

Los periodistas toman el control de los medios de comunicación: el caso de la provincia de Guadalajara

María Josefa Establés Heras – Universidad de Alcalá –
josefa.estables@edu.uah.es – mjestables@gmail.com

La provincia de Guadalajara se ha caracterizado en los años previos a la última crisis económica por tener un gran número de medios de comunicación locales y provinciales. Sin embargo, el cierre de medios de comunicación y el despido de decenas de periodistas, tanto en esta provincia como en el resto del país, han favorecido la creación de nuevos medios digitales gestionados por profesionales de la información.

Las herramientas que brinda la llamada web 2.0, el desarrollo de nuevos medios hiperlocales, algunos de ellos muy especializados, y la adecuación a nuevas funciones laborales para los periodistas, está suponiendo un reto para los nuevos periodistas digitales freelance de Guadalajara.

En la presente comunicación se analizarán a través de metodología cualitativa (entrevistas en profundidad y análisis interpretativo de contenido) los principales medios de comunicación digitales que han sido creados por periodistas desde el año 2009 hasta 2013 en la provincia de Guadalajara.

Palabras clave: periodismo local y provincial; nuevos medios de comunicación; periodismo digital; crisis económica; periodistas digitales.

1. Introducción

La situación del periodismo local y provincial en Guadalajara (España) ha sufrido unos cambios espectaculares en los últimos 15 años. A comienzos del

siglo XXI, esta provincia experimentó paulatinamente un incremento del número de medios de comunicación. Así, al calor de la mejora de la coyuntura económica van creciendo el número de periódicos, emisoras de radio, televisiones y prensa digital. En concreto, en el caso de la prensa digital en Guadalajara, especial foco de interés de este artículo, surgió con *La Crónica@ de Guadalajara* (www.lacronica.net). El dueño de este medio de comunicación es el periodista alcarreño Augusto González Pradillo, quien consideró en 1999 que la prensa digital podría tener cabida en Guadalajara debido al incipiente número de lectores digitales a través de Internet (VVAA, 2012:235). Este cibermedio adopta el nombre de la extinta cabecera provincial *La Crónica de Guadalajara*, semanario publicado en 1883.

El siguiente cibermedio provincial en nacer fue *Henares al Día* (www.henaresaldia.com). Dicho medio estaba relacionado con una publicación gratuita en papel que se distribuía también en Guadalajara (VVAA, 2012:236). Los siguientes periódicos digitales que surgieron estuvieron íntimamente ligados a sus homónimos en papel: *Guadalajara Dos Mil*, *La Tribuna de Guadalajara*, *Noticias de Guadalajara*, *El Decano de Guadalajara* y *Nueva Alcarria*. A excepción de éste último, todos los demás han desaparecido tanto en su formato papel como digital.

La desaparición de estos medios y de otros en esta provincia debido a la crisis económica que arrancaba en 2008 ha propiciado la creación de nuevos cibermedios. Los despidos de periodistas, técnicos audiovisuales y fotógrafos aparejados al cierre de dichos medios han traído como consecuencia que algunos informadores hayan decidido crear y gestionar sus propios medios de comunicación. En 2009 nace el primero de ellos, *Guadaqué*, al cual le han seguido una televisión online, *Canal 19 2.0* (cerrada en junio de 2013), los periódicos digitales *Cultura en Guada*, *Guadalajara Diario*, *Guetaimé* (cerrado

en octubre de 2012), *La Comunidad.info*¹ (cerrado el 30 de diciembre de 2013) y el periódico deportivo en papel *Guadasport* (cerrado en agosto de 2012).

2. Cibermedios y periodismo de proximidad

El concepto ‘local’ siempre ha estado unido a periodismo, ya que está presente desde sus propios inicios (López, 2008:7), ya que se han contado noticias que están ubicadas en un tiempo y espacio determinado, más o menos cercanas al receptor. Sin embargo, los cibermedios están modificando nuestra forma de entender lo que es lo local.

La aparición de los cibermedios en la última década, además de contribuir a la ampliación de la oferta informativa de proximidad y a establecer vías de participación ciudadana, ha abierto nuevos horizontes para el periodismo local. La difusión mundial de los cibermedios ha supuesto no sólo la ruptura de una barrera en la difusión y en la distribución de los productos, sino que nos ha obligado a revisar nuestras reflexiones sobre lo que debemos entender por local en una sociedad donde la comunicación, además de la tendencia a lo local, también muestra otra simultánea tendencia a lo mundial. Ahora lo local sigue siendo lo próximo, pero hay nuevos campos de relación del lugar con su entorno que debemos tener en cuenta a la hora de medir los ítems –cada una de las partes o unidades- de cercanía de un acontecimiento. (López, 2008:8).

En este sentido, Caldevilla (2013) señala que, paradójicamente, Internet, a través de lo global, ayuda a desarrollar el periodismo local. Sin embargo, pone el énfasis en que es necesario definir el nuevo rol que debe desempeñar el periodismo digital de proximidad. Según este investigador estas son las principales características:

¹ Los miembros de La Comunidad.info dejaron un mensaje de despedida en su página web: <http://www.lacomunidad.info/index.php/actualidad/item/3284-lacomunidad-info-se-despide-con-el-2013.html>

- El periodismo local en línea es aquel que trata las diferentes temáticas periodísticas desde el punto de vista de la proximidad al ciudadano, sea cual sea la procedencia de la información.
- La redacción de un medio digital puede no ser un espacio físico determinado, sino que puede estar repartida en diversos lugares, como el propio lugar de los acontecimientos.

Por otra parte, los cibermedios, tanto centrados en el ámbito local como en otro de mayor amplitud, tienen otra característica en común: su modelo de negocio. López (2012) señala que uno de los puntos débiles de los cibermedios son los insuficientes ingresos a través de la publicidad digital (que en el caso de los cibermedios que proceden de medios en formato papel, no pueden compensar las pérdidas por ingresos en publicidad tradicional) a lo que hay que sumar el mayor impacto de la oferta informativa digital, lo que no garantiza la prosperidad financiera.

Asimismo, López (2011) y Scolari (2013) reflexionan acerca la importancia que está cobrando el lector-usuario / prosumidor en el ámbito de los cibermedios gracias al avance de herramientas digitales. El llamado periodismo participativo o ciudadano ha surgido en los últimos años en detrimento del modelo pasivo y unidireccional empleado tradicionalmente por los medios de comunicación. Si bien el debate sobre este fenómeno está abierto debido a qué figura es la que presenta el periodista ante los ciudadanos que informan sobre algunos hechos (Establés, 2013), en el ciberperiodismo de proximidad en Guadalajara veremos que algunos cibermedios hacen partícipes a los lectores-usuarios de sus noticias, con el objetivo de ampliar algunas informaciones.

El uso de la tecnología digital está trayendo consigo diferentes modelos de entender el periodismo a nivel narrativo. Si en los años 70, Tom Wolfe (1973) y Gay Talese sentaron las bases de un periodismo narrativo, el llamado Nuevo Periodismo, el uso de internet y de herramientas digitales están desarrollando narrativas transmedia de no ficción (Scolari, 2013) en muchos cibermedios,

incluso algunos intentos a nivel de ciberperiodismo de proximidad. Por otra parte, esa tecnología está revolucionando dichos medios de comunicación a través de otras modalidades de periodismo como es el caso, por ejemplo, del periodismo de visualización de datos². Todos estos avances no son más que ejemplos de que el periodismo en general y el periodismo de proximidad en particular están intentando aportar nuevas visiones y productos a los lectores-usuarios de los nuevos medios de comunicación.

3. Metodología de análisis

Para el estudio del estado de los cibermedios de proximidad de la provincia de Guadalajara he procedido a realizar entrevistas en profundidad a los responsables de los nuevos cibermedios, para lo cual se preparó un cuestionario compuesto por 13 preguntas.

Asimismo, los cuatro cibermedios en los que se basa este estudio han sido seleccionados por tener las siguientes características en común:

- Han sido creados por periodistas provinciales de Guadalajara. Todos ellos a su vez trabajaron en otros medios de comunicación de esta provincia.
- Todos los medios nacieron entre 2009 y 2013, años en los que la crisis económica está presente tanto en Guadalajara como en el resto del territorio español.
- Tienen Internet como plataforma que sustenta sus medios. Todos ellos tienen formato de periódico electrónico.

² Para ahondar en lo que es el periodismo de visualización de datos, que no es el principal propósito de este artículo de investigación, sugiero la lectura de los siguientes enlaces web: <http://datavisualization.ch/> y <http://ijnet.org/es/blog/visualizacion-de-datos-nuevas-tendencias-y-herramientas>

Además de las entrevistas en profundidad, he realizado un análisis de contenido de los cuatro cibermedios siguiendo un método descriptivo (Díaz Noci, 2009).

4. Estado de la cuestión

La crisis económica de 2008 fue el comienzo del cierre de medios de comunicación locales en la provincia de Guadalajara. Según datos del Observatorio de la Crisis de la Federación de Asociación de Periodistas de España, un total de 142 profesionales de la información (periodistas, maquetadores, técnicos audiovisuales y fotógrafos) perdieron sus puestos de trabajo entre enero de 2009 y octubre de 2013 en esta provincia³.

En relación al número de periodistas, según datos facilitados por la Asociación de Periodistas de Guadalajara (APG), el aumento del desempleo en el colectivo ha aumentado significativamente en estos años, si bien en 2013 ha comenzado a bajar. Así, a fecha del 24 de abril de 2010 el registro de socios de la APG contaba con 147 socios, estando 23 en situación de desempleo (15,6%), mientras que a fecha de octubre de 2013, de los 146 socios, de los cuales 44 estaban desempleados (30,1 %). En este periodo, en 2012 según la APG se superó en algunos meses el 40% desempleo en el colectivo de periodistas asociados en la provincia de Guadalajara.

Ante esta coyuntura, algunos de esos periodistas (varios de ellos que fueron despedidos durante ese periodo de tiempo) decidieron crear nuevos cibermedios de proximidad en la provincia de Guadalajara, mientras que otros optaron por otro tipo de medios como una televisión local o un periódico en formato papel.

³ Este reportaje se hace eco de la situación de los medios de comunicación provinciales en Guadalajara debido a la crisis económica: <http://vozpopuli.com/economia-y-finanzas/2571-el-periodismo-local-esta-desapareciendo-en-guadalajara>

5. Guadaqué

El primer cibermedio que nació, gestionado por periodistas, fue *Guadaqué* (www.guadaque.com) el 24 de enero de 2009. Este medio fue creado por su directora, Blanca Corrales, y su redactora jefe, Laura Rincón. En sus cinco años de vida, este medio ha visto incrementado el número de su plantilla a un total de cinco personas (tres periodistas, un fotógrafo y un publicista). *Guadaqué* surgió debido a la necesidad de Blanca Corrales y Laura Rincón de continuar siendo periodistas, ya que fueron despedidas semanas antes de un bisemanario provincial, *Guadalajara Dos Mil*. Ambas periodistas tenían más de 20 años y unos 10 años de experiencia periodística en radio y prensa, respectivamente, antes de crear este periódico.



Figura 1: Logotipo de Guadaqué

Guadaqué es un cibermedio generalista provincial, ya que además de informar sobre la ciudad de Guadalajara, este medio se centra en la información de los pueblos de la provincia. “Los pueblos necesitan que su información se dé a conocer y no se les presta tanta atención como se les debiera, por eso nuestra vocación era bastante rural”, relata Laura Rincón. Por este motivo, la sección que más noticias tiene es la de Provincia, si bien se le presta mucha atención también a las secciones de Sociedad, Cultura y Deportes. En este sentido, en *Guadaqué* tienen mucha presencia los reportajes y las entrevistas, donde son temas exclusivos y originales.

En el aspecto tecnológico, este cibermedio intenta adaptarse a las últimas tecnologías web existentes. Así, en estos cinco años su página web ha obtenido la máxima calificación en accesibilidad. En los últimos meses de 2013 se ha procedido al último cambio tecnológico, ya que la página se ha

convertido en *responsive* a través de un diseño en HTML5, adaptándose así a todos los dispositivos móviles y plataformas.

Este cibermedio también cuenta con presencia en tres redes sociales: Twitter, Facebook y Google+. En el caso de las dos primeras se actualizan todos los días, mientras que la última se actualizada más esporádicamente. La retroalimentación por parte de los lectores-usuarios de estas redes es especialmente alta en el caso de Twitter, y más baja en Facebook, y casi nula en Google+. Laura Rincón señala que muchos usuarios informan a los periodistas de este cibermedio a través de Twitter, así como que el número de visitas a la web se ve incrementado cuando una noticia ha sido anunciada a través de estas redes sociales.

La media de visitantes diarios se sitúa entorno a los 18.000 visitantes únicos a finales de 2013, mientras que al cierre del primer año de vida de este periódico este número era de alrededor 1.000 visitantes únicos, lo que supone un 1.800% de incremento en casi cinco años.

El modelo de negocio de *Guadaqué* se basa en la información gratuita financiada con publicidad digital, aunque también esta empresa informativa trabaja como editorial de libros, diseño gráfico, cartelería, revistas y encargos fotográficos. Asimismo, *Guadaqué* cuenta con algunas ediciones especiales en papel como las ferias Fitur de 2013 y 2014, la Feria Apícola de Pastrana de 2013 y las Ferias y Fiestas de Guadalajara de 2013. De hecho, Laura Rincón destaca que estas publicaciones han tenido una gran acogida ya que se han agotado las ediciones de todas ellas.

Como proyectos futuros, desde *Guadaqué* se están planteando crear contenidos que solo se pueda acceder a ellos previo pago, así como ampliar el número de noticias de carácter audiovisual.

En relación a la situación del periodismo local y provincial en Guadalajara, Laura Rincón apunta que la situación es relativamente buena, ya que existe variedad en los medios de comunicación provinciales. Considera que es bueno que haya nuevos y muchos medios, y que se apueste por los cibermedios. Sin embargo, también reseña que ha sido un paso atrás en lo que al periodismo provincial se refiere la desaparición del último diario de la provincia y el cierre de propuestas novedosas como fue la extinta televisión digital Canal 19 2.0.

En otro orden de cosas, Laura Rincón subraya que el periodismo ciudadano está presente en la provincia de Guadalajara, ya que existen lectores-usuarios que aportan a los medios de comunicación informaciones todos los días y que están pendientes de que se publiquen dichas noticias. En relación a otras modalidades de periodismo, como es el caso del de visualización de datos, Rincón reconoce que es la “asignatura pendiente” en el periodismo de proximidad, ya que este tipo de informaciones requieren mucho tiempo y esfuerzo y que las administraciones cada vez ponen más dificultades para acceder a algunos datos. Sugiere que esta situación se debe a que los medios de Guadalajara son “micromedios”, con plantillas de periodistas muy reducidas, lo que impide que se pueda desarrollar este tipo de periodismo correctamente⁴.

Finalmente, Rincón considera que el futuro del periodismo local y provincial es muy incierto, ya que no se esperaba que en el inicio de la crisis tantos medios cerraran en esta provincia. Sugiere que la situación actual es similar a la de comienzos del siglo XX, cuando muchos medios surgían y solo duraban unos pocos meses de vida. De hecho, Rincón cree que en los próximos cinco próximos años no existirán empresas grandes que apuesten por invertir en el accionariado de medios de comunicación de la provincia de Guadalajara. Sin embargo, por otra parte, considera que los “micromedios” que existen en la actualidad quieren seguir sobreviviendo, quizá su única solución será

⁴ Sin embargo, en *Guadaqué* se ha comenzado a trabajar en algunas informaciones con periodismo de visualización de datos: <http://guadaque.com/deportes-guadaque/item/9132-quiique.html> y <http://guadaque.com/reportaje-guadaque/item/9324-de-guadalajara-al-mundo.html>

fusionarse unos con otros, ya que para que sea viable un medio de estas características se requiere de mucho esfuerzo y dedicación.

6. Cultura en Guada

Cultura en Guada (www.culturaenguada.es) nació en el mes de julio de 2012 de la mano de tres periodistas, que ya habían trabajado en periódicos provinciales en Guadalajara con anterioridad: Elena Clemente (coordinadora del cibermedio), Rubén Madrid y Abraham Sanz. A finales de 2013 solo dos periodistas trabajan en este cibermedio, si bien varios colaboradores escriben en la página web.



Figura 2: Logotipo de *Cultura en Guada*.

Este proyecto periodístico surge por varios motivos, según explica Rubén Madrid:

- Surge la idea de crear un cibermedio especializado en el ámbito cultural y en el que primaran los intereses periodísticos.
- Los periodistas creadores del medio tienen más tiempo para crear este proyecto, ya que habían sido recientemente despedidos del periódico en el que trabajaban con anterioridad. De hecho, estos periodistas también querían comprobar que podían ser capaces de crear un cibermedio ellos mismos, sin que fuera gestionado por terceras personas.

Debido al carácter especializado de este medio, cuenta con algunas secciones que solo existen en este cibermedio provincial, como la sección ProjectArte: se

trata de un espacio donde se pueden promocionar artistas de la provincia de Guadalajara. Asimismo, este cibermedio apuesta por la creación de reportajes propios relacionados con el ámbito cultural evitando así la difusión de las típicas notas de prensa de los gabinetes de comunicación, así como por una gran diferenciación entre las distintas artes, lo que da nombre a las diferentes secciones de este medio de comunicación.

Las redes sociales, en especial Twitter y Facebook, son herramientas digitales muy utilizadas en este cibermedio. A través de ellas, los periodistas dan a conocer sus contenidos, a la par que fomentan debates en la esfera pública virtual que ayudarán a crear, a su vez, nuevos contenidos y noticias en el propio cibermedio, según subraya Rubén Madrid. Incluso este periódico ha comenzado a difundir informaciones a través de la narrativa transmediática⁵.

El modelo de negocio de este cibermedio se basa en la difusión gratuita de los contenidos digitales a través de su página web, financiándose con publicidad digital. Asimismo, esta empresa informativa ofrece servicios de gabinete de prensa a las entidades que así lo requieran. Por otra parte, *Cultura en Guada* ofrece un ejemplar trimestral en formato papel con contenidos culturales relacionados con la provincia de Guadalajara. Cada publicación cuenta con una tirada de 5.000 ejemplares. Al igual que el cibermedio *Guadaqué*, el principal objetivo de estos periódicos, que se publican en la celebración de eventos especiales, es la demanda que todavía tienen los medios impresos en la provincia de Guadalajara, tanto a nivel publicitario como informativo.

Respecto a la situación del periodismo provincial en Guadalajara, Madrid considera que no es “la situación ideal”, ya que los medios que están surgiendo son muy pequeños, ya que cree que se necesitarían redacciones de mayor

⁵ El debate surgido sobre si el Maratón de los Cuentos de Guadalajara debía ser retransmitido o no en vídeo suscitó varias informaciones que trascendieron las plataformas y que fueron retroalimentadas por los lectores-usuarios: <http://culturaenguada.es/maraton-cuentos-el-maraton/1494-tiene-sentido-el-cibermaraton-de-cuentos> , <http://tierraoral.blogspot.com.es/2013/06/un-maraton-de-video.html> y https://www.facebook.com/groups/248737515228854/permalink/341594749276463/?qa_ref=pp

tamaño, para que los periodistas realicen su trabajo en mejores condiciones. Además, sostiene que antes de la crisis económica lo que fallaba era el modelo empresarial de las empresas informativas (basado en grandes empresas constructoras que invertían en el accionariado de medios de comunicación), pero no en el número de periodistas que trabajaban en ellas. Por otra parte, considera que los medios de comunicación que están surgiendo deberían ser mucho más independientes y críticos con los poderes públicos, ya que, a su juicio, las informaciones que publican son cada más uniformes, no analizan los datos en profundidad, lo que lleva al periodismo provincial a ser más precario. En este sentido, Madrid reclama que el periodismo en Guadalajara debería ser más arriesgado.

En relación al futuro del periodismo provincial, Madrid apunta que a medio o largo plazo existirá un conglomerado empresarial de dos o tres empresas que inviertan en el accionariado de medios de comunicación. Además, cree que si el periodismo en papel quiere sobrevivir, deberá desempeñar otro rol, más centrado en informaciones propias y no de notas de prensa, poniendo énfasis en el periodismo de calidad.

En otro orden de cosas, si bien no forma parte de *Cultura en Guada* como tal, los periodistas que crearon este cibermedio se unieron en el verano de 2012 a otros tres colegas de profesión para crear un medio de comunicación sin ánimo de lucro compuesto únicamente de artículos de opinión llamado *El Hexágono* (www.elhexagono.wordpress.com). En este espacio digital cada día uno de los periodistas publican un artículo de opinión sobre el tema que les interesa cada semana, mientras que los domingos escribe una firma invitada relevante de la sociedad civil o del gremio periodístico.

7. La Comunidad.info

La Comunidad.info (www.lacomunidad.info) es otro cibermedio que nace en la provincia de Guadalajara en los años de la crisis económica. Comienza a

publicar oficialmente el 8 de septiembre de 2012, si bien sus creadores llevaban tres meses trabajando previamente en este proyecto. Los socios iniciales fueron cuatro periodistas, Leticia del Castillo, Borja Torre, Ricardo Roquero y Jorge García, aunque éste último abandonó el proyecto poco tiempo después. Todos ellos contaban con experiencia previa en medios de comunicación de Guadalajara (prensa, televisión y/o radio). A fecha del 30 de diciembre de 2013, día en el que finalizó la actividad empresarial de este cibermedio, la plantilla era de cuatro personas, tres periodistas y una becaria. El proyecto surgió de uno de los periodistas que fue contactando con los demás, con el objetivo de asociarse y crear este nuevo medio de comunicación.



Figura 3: Logotipo de *La Comunidad.info*.

La Comunidad.info era un cibermedio de ámbito provincial, aunque más centrado en la actualidad de la ciudad de Guadalajara. Las tres secciones principales eran Actualidad, Deportes y Ocio. Los contenidos más visitados por los lectores-usuarios fueron los relacionados con los sucesos y el deporte.

El modelo de negocio se basaba en ofrecer todos los contenidos de forma gratuita, basando los ingresos en la publicidad digital tanto institucional como privada. Desde el inicio de la actividad, esta empresa informativa ofrecía a sus posibles clientes una sección de servicios de comunicación, como alternativa de financiación. Sin embargo, unos meses después se decidió separar ambas marcas y crear una empresa distinta, *Tres Más Uno Comunicación* (www.tresmasuno.es). Esta empresa estaba especializada en agencia de

comunicación de servicios de marketing online, posicionamiento web y diseño gráfico.

En relación a la situación del periodismo en Guadalajara, Leticia del Castillo, una de las socias fundadoras de este cibermedio, señala que la situación no es la adecuada, ya que a los nuevos medios dependen en exceso de la publicidad institucional, los equipos de trabajo son muy reducidos y, por tanto, su carga de trabajo es excesiva, lo que trae consigo una merma de la calidad periodística.

Finalmente, Del Castillo destaca que el futuro del periodismo provincial no será bueno, ya que estará cada vez más institucionalizado.

8. Guadalajara Diario

El último cibermedio que ha sido creado por un periodista en Guadalajara ha sido *Guadalajara Diario* (www.guadalajaradiario.com). Este periódico digital fue creado en el mes de febrero de 2013 de la mano del periodista Santiago Barra y su socio. Hasta finales de 2013 este cibermedio cuenta con dos personas en su plantilla (director editorial y director comercial) y ocho colaboradores.

La idea del proyecto surgió debido a que ambos socios se encontraban ese momento en situación de desempleo y decidieron crear un medio de comunicación nuevo en Guadalajara. Ambos conocían el periodismo provincial debido a su experiencia laboral, uno en el ámbito periodístico y el otro en el comercial.



Figura 4: Logotipo de *Guadalajara Diario*.

Guadalajara Diario es un cibermedio generalista de ámbito local y provincial, con atención a la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha si la noticia influye en Guadalajara. Los ocho blogs con los que cuenta este cibermedio tienen una temática local y provincial.

El modelo de negocio de este medio de comunicación es ofrecer noticias de forma gratuita mientras que los ingresos se obtienen a través de la publicidad digital. Asimismo, esta empresa informativa cuenta también con los servicios de una agencia de publicidad.

Según el director editorial de este cibermedio, la situación del periodismo en Guadalajara es “la peor desde el franquismo”. De hecho considera que la crisis económica en los medios todavía no ha terminado y que los ingresos en publicidad seguirán cayendo. Para salir de esta mala coyuntura, Barra apunta que hay que los medios deben volver a reinventarse e imitar a las empresas periodísticas de los orígenes, que creaban periódicos-medios de comunicación y no formaban parte de otro tipo de conglomerados empresariales.

Finalmente, Santiago Barra destaca que el futuro del periodismo provincial en Guadalajara estará en la red y no en los medios en papel. Sin embargo, cree que el modelo de publicidad digital debe todavía mejorar, si bien será complicado debido que, a su juicio, los lectores-usuarios españoles no tienen quieren pagar por los contenidos informativos digitales.

9. Conclusiones

La crisis económica ha traído consigo muchos cambios en el panorama periodístico de la provincia de Guadalajara, entre ellos el cierre de medios de comunicación, lo que se ha traducido en 142 despidos entre enero de 2009 y octubre de 2013. Esta situación ha provocado que algunos periodistas hayan decidido crear sus propias empresas informativas, en la mayoría de los casos, creando pequeños cibermedios en formato de periódico digital. Dichos medios,

de los cuáles algunos ya han tenido que cerrar debido a la falta de viabilidad financiera de sus proyectos, tienen varios elementos en común:

- Sus creadores son periodistas y tenían experiencia previa como informadores en medios locales y provinciales de Guadalajara.
- Haber sido previamente despedidos de otras empresas informativas les impulsó a crear un proyecto periodístico previo.
- Internet como plataforma menos costosa que otras es el canal en el que se transmiten sus mensajes (a través de páginas web, redes sociales, etc.)
- El formato de negocio elegido se basa en la difusión gratuita de los contenidos y la financiación se obtiene a través de publicidad digital y/o otros servicios (gabinete de prensa, diseño gráfico, encargos fotográficos, edición de publicaciones, etc.)

Por otra parte, según los gestores de estos nuevos cibermedios, la viabilidad de este tipo de proyectos es bastante complicada debido a las características de sus modelos de negocio. Además, según el tipo de empresas informativas que existen en la actualidad en esta provincia, el futuro a medio y largo plazo parece indicar que podrá surgir algún proyecto periodístico nuevo, gestionado por profesionales de la información, si bien no existirán muchos nuevos medios de mayor envergadura. El principal motivo es que las antiguas empresas que invirtieron en el accionariado de diversos medios de comunicación estaban estrechamente ligadas al sector de la construcción, el cual ha sufrido duramente también los efectos de la crisis económica.

Finalmente, en este futuro a medio y largo plazo lo que sí que parece que va a seguir siendo una tendencia es el uso de Internet en detrimento del formato papel en los periódicos. En la actualidad tan solo existen dos periódicos en formato papel, *Nueva Alcarria* y *Guadanews*, (ninguno es diario), que se suman a la oferta de cibermedios que ha sido analizada en este artículo. Los dos periódicos en formato papel cada vez van teniendo más presencia en la Red, en especial en el caso del primero. Si bien dos de los cibermedios analizados,

Guadaqué y Cultura en Guada, apuestan por el papel en ocasiones especiales (diversas ferias o festividades, con el cambio de cada estación del año, etc.), su modelo de negocio sigue centrado principalmente en los contenidos que ofrecen a través de sus portales web.

10. Referencias bibliográficas

- Caldevilla, David (2013): “Nuevas fórmulas de periodismo : Periodismo de proximidad 2.0”, en CIC Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 18, páginas 165 a 176 ; recuperado el 20 de noviembre de 2013, de http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2013.v18.417222
- Díaz Noci, Javier et al. (2009) : Ciberperiodismo : métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. Bilbao : Universidad del País Vasco.
- Establés Heras, María Josefa (2013) : “Nuevos formatos, nuevas oportunidades“. En VV.AA., Anuario 2013 de Guadalajara, (Coord., Inmaculada López Martínez). Guadalajara : Asociación de la Prensa de Guadalajara.
- Jaraba Plaza, Emma, Jodra Viejo, Sonia (2012): “‘Nueva Alcarria’ : 70 años de prensa local en Guadalajara (1939 – 2009)”. En VV. AA., Prensa y Periodismo Especializado 5, (Coord., Juan José Fernández Sanz, Ángel Luis Rubio Moraga y Carlos Sanz Establés). Jaen : Asociación de la Prensa de Guadalajara.
- López García, Xoel (2008) : Ciberperiodismo en la proximidad. Sevilla : Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- López García, Xoel (2011): “Rasgos de la estrategia de los cibermedios gallegos en su empeño por promover la experimentación para el cambio

de modelo periodístico”, en Estudios del Mensaje Periodístico, vol 17, número 1, páginas de la 81 a la 93.

- López García, Xael (2012): “Cibermedios locales: en la encrucijada por la indefinición de modelos para tiempos convulsos”, en Ámbitos, nº 21 A, páginas 9 a 20.
- Scolari, Carlos A. (2013): Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.
- Wolfe, Tom (1973): El nuevo periodismo. Editorial Anagrama S.A.