

6 de cada 10 consideran que los nuevos canales sociales han influido negativamente en los medios tradicionales

? El 74% considera que los medios online dentro de 5 años serán los líderes del panorama mediático español. ? En su opinión los aspectos que harán sobrevivir y definirán al periodista en la era 2.0 serán la credibilidad (39%) y el rigor informativo (

Madrid, 10 de noviembre de 2011 – En el marco de su 5º Aniversario, la agencia de comunicación AxiCom en colaboración con ANEI, Asociación Nacional de Empresas de Internet, ha desarrollado el estudio “El profesional de la información en la era 2.0” con el objetivo de analizar cómo han afectado las nuevas herramientas y canales sociales en el perfil profesional de periodistas y líderes de opinión.

Uno de cada cuatro afirma que ha tenido que comenzar a utilizar las redes sociales por obligación profesional y las principales conclusiones apuntan como, a pesar de que los profesionales de la información valoran positivamente la incursión de blogs (87%) y redes sociales (90%) en el panorama mediático, más de la mitad de los encuestados ha manifestado que el papel de las redes sociales está sobrevalorado – si bien el 65% de los profesionales que se definen blogueros, no están de acuerdo con esta afirmación.

Por otra parte, el estudio revela como un 62% de los profesionales de la información consideran que los nuevos canales de comunicación sociales han influido negativamente en los medios tradicionales; aunque en el caso de los blogueros, las opiniones se dividen por igual a favor y en contra.

Casi un 80% coincide en que las redes sociales han transformado el papel de los medios de comunicación.

El 45% estima que, con las redes sociales, se pierde el papel de la primicia.

No obstante también encuentran ventajas a la aparición de estas nuevas herramientas, principalmente

Aportan mayor inmediatez (90%)

Suponen nuevos canales de difusión (98%)

Son una vía de mayor alcance de la información (89%)

Suponen una buena forma de detectar corrientes informativas (89%).

El 58% de los profesionales de la información utiliza Twitter como fuente de información y también como altavoz para difundir sus artículos (62%).

El 55% declara como LinkedIn es su red social seleccionada para relacionarse con personas o empresas de su interés (55%).

Facebook lo mantienen para el entretenimiento (55%) o mantenerse en contacto con sus amistades (66%).

Google+, Tuenti, Xing, Hi5 o MySpace, a penas tienen presencia en la actividad de los encuestados.

En cuanto a los dispositivos más utilizados para este fin son el PC, tanto en el trabajo (84%) como en casa (83%), aunque los Smartphone van ganando enteros y ya se sitúan en el 50% los personales, y el 19% desde los del trabajo. Por su parte los Tablet poco a poco van ganando terreno y ya suponen un 28% (uso profesional junto con el personal).

En cuanto a sus previsiones, el 74% considera que los medios online dentro de 5 años serán los líderes del panorama mediático español. También en que los principales aspectos que harán sobrevivir y definirán al periodista en la era 2.0 serán la credibilidad (39%) y el rigor informativo (28%).

Perfil del profesional de la información en España

Tiene entre 30 y 50 años.

Se conecta a internet a diario.

Tiene un blog de carácter profesional.

Utiliza las redes sociales especialmente por interés personal tanto en casa como en el trabajo.

Las redes sociales que más utiliza son Twitter, Facebook y LinkedIn

Lleva activo en las redes sociales más de 2 años.

Utiliza las redes sociales habitualmente en el desarrollo de su trabajo.

Se conecta desde el PC y el móvil.

Sobre AxiCom

AxiCom es una de las 10 mayores agencias de comunicación especializadas en TIC y eCommerce de Europa. AxiCom ofrece consultoría estratégica e implementación de campañas de comunicación off line y on line a clientes de diferentes sectores y tamaños. Creada en noviembre de 1994, la sede central de AxiCom está en Londres y tiene oficinas propias en España, Alemania, Francia, Italia, Países Bajos, Suecia y EEUU. Para más información visite: www.axicom.com.

Sobre ANEI

La Asociación Nacional de Empresas de Internet (ANEI) es una asociación de carácter patronal fundada en 2001, miembro de la junta directiva de CEIM-CEOE, miembro de ICANN, con representaciones territoriales en Andalucía, Aragón, Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia y 500 empresas asociadas, cuyos objetivos estratégicos son el impulso de la Sociedad de la Información en general y de Internet en particular como vehículo de modernización del tejido empresarial español.

