

Los medios de comunicación independientes en YouTube y el perfil de oradores en los canales de críticas



DR. SARPAN UZUNOĞLU & VERDA UYAR

n *araştırma*

En Turquía en los últimos años los medios de comunicación independientes han sido uno de los temas más controvertidos. Aunque todavía no se pueden comparar con sus contrapartes principales en términos de los números de alcance y el alcance de la cobertura de noticias debido a su acceso a fuentes de ingresos limitadas y las limitaciones políticas y económicas que enfrentan constantemente, constituyen un lugar significativo en la producción periodística actual en Turquía. Los modelos de ingresos utilizados, las orientaciones políticas y la legitimidad de las emisoras independientes han sido cuestionados como parte del control consolidado del gobierno sobre los medios de comunicación desde hace algún tiempo. Recientemente, las agencias de medios independientes han sido objeto de fuertes críticas y campañas de linchamiento con respecto a sus métodos de financiamiento, incluso fomentando la controversia política cuando las autoridades señalaron que la nueva regulación debería estar en camino.

Dado que nuestro objetivo es contribuir al campo de los estudios de medios comunicativos y al desarrollo de medios independientes en Turquía, quisimos ver este estudio como una contribución significativa a las discusiones sobre estas plataformas. Creemos que dejando de lado todas estas críticas, lo que distingue a estas agencias de medios independientes de las prácticas comunes radica en su capacidad de ser más inclusivas y también abiertas a las diferencias. Por esta razón, quisimos desarrollar nuestra investigación no sobre sus estructuras organizativas, sino más bien sobre sus esfuerzos hacia unos medios de comunicación más representativos, pluralistas y democráticos.

En este sentido, elegimos 8 agencias de noticias turcas y 2 periodistas turcos que afirman ser emisoras independientes de YouTube, y examinamos sus últimos 30 programas de noticias donde al menos un orador invitado estuvo presente, en términos del formato del programa, moderadores, perfil de los invitados, sus profesiones y los partidos políticos representados. Estos son nuestros principales hallazgos:

- En cuanto a los temas que se discuten con los oradores invitados, la política lidera seguida por el género, la cultura / arte y la salud.
- Entre las plataformas examinadas, los canales de YouTube de Cüneyt Özdemir y Nevşin Mengü, dos emisoras individuales mostraron un rendimiento notablemente más alto que los actores corporativos cuando se trata de una audiencia promedio.
- De los 403 oradores invitados vistos en 300 videos, 313 eran hombres, mientras que solo 90 eran mujeres. En los medios de comunicación independientes, los invitados masculinos son predominantemente preferidos.
- Dokuz8HABER y Daktilo1984. BizimTV, Bidebunuizle y Cüneyt Özdemir fueron los que menos puntuaron. Sin embargo, no se puede encontrar una correlación en este momento entre una mayor elección de invitadas femeninas y el género del moderador del programa o del propietario del canal.
- Entre los 58 políticos que fueron invitados como oradores al total de 300 programas, solo un político estaba afiliado al gobernante Partido de Justicia y Desarrollo. Los 57 invitados restantes eran de los partidos de la oposición. El Partido del Pueblo Republicano (CHP) y el Partido Democrático Popular (HDP) fueron los más representados.
- En nuestro análisis identificamos a huéspedes de 28 profesiones diferentes. Mientras los académicos se destacan como el grupo profesional preferido, periodistas, políticos, representantes de la sociedad civil y artistas también tuvieron un lugar considerable entre todos los oradores invitados.