https://www.youtube.com/c/balong/videos?view=2&live_view=503)

Chinula, M. (30 de octubre de 2018). *Siete modelos de negocio que podrían salvar al periodismo*. <https://ijnet.org/es/story/siete-modelos-de-negocio-que-podr%C3%ADan-salvar-al-periodismo>

Colle, R. (2017). *Blockchain para periodistas y medios de comunicación*. INCOM Chile.

Comunicaciones UDD (19 de noviembre de 2019). *IV Foro de Periodismo de Calidad: "Estallido social en Chile, el desafío de informar"*. Universidad del Desarrollo. <https://comunicaciones.udd.cl/noticias/2019/11/iv-foro-de-periodismo-de-calidad-estallido-social-en-chile-el-desafio-de-informar/>

EFE (5 de agosto de 2020). *The New York Times ya gana más en internet que en papel*. Expansión. <https://www.expansion.com/empresas/tecnologia/2020/08/05/5f2ad99fe5fdea8c5d8b45b2.html>

Faure, A. (2019). El periodismo como objeto de saber-poder en Chile. *Amoxtli*, (3), 89-114. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3694315>

Lagos, M. (s.f.). *Financiar el periodismo con contenido de marcas*. Museo de Prensa UDP. <https://museodeprensa.udp.cl/financiar-el-periodismo-con-contenido-de-marcas/>

Matsa, K. E. y Worden, K. (26 de mayo de 2022). *Local newspapers fact sheet*. Pew Research Center <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/local-newspapers/>

Paz, M. (19 de abril de 2022). *Una startup chilena ayuda a las salas de redacción a hacer crecer su audiencia*. Google News Initiative. <https://blog.google/intl/es-419/noticias-de-la-empresa/iniciativas/una-startup-chilena-ayuda-a-las-salas-de-redaccion-a-hacer-crecer-su-audiencia/>

SembraMedia (s.f.a). *Fuentes de ingresos*. <https://directorio.sembramedia.org/fuentes-de-ingresos/>

SembraMedia (s.f.b). *Contenido patrocinado (o Native Advertising)*e. [https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income\\_sources=4&order=-weight](https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income_sources=4&order=-weight)

SembraMedia (s.f.c). *Campaña de financiamiento colectivo*. [https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income\\_sources=16&order=-weight](https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income_sources=16&order=-weight)

SembraMedia (s.f.d). *Suscripción fija (muro de pago).*

[https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income\\_sources=18&order=-weight](https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income_sources=18&order=-weight)

SembraMedia (s.f.e). *Donaciones de empresas.*

[https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income\\_sources=12&order=-weight](https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income_sources=12&order=-weight)

SembraMedia (s.f.f). *Donaciones de individuos.*

[https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income\\_sources=13&order=-weight](https://directorio.sembramedia.org/?page=1&country=4&income_sources=13&order=-weight)

**Si usted desea referenciar este documento, considere la siguiente información:**

Apablaza-Campos, A. (2022). *Modelos de sostenibilidad periodística*. Apunte de clase unidad 2, Periodismo Digital y Nuevos Medios, Universidad UNIACC.

---

Todos los derechos de autor son de la exclusiva propiedad de UNIACC o de los otorgantes de sus licencias. No está permitido copiar, reproducir, reeditar, descargar, publicar, emitir, difundir, poner a disposición del público ni utilizar los contenidos de forma alguna, excepto para su uso personal, nunca comercial.