

## ¿Por qué las redes sociodigitales han provocado una fuerte crisis estructural en el ámbito noticioso?

Por: Natacha Reyes Escobar. 23/10/2024

@Nati\_Boffill (X) / @Natre9011 (IG)

En la década de los 90 del pasado siglo aparecieron las redes sociodigitales. En ese momento era imposible calcular el impacto y la magnitud de estas plataformas con una incipiente internet. Sin embargo, **más de 20 años después tampoco somos capaces de definir su alcance.**

Estos espacios virtuales no solo han transformado profundamente la manera en las que las personas nos comunicamos entre nosotras, han provocado cambios en los mercados laborales, en la manera de hacer y consumir publicidad y, también, en cómo accedemos a las noticias. **Tal parece que lo que hoy no está en las redes sociodigitales, no existe.**

A partir de 1997 surgieron varias de estas plataformas: SixDegres, Friendster, MySpace y LinkedIn. Sin embargo, no es hasta el año 2004 cuando aparece la primera de estas redes que marcó un antes y un después en las relaciones humanas: **Facebook**. Una compañía que con el decursar de los años ha crecido vertiginosamente y hoy nombrada el gigante tecnológico Meta que posee a Facebook, Instagram, WhatsApp y Messenger. Posteriormente surgieron otras también populares como Twitter, ahora X y, más recientemente Tik Tok.

**La realidad es que las redes sociodigitales han provocado una fuerte crisis estructural en el ámbito noticioso.** No solo son, en parte, las culpables de la fuerte crisis económica por la que muchos medios de comunicación han desaparecido y otros apenas se sostienen; además han provocado grandes cambios en los modelos de producción, circulación y consumo de noticias.

Cada vez más los periódicos impresos y la televisión -aunque en menor medida- **pierden más lectores y televidentes, respectivamente. México no escapa a esta realidad.** Los consumos de noticias en el país se han desplazado a las redes sociodigitales dejando a la prensa tradicional rezagada.

Según el [Digital News Report](#) de 2024 para México **el consumo de noticias en medios impresos representa apenas un 18% frente al 69% de las redes sociodigitales.** Facebook prevalece como la plataforma de su tipo donde más noticias se ven, con 50%, sin embargo, Tik Tok entre el pasado año y este fue la de mayor crecimiento con tres puntos porcentuales, lo que le otorga un 18%, por detrás de otras como YouTube y WhatsApp.

No obstante, el informe revela que estas redes más antiguas muestran una tendencia al decrecimiento, mientras que la red de origen chino, surgida en 2017, **está reimpulsando el consumo de videos cortos de manera acelerada.**

En el cambiante contexto que imponen las redes los medios de comunicación hacen grandes esfuerzos para “estar al día”; **pero a la velocidad que evolucionan las plataformas es difícil seguirles el paso.**

La otra crisis añadida a los problemas de la prensa tradicional por mantenerse a flote es la de la credibilidad. **Cada vez las audiencias confían menos en los medios y escapan a informarse en estos espacios alternativos plagados de trolls, bots** y donde es tan sencillo manipular un acontecimiento.

El reto de los medios de comunicación es gigantesco. La verdad se diluye entre bytes donde gana quien logre llamar más la atención, y esa es la gran tajada en estos días, la atención de la gente. **Quien logre mantenernos más tiempo pegados a una pantalla más dinero obtendrá.**

Detrás de *influencers* y usuarios bien posicionados con millones de seguidores **se esconden la plataformas que lucran con nuestros datos y privacidad**, que personalizan tanto nuestros contenidos que nos encierran en una burbuja y llegará el momento en que no podamos ver el mundo que tenemos delante en todo su esplendor.

**[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)**

Fotografía: Zona docs

**Fecha de creación**

2024/10/23