

Periodistas enfrentan reto de innovarse para atraer más audiencias

La creadora de contenido y periodista Florencia Guerra compartió, durante el XXI EIP, las oportunidades que ofrecen las redes sociales para expandir los alcances del periodismo

Las formas de crear el periodismo deben orientarse a procesos que relaten **historias más profundas y mantengan una cercanía con las audiencias**, que en estos tiempos evitan las noticias, pero son ávidos buscadores de información para mantenerse al tanto de su entorno.

Es por eso que la fórmula del periodismo debe mantenerse en cercanía de las audiencias y la creatividad, expresó la periodista y creadora de contenido Florencia Guerra durante la charla **Contar distinto: el manual del nuevo nuevo periodismo** en la edición **XXI del Encuentro Internacional de Periodistas** que se realiza en la [Feria Internacional del Libro de Guadalajara \(FIL\)](#). [1]

Florencia Guerra es periodista, productora y creadora de contenido periodístico para redes sociales y compartió con estudiantes y profesionales del periodismo la urgencia de innovar en los lenguajes y formatos que se emplean para llegar a las personas.

“Siempre honremos nuestra herencia periodística pero animémonos a dar el salto, a mostrar algo diferente, algo que innove que conecte con las personas”, exhortó.

Dijo que aunque estos estilos de crear periodismo empleen herramientas modernas, no significa que dejen de lado principios básicos de la profesión como **la rigurosidad y verificación de datos, la responsabilidad social, la transparencia editorial, la ética profesional y la construcción de una narrativa sólida**.

Sin embargo, cuestionó mitos alrededor de esta profesión y recomendó evitar el lenguaje técnico, **emplear el uso de la primera persona en la narración, apostar por la estética en los trabajos periodísticos y reconocer la subjetividad del periodista**.

“Hice una encuesta con mi audiencia y les pregunté de qué manera les gusta estar informados y descubrí que **la gente evita las noticias como las *breaking news*, pero les gusta estar informados**, entonces podemos concluir que lo que la gente está rechazando son los lenguajes del periodismo”, enfatizó.

Para la periodista, la creación de una marca profesional es una alternativa para quienes se dedican a esa profesión al ser una oportunidad de diversificar los medios y alcance de los trabajos periodísticos elaborados.

“En un ecosistema precario para medios y periodistas, **la marca personal es una estrategia de supervivencia**. Te permite diversificar, no dependes de un solo empleo o de una plataforma, puedes hacer talleres, charlas, obras de periodismo performático, tratar de conectar más con tus audiencias”, dijo.

Consideró que **las y los periodistas tienen la oportunidad de aprender de creadores de contenidos en la forma de comunicar su trabajo y fortalecer su marca personal**, lo que significa una habilidad más en un entorno competitivo y ante un panorama de redes sociales que se mantiene en constante cambio.

“Un medio puede morir, un algoritmo puede cambiar, una red social puede cerrar... **pero tu presencia y tu nombre permanecen**. Tu proyecto debe tener identidad propia, pero debe de estar siempre vinculada a tu voz”, concluyó.

Atentamente

“Piensa y Trabaja”

“1925-2025. Un Siglo de Pensar y Trabajar”

Guadalajara, Jalisco, 4 de diciembre de 2025

Texto: Pablo Miranda Ramírez

Fotografía: Abraham Aréchiga

Etiquetas:

[Florencia Guerra](#) [2]

URL Fuente: <https://www.comsoc.udg.mx/noticia/periodistas-enfrentan-reto-de-innovarse-para-atraer-mas-audiencias>

Links

[1] <https://www.fil.com.mx/>

[2] <https://www.comsoc.udg.mx/etiquetas/florencia-guerra>