



El difícil cambio... y encima llegó el Covid

Balance de lo aprendido

La tensión de la tecnología

Apágalo y
préndelo

Sistemas
dice que no
se puede

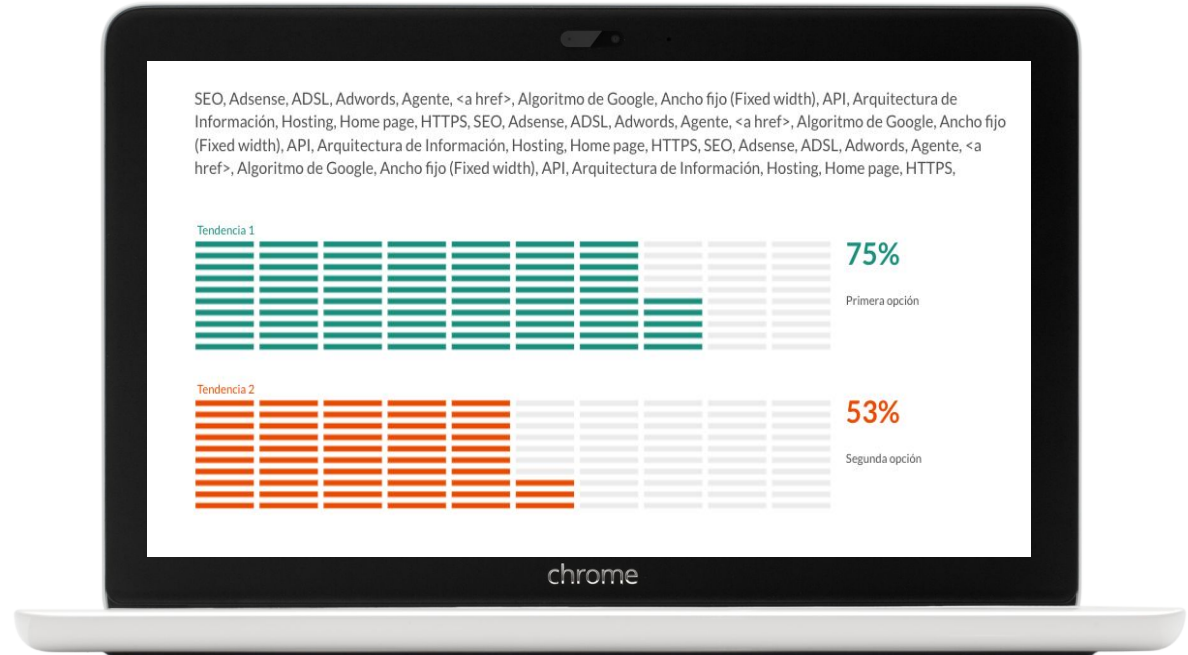
Eso que hace el
NYT requiere
mucho dinero

La empresa X
dice que lo
desarrolla por \$

Sí te lo hago
pero ¿quién
lo opera?

La presión de las estadísticas

- Construir audiencias
- La complejidad del SEO
- Quién es tu add manager



TikTok, tienes que estar... pero no ganas nada

...pero tampoco en podcast



...pero no te pelees con Facebook



...pero sigue las reglas de Google



...pero en Twitter sólo se discute



...pero Instagram es bello



Pausemos...

Definir el perfil del medio

OJO

- Queremos ser periodismo de investigación pero nuestra estrategia de circulación nos lleva a zonas populares
- Aspiramos a información financiera pero nuestro mayor día de venta es el domingo
- Queremos ser un periódico familiar pero tenemos una sección policiaca muy explícita
- Queremos ser muy gráficos pero no tenemos suficiente equipo para los fotoperiodistas

Entender con quién hablas

De eso se desprende:

- La agenda
- El enfoque
- El lenguaje



Desarrollo con economía

Evaluar

**En qué
invierto**

Y qué voy a
obtener a cambio

Ajustar

**Nuevos
puestos**

Los que ya no dan,
ya no quieren.

Los que pueden
hacer más

Desarrollar

Capacitar

Evitar la rotación
de personal

Sacar el mejor provecho a lo que hay

- **Aprovechar los recursos disponibles**
 - Qué tenemos, con quién contamos, qué restamos durante la pandemia
 - Recomponer el equipo y redireccionar el esfuerzo

- **No tratar de barajar más de lo posible**
 - Muchos productos a medias no generan lectoría ni reconocimiento ni lealtad
 - Pocos productos bien desarrollados posicionan mejor al medio

Más decisiones basadas en datos

Menos intuición, más análisis

- Los periodistas tendemos a creer que sabemos lo que está bien por intuición
- Los lectores no comparten ni la misma intuición, ni la misma pasión, ni la misma perspectiva
- hay muchas herramientas disponibles que nos ayudan a medirlo todo, ¿sabemos interpretarlo?

Yo soy donde vivo

- **La cobertura local**
 - **Cómo tenemos distribuidas nuestras fuentes marca qué tipo de contenido vamos a publicar**
- **Identidad con la comunidad**
 - **Qué tipo de contenido tenemos enfocado a la comunidad**
- **Periodismo colaborativo y de soluciones**
 - **El enfoque positivo de la información atrae lectores**
- **Qué formatos se consumen**
 - **No en todas las comunidades se consumen noticias por los mismos canales**

Interacción real

LOCAL / DOMINGO 28 DE FEBRERO DE 2021

#DiloSinMiedo será la plataforma de denuncia en La Laguna

Se establece una línea de whatsapp al 871-797-01-98



Participaciones,
opiniones y
denuncia
ciudadana

Narrar historias



elsoldeacapulco

...



elsoldeacapulco Chuchochuco: de estrella de cine mexicano al olvido en Zoológico de Chilpancingo; Su cuerpo está visiblemente cansado, ha perdido gran parte de su pelaje; sus redondos y negros ojos denotan la tristeza de vivir solo y recluido en un hábitat del Zoológico de Chilpancingo... él es Chuchochuco, un chimpancé estrella del cine mexicano de los años 70 que participó en decenas de películas junto a Andrés García (Chanoc), Germán Valdez "Tin Tan", los hermanos Humberto y Miguel Gurza.

⋮

ESTO, El Sol de la Laguna, El Sol de Tijuana y Carreras MX Invitan a todos los corredores y público en general a participar en la **CARRERA NACIONAL DEL DÍA DE MUERTOS**, que se correrá de manera virtual en 21K, 10K, 5K y 1K Infantil. Conoce los costos, beneficios y método de competencia en la convocatoria disponible en www.oem.com.mx/carrera Inscripciones abiertas www.carrerasmx.com.mx/evencos/74 **¡PARTICIPA!**

ESTO • El Sol de la Laguna • El Sol de Tijuana • CARRERAS MX

Concursos,
carreras, foros,
eventos

**Esto es
lo que
queremos
lograr**



El Tlaxca

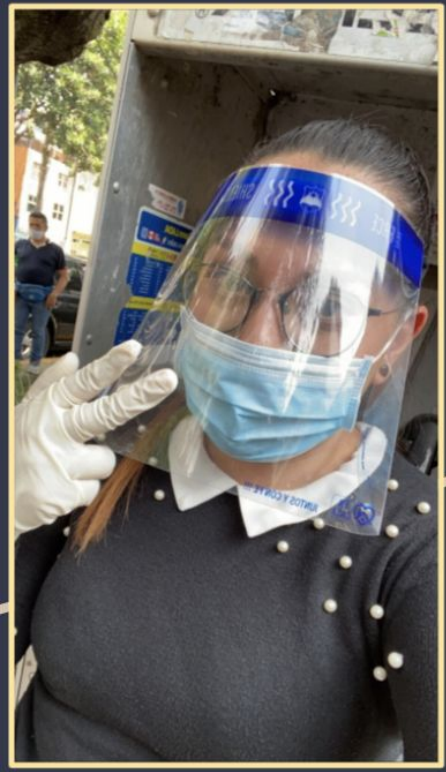
@eltlaxca_



Ojalá fueras accidente y yo reportero del Sol de Tlaxcala para llegar bien rápido y antes que nadie a tu corazón bebé. 🥺

7:15 p. m. · 19 sep 18

Las lecciones que dejó el Covid



- **Habilidad organizacional**
- **Cuando los impresos no pueden circular**
- **Hablar directamente con la gente**
- **Nuestro público de impreso es mayor de lo que pensamos**
- **Unos pueden subsistir sólo digital**
- **¿Y si hacemos semanarios?**

Las lecciones que dejó el Covid (2)

Limpieza en casa

- Conectar con la comunidad
- Revisar qué sirve y qué no
- Reducir para crecer
- Abrir oportunidades
- El reto de regresar a la gente a la redacción



Y ahora sí

Sabemos a quién le escribimos

Sabemos qué producto debemos elaborar

Sabemos con qué contamos

Sabemos qué quisiéramos ver en nuestras plataformas

¡Hagamos periodismo!

Crónicas

Reportajes

Grandes fotografías

Entrevistas de fondo

Redacción bien cuidada

Verificación

Capacitación dirigida

Formación de cuadros

Diversidad de productos

... con un equipo competitivo

- Editores poderosos (print, video, web, audio)
- Plumas destacadas (de acuerdo con nuestro perfil)
- Recursos gráficos disruptivos
 - dibujantes, diseñadores, infografistas, retratistas, animadores
- Las nuevas plazas
 - Editores de audiencia
 - Analistas de datos
 - Verificadores

Gracias

Martha C. Ramos

@marthacitlalin