

La transformación del perfil profesional en el periodista ante la sociedad red: caso Galicia Confidencial 2015

The transformation of the journalist profile in network society: a case study Galicia Confidencial 2015

María Dolores Aragón Robles Linares

Universidad de Sonora
a214290155@correoa.uson.mx

Resumen:

El siguiente estudio de caso se plantea identificar y describir a partir de la recurrencia discursiva, la percepción de los periodistas del medio de comunicación Galicia Confidencial en España, respecto a las transformaciones prácticas de la profesión ante la sociedad red y del conocimiento, así como la relación existente con las necesidades de formación tomando en cuenta los retos que enfrenta la figura del futuro periodista.

Palabras clave: ciberperiodismo, estudio de caso, periodismo digital, perfil profesional

Abstract:

The next case study about Galicia Confidential, a cybermedia at Spain, tries to identify and describe recurring topics from the journalist perceptions about the profession. The following exploration remarks the practical transformations that routing is suffering between network society and knowledge. But also how they are related with the needs of an academic trainee and the challenges that the future of the profession is facing.

Keywords: cyberjournalism, case study, profesional journalist, online journalism

1. INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO

Galicia Confidencial cuenta con 12 años de producción periodística dirigida a la zona norte de España ubicada en Galicia, redactado en gallego. Comenzó en 2005 como un *blog* especializado en política, evolucionó y cuenta con nueve secciones: Política, comunicación, sociedad, economía, opinión, deportes, *GCToday*, tendencias y emprende, cuenta con una interfase adaptada a dispositivos móviles. Conserva aún el sello de especialización en temas políticos.

Fundado por el periodista Xurxo Salgado Tejido de 38 años de edad, egresado de la carrera de periodismo en la Universidad de Santiago de Compostela. El medio de

comunicación de matriz digital integra en su equipo de redacción a cinco personas, añadiendo a diversos colaboradores para la sección de opinión.

Las tareas y asignaciones para alimentar el portal no siguen una estructura jerárquica y piramidal, como suele suceder en un medio de comunicación tradicional. El sentido de compartir tareas, actuar con base al criterio personal y acotarse a las necesidades de la audiencia, forman parte de la dinámica diaria de sus integrantes.

Para el presente estudio se entrevistó a cuatro integrantes de Galicia Confidencial, las respuestas fueron grabadas para efectos de transcripción y posterior análisis. La extensión media discursiva fue de una cuartilla por sujeto. La conversación se efectuó entre septiembre y octubre del 2015 en Santiago de Compostela, España.

Durante el trabajo de campo se abordaron diversos tópicos correspondientes a un estudio amplio para un trabajo de tesis. En esta primera entrega, se exponen los resultados obtenidos sobre la variable cualitativa que versa sobre las transformaciones en las rutinas prácticas de los periodistas digitales para explorar en sus percepciones.

Los hallazgos encontrados apuntan a la visibilidad que otorgan las redes sociales para los cybermedios, la interactividad como referente de producción informativa, la necesidad de organizar redacciones con equipos multidisciplinares e hiperespecializados, una conciencia sobre el modelo de negocios y la llegada de un perfil dinámico en constante aprendizaje práctico-empírico.

Bajo el contexto referente a la investigación sobre cyberperiodismo en España, suman 20 años desde su arranque. En gran parte, influenciada por la llegada del internet, las plataformas digitales y el desarrollo de nuevas herramientas.

Posterior a la revolución tecnológica diversos autores (Dahlgren, 1996; Deuze, 1999; Heinonen, 1999; Pavlik, 2001) previeron lo que la *world wide web* podría ofrecerle al periodismo: hipertexto, interactividad, multimedialidad, así como personalización y actualización constante del contenido.

Conceptos vigentes y cruciales para entender el comportamiento de los cybermedios, caracterizando la funcionalidad que tiene una página en internet: video, audio, fotografía, texto y le dan la denominada "multimedialidad" (Guallar, Rovira & Ruiz, 2010) que cambiaría por completo la forma de hacer, percibir, aprender y enseñar sobre los medios de comunicación.

En octubre de 1995 surgió el primer cybermedio gallego, desde entonces se tiene cuenta de tres modelos de comunicación por internet: público con la participación de instituciones, privado de carácter comercial y el corporativo con funciones de gabinete de prensa (Mariño, M.G., Fariña, X.P. & García, X.L., 2003).

Desde 2009 los profesionales gallegos avisoraban los beneficios que traería la incorporación de redes sociales y comentarios en las noticias (García, X.L., 2011a) existía la intención de incluir las perspectivas de la audiencia en el contenido, aunque apenas se construían los primeros soportes con miras a su realización.

Galicia Confidencial no supone representar a una amplia diversidad de cybermedios gallegos, el estudio de caso propone explorar particularidades en la evolución práctica que se vive en el entorno, y sus hallazgos pueden dar pie a nuevas preguntas para abordar las necesidades del periodismo en la red.

En cuanto a la figura profesional del periodista contempla una naturaleza “híbrida” (Machado, 2011) ligada a la polivalencia, identificada por el desarrollo de diversas áreas o funciones dentro de un campo profesional que exige cada vez más y requiere poner al sector académico a la par de estas necesidades.

De acuerdo con Salaverría, Avilés y Masip (2007) citado en (Aguado & Torres, 2010) el concepto “polivalencia” es el conjunto de destrezas diversas que puede realizar el profesional de la información que van desde el dominio de formatos, hasta lenguajes, incluyendo el manejo de diversas temáticas o tópicos.

Sobre las transformaciones prácticas rutinarias del periodista ante la llegada de los medios digitales o cybermedios, se describen de la siguiente manera:

“La aparición de una nueva tecnología siempre altera el espectro de profesiones que están vinculada a ella. En el mundo de la comunicación algunas figuras profesionales tradicionales están en vías de extinción. En ciertos casos, las tareas de esos profesionales han sido asumidas por otras figuras; en otros, la nueva dinámica productiva lleva a la desaparición de procesos o tareas específicas” (Scolari, 2008, p. 43)

Adicionalmente, la globalización influye en las dinámicas laborales, vivimos en una sociedad que se encuentra interconectada en la “aldea global” (MacLuhan, 1996) de esta se desprende la era de la información (Castells, 2001) proporcionando una conexión entre los sujetos que la habitan.

Si cambian las formas y los formatos, también lo harán sus rutinas, y por ende, tendrán un impacto en lo que deberá enseñarse en las escuelas de comunicación y periodismo. Tanto a nivel curricular, como en las subespecialidades e igualmente surgirán áreas de conocimiento que nacerán a partir de la práctica empírica, es decir, de lo que el mercado de consumo requiera.

La polivalencia llegó con la convergencia, esta última, asociada con el detrimento de la función del periodista por hacer cada vez más tareas, pero en la producción de cybermedios, diversos autores exponen (Scolari, 2008; Torres et al. 2010) es una vía para reducir costes dentro de las redacciones. Evidencia un cambio en la estructura y concepción del “cómo” formular nuevos medios de comunicación:

“Los datos indican que lo básico –la preceptiva periodística, la información veraz, la explicación para divulgar la información compleja, la precisión...– permanece en el periodismo y en la actividad profesional, aunque cambian los medios, el entorno, los

sistemas de difusión, las técnicas de búsqueda, el papel de los ciudadanos, las características de las empresas...” (García, X.L, 2011b, p.274)

Además, con la denominada sociedad del conocimiento, se propone que la renovación intelectual sea constante, dejando atrás los viejos modelos educativos que sólo emiten mensajes pero que no se proponen interactuar (Cornella, 1999) esto tiene repercusión en todas las profesiones pero más en aquellas donde se trabaja con cantidades importantes de información.

Puesto que a lo largo del tiempo el periodismo ha sufrido cambios propios de cualquier profesión, el incremento de una sociedad en red y del conocimiento, configura a la comunicación en línea como actividad predominante para el mercado de consumo informativo, en donde lo global y lo local mantienen una delgada línea entre sí.

Mantener la justa dimensión entre las necesidades de una sociedad ávida de conocimiento, información, participación y entretenimiento, requiere transformaciones en la formación de profesionales para responder a un mercado demandante y versátil. La sociedad del conocimiento quiere recibir, desea participar y aprender; los periodistas, quizá más que antes, tienen la necesidad de renovarse constantemente.

2. METODOLOGÍA

Para recabar las apreciaciones de integrantes de Galicia Confidencial se realizó un cuestionario de entrevista semiestructurada que contempló la pregunta: describir los principales cambios que se perciben en la labor del periodista, adicionalmente se enlista el perfil sociológico de los entrevistados para conocer sus características.

Las entrevistas fueron grabadas y transcritas para su análisis conforme a la técnica de saturación. El discurso contó con una extensión máxima de una cuartilla por cada informante; se identificaron los principales tópicos trascendentes para los entrevistados (Santander, 2011) estos fueron triangulados teóricamente y descritos.

Las características de los seleccionados: debiesen realizar labores propias en el campo del periodismo, ser egresados de la carrera en comunicación y/o periodismo, incluyendo a análisis simbólicos (Reich, 1993) sujetos dotados de habilidades técnicas para realizar un trabajo, aunque no cuenten con una formación reglada en el campo comunicativo.

Tabla 1: Perfil sociológico de los integrantes de Galicia Confidencial

Nombre	Edad	Experiencia	Funciones	Nivel Académico	Institución
Alberto Quian	39 años	15 años	Coordinador digital y redacción	Candidato a Doctor	UC3M
Rubén	37 años	15 años	Informático y	Licenciatura	USC

Da Silva			programador		
Úrsula Neilson	26 años	2 años	Edición y redacción	Licenciatura	USC
Xurxo Salgado	38 años	15 años	Redacción, edición y dirección	Licenciatura	USC

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al perfil sociológico del grupo cabe señalar que Úrsula Neilson y Xurxo Salgado son egresados de la carrera de periodismo en la Universidad de Santiago de Compostela (USC), ambos cumplen funciones de redacción y edición. En cuanto a Salgado, también se desarrolla en labores propias de dirección y ventas.

Neilson, la periodista más joven, adicionalmente trabaja en un proyecto de comunicación social que versa sobre difusión cultural y turismo utilizando herramientas digitales, además brinda servicios de traducción.

Alberto Quian, egresado de la carrera en publicidad y relaciones públicas de la Universidad de Vigo, con máster en periodismo digital, máster en investigación de medios y actualmente candidato a doctor por la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) es coordinador digital, con funciones en redes sociales y redacción. Además, se desarrolla como investigador en el campo de la comunicación y colabora con otros medios.

En cuanto a Rubén Da Silva, egresado de la Lic. En Física por la Universidad de Santiago de Compostela, representa la figura del analista simbólico dado que su conocimiento lo ha adquirido a través de la experiencia. Se encarga de las tareas propias de programación e informática, aporta en cuestiones técnicas que proyectan un producto editorial. Además, en otros proyectos relacionados a cybermedios.

1. RESULTADOS

1.1 De las redes sociales y la interactividad

El hallazgo más recurrente en el discurso de los periodistas procedentes de Galicia Confidencial son las aportaciones sobre las redes sociales. Se convierten en una herramienta fundamental para realizar recolección, emisión e interacción con la audiencia por parte del medio de comunicación.

En realidad el discurso asociado a las redes sociales tiene una correlación con la interactividad que estas permiten. Mediante Facebook, Twitter o los mismos comentarios emitidos desde el portal informativo, se abren nuevas posibilidades de redactar la noticia como señala Xurxo Salgado, director de Galicia Confidencial:

“Hoy en día con las redes sociales ya tienes una noticia. Por ejemplo, vas a los perfiles de determinadas personas y con lo que diga esa persona en su

perfil público tienes una noticia. Y ya no tienes que llamar a esa persona, porque ese perfil es público, es de esa persona. Y está diciendo eso en sus redes sociales, ya está generando una noticia...” (Aragón, 2015, p. 7)

A las redes sociales se les asocia también con el “concepto de comunidad” (Campos Freire, 2008) porque se encargan de generar diálogos entre los usuarios, desde donde se desprende la interacción, este ha sido quizá el cambio más significativo porque los medios de comunicación tradicionales solían reservarse el derecho de admitir opiniones o *feedback* por parte de la audiencia.

El periodista Alberto Quian señala cómo de este proceso de comunidad, se desconfigura la idea jerárquica de operar un medio:

“Antes teníamos un plano más jerárquico a las audiencias o público, ahora estamos en el mismo plano. Las redes sociales, de alguna manera estamos más desnudos, somos un poder vigilante y un poder vigilado. Hay muchos casos llamativos. Luego están los del día a día, las críticas que recibimos en Twitter o Facebook. Advertencias o recomendaciones...” (Aragón, 2015, p. 1)

Tampoco significa que los cibermedios estén obligados a darle valor simbólico a todas las opiniones vertidas; la capacidad de análisis y selección por parte de los nuevos redactores informativos es crucial para entender el pulso social bajo el que se desarrolla una temática dentro del entorno virtual.

Suelen ser una herramienta de total practicidad para los periodistas digitales porque posicionan su contenido, aunque en el fondo les generan “visibilidad” y brindan la posibilidad de ser vistos, conocidos e identificados como profesionales. De este aspecto se desprende que tanto *blogs* como sitios independientes puedan crecer exponencialmente y conseguir su propio mercado de lectores. Lo que puede traducirse en financiamiento.

1.2 Los aspectos de la convergencia, polivalencia y remuneración

La convergencia periodística aplicada al perfil profesional tiene que ver con la evolución de las tecnologías de la información, pero también con los cambios que existen en el entorno laboral (Salaverría, 2010) siempre han existido transiciones: de las gacetas a los periódicos, de televisión electrónica, por mencionar algunos apuntes históricos. En otra definición:

“Esta convergencia tecnológica permite casi cualquier dispositivo digital dotado de una pantalla –*smartphones*, agendas electrónicas, consolas de juegos portátiles en línea...– sirva para reproducir contenidos textuales y audiovisuales.” (Salaverría, 2010, p.33)

A partir de la convergencia existe una reestructura en las formas de producir contenido. La polivalencia laboral produce la necesidad en los periodistas de

incrementar la velocidad de lo que hacen: texto, audio, video. Las funciones indiscutiblemente se multiplican, sobre todo en los medios de matriz digital.

Para Rubén Da Silva Iglesias, programador del portal de Galicia Confidencial, este cambio tiene también una cualidad de experimentar en otras áreas de la comunicación:

“...Cambian las plataformas, pasamos de papel a impreso... se pasó de digital aplicaciones móviles; incluso están haciendo un montón de agencias de comunicación no sólo medios...” (Aragón, 2015, p.3)

La convergencia y polivalencia dotaron a los profesionales de la comunicación de conocimientos e ideas aplicables a otras ramas o sectores de producción, esto en parte, por la evidente crisis que enfrentan los medios.

De igual modo, la “polivalencia mediática” (Salaverría, 2010) que se define como el o los servicios que ofrece un periodista a diversos medios de comunicación, son un punto importante. Todos los trabajadores de Galicia Confidencial colaboran con otros proyectos informativos. El argumento de Úrsula Neilson, explica lo siguiente:

“Creo que el principal cambio es que ahora el periodista con el paso al periodismo digital pues tiene que saber hacer de todo. Escribir, pero también pues tener buen dominio de manejar una página web, fotografía, el lenguaje de las redes sociales... hacer de todo...” (Aragón, 2015, p.5)

El siguiente factor tiene que ver con la polivalencia es la remuneración económica, puesto que existen más tareas dentro de las redacciones pero estas no siempre se ven compensadas. Entre los argumentos que destaca la periodista Neilson:

“Luego te vas encontrando con un montón de dificultades de que tienes que ganarte un salario y te ves más limitada. De por sí, no lo veo tampoco tan negativo, siempre y cuando ese trabajo está compensado... si recibes una compensa por todo ese trabajo, hay que adaptarse a la realidad, no se puede querer seguir funcionando como cuando sólo existía la prensa en papel ¿no?” (Aragón, 2015, p. 5)

En diversas investigaciones cualitativas se ha expuesto el evidente descontento, así como desgaste psicológico, que viven los profesionales al realizar más funciones, estas no sólo van en detrimento de la calidad del trabajo sino que en muchas ocasiones no tienen una compensación adicional al número de tareas realizadas.

La crisis económica global ha tenido como consecuencia que muchos medios de comunicación cierren. En septiembre de 2009 había 7.200 periodistas buscando un empleo, según el *Informe Anual de la Profesión Periodística* (Aguado & Torres, 2010) por lo que existe una exploración autónoma del sustento que acarrea nuevas figuras profesionales.

Para Salaverría Arriaga, reconocido por sus estudios sobre periodismo, la importancia de reorganizar las redacciones debido a la realidad multiplataforma que se enfrenta en la sociedad red (Salaverría, 2010, 2013) debe contemplar cambios profundos; los

modelos de producción de este siglo no pueden ser configurados con las formas de operar de los medios impresos, coincide el autor con la periodista Neilson.

1.3 Hacia un nuevo perfil profesional

Con la llegada del internet y la denominada “autocomunicación” de masas (Castells, 2008) los usuarios se convierten en un emisor trascendente dentro del proceso de comunicación. No sólo surge la figura del periodista ciudadano o colaborativo, sino que también se transforma la concepción que se tiene de los periodistas y su labor.

La cualidad de la autocomunicación de masas guarda en sí misma la posibilidad de que cualquier persona pueda generar información, por lo que la competencia profesional ya no radica únicamente en los periodistas o ciudadanos, sino también en los personajes que de forma empírica aprenden una técnica y se especializan. El ejemplo más próximo son los *bloggers* o *videobloggers*.

En un sentido formal y estricto, los intelectuales simbólicos o analistas simbólicos (Reich, 1993) en el campo de la comunicación, no se consideran a sí mismos periodistas digitales o ciberperiodistas, pero en la realidad, sus funciones pueden tener una base fundamental que comparta características con trabajadores de redacciones para medios digitales.

Lo anterior también nace de la hiperfragmentación de las audiencias. Los productos culturales en internet tienen nichos de mercado específicos (Perez Salazar, 2013) porque aunque exista mayor competencia, los productos pueden ofrecerse a mercados que no estén relacionados entre sí. Lo describe Rubén Da Silva:

“...Los bloggers e incluso los videobloggers, los medios empiezan a incluir a esta gente.... Compran sus sitios, están poniendo su sello para poder vender su contenido...” (Aragón, 2015, p.3)

Otro cambio identificable en el discurso de los periodistas de Galicia Confidencial es la posibilidad de manejar datos o información privilegiada colgada en la red, y también un arquitecto de la información capaz de manejar estructuras narrativas al igual que procesos técnicos de búsqueda, los cuales pueden ser cuantificables. Alberto Quian define lo siguiente:

“...creo que el periodista sigue tocando la calle lo que pasa es que también está vigilante de lo que sucede. Esa es una manera de tocar la calle: Son rutas virtuales por donde está fluyendo la información y nos sirven también como herramientas, además al mismo tiempo, internet y las redes sociales nos han posicionado en un plano diferente al que teníamos antes...” (Aragón, 2015, p. 1)

El sentido de que la acción o los cambios sociales solamente ocurren –para el periodista– en la calle, es una transformación cultural importante. Puesto que si la sociedad red y del conocimiento vive parte de su realidad en la virtualidad, los sucesos de lo cotidiano tendrán una nueva ruta. La información, las historias que deben de ser contadas, los mercados de consumo, las aristas se expanden.

Adicionalmente, se destaca en el discurso la necesidad de participar en cada parte del proceso de un cibermedio. No es sólo la parte creativa o de la redacción. Los profesionales están cada vez más concientes de la importancia que representa saber vender sus productos.

“Yo incluso, en mi caso personal, también tuve que participar en la búsqueda de publicidad para... vamos, las labores de comercial...” (Aragón, 2015, p. 5)

Trabajar en un periódico digital, en un cibermedio, no es sólo cuestión de habilidades técnicas, prácticas y encarar nuevas rutinas, sino también de un conocimiento sobre *marketing* y ventas. Aunque genere, de primera instancia, cierta resistencia para los trabajadores, las nuevas generaciones de egresados deberán adaptarse a este tipo de ajustes. Hay una conciencia muy despierta sobre este punto.

El perfil profesional en labores prácticas con el que cuentan los periodistas de Galicia Confidencial se destaca la existencia de un proceso de producción que no es jerárquico, aunque cada sujeto tiene una aportación distintiva, el proceso puede ser compartido.

2. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La nueva generación de periodistas enfrenta retos importantes que debe mantenerlos a la altura de un mercado sumamente fragmentado; la mayor competencia y fortaleza entre los periodistas, está con los sujetos quienes de forma empírica logran posicionarse por igual o en la misma distancia que marcas mediáticas tradicionales gracias a las redes sociales y la autocomunicación de masas, y quienes además, logran aprender por su cuenta.

Por un lado, los medios de comunicación emergentes con una matriz digital tienen el reto de especializarse, y en algunos casos, vender su producción tanto a otras empresas como al lector de forma directa. El modelo de negocios para los cibermedios, se percibe en fase de desarrollo para el caso de Galicia; contar con conocimientos y habilidades relativas al emprendimiento debe ser un requerimiento para los próximos profesionales.

La sociedad red trajo consigo cambios profundos que se desplazan a múltiples niveles pero trastocan cuestiones referentes a las rutinas de producción, las que a su vez, tienen impacto profundo en lo que deberá enseñarse en las aulas los próximos años. El

punto es que la sociedad actual cambia más rápido que las asignaturas en las escuelas de comunicación y periodismo.

Para Galicia Confidencial, se revela la trascendencia que tienen para los medios de comunicación las proyecciones discursivas de la audiencia, quienes con los canales sociales producen un nivel constante de participación y vigilancia. Además, la especialización en temáticas políticas garantiza una audiencia y mercado específico. Es evidente que el periodista deba tener las herramientas teóricas, contextuales y prácticas para discernir la realidad.

El perfil profesional polivalente y convergente es una tendencia visible en las redacciones periodísticas del mundo. Aunque valdría la pena considerar la formulación de equipos multidisciplinarios para evitar un desgaste físico y psicológico. Además, el campo de la especialización o hiperespecialización podría abonarle a la profesión, profesionales y academia, rutas de trabajo compartido.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que la experiencia profesional se puede adquirir a través de la práctica, sin necesidad de un conocimiento académico constante porque la sociedad red también dispone de nuevas estrategias y medios, al momento de aprender.

La aportación trascendente del equipo en Galicia Confidencial en lo que respecta al análisis práctico y de perfil profesional, apunta al enriquecimiento compartido de diversos campos de conocimientos especializados en función de un objetivo editorial en común.

3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUADO, J. M., & TORRES, B. P. (2010). Convergencia y nuevas rutinas profesionales: Luces y sombras del periodista polivalente en las redacciones españolas Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela.

ARAGÓN, M. D. (2015). Las opiniones y percepciones de los periodistas de Galicia Confidencial sobre las transformaciones prácticas de la profesión. Tomado desde: <https://drive.google.com/file/d/0B8ouzoM7AfPJUWtRdFNMNFA1ejQ/view>

CAMPOS FREIRE, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 287-293.

CASTELLS, M. (2001). *La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura (Vol. 2)*. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores.

CASTELLS, M. (2008). "La autocomunicación de masas".

CORNELLA, A. (1999). *En la sociedad del conocimiento, la riqueza está en las ideas*. Base de datos de revistas de texto completo EBSCO.

GARCÍA, X. L. (2011). La centralidad del periodismo El nuevo escenario mediático (pp. 267-274). Zamora, España.

GARCÍA, X. L. (2011). Rasgos de la estrategia de los cybermedios gallegos en su empeño por promover la experimentación para el cambio de modelo periodístico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17(1), 81-93.

GARCÍA, X. L., FERNÁNDEZ, M. L., & BRAN, C. T. (2009). Las herramientas de la web social en los medios de comunicación de Galicia. In *Actas I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: La Laguna, Tenerife, miércoles, 9 a viernes, 11 de diciembre de 2009* (p. 29). Sociedad Latina de Comunicación Social.

GUALLAR, J., ROVIRA, C., & RUIZ, S. (2010). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *El Profesional de la Información*, 19(6), 620-629.

MARIÑO, M. G., FARIÑA, X. P., & GARCÍA, X. L. (2003). Modelos del cyberperiodismo gallego: de la definición a la consolidación en un nuevo entorno. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, (14), 6.

MACHADO. (2011). El reto de la innovación en el desarrollo de tecnologías para el periodismo El nuevo escenario mediático. Zamora, España.

MCLUHAN, M., & POWERS, B. R. (1996). La aldea global. Barcelona.

PEREZ SALAZAR, G. (2013). Hacia una ubicación conceptual de internet como medio de comunicación. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 197-213.

REICH, R. B., & AMUSÁTEGUI, J. M. (1993). El trabajo de las naciones. Javier Vergara.

SALAVERRÍA, R. (2010). Estructura de la convergencia Convergencia digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España (pp. 27-40).

SALAVERRÍA, R. (2013). Panorama de las estrategias multiplataforma en el mercado periodístico español Evolución de los cybermedios de la convergencia digital a la distribución multiplataforma (pp. 147-189): Editorial Fragua.

SANTANDER, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis del discurso. *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, 207-224.

SCOLARI, C. A., MICÓ SANZ, J. L., NAVARRO GÜERE, H., & PARDO, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes.

CURRÍCULUM DE LA AUTORA

María Dolores Aragón Robles Linares



Periodista, egresada de la Lic. En Comunicación en la Universidad del Valle de México, estudiante de maestría en Ciencias Sociales en la Universidad de Sonora. Originaria de Hermosillo, Sonora, México.