

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseña, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

# Conectar con tus lectores y conversar con la comunidad, claves para un periodismo comprometido

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 08/05/2023

Los periodistas tienen una responsabilidad con los lectores y las comunidades a las que informan y sirven. Este compromiso con los lectores es fundamental para asegurarse de que su trabajo sea realmente importante y útil. Cultivar esta relación mutua no sólo generará confianza, sino que animará a los lectores a seguir informándose en el medio que les escucha y a valorar las aportaciones de sus profesionales. En este artículo, aportamos algunas claves para mejorar la relación de los periodistas con los lectores.



## Entradas recientes

**De la hoja de cálculo a la línea de código... con la IA en el horizonte. Así expresen la tecnología los periodistas de datos en España**

ENRIQUE RIBERA Y FÉLIX ARIAS — 04/01/25

**El medio hiperlocal Pamplonews gana el V Premio Vicente Verdú de Periodismo e Innovación**

MIGUEL CARVAJAL — 03/28/25



[Mónica Guzmán](#), periodista de origen mexicano afincada en Estados Unidos, es la directora digital de [Braver Angels](#), una iniciativa que pretende despolarizar la política estadounidense a través del trabajo con diversas organizaciones de base. Guzmán lleva años conversando con decenas de personas en cafeterías y lugares públicos. [Su experiencia es impresionante:](#)

“En estas conversaciones conseguí ideas para historias. Y más fuentes. Me aportaron mejor contexto. Escuché puntos de vista que influyeron en mis reportajes. Pero yo no estaba allí para buscar historias, sino para mantener una buena conversación y asegurarme de que quienes intervenían se sintieran lo suficientemente valorados como para formar

## Las narrativas más innovadoras de 2024 (3)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

---

## Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines (1)

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

---

## Las narrativas más innovadoras de 2024 (2)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25

---

## Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

---

¿Conoces el *Local*

parte de ella y lo suficientemente conectados como para querer volver. Más tarde caí en la cuenta de que no estaba allí para buscar historias, sino para entablar relaciones.

Para mí, el valor de estas reuniones era obvio. Pero no para mis jefes. Un día mi editor me dijo que ya no podía organizar esas reuniones. En vez de ello, debía emplear esas dos horas semanales en escribir más artículos que incrementaran las visitas a la web”.

Al poco tiempo, Mónica Muñoz decidió abandonar su trabajo.

La experiencia de Mónica resuena en muchos periodistas en nuestro país que ven como escasea el interés por conectar con las personas que integran las comunidades para las que informan los medios, especialmente en el entorno local. Hay poco tiempo y poco incentivos para que los periodistas dediquen tiempo a escuchar. Sin embargo, esa relación con los lectores es vital para construir un periodismo de servicio público y recuperar la confianza de los ciudadanos.

## ***Data Lab?***

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

## **Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo***

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH



## Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

## Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

En España, la confianza en los medios de comunicación sigue una tendencia a la baja. Hace tiempo que saltaron las alarmas. [En 2022, los datos del Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo y el Informe de Noticias Digitales son demoledores](#) en el caso español: Por primera vez, los escépticos de las noticias (39%) superan a los que confían en ellas (32%). Además, uno de cada tres españoles no tiene interés ni se fía de las informaciones de los medios (36%) y la credibilidad de las principales marcas periodísticas españolas empeora notablemente.

## “Uno de cada tres españoles no se fía de las noticias (36%) y la credibilidad de las principales marcas periodísticas españolas empeora notablemente”.

Hablar con los lectores les da confianza. En las conversaciones y los comentarios, los lectores a menudo ofrecen sus propias experiencias a partir de una historia, y esas revelaciones pueden llevarte a dar con un nuevo tema o con una fuente valiosa. “Los lectores suelen hacer preguntas inteligentes y reflexivas, que dan lugar a coberturas enteramente basadas en sus aportaciones, que a menudo han sido muy exitosas”, explica The New York Times en [un artículo sobre cómo sus lectores les ayudan a mejorar su periodismo](#). Y, a veces, los comentarios a un artículo pueden convertirse en la historia. Por ejemplo, cuando The New York Times preguntó a sus lectores si alguna vez les habían dicho “vete por donde has venido”, recibió más de 16.000 respuestas. Muchos lectores detallaron los insultos racistas que habían recibido e infinidad de anécdotas al respecto, [y el diario lo reflejó en un artículo](#).

Comprender las necesidades y los valores de los integrantes de la comunidad resulta esencial para cualquier iniciativa periodística. Esta visión del periodismo exige que, en primer lugar, [los periodistas preguntemos a las personas por sus necesidades y por lo que desean de nosotros](#), que las escuchemos, y encontremos el mejor modo de cubrir dichas necesidades. Si no se plantean quiénes son realmente los seres

### Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

### Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

### Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

humanos detrás de las páginas vistas y el tráfico que generan, los medios pierden la oportunidad de construir una relación más fuerte y duradera con sus audiencias.

**“Si no se plantean quiénes son realmente los seres humanos detrás de las páginas vistas y el tráfico que generan, los medios pierden la oportunidad de construir una relación más fuerte y duradera con sus audiencias”.**

Un reciente estudio del Instituto Reuters pone el foco en la desconfianza hacia los medios por parte de las comunidades más desfavorecidas socialmente. La información surge de 41 focus groups que se llevaron a cabo en la India, Brasil, Reino Unido y Estados Unidos. Los investigadores seleccionaron a personas de comunidades pobres, cuyas perspectivas y experiencias probablemente eran muy distintas a las que asumen los grupos socialmente dominantes. En concreto, el estudio analizó cómo las diferencias de raza, casta, religión, clase y zona geográfica pueden identificar necesidades y expectativas distintas en torno a las noticias y cómo ello afecta a la sensación de desconfianza hacia los medios.

En estos focus groups, muchos participantes expresaron una sensación generalizada de escepticismo hacia el conjunto de los medios de comunicación: manifestaron sus sospechas sobre los intereses de las empresas periodísticas y asumen que manipulan al público con fines comerciales o políticos. Entre los entrevistados, estas opiniones

## Consulta el *Diccionario del cliché*

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

## ¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica

procedían al identificarse como parte de un grupo marginado o alejado de los centros de poder. La perspectiva a través de la cual muchos observan los errores de los medios en sus países se relaciona en buena medida con los problemas que detectan al ver cómo se retrata a gente igual a ellos. Y los ejemplos del estudio dejan claro hasta qué punto las frustraciones vinculadas a las noticias no son simplemente razones para desconfiar de ellas, sino que causan un daño palpable hacia las comunidades más pobres.

En el Máster en Innovación en Periodismo **estamos obsesionados con potenciar la participación de los usuarios y atender sus necesidades.** Es un tema recurrente en varias asignaturas y también en el blog, [donde hemos hablado de las innovadoras experiencias del diario noruego \*Dagens Næringsliv\* y del uruguayo \*La Diaria\*](#). Numerosas publicaciones, como *De Correspondent* en los Países Bajos o *The Verge* en Estados Unidos, conectan con los usuarios a través de boletines elaborados por reporteros que suelen incluir invitaciones para recabar información de los lectores e interactuar con ellos. En lugar de limitarse a dar por supuesto lo que quieren los lectores, los medios que practican diversas formas de escucha están abiertos a nuevas ideas y reciben una valiosa retroalimentación.

## Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.

## “Hay mucho que ganar escuchando, probando, y estando abierto a lo que necesita y quiere tu audiencia”

Para mantener esas conversaciones de calidad con los lectores resultan útiles [estos consejos de Ben Lang](#), periodista especializado en engagement:

- Haz saber a tus lectores que estás abierto a la conversación

Puedes crear la primera entrada en la sección de comentarios, hacer una llamada en tus redes sociales, o incluir una nota al final de tu artículo para que tus lectores sepan que pueden escribirte y decirte lo que piensan. Cualquiera de estas acciones hará que tus lectores sepan que estás ahí y deseas escucharlos.

- Identifícate claramente

Señala que eres el autor de la historia. Tu nombre de usuario debe ser el mismo que usas en el artículo y cuando entres en la conversación debes explicar que eres el autor.

- Responde a los lectores curiosos



Responder a las preguntas de tus lectores te ayuda a aclarar cualquier malentendido y da un contexto adicional a tu artículo. Te permite generar confianza con tus lectores y mostrar todo el trabajo que hiciste para elaborar el artículo.

- Predica con el ejemplo

Trata a tus lectores con respeto, para que ellos te respeten a ti también. No hay necesidad de responder o reaccionar negativamente ni a la defensiva. Si un comentario te molesta, probablemente sea mejor que no respondas.

- No discutas con los trolls

Los trolls buscan llamar la atención, así que es mejor no dársela. Intentan provocar una reacción negativa, lo que en la mayoría de los casos puede empeorar las cosas. Si los comentarios cruzan la línea de lo despectivo, odioso, racista o violento, conviene denunciarlos.

- Agradece a los lectores su participación

A veces no hay más que decir “gracias”. Agradecer a los lectores es una buena forma de decirles que los escuchas. [Un estudio sobre el comportamiento de quienes colaboran en la Wikipedia](#) revela que dar las

gracias a los nuevos usuarios por su trabajo incrementa las posibilidades de que sigan colaborando y de que también le den las gracias a los demás.



La periodista Mónica Muñoz argumenta que estar decidido a conectar con los usuarios plantea importantes retos al periodismo y también exige que los periodistas retomen el objetivo central de la profesión, el servicio público:

“¿Podemos limitarnos a informar, cuando la mayoría de la gente es tan experta en informarse por sí misma? ¿Podemos limitarnos a informar sobre los hechos, cuando gran parte de lo que mueve nuestra sociedad son las historias que las personas se cuentan unas a otras, historias que todo un ejército de periodistas jamás podría encontrar y contar por sí solos?

Los periodistas sienten toda esta presión para ser virales y conseguir más tráfico. Sin embargo, estoy convencida de que a la mayoría de nosotros nos iría mejor si nos centráramos en lo pequeño. Busca las comunidades cuyas conversaciones puedas reforzar y conócelas. No para que te sirvan con *clicks*, *shares* y *crowdsourcing*, sino para que puedas servirles mejor que nadie”.

El engagement con tus lectores debe ir más allá de los datos de tráfico y las métricas habituales; solo funciona cuando los incentivos empresariales y los de los usuarios están alineados, y los medios de comunicación apuestan decididamente por el servicio público. Para reconstruir la confianza es necesario involucrar a los lectores, quienes estarán más dispuestos a pagar por los artículos si les compartimos el proceso de creación y conectamos con sus necesidades. Comprender a tu audiencia y cultivar la comunidad para la que trabajas abre las puertas no sólo a la sostenibilidad financiera, sino también a la innovación periodística, la inclusión de los desfavorecidos, y el impacto social.



**Jose A. García Avilés**

Coordinador Módulo Audiencias

---

