

Nuevo premio de investigación para el Doctor Fondevila

El Dr. Fondevila, premio de investigación de la prensa comarcal por un modelo empírico sobre la calidad del uso de las redes sociales en medios de comunicación

El Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón, profesor de la Escuela Universitaria Mediterrani (Universidad de Girona), Universidad Pompeu Fabra, Universidad Ramon Llull, Universitat Oberta de Catalunya (UOC), EAE-Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), Euncet-UPC, Cesine y otras universidades, y director del Centro de Estudios sobre el Cable (CECABLE), recibió en Riudoms (Tarragona) el 9º Premio de Investigación Universitaria Prensa Comarcal, organizado por la Asociación Catalana de la Prensa Comarcal (ACPC), la Xarxa Vives de Universidades y CaixaBank, por la investigación 'El uso de las redes sociales en los periódicos de la ACPC: fórmulas para conseguir impacto e ingresos'. "Las redes sociales son una gran oportunidad para las publicaciones de proximidad", afirmó Fondevila.

En la investigación, Fondevila crea un modelo para puntuar los criterios de calidad del uso de redes sociales por parte de los medios de comunicación. El algoritmo aúna popularidad, interactividad, viralidad, sentimiento y rentabilidad, lo que permite a cada publicación una autodiagnos y descubrir sus fortalezas y sus debilidades. "En el entorno de la Sociedad de la Banda Ancha, el cloud journalism y el social journalism commerce, establecer una métrica holística y a la vez objetiva es necesario para optimizar la creación y la divulgación de los contenidos", explica Fondevila. "No todo se reduce a retorno en dinero, sino en influencia y participación", añade el director del CECABLE, que remarca el valor del ROi (Return on influence) y el ROP (Return on Participation), junto al habitual ROI (Return on Investment).

Inspirado en indicadores de Murdough, Lovett, Bonsón y Ratkai y Barger y Labrecque, Fondevila creó un modelo que se aplicó cuantitativamente a una muestra estadística de publicaciones de la ACPC. El resultado es que el modelo de diagnosis de uso de redes sociales permite clasificar, mediante una puntuación final, los medios de comunicación, que la popularidad de los medios comarcales y locales catalanes es correcta, que la interactividad y la viralidad son mejorables, y que el sentimiento de los lectores hacia los medios comarcales y locales catalanes es positivo. La diferencia de uso de redes sociales entre publicaciones analógicas y digitales no es significativa. La presencia y la actuación de los medios de comunicación catalanes en redes sociales son especialmente mejorables en aquellos medios con menos periodicidad o con recursos más escasos.

En la parte cualitativa, de las entrevistas en profundidad se desprendieron diversas percepciones y deseos: la presencia en redes sociales es casi una obligación; hay que decidir a conciencia la cantidad de redes sociales en las que estar presentes, y si los contenidos deben colgarse de forma automatizada; hay que dialogar con los lectores; las comparticiones de contenido son un indicador de calidad, aunque remunerar ese factor es discutible; hay que monitorizar el sentimiento; hay que aunar contenidos con ingresos.

En el focus group, se observó una correlación entre la popularidad de una unidad de contenido y la probabilidad de acceder a ésta; se constató la necesidad de presencia en redes sociales, de objetivizar la popularidad y de aplicar el social journalism commerce; se asoció emoción a fidelización; se requirió más interacción con el lector (mediante encuestas o concursos); se asumió la necesidad de un moderador en la interacción; y se solicitó viralizar los contenidos atractivos, detectar correlaciones entre comentarios positivos y más resultados publicitarios y controlar las frecuencias en las publicaciones. También se planteó que recompensar a los periodistas según los resultados es controvertido, que hay que transformar el prestigio de aparecer en los medios en negocio, y que hay que aplicar la industria 4.0.

"Es motivo de gran satisfacción este reconocimiento. El modelo de investigación confiere objetividad al objeto de estudio analizado, sitúa a cada medio de comunicación en el entorno de redes sociales y ofrece pautas de mejora", afirma el terrassense Fondevila, Investigador Principal del Grupo de Investigación sobre Sistemas Innovadores de Monetización del Periodismo, Marketing y Turismo Digital (SIMPED) y del Grupo de Investigación sobre Periodismo y Marketing Digital y Banda Ancha.

El Premio de Investigación Universitaria está dirigido a docentes e investigadores de las Facultades de Ciencias de Comunicación del ámbito de los Países Catalanes. La convocatoria está destinada a abordar cualquier tema relacionado con la edición de prensa comarcal y local en papel y de pago, con el uso de Internet como prioridad, pero abierta también al periodismo de proximidad en general que se realiza en radios y televisiones locales, portales digitales de información general y a cualquier otra tecnología.

La Asociación Catalana de la Prensa Comarcal (ACPC) es una entidad sin ánimo de lucro que aglutina la práctica totalidad de empresas y entidades editoras de prensa comarcal y local de información general existentes en Cataluña, en formato papel o digital, escritas en catalán y con difusión de pago. Prensa Comarcal reúne periódicos impresos de difusión diaria, semanal, bisemanal, quincenal, mensual, bimestral y trimestral.

La Xarxa Vives es una institución sin ánimo de lucro que representa y coordina la acción conjunta de 22 universidades (Universidad Abat Oliba CEU, Universidad de Alicante, Universidad de Andorra, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Barcelona, Universidad CEU Cardenal Herrera, Universidad de Girona, Universidad de las Islas Baleares, Universidad Internacional de Cataluña, Universidad Jaume I, Universidad de Lleida, Universidad Miguel Hernández de Elche, Universidad Abierta de Cataluña, Universidad de Perpiñán Via Domitia, Universidad Politécnica de Cataluña, Universidad Politécnica de Valencia, Universidad Pompeu Fabra, Universidad Ramon Llull, Universidad Rovira y Virgili, Universidad de Sassari, Universidad de Valencia, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña) de cuatro Estados europeos (Andorra, España, Francia e Italia) en enseñanza superior, investigación y cultura.

Datos de contacto:

e-deon.net

Comunicación · Diseño · Marketing

931929647

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Educación](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Cataluña](#) [E-Commerce](#) [Premios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>