

La contribución de otras plataformas digitales diferentes a tu página web para difundir tu contenido periodístico

Armando Talamantes. Agosto 2019



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Sistema de Universidad Virtual

 UDG VIRTUAL®





Aprovechando al máximo el mundo

Publicar tu contenido periodístico en la plataforma web de tu medio es una condición *sine qua non* (tú y tu medio invirtieron tiempo, dinero y esfuerzo en ello) pero se puede pensar en compartir parte del trabajo con otra plataforma digital que ayude a difundirlo.



Es común que algunos medios digitales o plataformas online mencionen un trabajo periodístico, y pongan *backlinks* para que los lectores de ese medio puedan ir a la fuente original a ver/leer el material completo.



Podemos ofrecer una versión resumida de nuestra investigación para que aparezca otro sitio web, con una liga que lleve al artículo completo y en nuestro sitio.



¿Quiénes pueden estar interesados?

Identifica plataformas digitales que sean relevantes en el tema que estás trabajando.



Lo idóneo es que estas plataformas sean influyentes en el territorio geográfico que más te interesa (una ciudad, una región, un país).



Es recomendable ver la “afinidad” de estas plataformas con tu contenido: por ejemplo, un podcast que hable regularmente de nutrición y salud, puede estar interesado en difundir tu material si éste aborda temas como el etiquetado de los productos alimenticios o reglas sanitarias en los restaurantes.



Hay que identificar quién opera estas plataformas digitales y quién tiene capacidad de decisión, para plantearle la propuesta de compartir contenido o que puedan ayudarnos a difundir nuestra investigación.



Asimismo, es muy probable que estas plataformas digitales soliciten una correspondencia en el futuro, y que nuestro medio pueda estar en disposición de ayudarles a ellos a distribuir un contenido más adelante.



¿Cómo negociar y qué ofrecer?

Una vez identificadas las plataformas que nos interesan, podemos ofrecerles ciertos contenidos. Por ejemplo:

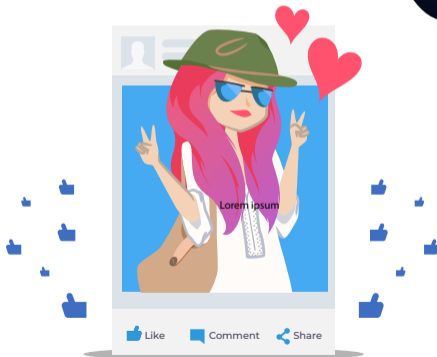
1. Nuestros periodistas pueden acudir a una transmisión de YouTube o Facebook Live para hablar de los hallazgos.



2. Podemos ofrecer una versión resumida de nuestra investigación para que aparezca otro sitio web, con una liga que lleve al artículo completo y en nuestro sitio.



3. A un *blogger* que sea altamente influyente podemos ofrecerle alguna fotografía inédita para que pueda compartirla en su blog y que hable de nuestro contenido periodístico.



4. Si hay un podcast relevante en el tema que estamos abordando, podemos ofrecerle un audio inédito o interesante para que puedan transmitirlo, o proponer que nuestros periodistas participen en uno de los programas para hablar de la investigación.

