

Transcripción del Focus Group

1. Definición de periodismo comunitario

Hugo Cabrera: Es un periodismo generado desde la comunidad, con interés ciudadano, no comercial. Necesita verificación y estructura interna (editores, fuentes, evidencias).

Lolo Ayasta: Es un periodismo que busca mejorar la calidad de vida de la comunidad, ayudando a resolver problemas concretos (ej. Mejoramiento de calles).

Javier Onofre: Lo define como un periodismo utilitario, centrado en problemas cotidianos locales.

Cecilia: Aporta que también las organizaciones lo usan para dar voz a comunidades afectadas, por ejemplo, en temas ambientales o de minería.

2. Diferencias con el periodismo tradicional/comercial

(Coinciden)

Tradicional: Sigue un modelo estructurado, busca objetividad y múltiples fuentes.

Comercial: Prioriza intereses económicos y presenta información sesgada o publicitaria.

Comunitario: Parte de la comunidad y responde a sus necesidades, sin intereses lucrativos.

3. Adaptación al entorno digital

Todos coinciden en que el periodismo ciudadano (hecho por cualquier persona desde redes sociales) carece de filtros y verificación, lo que puede ser peligroso.

El periodismo profesional debe mantener su estructura y ética frente a esta democratización de la información.

4. Desafíos en la era digital

- Ética debilitada por la rapidez y el sensacionalismo.
- Reducción de personal y cierre de medios tradicionales.
- Proliferación de fake news, pérdida de profundidad informativa.
- Necesidad de alfabetización digital y adaptación a la inteligencia artificial.

5. Impacto del paradigma del espectáculo

La búsqueda de visualizaciones y rating ha desplazado la función crítica y social del periodismo.

Incluso medios serios adoptan enfoques sensacionalistas para atraer audiencia.

Se privilegia la emotividad sobre el análisis y la denuncia estructural.