

ESTUDIO CUALITATIVO Y LONGITUDINAL SOBRE EL USO PERIODÍSTICO DE TELEGRAM

Autor: Jon Sedano

Telegram se ha convertido en el competidor más directo de WhatsApp en Europa, aunque sus 400 millones de usuarios aún están lejos de los 2.000 millones de la aplicación de Facebook (abril de 2020). La app, creada en 2014 por Pavel Durov, se ha tratado de diferenciar de su rival mediante la mejora de seguridad (Ortega, 2019), el sistema de canales y los supergrupos que permiten la reunión de 200.000 usuarios.

Las aplicaciones de mensajería instantánea han superado en usuarios globales a las redes sociales tradicionales (Barot y Oren, 2015). En el caso de Telegram, los eventos relacionados con el Tsunami Democràtic, donde el canal del movimiento político se situó entre uno de los más multitudinarios del mundo, con 380.000 seguidores (La Vanguardia, 2019); el nacimiento del canal de Telegram del ministerio de Sanidad en plena crisis del COVID-19 (Ramírez, 2020), y la migración masiva a la app en España tras surgir el bulo de que WhatsApp censuraba contenidos (Sierra, 2020), han situado a la aplicación de mensajería instantánea de origen ruso en una opción a tener en cuenta dentro del mundo de la comunicación.

El presente estudio tiene como objetivo analizar la evolución de la app como herramienta de mensajería inmediata en los medios de comunicación, desde su origen hasta abril de 2020, coincidiendo con la crisis del coronavirus.

Para su desarrollo se ha optado por un análisis hemerográfico con el fin de establecer una evolución temporal de la aplicación a nivel periodístico, que se complementa con entrevistas en profundidad a community managers de medios de comunicación españoles donde el uso de Telegram ha alcanzado notable relevancia, un hecho que va en sintonía con estudios previos (Andueza y Pérez, 2014). Cabeceras como *El Periódico*, *Eldiario.es* y *Diario SUR* explican cómo hacen uso de esta herramienta y las estrategias que utilizan en sus rutinas diarias, donde su potencial ofrece numerosas opciones (Dodds, 2019).

Las pocas limitaciones que establece la app a la hora de enviar contenido multimedia ha motivado a que periodistas creen canales públicos para mantener informados a los usuarios, como ha ocurrido en Ucrania (Kalim, 2020). En España, tenemos ejemplos como el de *El Periódico*, que en unos meses, debido a la situación política de Cataluña, pasó a sumar miles de seguidores, hasta alcanzar los 5.000. Asimismo, el responsable de redes de *Eldiario.es*, Ander Oleden, disecciona los motivos que les llevaron a abandonar WhatsApp y a decantarse por Telegram como aplicación de mensajería diaria, donde ahora mismo son el medio español con más seguidores, superando la barrera de 35.000. Una cifra que se aleja de los 9.000 que tiene en la actualidad *El País*.