

DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx19.36-475>

Artículos

# LA RECONVERSIÓN DE LA PRODUCCIÓN INFORMATIVA: DE LO LINEAL A LO CONVERGENTE

## THE RECONVERSION OF NEWS PRODUCTION: FROM THE LINEAR TO THE CONVERGENT

**Mariana Chávez Castañeda**

Universidad Autónoma de Querétaro, México

 <https://orcid.org/0000-0002-9268-7393>

### Resumen

*La producción informativa en el ámbito del periodismo ha registrado una reconversión derivada de converger con medios digitales como parte de un proceso en que los medios tradicionales transitaron hacia la página web y las redes sociales. El objetivo de la investigación fue identificar qué transformaciones presenta el proceso de producción informativa por la convergencia periodística entendida como un proceso multidimensional complejo en donde se integran las redacciones de los medios tradicionales y los digitales, para lo cual se entrevistaron a 12 periodistas del estado de Querétaro en donde está radicado el estudio cualitativo. Se identificó que la producción informativa pasó de un proceso lineal a uno convergente, pero de forma paralela en donde participan a lo que se le denominó periodistas en campo y periodistas en lo digital que tienen que desempeñar actividades colaborativas coordinadas para presentar las noticias en los medios tradicionales que tienen página web y redes sociales. El conocer cómo desarrollan las y los periodistas su labor para producir la información permite identificar una dinámica de trabajo con la que construyen una realidad y generan conocimiento en un contexto de nuevas dinámicas de consumo, producción y distribución de contenidos.*

**Palabras clave:** producción informativa, periodismo, convergencia

### Abstract

*News production in the field of journalism has undergone a reconversion derived from converging with digital media as part of a process in which traditional media moved towards the website and social networks. The objective of the research was to identify what transformations the information production process presents due to journalistic convergence, understood as a complex multidimensional process in which the newsrooms of traditional and digital media are integrated, for which 12 journalists from the state of Querétaro where the qualitative study is located. It was identified that the news production went from a linear process to a convergent one, but in a parallel way where what was called Journalists in the field and Journalists in the digital participate, who have to carry out coordinated collaborative activities to present the news in the media. traditional ones that*

*have a website and social networks. Knowing how journalists carry out their work to produce information allows us to identify a work dynamic with which they build a reality and generate knowledge in a context of new dynamics of consumption, production, and distribution of content.*

**Keywords:** informative production, journalism, convergence

Recibido: 29/04/2022

Aceptado: 18/07/2022

### Introducción

El objetivo de la investigación fue identificar las reconversiones suscitadas en la producción informativa por la convergencia periodística, entendida como un proceso multidimensional que, facilitado por el uso de las tecnologías, afecta diversos ámbitos, como el tecnológico, empresarial, profesional y el periodístico al propiciar la integración de herramientas y métodos de trabajo que anteriormente estaban disgregados (Salaverría et al., 2010).

Entre las transformaciones detectadas está la modificación en el proceso de producción informativa al desempeñar las y los periodistas actividades paralelas para integrar contenidos a la página web que es con la que convergen los medios tradicionales.

Eso generó que las y los periodistas pasaran de desempeñar un proceso de producción informativa lineal a uno convergente con modificaciones en la rutina de trabajo.

Se precisa que en la tesis se utilizó el constructo convergencia periodística clasificada en:

convergencia profesional, económica, tecnológica y cultural a través de un estudio mixto. También se usó la categoría de producción informativa y la variable rutinas de trabajo, esta última se trabajó a través de un estudio cualitativo, de cuya parte se presentarán en este artículo algunos de los resultados.

### La producción informativa y la convergencia periodística: dos perspectivas teóricas

Para profundizar sobre la producción informativa y la convergencia periodística, dos conceptos inmersos en el estudio, se recurrió a dos teorías. Con la sociológica de la noticia, también conocida como *newsmaking*, se explicará el concepto de producción informativa que permitió reflejar que las y los periodistas utilizan varias etapas para elaborar las noticias.

Para poder explicar el concepto de convergencia periodística se recurrió a la teoría de la ecología de los medios en donde la tecnología es una línea transversal en todo el estudio, pues las innovaciones de las Tecnologías de la Información y

de la Comunicación (TIC) contribuyeron en la transformación en todo el quehacer de los medios de comunicación al estar interrelacionada con otras dimensiones.

Todo eso conlleva que la convergencia no sea algo lineal porque aparte de la tecnología, también está inmersa la profesión, la economía, la interacción, el aspecto cultural y todo el proceso comunicativo (Lévy, 2007) en que se encuentra la industria periodística. Por eso se considera que desde una perspectiva teórica no era posible explicar la complejidad del fenómeno estudiado.

### **La ecología de los medios y la convergencia**

El concepto de ecología de los medios se le adjudica a Neil Postman en una conferencia en el *National Council of Teachers of English* en 1968; aunque el mismo autor en algún momento señaló que MacLuhan había utilizado ese mismo término una década antes para referirse al estudio de los medios como ambientes (Scolari, 2015).

La palabra ecología, la utilizaba como una metáfora para señalar que los medios de comunicación forman un entorno o un ambiente sensorial en donde las personas se mueven como una especie más dentro de ese ecosistema (Scolari, 2015). Postman (2015) consideraba que existen dos tipos de ambiente: uno, es el natural compuesto por el aire, animales, ríos y árboles; el segundo, es el entorno en donde están los medios de comunicación que se compone del lenguaje, imágenes, y diversos símbolos.

Dentro de esos entornos está la tecnología que altera el sentido y las formas de percibir lo que ven. Por eso, McLuhan (1993) utilizaba la palabra galaxia o constelación para explicar todo el mosaico de formas por los que ha pasado una transformación al no ser esta un mero receptáculo pasivo de la gente, sino que son procesos activos que dan nueva forma tanto al hombre como a otras tecnologías.

Durante la interacción de los medios entre sí, uno afecta al otro. McLuhan (1996) ejemplificó que el telégrafo contiene la palabra impresa que, a su vez, tiene la escritura y esta contiene el discurso. Por lo tanto, ningún medio adquiere un significado por sí solo, sino es a través de la interacción constante con otros medios. Por eso advertía, en el marco de la expansión de la radio y la televisión, del nivel de influencia de los medios de comunicación en las audiencias. De ahí que acuñara su ya frase célebre “el medio es el mensaje”, pues se subestimaba los efectos de los medios en la escritura, expresión oral, la imprenta, la radio y la televisión.

Aparte de la interacción que tienen los medios de comunicación entre sí, la tecnología es visualizada como una extensión del hombre, como si se tratara de una parte que se integra al cuerpo de la que no se es consciente porque las personas se familiarizan con su uso porque les ayuda amplificar otros sentidos “y cuando sucede, el sistema nervioso central parece administrar un entumecimiento de protección al área afectada, aislándola y anestesiándola, de forma que ésta no se percata conscientemente de qué le está pasando” (Norden, 2015 p. 50).

Al ser el medio una extensión del cuerpo, el mensaje no solo contiene información, sino el medio en sí se convierte en el mensaje, dado “su poder para modificar el funcionamiento de las relaciones y las actividades humanas” (McLuhan, 1996, p. 39).

Entonces, la ecología de los medios es el estudio de los cambios o las transformaciones que han producido las tecnologías y los medios de comunicación en las sociedades a lo largo de la historia en un ambiente interrelacionado que proyecta diferentes efectos en un contexto determinado en donde los medios de comunicación, la tecnología y la audiencia son como especies dentro de un ecosistema que interactúan entre sí, se adaptan o se transforman.

Por eso el enfoque de la ecología de los medios discute esas complejas interacciones que existen entre varias fuerzas sociales, desde la económica hasta las culturales que de forma conjunta modelan a los medios y sus contenidos (Renó, 2015) y que se considera que en ese complejo ecosistema en donde están los medios de comunicación, está inmersa la convergencia entendida como:

*Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a*

*través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (Salaverría et al., 2010, p. 59).*

Entonces, la convergencia desde el periodismo conlleva que las y los periodistas se conviertan en profesionales multitareas al ser capaces de recopilar, procesar y transmitir contenidos para multiplataformas y para conglomerados mediáticos que se traduce a una estrategia de mercado para reducir costos y elevar los ingresos para las empresas periodísticas con efectos negativos en la actividad profesional, en la calidad de los contenidos y en la homogenización de la información que es como han estudiado el fenómeno Salaverría (2016), Meneses (2011), Alcántara (2015) y García-Avilés (2006).

A lo largo de la revisión teórica y la construcción del estado del arte, se detectó que la convergencia, entendida también como la concurrencia de dos o más cosas que llegan a un mismo punto, es sinónimo de integración de plataformas y de redacciones para procesar y transmitir información (Jenkins, 2008; Salaverría, 2010). Se ha estudiado desde el aspecto económico, empresarial, tecnológico, cultural y mediático porque converge con distintas dimensiones que impacta, transforma o adapta al interactuar distintos medios, plataformas y procesos entre sí.

Ante el auge de Internet, los medios de comunicación tradicionales no advirtieron su impacto al estar acostumbrados a un modelo de negocio en donde el que pagaba por los servicios informativos no eran los consumidores, sino el poder político y económico vía publicidad; sin embargo, la

audiencia obtuvo contenidos gratuitos a través de los buscadores y redes sociales

Eso generó que las empresas periodísticas modificaran sus procesos que desde la convergencia periodística y sus distintos niveles se analizan los cambios estructurales de las grandes corporaciones de medios para dominar la industria cultural y mediática al adquirir y fusionarse con distintas empresas identificadas como conglomerados. De esa forma, convergen con empresas que ofrecen distintos servicios de información y entretenimiento para expandir su mercado que provoca aumentar la productividad que impacta en la calidad informativa, en donde también los grandes medios ya no son los tradicionales, sino ahora están las plataformas como Google y Facebook que se han convertido en conglomerados con un alto poder de influencia en los ciudadanos por concentrar y conocer información que la misma audiencia le proporciona (Salaverría, 2019).

Por ejemplo, Alcántara (2015) reflejó la forma en que las empresas periodísticas peruanas *RPP Noticias* y *El Comercio* se adaptaron al cambio al integrar sus plataformas tradicionales con la web para multiplicar las posibilidades de informar y sortear la crisis económica por la que atraviesa el periodismo. Barrios (2016) se enfocó en la transmedialidad de la narrativa como una dimensión de la convergencia porque para la elaboración de un producto comunicativo en donde convergen texto, audio y video se extiende el mensaje en más de un medio de comunicación (multimedialidad) y en más de una plataforma (multiplataformas) digital.

Por lo anterior, la convergencia periodística es un proceso multidimensional al que recurren los medios periodísticos para organizar el proceso de producción informativa que no se puede visualizar desde una sola dimensión, porque en ese proceso está inmersa la tecnología, la economía, las empresas y lo cultural que interactúan entre sí, se adaptan o se transforman. Es un cambio que “anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos” (Jenkins 2008, p. 15) e interactuar no uno a uno, sino uno a muchos o muchos a muchos con opiniones o construcciones de nuevos contenidos, para lo cual, los medios tienen que presentar contenidos para las nuevas formas de consumo.

Las distintas clasificaciones que tiene la convergencia periodística se integraron al estudio como categorías: convergencia empresarial, convergencia tecnológica, convergencia cultural y convergencia profesional, esta última se traduce a la integración o a la colaboración entre redacciones para la organización de la producción informativa y lograr el flujo del contenido a través de medios tradicionales y digitales para llegar a la audiencia activa. Se precisa que, en el presente artículo, solo se abordará y se presentará los resultados de las categorías convergencia profesional y tecnológica que son parte del estudio cualitativo.

En la convergencia profesional está la esencia de la convergencia periodística, porque se visualiza el fenómeno de la integración de redacciones con impactos en la reconfiguración laboral del periodista al desempeñar una acelerada rutina en donde el factor tiempo se convirtió en el

recurso más codiciado de las empresas periodísticas para garantizar el consumo informativo como una estrategia de mercado, la cual se empezó a reconfigurar desde el año 2000 y continúa en constante evolución al ajustar los procesos de organización a las necesidades que plantea la tecnología, Internet y las audiencias (Salaverría, 2019).

De esa forma las y los periodistas se convierten en el profesional multitareas (Meneses, 2011) porque tienen que procesar la información en un formato escrito para prensa; audio para radio; video o imagen para televisión y para la página web. Es un nuevo perfil en el que integra múltiples habilidades para desarrollar varias actividades (García Avilés, 2006).

Para poder identificar esas reconversiones por la convergencia periodística, primero se tenía que comprender qué es y cómo desarrollan las y los periodistas el proceso de producción informativa, cuyo concepto se consideró que se tenía que estudiar desde la teoría del *Newsmaking*.

### **El *newsmaking* y la producción informativa**

A través del *Newsmaking* se estudia a los emisores de la información noticiosa, el proceso de socialización entre periodistas con sus fuentes de información y los procesos de manufactura que realizan para procesar las noticias (Hernández, 1997; Cervantes, 2005). También se visualiza cómo las y los periodistas y las empresas construyen la realidad social en las que están inmersas las creencias y los valores de los periodistas; los sistemas internos de reglas y los

modelos de organización para desempeñar las rutinas para la producción informativa; además de analizar las relaciones que tienen con los anunciantes y todos los factores internos inmersos en ese proceso (Cervantes, 1997).

Desde esta teoría, se considera que las noticias no son acontecimientos naturales que se presentan para ser recopilados *de facto* y transmitidos por las y los periodistas, sino que son el resultado de una construcción a partir de la observación de la realidad para transmitir un conocimiento (Cervantes, 2005).

A partir de esta teoría se analiza todo el proceso de producción informativa en varias etapas a través de rutinas que desempeñan las y los periodistas como parte de su labor. No existen métodos estandarizados porque cada medio periodístico determina sus propias formas de organización del trabajo a partir del tipo de audiencia a la que se dirige, la accesibilidad a las fuentes de información y la conveniencia del medio que, de acuerdo con Rodrigo (2005), esta última puede ser de tipo político e ideológico, además de los factores tecnocomunicativos que son los insumos tecnológicos que tiene cada empresa periodística.

La lógica para determinar las etapas de la producción informativa también tiene que ver con el sistema de mercado, ya que los medios de comunicación están interconectados a una economía global, pero también con los cambios tecnológicos y sociales (Rodrigo, 2005). Este mismo autor considera que las empresas periodísticas recurren a esquemas de organización para la producción informativa con el fin de incrementar la audiencia, la

publicidad y lograr objetivos no relacionados con el beneficio social de estar informados.

Para la investigación se determinó identificar cómo desarrollan las y los periodistas la producción informativa como un esquema de organización del trabajo para conocer cada una de las etapas que la integran y describir las reconversiones que presenta derivado de la convergencia periodística, pues de acuerdo con Hernández (1997) los medios de comunicación son organizaciones burocráticas en donde las y los periodistas desempeñan rutinas planificadas como un procedimiento establecido que permita la sistematización de la noticia.

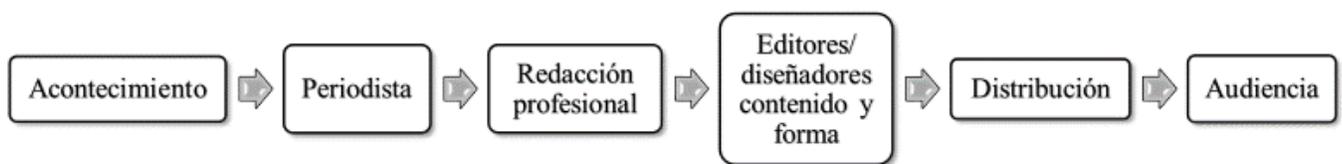
En México, Meneses (2010) identificó los cambios transformadores que enfrentan los medios mexicanos en la era de Internet al estudiar al conglomerado *Grupo Imagen*, conformado por

medios de comunicación y empresas con otros giros como hospitales, restaurantes y hoteles. Encontró que la convergencia no desplaza, solo transforma el ejercicio periodístico, en el que hay nuevos emisores como lo son las audiencias. También concluyó que la convergencia no sustituye el trabajo de los periodistas, sino que lo erosiona como mediador en la sociedad.

Meneses (2011) describió el proceso de producción informativa lineal continuo en cuatro fases: primero, el periodista recopila información sobre un acontecimiento noticioso; luego, redacta ese contenido para enviarlo a los editores que se encargarán de diseñar y dar forma a la información para poderlo plasmar en las páginas de los periódicos que luego serán distribuidos y le llegará a la audiencia como se muestra a continuación (*Figura 1*):

### Figura 1.

*Flujo lineal de la producción informativa*



Fuente: Meneses, 2011, pág. 31.

Las cuatro fases que mencionó Meneses (2011) estaban incompletos porque en las rutinas que desempeñan las y los periodistas para producir la información también se requiere de una planeación (Hernández, 1997) donde está inmerso el factor tiempo (Tuchman, 1997), en donde necesitan de fuentes de información con las que interactúan para

recopilar datos (Sigal, 1993) que luego procesan a través de una redacción profesionalizada, y que envían a los editores y diseñadores que se encargarán de dar forma a los contenidos, para finalmente distribuir el contenido informativo a través de los medios tradicionales (impreso, radio, y televisión).

Así que se visualizaron e integraron otras etapas que se considera que también están inmersas en el proceso de producción informativa lineal a partir de lo señalado por Rodrigo (2005), Hernández (1997), Sigal (1993), Cervantes (2005) y Meneses (2011) y que se tenía que especificar para poder identificar durante el trabajo de campo y describir qué y cómo se transformó en el contexto de la convergencia periodística, como se muestra a continuación.

1. **Acontecimiento.** Es el suceso o hecho noticioso al que el periodista le da cobertura
2. **Planeación de la información.** Se establecen plazos previsibles para la cobertura noticiosa.
3. **Fuentes de información.** Son las personas, documentos o instituciones legitimadas a las que recurren los periodistas para obtener información
4. **Recopilación de la información.** Se recoge el material noticioso que las y los periodistas llevarán a la redacción.
5. **Selección de la información.** Es la determinación tanto de la o el periodista como del jefe de información y de los editores sobre qué es lo relevante de la información en donde también está la jerarquización de la información que es una forma de seleccionar el material.
6. **Redacción profesional.**
7. **Edición y diseño de la información.** Es ordenar y dar una presentación a la noticia ya seleccionada para que pueda ser publicada.

#### 8. **Distribución.**

9. **Audiencia.** Que es a la que finalmente llega la información.

Lo anterior representa que las y los periodistas desarrollan una secuencia de actividades anticipadas y guiadas como un procedimiento establecido desde la empresa periodística para obtener la información que será convertida en noticia al desempeñar una rutina como parte del proceso de producción informativa.

### **Método**

Para saber cuántos y cuáles son los medios convergentes en el estado de Querétaro, así como el universo de periodistas que trabajan en los distintos medios de comunicación de esa entidad, se desarrollaron cuatro etapas de investigación exploratoria, que derivó en la integración de una base de datos con nombres de 176 periodistas, en los que se incluyó reporteros, jefes de información, fotoperiodistas y conductores de espacios informativos con la característica que hayan reportado, que laboraran en medios impresos, radio, televisión con páginas web durante junio de 2018 a junio de 2019, que fue el periodo del trabajo de campo. Se precisa que actualmente se continúa con el desarrollo de la investigación para profundizar en la variable participación de la audiencia que fue localizada durante el estudio inicial.

A través de una fórmula matemática, se obtuvo una muestra representativa de 80 periodistas para el estudio cuantitativo de cuyos resultados no se presentan en este artículo porque son derivados de la categoría convergencia empresarial, cultural y tecnológica (Chávez, 2020).

De esa muestra representativa, se seleccionó a 12 periodistas para entrevistar. Se acordó con ellos guardar en el anonimato su nombre y el medio para el que trabajaban. Para identificarlos en el presente artículo se utilizó el nombre de Periodista 1, Periodista 2, Periodista 3, Periodista 4, Periodista 5, Periodista 6, Periodista 7, Periodista 8, Periodista 9, Periodista 10, Periodista 11 y Periodista 12.

De los 12 entrevistados, tres eran editores web en el momento del desarrollo del trabajo de campo, y una persona, se desempeñaba como *freelance* para varios medios. También entre los entrevistados había un ingeniero en sistemas informáticos que se encargaba de la estrategia para presentar y viralizar los contenidos periodísticos en la página web del medio de comunicación en que trabajaba.

El estudio de tipo cualitativo fue para comprender y explorar el fenómeno desde la perspectiva de los participantes insertos en un contexto y ambiente natural para examinar la forma en que los sujetos estudiados perciben y viven los fenómenos sociales que les rodean en donde interpretan y dan distintos significados (Taylor & Bogdan, 1987).

Se recurrió a la técnica de entrevista en profundidad que son encuentros cara a cara entre los informantes y el investigador para comprender desde

la perspectiva que tienen los entrevistados respecto a su vida, o experiencias (Taylor & Bogdan, 1987).

El instrumento construido fue la guía de entrevista en el que se incluyeron preguntas basadas en la categoría convergencia profesional, convergencia tecnológica, convergencia cultural y función social del periodismo de la que se desprende las variables: producción informativa y la rutina; tecnología como herramientas de producción; audiencia como fuente de información y como colaboradores.

Los resultados que a continuación se presentan son exclusivamente de las variables producción informativa y rutina de trabajo. Para presentar lo expresado en las entrevistas por las y los periodistas seleccionados, se recurrió a la narración que se entiende como las expresiones verbales mediante las cuales una persona cuenta el relato de un suceso real, cotidiano, científico, ficticio o literario (Sánchez Lobato, 2006). Esa técnica tiene como característica que se establece una lógica secuencial para contar las vivencias en tiempo, lugar y contexto de los sujetos en el estudio sobre sus actividades profesionales que desempeñan y que permita explicar un fenómeno social desde su mirada como parte de un estudio científico relatado en primera o tercera persona por un narrador, en este caso, la investigadora.

Para realizar un análisis de lo narrado por las y los periodistas entrevistados e identificar las reconversiones de la producción informativa en el contexto de la convergencia periodística, se recurrió al proceso lineal de producción informativa que se mencionó en el apartado teórico, estos son, los

modelos de convergencia y de integración de redacciones identificadas por Appelgren (2004) y Salaverría et al. (2010) que se mencionan a continuación:

1. **Integración plena.** Es cuando la estructura de la producción multiplataforma está en un solo espacio de redacción, controlada a través de un sistema central de flujo de información.
2. **La colaboración entre redacción.** Los periodistas trabajan en espacios distintos, pero que están conectados vía coordinadores. La rutina es desempeñada en colaboración para generar el flujo informativo. La colaboración es para intercambiar los contenidos para las distintas plataformas o soportes.
3. **La coordinación de soportes aislados.** También las redacciones permanecen separadas, y la cooperación se da como un reto que depende de cada periodista porque la coordinación o la dirección del medio considera que la convergencia es sinónimo de calidad periodística, por lo tanto, no fomentan la integración.

Esos tres tipos de modelos se pueden presentar de forma separada, y tampoco quiere decir que las redacciones cumplan a cabalidad con alguna u otra de las características porque cada redacción determina su propia organización del trabajo. También entre las distintas clasificaciones de la convergencia profesional está:

1. **Convergencia en la producción.** Se trata de la cooperación entre redacciones de distintos medios, desde donde se observa la fusión de redacciones al compartir el mismo espacio entre medios tradicionales y digitales para producir contenidos, y utilizan el mismo personal para realizar labores separadas para entregar el mismo producto (Salaverría et al., 2010).
2. **Convergencia en la distribución.** Es el proceso que realiza la organización de medios para distribuir las noticias a través de distintas plataformas, cuyo aspecto también representa una transformación, no solo entre redacciones o soportes digitales, sino a través del uso de la tecnología con los nuevos sistemas informáticos como el diseño de aplicaciones para teléfonos móviles, o desde espacios virtuales en donde las y los periodistas son designados para estar detrás de una computadora observando y conociendo los contenidos existentes en la red, lo que conlleva a que el periodista se convierta en mero empacador de noticias (Salaverría et al., 2010).

Estas clasificaciones de integración de redacciones y convergencia profesional se utilizaron para poder identificar qué tipo está presente en el proceso de producción informativa en los medios queretanos a través de las rutinas que desempeñan las y los periodistas.

Se precisa que en el siguiente apartado de la presentación de los resultados se usa constantemente la clasificación de periodista en campo y periodista en digital. Son dos figuras que se construyeron para poder identificar su rutina, pues se detectó que también son parte de la reconversión de la producción informativa por la convergencia periodística.

### Hallazgos

#### **Redacciones convergentes: la nueva producción informativa**

El horario de inicio de la rutina que desempeñan las y los periodistas como parte de la producción informativa está en función de la cobertura de los acontecimientos noticiosos programados y conforme se presenten de manera súbita (algo inesperado). En ocasiones, se inicia desde antes que amanezca porque primero hay que leer y escuchar noticiarios previos.

Las cuatro de la mañana es un buen horario para despertar del Periodista 7 e iniciar el día al sintonizar las noticias en la radio y, conforme va saliendo el sol, cambiarle al noticiario televisivo para que a las ocho de la mañana salga de casa en dirección a la cobertura de la primera actividad de la fuente de información. No es muy distinta a la del Periodista 1 que suspira cuando empieza a relatar el inicio de la rutina. Lo que cambia es el horario porque al ser reportero de la sección policiaca, en teoría, empieza a las cuatro de la tarde, pero siempre es antes, en función de cómo se van presentando los

acontecimientos noticiosos. Oficialmente, su jornada laboral debe concluir a la media noche, pero por lo general se extiende “más allá”.

La rutina es desempeñada entre 12 a 15 horas diarias. La tecnología como herramienta para la producción informativa facilita la labor al Periodista 10 que no tiene que salir, principalmente si se trata de editar; pues si sucede algo en la madrugada, se despierta y se pone a trabajar con el teléfono celular, aunque “si con cosas un poco más elaboradas, sí tengo que editar algún video, agarro la *compu* y me conecto (a Internet)”. Así que el trabajo es en cualquier momento, desde cualquier lugar y todo el día.

Como parte de la rutina, la noticia se tiene que planear para construirla desde antes que suceda. Inicia desde la noche anterior o con varios días de anticipación a que se presente el acontecimiento. Primero, hay que revisar la agenda o los temas que se comentan entre la opinión pública a partir de lo que publican los distintos medios periodísticos, tanto tradicionales como digitales, porque derivado de ese flujo informativo surgen las propuestas y el contenido de la agenda de trabajo (Periodista, 1; Periodista 6; Periodista 7; Periodista 11).

La planeación de la noticia desde la noche anterior no es igual para los Periodistas en lo digital porque su rutina es distinta. Ellos buscan “atraer a un usuario para que dé *click*” (Periodista 5) en la información que recopiló el periodista en campo. Su rutina inicia en promedio a las siete de la mañana y concluye a las 20:00 horas. Aunque eso no quiere decir que suspendan las actividades a esa hora, porque continúan desempeñando actividades de

reporteo o de edición desde el lugar donde se encuentre que puede ser su domicilio particular, la calle o hasta en lugares de esparcimiento, debido que el teléfono celular como herramienta de producción se los permite. “Puedo iniciar a las 6 de la mañana y terminar a la 1 de la mañana; no puedo despegarme, tengo que estar al pendiente de lo que sucede en la web” (Periodista 4).

También tienen que estar al pendiente de las redes sociales e internet al monitorear “si el presidente tuitea algo” (Periodista 9), si alguien menciona sobre algún accidente automovilístico o hace alguna declaración que puede ser de interés noticioso para la página web. Eso representa que organicen su tiempo y determinen a qué eventos le dan cobertura de forma presencial, y qué lo reportean vía telefónica o virtual a través del uso de alguna plataforma, red social o aplicación móvil de mensajería instantánea, como WhatsApp.

Después de acudir a reportear en campo al obtener datos o realizar entrevistas a las fuentes de información, a las 12 del día hay que mandar los avances (el titular de la noticia o breve resumen sobre en qué consiste la noticia) al jefe de información del espacio noticioso de radio para que este jerarquice y construya un guion en el que se basarán para determinar en qué momento el periodista tiene que transmitir en vivo de la segunda emisión radial la noticia que ya fue considerada por un avance previo. Son tres párrafos en donde indica de forma sintetizada de qué trata el suceso noticioso (Periodista 3).

Ese avance al mismo tiempo sirve para que el jefe de información o la persona que está en el

espacio físico de la redacción lo traslade a la página web y a las redes sociales. Ese texto breve también le sirve al jefe de información para que empiece a tener “una idea” (Periodista 6) de los sucesos noticiosos que también contemplará para que sea publicado en la edición del periódico impreso. A la par de redactar la nota de forma breve para transmitirla en vivo en el noticiario radiofónico, se tiene que usar esa misma redacción, pero con agregados para extender entre mil 500 a dos mil 500 caracteres el texto para que a las 16 :00 horas sea enviado a los editores y diseñadores para que trabajen con ese material que será publicado en la edición impresa. Ese mismo contenido, pero preparado inicialmente para el espacio de radio, es grabado en audio por la noche para que a la siete de la mañana del día siguiente sea transmitido en la primera emisión del mismo noticiario radiofónico (Periodista 3).

Para la edición impresa, los periodistas en campo tienen que enviar de cuatro a cinco avances de su cuota de notas entre las 12:00 y 13:30 horas para que el jefe de información jerarquice la información acorde a la importancia y a la agenda mediática (los temas que están en la opinión pública). Posteriormente, los periodistas bajo su propio criterio tienen que seleccionar el avance (la información) para agregar tres párrafos más y enviar ese contenido a la página web, para lo cual, el periodista en lo digital lo recibe y lo “sube” a la página (Periodista 3, Periodista 11).

Esa misma nota que fue enviada para la web en una versión corta, es grabada por el periodista en audio en su teléfono celular y editada por él mismo para enviar al filo de las 13:00 horas el archivo de

audio al medio, pero el que está ubicado en la Ciudad de México para que sea transmitido en la estación de radio que es parte de la cadena de estaciones del conglomerado. El texto escrito que se desprendió del avance más importante de entre toda la cuota y que fue extendido con tres párrafos más para la página web, también es enviado al medio nacional del conglomerado para que este, a su vez, lo suba a la página web de la edición impresa del medio nacional y el archivo de audio para la estación de radio.

El periodista que grabó la misma nota que fue enviada para la web del periódico local, la web del periódico nacional y la estación de radio, también la graba para televisión (si es que se requiere) al filo de las 13:30 horas. La realización también es a través del teléfono celular del periodista bajo la modalidad de *selfie*, es decir, el mismo periodista funge como camarógrafo al ubicar en un punto el teléfono celular o usar trípode para pararse frente a la cámara y comentar la misma nota de cuatro párrafos que fue preparada y enviada a la página web y grabada en archivo de audio para la estación de radio. “Era una cosa muy extraña” relató el Periodista 3 porque para televisión se requiere de mayor producción.

El mismo texto redactado para radio es enviado para la edición impresa del periódico como una forma de simplificar el trabajo. Ese trabajo tiene que estar listo entre las 15:30 y 16:00 horas. La clave es redactar las notas para el periódico de la forma en que serán transmitidas por radio para solo leer (Periodista 3). Si surge algún acontecimiento no previsto, salen a reportear y si no hay quien los traslade, ellos manejan. Eso representa que “Yo soy reportero, soy fotógrafo, soy editor y soy chofer” (Periodista 1).

La rutina para la producción informativa cambia durante el día en función del tipo de acontecimiento, la hora en que se presente y el tipo de fuente al que se esté asignado para la cobertura periodística. La noticia policiaca es transmitida en vivo a través de Facebook Live. Eso se determina dependiendo del “impacto de lo que se está viendo” (Periodista 6). Cuando el acontecimiento ocurre posterior a la hora del cierre de la edición impresa que en promedio es entre las 22:00 horas a la 01:00 de la madrugada. La cobertura no se detiene porque la información es transmitida en la página web, además que se debe preparar el texto redactado para la edición impresa del día posterior. El criterio es que debe ser información de gran relieve.

Cuando el medio de comunicación conglomerado tiene periódico y página web, no así radio o televisión, el periodista realiza una rutina similar al enviar un avance para que el jefe de información jerarquice el contenido y determine qué espacio y extensión ocupará en la edición impresa. Ese mismo avance con un agregado es utilizado como noticia para la página web y redes sociales.

### **La producción informativa para la página web y redes sociales**

El periodista en lo digital y el periodista en campo realizan actividades similares de reporte al recopilar, procesar y transmitir la información. La diferencia es que ese reporte no es en un espacio físico, sino que se hace desde la red virtual. Al mismo tiempo, redactan noticias que tienen que potencializar para lo cual realizan mediciones e

interpretaciones de las métricas que arrojan las herramientas para saber el posicionamiento que tiene la noticia y la empresa periodística, además de saber qué tema y contenido le interesa a la audiencia.

Al igual que el periodista en campo, la rutina es todo el día con horarios específicos. Se inicia a las 07:00 horas con el trasvase de la portada del periódico impreso y cada nota contenida en la edición impresa es trasladada a la página web. Es una especie de medio “espejo” (Periodista 8). Por una cuestión de estrategia, algunas empresas periodísticas realizan esa actividad a primera hora para que la audiencia a la que le pueda interesar algo del contenido compre la edición en papel, pero no todos están de acuerdo. Después de las 11 de la mañana también puede ser una buena hora porque si es antes, los lectores lo pueden ver en la web y no tendrá la necesidad de comprar el contenido en papel (Periodista 10).

El trasvase de la edición impresa, incluida la portada y las notas principales, también es en las redes sociales de Facebook y Twitter como estrategia para que las audiencias identifiquen desde temprana hora las noticias del día que están publicadas en el periódico impreso. Posteriormente, se inicia el proceso de programación para que cada noticia de la edición impresa se publique en la página web de forma escalonada a lo largo del día (Periodista 8).

La programación es a través del uso de plataformas en donde se comparten las notas de la edición impresa con un agregado que es relacionar esa noticia con otras del mismo tema o de seguimiento informativo que se suscitaron en fechas anteriores que son de archivo que sirven de contexto para que la audiencia comprenda el tema, y también

se interese en leer otros contenidos que está publicando el medio periodístico (Periodista 8).

También como parte de esa labor al texto se le agrega “negritas” a determinadas frases para resaltar el contenido y la audiencia pueda diferenciar esas palabras o frases del resto de la redacción de la noticia porque en la edición para la página web no hay uniformidad que sí existe de forma visual con la separación de líneas en la arquitectura del diseño de la edición impresa (Periodista 8). Con esa estrategia se le induce al lector a dar *clic* sobre la noticia resaltada en la edición digital. También el uso de negrita es para realizar enlaces dentro del texto a través del hipertexto (Periodista 5).

En algunos casos, el trasvase de las notas publicadas en la edición impresa hacia la página web es programado desde la tarde anterior y desde antes que sea publicada en la edición impresa como una forma de organización y optimizar el tiempo. El editor le indica al periodista en lo digital qué noticia programa para que sea publicada en página web en determinado día y horario. La programación también es realizada para que la difusión del contenido sea en redes sociales de forma simultánea o diferido (Periodista 11).

Posterior al trasvase que realiza el periodista en lo digital a través de plataformas específicas como primera etapa de la producción informativa, sigue la segunda etapa que son las actualizaciones. Se trata de alimentar la página web con nueva información que surge de los avances que envían los periodistas en campo y con noticias que surgen del monitoreo de la red virtual al estar pendiente de las alertas que también son programadas para que indique que hay

un tema o noticia de interés. En promedio, son trasladadas a la página web hasta 80 notas al día (Periodista 10). Si antes a un acontecimiento noticioso se le daba cobertura exclusivamente para la edición impresa “eso ya no, nos funciona. Tenemos que luchar por la actualidad y ser un medio que te dé noticias al tanto” (Periodista 4).

Las actualizaciones de la página web también se realizan con las notas del día que no fueron publicadas en la edición impresa por falta de espacio, pero son notas ya redactadas y que no pierden vigencia. También esas actualizaciones se hacen con las informaciones que están circulando en la red virtual y que son compartidas o subidas a través de videos, tuits o transmisiones en vivo por las distintas fuentes de información gubernamentales, empresariales y de distintos ámbitos.

Como parte de la rutina, el periodista en lo digital también tiene que actualizar la página web con información nacional o internacional, mientras que a la par programa las publicaciones de todos los temas que serán distribuidas en redes digitales a lo largo de todo el día, incluyendo la madrugada, para que las audiencias de forma constante y en todo momento cuenten con información y consuman el contenido informativo del periódico a través de la página web (Periodista 8). A la par de la actualización, generan textos cortos o videonotas, aunque la mayoría de las ocasiones van retomando información “de algún otro portal, de alguna cuenta de Twitter, de algún tuit” (Periodista 10) de notas nacionales o de temas que se viralizaron y recuperan los videos que ya circulan y de los que desarrollan pequeños textos para compartir en las redes sociales.

Para esa actividad en el área de la página web hay una persona que desempeña la función de curadora de la información o la desempeña el mismo redactor, editor o estratega web (periodista en lo digital). Su función es identificar los contenidos viralizados, retomarlos y rehacer la redacción. En ocasiones, buscan otros datos para completar ese contenido y publicarlo como propio (Periodista 8). Toda esa labor se concluye en promedio a las tres de la tarde para luego dedicarse a monitorear el flujo informativo que circula en la red virtual y las cuentas de las redes sociales de las fuentes de información como lo son: desde el Presidente de la República, gobernadores, presidentes municipales, hasta regidores, porque algún tuit o expresión que ellos compartan se puede convertir en noticia (Periodista 10).

La rutina del periodista en lo digital refleja que es la edición impresa la que alimenta a la página web con los contenidos informativos y, a lo largo del día, la van actualizando con otras informaciones de diversos temas que van surgiendo en la red virtual que tiene vida propia; sin embargo, también sucede a la inversa, pues hay un acontecer en la red virtual donde participan fuentes de información tales como ciudadanos que fueron testigos de algún suceso y audiencia que comenta, comparte y produce algún contenido que al ser de relevancia se convierte en noticia que no solo es publicada en la página web, sino que también es trasladada a la edición impresa. Cada vez es más común que lo viralizado en la red virtual sea noticia para la edición impresa en donde se señala que la fuente es una red social (Periodista 10).

El periodista en lo digital trabaja en el mismo espacio de la redacción para la edición impresa. Cuenta con varias pantallas desde donde monitorea noticias de distintos medios periodísticos y donde también observa las métricas, es decir, las estadísticas y tendencias que arrojan las herramientas digitales sobre el consumo de la página web y redes sociales como parte de una estrategia para determinar qué temas le interesan a la audiencia y generar información para captar su atención y que consuma información del medio periodístico (Periodista 5; Periodista 11).

### Discusión

Lo narrado por los entrevistados coincide con lo que señalan Hernández (1997), Rodrigo (2005) y Meneses (2011), que las noticias son el resultado de una rutina de trabajo para la producción informativa en donde está la planeación del acontecimiento. Lo realizan en distintas etapas.

Desde la perspectiva teórica del *newsmaking*, se ha visualizado que las empresas periodísticas siguen un proceso de planeación lineal para la producción informativa cuyo fin es poder organizar y presentar todo el contenido en los medios tradicionales: periódico, radio y televisión. Para ello, requiere de periodistas profesionales que produzcan información todos los días.

Ese proceso lineal todavía es desempeñado por el periodista en campo al realizar una rutina diaria basada en una planeación para poder

programar y determinar a qué acontecimiento noticioso le daría cobertura, así como a qué fuentes de información consultar para recolectar los datos que posteriormente convertirá en noticia a través de una redacción especializada y que luego pasará a los editores y diseñadores para que finalmente se distribuya a la audiencia.

Sin embargo, esa etapa lineal se convierte en convergente al desempeñar una rutina con actividades paralelas para producir la misma información que será trasladada a la página web y redes sociales a través de una colaboración entre redacciones en donde participa el periodista en campo que, a su vez, tiene que considerar la producción informativa de un mismo contenido para los medios tradicionales a la par de la producción para los medios digitales y, aunque continúa desarrollándose por etapas, se tiene que incluir entre estas el flujo continuo que circula en la red virtual.

Todas estas actividades desempeñadas como parte de la rutina reflejan que redactores, editores, estrategias y periodistas en lo digital enfocados al reporteo virtual también son multitareas y multiplataformas, además que se trabaja con multipantallas para poder converger con las labores que desempeñan las y los periodistas en campo.

Se detectó que el ser multitareas no es exclusivamente desempeñar varias y distintas labores para la producción informativa para la página web, sino que se converge con tareas que también son propias de la edición impresa. Por ejemplo, un periodista en campo por la mañana funge la función de monitorear la red virtual para recolectar y construir noticias para la página web; mientras que,

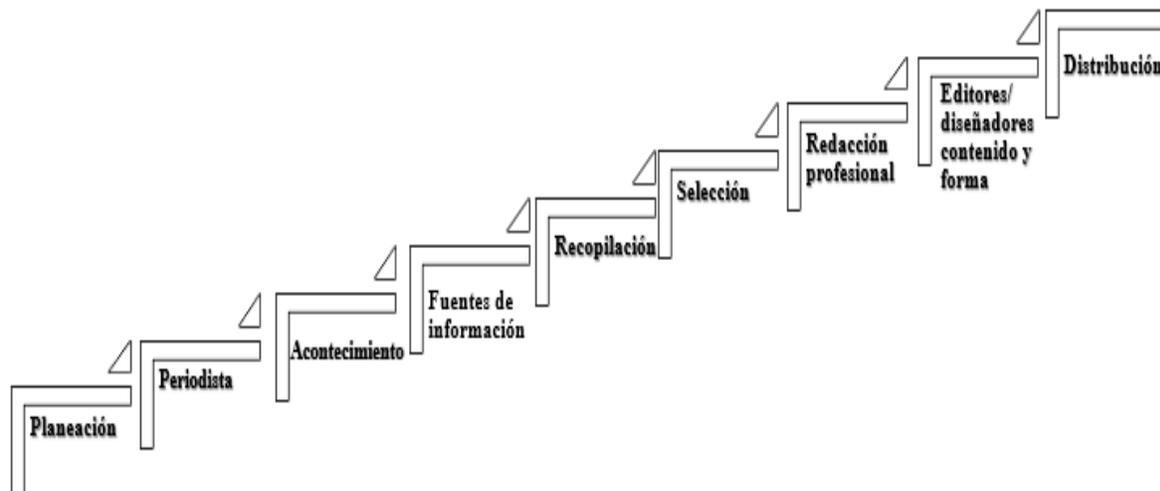
por la noche, se convierte en editor de la edición impresa (Periodista 10).

La actividad del periodista en lo digital va más allá de recolectar datos, monitorear la red virtual y construir noticias para la página web. También debe trabajar de la mano con el estratega (Periodista 5) para potencializar (viralizar) la información que se produce y se pueda monetizar la atención de la audiencia.

Como se mencionó en el apartado teórico, la producción informativa lineal inicia con la planeación para la cobertura de un acontecimiento al que acude el periodista en campo, quien contacta a fuentes de información para recopilar los datos que posteriormente selecciona para redactar la información que luego envía para que editores y diseñadores le den forma al contenido y lo distribuyan como se presenta en la *Figura 2*.

## Figura 2.

*Flujo lineal de la producción informativa en medios tradicionales*



Fuente: elaboración propia basado en: Rodrigo (2005), Sigal (1993), Hernández (1997), Meneses (2010)

Ese proceso lineal que continúan desarrollando las y los periodistas converge al desarrollar una rutina para producir la información para la página web y redes sociales que también inicia al recibir el periodista en campo desde una noche antes de que suceda el acontecimiento en un espacio físico; una agenda de trabajo en donde está señalada la hora y la actividad que le dará cobertura profesional, la cual, se mezcla con las actividades que surgen de forma súbita (sin

planeación) para recolectar los datos tanto en espacios físicos como virtuales (redes sociales e internet) con herramientas que facilita la tecnología como: teléfono celular, aplicaciones y multiplataformas. Posteriormente, con el apoyo de esas mismas herramientas, realiza una redacción especializada a la par que edita videos o fotografías, diseña el guion del video o efectúa transmisiones en vivo.

Al concluir la etapa de redacción profesional, envía la información al área de edición para el diseño en medios tradicionales a la par que los periodistas en lo digital (redactores, editores y estrategias web) realizan lo conducente para “subir” el contenido a la plataforma digital del medio para que llegue a la audiencia. A su vez, trabajan en el trasvase de la edición impresa y en la continua actualización de la página web al monitorear la red virtual para identificar qué se viraliza y qué es de interés noticioso entre todo lo que comentan, comparten y producen las fuentes de información que también están presentes en el espacio virtual.

El periodista en lo digital también está reportando desde su laptop, computadora fija, o teléfono celular o entre todas las multipantallas al monitorear lo que comentan o publican los usuarios de la red virtual y ese contenido es “tomado” y convertido en noticia como parte de un proceso de curaduría de la información.

La producción informativa para medios tradicionales tiene tiempos establecidos para el desarrollo de todas las etapas, principalmente el horario de cierre por el uso de la imprenta. En el caso de los noticiarios de radio y televisión es acorde con los horarios de transmisión. Eso también se erosionó en la producción informativa lineal porque los acontecimientos desde la red virtual no se detienen al no tener horarios de transmisión, aunque se han generado horarios de consumo de forma similar como ha sucedido con los medios tradicionales.

Como parte del trabajo de campo durante la investigación, se detectó que algunos de los periodistas observaron que sus notas se consumen

entre las 08:00 y 09:00 de la mañana y posterior a las 20:00 horas. El indicativo es que algunas fuentes de información inmersas en la información publicada en redes sociales comentan o comparten la noticia que leyeron en ese horario. La inferencia del horario de consumo de noticias es porque coincide con el inicio y conclusión de la jornada laboral de los usuarios de la red virtual (Periodista 12).

Así que la reconversión de la producción informativa en el contexto de la convergencia periodística consiste en que el periodista en campo y en lo digital desempeñe la rutina para la producción informativa de forma paralela en colaboración para que el mismo contenido sea construido a través del uso de la tecnología como herramienta de trabajo y distribuido tanto en medios tradicionales y digitales como se muestra en la *Figura 3*.

A partir de la investigación realizada, se puede afirmar que el trabajo de las y los periodistas en el contexto de la convergencia periodística se divide en:

1. **Periodista en campo.** Tiene como funciones buscar, recopilar y procesar los datos que convertirá en noticia a través de una redacción especializada para alimentar a los medios tradicionales (periódico, radio o televisión), cuyo proceso es a través del reporte en el esquema tradicional. Puede realizar labores de forma indistinta de periodista de campo o periodista en lo digital.
2. **Periodista en lo digital.** Tiene como función el reporte virtual para alimentar a la página web y redes sociales, cuya actividad

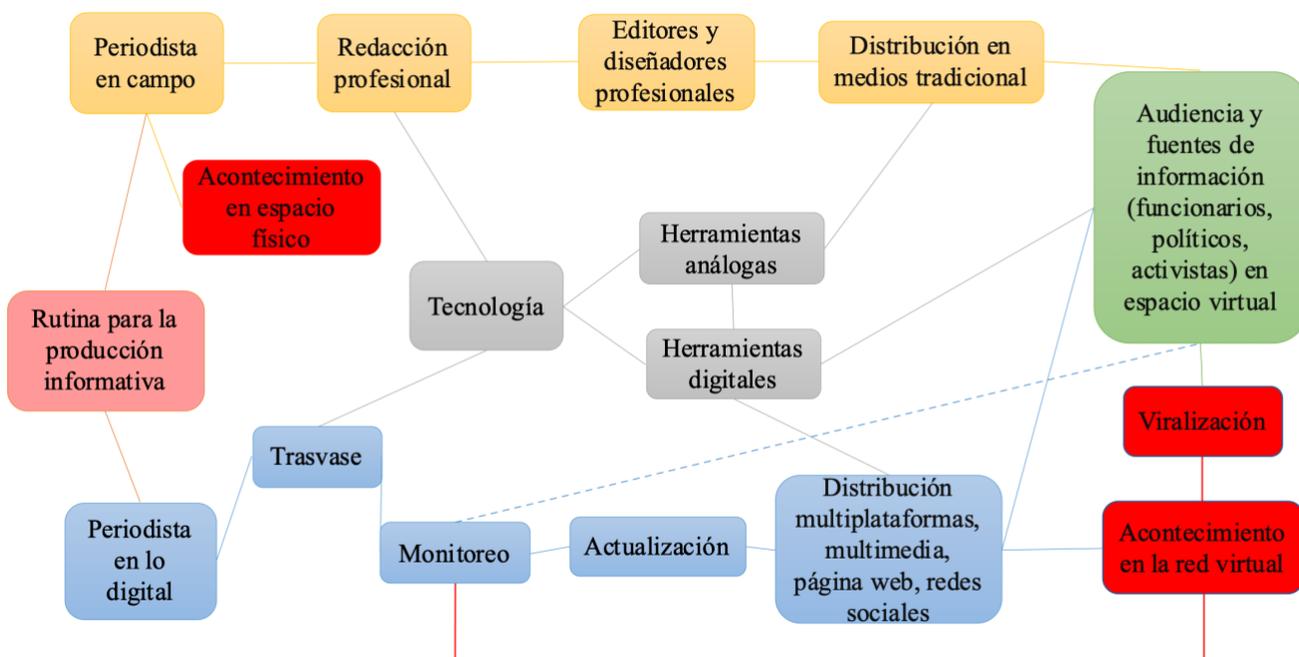
la realiza desde una computadora de escritorio, laptop, tablet o teléfono celular sin necesidad de acudir al espacio físico donde se desarrolló el hecho noticioso. También puede desempeñar de forma indistinta labores de periodista en campo y en lo digital. Este tipo de periodista puede desempeñar actividades de redactor, editor o estrategia web o curador de la información.

El desempeño de sus actividades es en el mismo espacio físico de una sala de redacción con una tendencia cada vez menos presencial. Los periodistas en campo pueden llegar a redactar la información que

buscaron y recopilaron a través de sus fuentes de información para que sea publicada en la edición impresa, pero no está obligado a llegar porque esa labor la puede desempeñar desde cualquier lugar en donde se encuentra debido a que la tecnología como herramienta de trabajo se lo permite. De forma similar, el periodista en lo digital puede o no llegar a la sala de redacción para desempeñar su trabajo, aunque depende de la directriz que imponga las autoridades de la compañía para la que trabaja, porque no existe una postura homogénea, principalmente para el que se desempeña como editor web que debe trabajar de forma coordinada con el jefe de información.

**Figura 3.**

*Etapas de la producción informativa convergente*



Acorde con los tres modelos de redacciones (integración plena, colaboración entre redacciones y coordinación de soportes aislados) y los tipos de convergencia profesional (convergencia de contenidos y de colaboración) (Salaverría et al., 2010), se detectó que en los medios periodísticos de Querétaro se presenta la colaboración entre la redacción tradicional y para la página web porque las y los periodistas desempeñan la rutina desde áreas y espacios diferentes, pero están organizados y coordinados de forma paralela para la producción informativa, a través de una o varias jefaturas para producir la misma noticia que será presentada y distribuida en multimedios y multiplataformas.

Bajo ese esquema de colaboración entre redacciones, el periodista debe pensar y procesar la información para que ese mismo contenido pueda ser presentado tanto en la edición impresa, radio, televisión (video) y para la página web. Es lo que hace un periodista convergente, pero al mismo tiempo un periodista multimedia y multitarea, para lo cual debe tener conocimientos de redacción, géneros periodísticos, especialización en temas diversos, manejo de herramientas digitales, de aplicaciones y plataformas, en lectura e interpretación de las métricas informáticas y habilidad de ubicuidad para estar monitoreando desde la red virtual distintos temas noticiosos, fuentes de información y audiencia colaboradora al mismo tiempo que convergen con la cobertura informativa en el espacio físico.

La forma en que las y los periodistas desempeñan la rutina para la producción informativa en los medios digitales son parte de las tres fases en las que ha evolucionado el periódico en la página

web (Canavilhas, 2007). La primera, es el trasvase que realizan de la portada de la edición impresa a la página web. La segunda, cuando empiezan a subir a la página web las noticias jerarquizadas de la edición impresa. La tercera, cuando actualizan las informaciones en la página web, para lo cual, los periodistas digitales están monitoreando todo lo que acontece en el espacio virtual.

Para esta autora, esas fases están presentes de forma continua a lo largo de la rutina que desempeña el periodista en lo digital como parte de la producción informativa, pero ahora para la página web, porque también tienen espacios que llenar, con la diferencia que para las ediciones impresas era pensado en los espacios en papel y, ahora para la web, es en función del tiempo donde tienen que presentar contenidos cada minuto u hora.

Entonces, la convergencia periodística ha generado que las y los periodistas en Querétaro modificaran su rutina para la producción informativa donde no hay una integración plena de redacciones, pero colaborativa entre sí para presentar los contenidos informativos de forma paralela tanto para medios tradicionales que convergen a su vez con la página web y redes sociales.

Eso es parte de la reconversión de la producción informativa, que a la par que desempeñan una rutina lineal, converge para recopilar datos del espacio virtual para distribuir el contenido informativo tanto en los medios tradicionales como en la página web y redes sociales con impactos en el perfil profesional de las y los periodistas, como en los contenidos que presentan.

## Conclusiones

Se considera que el principal aporte que se brinda con esta investigación es la necesidad de visualizar cómo desarrollan las y los periodistas la producción informativa para observar que, derivado de esa dinámica, tendrá efectos que impactarán en la generación de conocimiento de la audiencia y que, derivado de las nuevas dinámicas de consumo, producción y distribución de contenidos en donde también participa la audiencia, se están gestando nuevas formas de informar a los ciudadanos con impactos en la construcción de opinión pública.

Entre las nuevas dinámicas de producción informativa derivado de la convergencia periodística, las páginas web también quedarán como una fuente de transvase para trasladar los contenidos a las redes sociales o solo para ubicar el contenido a través de un vínculo o hipertexto como está sucediendo con la edición impresa que es utilizada para trasladar el

contenido a la página web, lo que podría ser materia para un próximo estudio.

Las nuevas dinámicas de producción informativa convergente también llevan a reflexionar sobre la irrupción de la audiencia como fuente, colaboradora y creadora de información que, a su vez, lleva a cuestionar quién influye en la construcción de la opinión pública: ¿los periodistas profesionales o los usuarios de las redes sociales?; además de estudiar el nivel de participación que pueda tener en el proceso de la producción informativa que podrá ser motivo de otras líneas y objetos de estudio.

En los resultados del estudio no se entró al análisis de los medios nativos digitales, sino exclusivamente de los medios tradicionales que convergen con la página web y redes sociales, pero que, sin duda, también tendrá que ser motivo de investigaciones a través de otras líneas y objetos de estudio.

## Referencias bibliográficas

- Alcántara Castro, C.E (2015) *Redacciones integradas: proceso de convergencia periodística en RPP Noticias y El Comercio*. [Master thesis, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Obtenido de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/4510>
- Appelgren, E. (2004). Convergence and divergence in media: different perspectives. *In Building Digital Bridges: Linking Cultures, Commerce and Science: Proceedings of the 8th International Conference on Electronic Publishing*, 237-248. Brazil: Universidade de Brasília. Obtenido de <https://elpub.architexturez.net/documents/series/ELPUB2004>
- Barrios Rubio, A. (2016): Narrativa periodística en la convergencia de medios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 163-176. DOI: [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2016.v22.n1.52587](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2016.v22.n1.52587)
- Canavilhas, J. (2007). *Webnoticia. Propuesta de modelo periodístico para la WWW*. LabCom.

- Cervantes, C. (2005). El estudio de los productores de noticias: desarrollo internacional y avances de investigación en México. En J. C. Lozano Rendón, *La comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos* (pp. 91-125). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de Comunicación, A.C.
- Cervantes, C. (1997). Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. En M. E. Hernández Ramírez, *Sociología del periodismo. Análisis sociológico de la producción de las noticias* (pp. 113-161). Universidad de Guadalajara.
- Chávez, M. (2020) *El impacto de la convergencia periodística en la producción informativa en Querétaro*. [Doctoral tesis. Universidad Anáhuac México-Norte).
- ENDUTIH (2021) Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares. INEGI. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/>
- García Avilés, J. A. (2006). Desmitificando la convergencia periodística. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, (94), 34-39. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011409007>
- Hernández Ramírez, M. E. (1997) *Sociología del periodismo. Análisis sociológico de la producción de las noticias*. Universidad de Guadalajara.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture*. (P. H. Lazcano, Trad.) Paidós.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Anthropos & Universidad Autónoma Metropolitana.
- Meneses, M. E. (2011). *Periodismo Convergente, tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI*. Porrúa.
- Meneses, M. (2010). El periodismo en la sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura, profesional y en la calidad de la información: el caso de México. [Doctoral dissertation, Universidad Nacional Autónoma de México]. <http://132.248.9.195/ptd2010/marzo/0655727/Index.html>
- McLuhan, M. (1993). *La Galaxia de Gutenberg, génesis del hombre homotypographicus*. La Galaxia Gutenberg.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- Norden, E. (2015). La entrevista de Playboy: Marshall McLuhan. En C. Scolari, *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 45-95). Gedisa.
- Postman, N. (2015). El humanismo de la ecología de los medios. En C. Scolari, *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 97-107). Gedisa.
- Renó, D. (2015). Movilidad y producción audiovisual; cambios de la nueva ecología de los medios. En C. Scolari, *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 247-262). Gedisa.
- Rodrigo Alsina, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Paidós.

- Salaverría, R. (2010). Estructura de la convergencia. En X. P. Xosé López, *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (pp. 27-40). Servicio Editorial de la Universidad de Compostela.
- Salaverría, R. (2016) *El Ciberespacio en Iberoamérica*. Fundación Telefónica & Editorial Ariel.
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El Profesional de la Información*, 28(1), 1-42. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Salaverría, R., García Avilés, J. & Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. En X. López-García, *Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España* (pp. 41-64). Universidad de Santiago de Compostela.
- Sánchez Lobato, J. (2006). *Saber escribir*. Aguilar.
- Sigal, L. V. (1993). *Reporteros y funcionarios*. Ediciones Gernika.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.
- Taylor, S. & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. (J. Piutigorsky, Trad.) Paidós Ibérica.
- Tuchman, G. (1997). La noticia como marco. La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. En M. E. Hernández Ramírez, *Sociología del periodismo. Análisis sociológico de la producción de las noticias* (pp. 277-287). Universidad de Guadalajara.