

Conclusiones

Escribo estas conclusiones para mi último trabajo universitario a prácticamente seis meses de haber iniciado con su elaboración. Dentro de ese tiempo he comenzado a trabajar dentro del mismo medio que es el punto de análisis para esta tesina y es impresionante el cambio de percepción que tengo gracias a ya desarrollarme en la profesión.

Los de medios de comunicación pasan por uno de sus momentos más frágiles en su historia. Las elecciones presidenciales en Estados Unidos me parece que son un claro ejemplo de que hay una desconfianza en la manera en la que operamos y que, a pesar de que la Generación Y está en camino a ser el segmento poblacional dominante, no podemos ignorar las necesidades de las demás generaciones.

Desafortunadamente, hay un desconecte todavía entre realidad y lo que es reportado, por lo que es necesario continuar tratando de generar contenido que, encima de todo, sea veraz, pero que también llame la atención y genere un valor para los que lo leen.

Los medios digitales van evolucionando y dentro de su crecimiento ellos mismo van aprendiendo las reglas del juego. Como miembro de la Generación Y, mi percepción es que todavía ni nosotros los consumidores ni los que generan el contenido sabemos que es exactamente lo que queremos, cómo lo queremos y en qué momento (fuera del hecho de que es claro que todo esto tiene que estar dentro de una pantalla y, de preferencia, táctil; eso queda claro).

Los medios impresos de igual manera continúan con su evolución, pero todavía se quedan cortos en muchos sentidos. Personalmente, no creo que haya espacio y lugar para todos en el futuro cercano, pero los que sí vayan a permanecer, lo harán por una combinación de valor histórico, inversión, aceptación de marca pero, principalmente, una apertura a la innovación.