

HACIA UN MODELO ALTERNATIVO DE PERIODISMO

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN
**DIAGONAL, LA DIRECTA
LA MAREA Y EL DIARIO.ES**

Albert Fabregat Bernal

al133467@uji.es // alfaber37@gmail.com

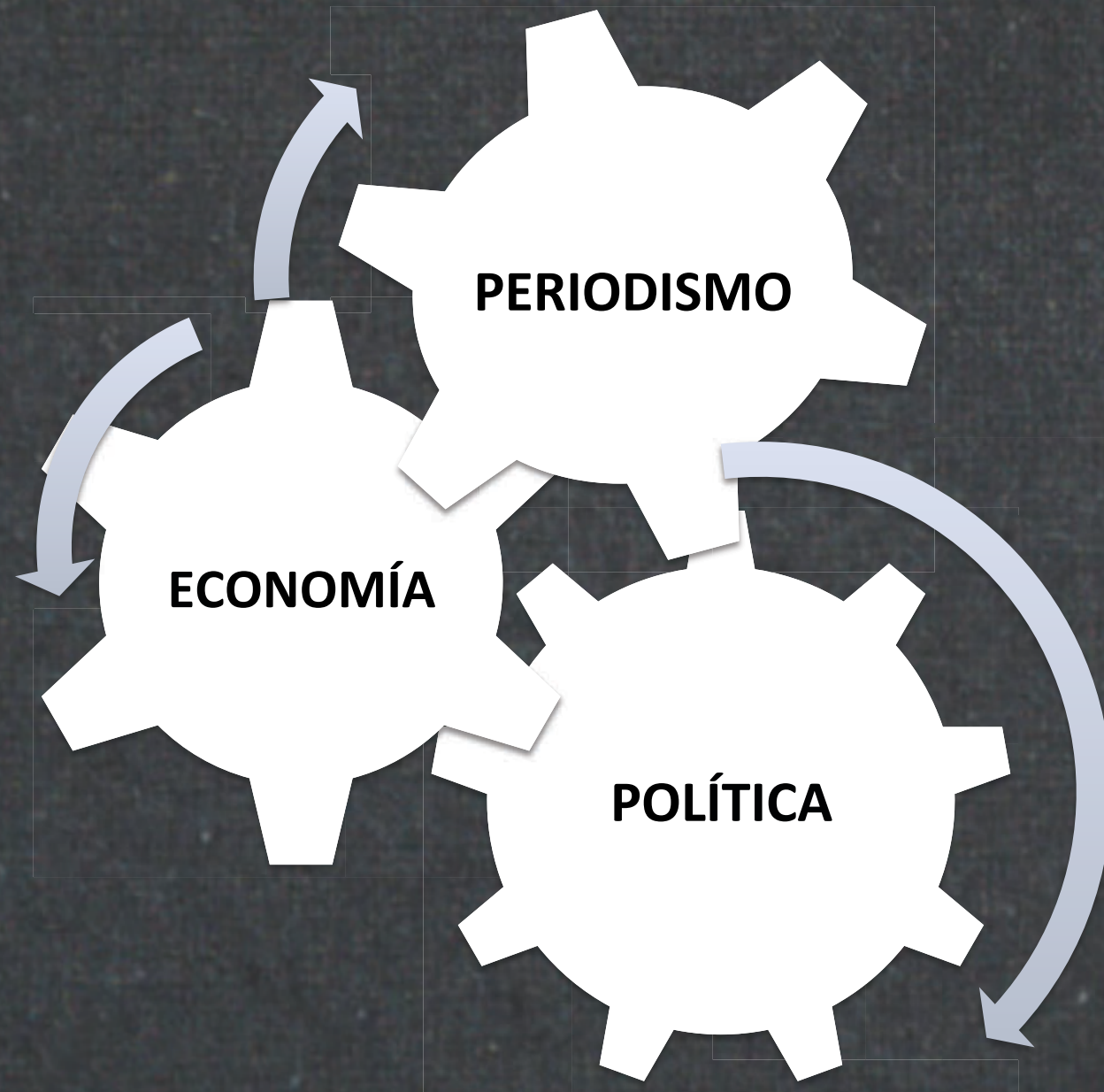
Tutor: David Hernández Beltrán

Grau en Periodisme - Universitat Jaume I

Curs 2013-2014



1. INTRODUCCIÓN:



“CUANDO LA VERDAD DEJÓ DE IMPORTAR...”

Grupo  Planeta


REPSOL

 **BBVA**

Telefonica



 ”la Caixa”

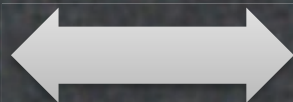
 **Santander**

Consecuencias:

Mercantilización
de la información



Crisis del
periodismo
convencional



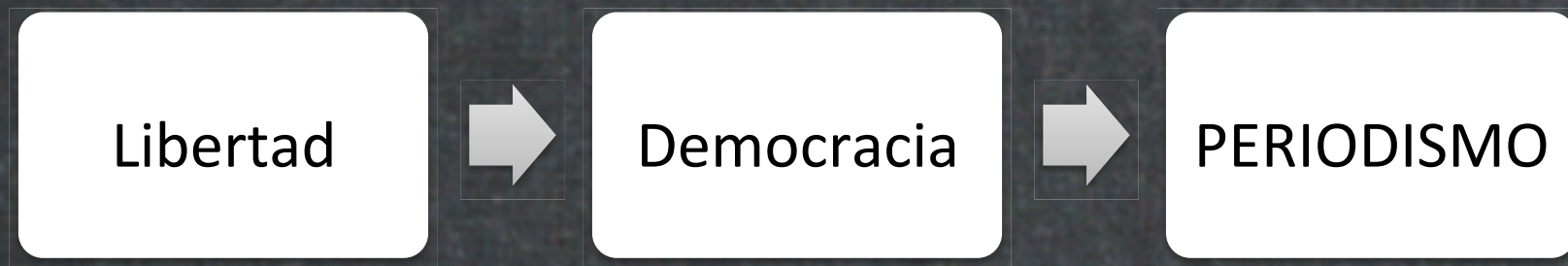
Pérdida de
credibilidad

Propuesta:



- ❑ ¿Cómo deben actuar los periodistas?
- ❑ ¿Qué pueden hacer ?
- ❑ ¿Cómo pueden recuperar la credibilidad?

GESTIONAR LOS MISMOS PERIODISTAS EL MEDIO DE COMUNICACIÓN



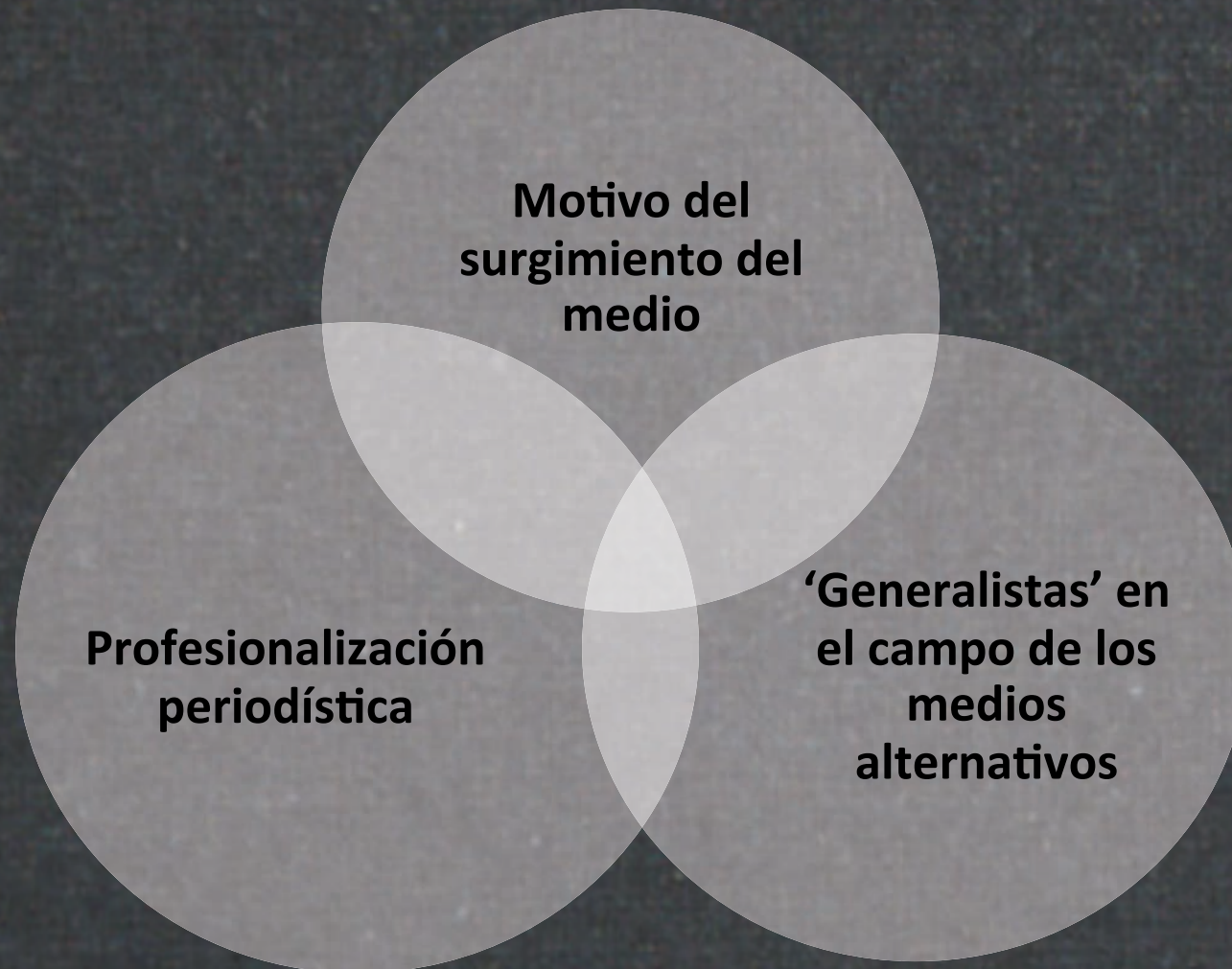
2. OBJETIVOS:

- ❑ Analizar los motivos del surgimiento de cada medio y su evolución
- ❑ Analizar su modelo de funcionamiento y su estructura de trabajo
- ❑ Probar su independencia de poderes externos e intereses económicos
- ❑ Comprobar la calidad informativa en el tratamiento de la información



3. METODOLOGÍA:

- Elección de los cuatro medios alternativos a analizar
DIAGONAL, LA DIRECTA, LA MAREA y EL DIARIO.ES



3. METODOLOGÍA:

□ Técnicas de investigación empleadas para la realización del estudio:

1) La entrevista en profundidad

Aspectos cualitativos:
Modelo de funcionamiento, toma de decisiones...

Aspectos cuantitativos:
Estructura económica, número de socios, ingresos...

2) Análisis del tratamiento informativo

Análisis cualitativo:
Analizar información y comparar su calidad

4. RESULTADOS:

□ Fecha y motivos del nacimiento de los medios

MEDIOS	FECHA	MOTIVOS
DIAGONAL	Marzo 2005	Vocación de independencia
LA DIRECTA	Abril 2006	Dar voz a movimientos sociales
LA MAREA	Febrero 2012	Crisis periodismo convencional
EL DIARIO.ES	Septiembre 2012	Crisis económica

4. RESULTADOS:

□ Estructura económica y organizativa de los medios

MEDIOS	PROPIEDAD		INGRESOS		
	TRABAJADORES	SOCIOS	SUSCRIPCIONES Y VENTAS	PUBLICIDAD	OTROS*
DIAGONAL	100%	0%	80%	máx. 20%	
LA DIRECTA	100%	0%	90%	máx. 10%	2%
LA MAREA	75%	25%	95%	5%	
EL DIARIO.ES	70%	30%	30%	70%	

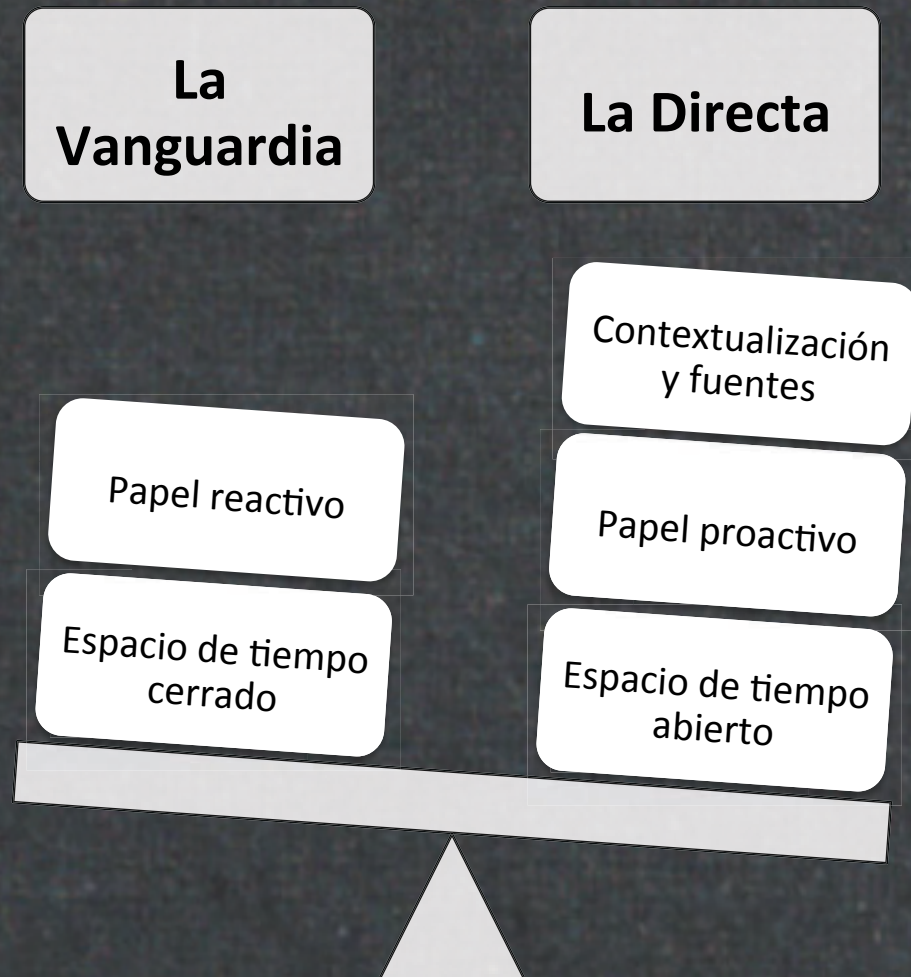
4. RESULTADOS:

□ Características formales de los medios

MEDIOS	FUENTES	TEMÁTICAS	ACTUALIZACIONES DIARIAS EN WEB	PERIODICIDAD EN PAPEL	VÍAS DE DIFUSIÓN	SEGUIDORES EN RRSS.	
						Facebook	Twitter
DIAGONAL	Propias	Mov. Sociales Política Economía	4/5	Quincenal	Internet Quiscos Conferencias	90.285	61.800
LA DIRECTA	Propias	Mov. Sociales Política Economía	5/6	Semanal	Internet Quioscos Conferencias	17.247	33.100
LA MAREA	Propias	Sociedad Política Economía Cultura	4/5	Mensual	Internet Quioscos Conferencias	17.000	62.500
EL DIARIO.ES	Europa Press Agencia EFE Propias	Sociedad Política Economía Cultura	19/20 temas propios + Actualizaciones constantes	Trimestral*	Internet Presencia en otros medios (radio,TV)	192.107	227.000

4. RESULTADOS:

□ Análisis del tratamiento informativo de La Vanguardia y La Directa



5. CONCLUSIONS:

- 1) The first hypothesis states that there is a real and practised possibility of a booming independent and quality journalism model.
- 2) The second hypothesis explains that the working in these medias is viable and sustainable, socially and economically.
- 3) The third hypothesis states that in the analysis and treatment of the news, the alternative media gives a more plural view, contextualized and truthful of the Can Vies conflict than in the conventional media.

“Propaganda is to a democracy what the bludgeon is to a totalitarian state” Noam Chomsky

MOLTES
GRÀCIES

