Memorias

EJE TEMÁTICO 1

XV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social
FELAFACS 2015

Convergencias Comunicativas

Mutaciones de la cultura y del poder

5, 6 y 7 de octubre de 2015

Plaza Mayor – Centro de Convenciones
Medellín – Colombia

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
1803
FACULTAD DE COMUNICACIONES

FELAFACS
Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

AFACOM
Facultades para Comunicar

Reconocimento y gratitud a las entidades y empresas vinculadas al XV Encuentro FELAFACS 2015

Alcaldía de Medellín

Medellín todos por la vida

ICETEX Invertimos en el talento de los colombianos

ANTV Autoridad Nacional de Televisión República de Colombia

Antioquia la más educada

TODOS POR UN NUEVO PAÍS PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

MINCULTURA

PLAZA MAYOR MEDELLÍN 40 años CONVENCIONES Y EXPOSICIONES

Grupo familia

sura

CIS CORPORACIÓN INTERUNIVERSITARIA DE SERVICIOS

ISAGEN 20 años ENERGÍA PRODUCTIVA

FABRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA FLA

Coca-Cola

DW Akademie

Copelia Naturalmente dulce

hp

Haceb Lo que sentimos en casa

ALMA MATER Universidad de Antioquia

elCOLOMBIANO

RED DE RADIO UNIVERSITARIA DE COLOMBIA

CANAL U

Teleantioquia mi canal 30 años Conectados

telemedellín aquí te ves

EL MUNDO ¡Está en tus manos!

Funda Mundo

Gracias

EJE TEMÁTICO 1
Cultura(s): Entre medios y mediaciones

Conferencia Magistral

¿Fin de los medios? Cómo la cultura de convergenia está afectando la producción y recepción de los medios 7

Panel Temático

Propuestas teóricas y metodológicas para el estudio de las audiencias en tiempos de la reconversión digital del audiovisual 31

La ciudad, sistema de signos y espacios de comunicación..... 43

Las industrias culturales en medio de las crisis y lo digital 65

Mesas Temáticas – Ponencias

Mesa 1: La comunicación, sociedad de la información, sociedad del conocimiento..... 87

Mesa 2: La sociedad–red: innovaciones 197

Mesa 3: Ciberculturas..... 292

Mesa 4: Convergencia y transmedialidad..... 405

Mesa 5: Lenguaje, cerebro y comunicación..... 514

Mesa 6: Nuevos significados de la mediación..... 585

Mesa 7: Los mundos mediáticos-ciencia, técnica y arte..... 697

Mesa 8: Comunicación y minorías..... 785

Mesa 9: Las identidades nacionales y culturales hoy 873

Presentación

Estas memorias registran todas las actividades académicas desarrolladas en el XV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social —FELAFACS 2015—, realizado en Medellín – Colombia, durante los días 5, 6 y 7 de octubre de 2015.

En el tema central de este evento, **Convergencias Comunicativas Mutaciones de la cultura y del poder**, concurren no solo lo relativo a la discusión contemporánea sobre la integración de medios de comunicación, sino, y con mayor profundidad la convergencia disciplinar. La comunicación de los medios y las mediaciones son ejes de estudios transversales a los problemas de la cultura y del poder, igualmente los medios de comunicación y la globalización son un asunto de reflexión tanto académica como cotidiana en la que la desconexión entre los imaginarios sobre lo urbano y lo rural, la discusión entre centro y periferia o la descompensación en los procesos de alfabetización digital son temas fundamentales.

Las mutaciones de la cultura y del poder incluyó la revisión de tres ejes importantes:

1. **Cultura(s): entre medios y mediaciones:** Este tema permitió reflexionar sobre la sociedad del conocimiento, la sociedad-red, las ciberculturas, la transmedialidad, el lugar de lo corporal en la comunicación, entre otros.

2. **Los cambiantes escenarios del poder:** donde se plantearon las transformaciones comunicativas de las últimas décadas, y las nuevas formas y escenarios del poder y las resistencias, además de algunas propuestas para la construcción de la opinión pública y las nuevas formas de interacción comunicativa.
3. **Transformaciones en el ámbito académico:** Este eje permitió analizar cómo la profesionalización y tecnificación de las prácticas comunicativas y la institucionalización de nuestro campo disciplinar han llevado los estudios a una creciente especialización, con lo cual, se ha diluido la posibilidad de diálogos sobre los grandes problemas epistemológicos, sociales y políticos de la comunicación. Otros temas de actualidad que se revisaron en este evento fueron los nuevos retos en la formación de los comunicadores y la contribución de las comunicaciones a la construcción y apropiación social del conocimiento.

Igualmente, es importante resaltar los debates alrededor de las propuestas teóricas y metodológicas para el estudio de las audiencias, las industrias culturales, las prácticas cotidianas en la web, el análisis de las redes sociales, lo relativo al lenguaje, el cerebro y la comunicación, a las identidades nacionales y culturales, la historia de los medios de comunicación y las leyes que los rigen en América Latina, las nuevas concepciones del poder político y las ciudadanías mediáticas, el estudio de la comunicación como ciencia, disciplina, campo o ámbito, la democracia en red y la gestión de la información y sus nuevos desafíos.

Estos artículos son el resultado de trabajos investigativos realizados por reconocidos académicos y estudiantes de la comunicación en Iberoamérica y Estados Unidos, quienes con rigor y profundidad abordaron diversos aspectos relacionados con la comunicación para presentar una reflexión sobre la formación y función social del comunicador.

En las memorias del XV Encuentro FELAFACS 2015 encontrarán las 3 conferencias magistrales expuestas por conferencistas muy reconocidos a nivel internacional, ellos son los doctores Arlindo Machado, de Brasil, Silvio Waisbord, de Estados Unidos, y Gustavo Adolfo León Duarte, de México.

También las 9 ponencias presentadas en los Páneles Temáticos por los expertos José Carlos Lozano Rendón, Miquel de Moragas, Germán Rey Beltrán, Martín Alfredo Becerra, Silvia Álvarez Curbelo, Fabio López de la Roche, Jesús Galindo Cáceres, Angharad Valdivia y María Helena Vivas, y las 214 ponencias que se presentaron en los tres ejes fundamentales que constituyeron la esencia analítica de este certamen académico, por investigadores de 17 países de Latinoamérica, Alemania y España.

Especial mención merecen los miembros del Comité Académico por su compromiso en la selección de los conferencistas y panelistas, teniendo en cuenta sus conocimientos científicos y trayectoria académica y a los jurados, quienes después de revisar las 628 ponencias inscritas pudieron con mucho rigor escoger aquellas que cumplieron con los requisitos de calidad y pertinencia con los temas definidos en la convocatoria.

En estas memorias están plasmados como una “huella imborrable” el conocimiento y los aportes transmitidos por expertos del mundo de las comunicaciones, para avivar nuevas reflexiones y servir de consulta a lo largo del tiempo, por su contenido y vigencia.

Eje Temático 1

Cultura(s): Entre medios y mediaciones

Conferencia Magistral

Panel Temático

Mesas Temáticas – Ponencias

EJE TEMÁTICO 1

Cultura(s): Entre medios y mediaciones

—Ponencias—

Mesa 1

La comunicación, sociedad de la información, sociedad del conocimiento

Noticias en flujo: “Breaking news” en el periodismo digital en América Latina

Dr. Peter Schumacher

Universidad de Ciencias Aplicadas Darmstadt, Alemania

1. Introducción

Una de las fortalezas del periodismo digital es su potencial para publicar noticias de inmediatez rápidamente y poder actualizarlas, profundizar en ellas y agregarles piezas multimedia al instante para elaborar paquetes informativos cubriendo diferentes aspectos y ángulos del tema. La realización concreta puede diferir entre medios, dependiendo de los recursos disponibles, las estrategias editoriales, las formas de organización o las decisiones periodísticas en la evaluación y selección de noticias. Los primeros estudios sobre las formas de trabajo y su organización en redacciones online demuestran que se puede hablar de ciertas rutinas y reglas (más informales que formales), que reflejan la supuesta demanda de los

usuarios, aunque también están limitadas por los recursos disponibles (Quandt, 2005; Boczkowski, 2006).

El estudio que aquí se presenta analiza cómo cubren las *breaking news*, es decir, las noticias de inmediatez y de gran impacto, las páginas de noticias afiliadas a periódicos impresos. Para ello, se ha realizado una comparación de este tipo de páginas web en Colombia, Ecuador, Uruguay y Argentina durante el día 17 de diciembre de 2014. El hecho noticioso con impacto global que marcaba ese día fue la proclamación de un acercamiento entre Estados Unidos y Cuba a nivel diplomático, poniendo fin a décadas de enfrentamiento.

Para seguir en detalle el desarrollo de las publicaciones realizadas por las diferentes editoriales durante un día, cada 20 minutos se descargaron las páginas principales de ocho periódicos. De cada país se seleccionaron las páginas de los diarios nacionales más grandes (en circulación impresa, según datos disponibles): eltiempo.com y elespectador.com de Colombia, eluniverso.com y elcomercio.com de Ecuador, elpais.com.uy y elobservador.com.uy de Uruguay, clarin.com y lanacion.com.ar de Argentina. Aunque no existen datos completos y comparables sobre el impacto de las páginas web entre el público nacional en los públicos nacionales, se puede sostener que juegan un papel importante en sus respectivos países. Además, el autor ha realizado entrevistas en profundidad a editores y/o periodistas de siete de los ocho medios analizados.[1] Las entrevistas se llevaron a cabo entre agosto y octubre de 2014. El enfoque del cuestionario está diseñado para conocer las rutinas y el sistema de organización del trabajo de una redacción digital. Los datos revelan aspectos organizacionales y estrategias editoriales de los diferentes medios.

1 Periodistas entrevistados: Leonardo Rodríguez, elespectador.com, 4.9.2014; José Antonio Sánchez, eltiempo.com, 5.9.2014; Fernando Astudillo, universo.com, 13.8.2014 (via Skype); Marcos Vaca, elcomercio.com, 15.8.2014; Oscar Vilas, elpais.com.uy, 21.10.2014; Leonardo Luzzi, Patricia Madrid y Sebastian Auyanet, elobservador.com.uy, 20.10.2014; Pablo de León, clarin.com, 16.10.2014

La selección de noticias bajo las condiciones del periodismo online tiene sus propias características. Aunque la tarea de selección, jerarquización y presentación de noticias existe también en medios los impresos, hay algunas condiciones especificas que tienen consecuencias tanto al nivel organizacional de las redacciones como al nivel profesional de los periodistas.[2] No hay una cierre – al menos no por razones tecnológicas. Se puede actualizar 24/7, las noticias rápidas pueden ser tratadas en profundidad poco a poco. Además, las decisiones editoriales/periodísticas están fundamentadas en datos precisos y casi "en vivo" obetenidos por el medio. El estudio presentado aquí tiene como objetivo identificar los factores que influyen en la práctica en la selección de noticias bajo esas condiciones.

El marco teórico general se basa en el concepto de la estructuración de Anthony Giddens (2011 [1984]) que permite integrar factores sistémicos e individuales para explicar decisiones, en este caso, decisiones editoriales. En referencia a este concepto, se pueden distinguir recursos y reglas que determinan la producción. En cuanto a los recursos, estos implican los recursos humanos, la tecnología disponible y el acceso a las fuentes (agencias de noticias, corresponsales). Las reglas pueden ser entendidas como las estrategias y rutinas de una redacción o un equipo de periodistas. Esas reglas normalmente no están codificadas sino que se presentan más bien como resultado de un consenso trabajado durante la práctica.

2 En el periodismo impreso alemán se habla de "Blattmachen"(traducción literal: hacer el papel) para caracterizar ese tipo de tareas. El editor jefe de la Sueddeutsche Zeitung digital, Stefan Plöchinger, aplica el término al periodismo digital. Según él, la tarea del "Blattmacher" es una tarea bastante nueva en el periodismo y consiste en: "Definir prioridades ante el aluvión de noticias, filtrar lo importante y clasificarlo de manera inteligente, al mismo tiempo estar abierto a sorpresas, mezclar los artículos y presentarlos, ser creativo y al mismo tiempo fiable, en resumen: vender la página y sus historias de manera buena, 24/7" (Plöchinger, 2011: 51-52).

2. Antecedentes y estado actual de la investigación

El estudio presentado explora un campo sobre el que ya hay algunos datos que abordan aspectos relacionados con la pregunta central. Entre otros se encuentran:

- estudios sobre la organización de redacciones que publican *online* o *crossmedia*
- estudios sobre el rendimiento de redacciones que en parte también investigan el tema de la selección de noticias
- estudios que relacionan el rendimiento con la demanda de los usuarios.

La cuestión de la organización de flujos de trabajo en redacciones en línea se analiza en el contexto de la tendencia hacia una producción convergente y *crossmedia* (ejemplos recientes: García Avilés u. a., 2014; Kaltenbrunner, Meier, 2013). En esa perspectiva el enfoque se centra en la relación entre la redacción de la versión impresa (o de la redacción de radio o televisión, respectivamente) con la redacción digital que opera bajo la misma marca.

En la práctica del periodismo la relación entre los canales clásicos de publicación está descrita con tópicos como *online first* o *digital to print*. Las investigaciones sobre las sistemas de la organización editorial se concentran en el análisis de los procesos de convergencia. Por ejemplo, los cambios organizacionales, así como los diferentes grados de integración de redacciones o *newsrooms* o los perfiles de tareas de secciones o editores o periodistas. La cuestión relacionada con posibles diferencias entre los programas de selección o presentación para los diferentes canales de publicación normalmente quedan al margen en esa perspectiva enfocada en la organización. El presente estudio se centra en ese tipo de programas. Solo el análisis de los programas permite una conexión con estudios sobre el uso, la percepción y los efectos de los diferentes canales de publicación y sus respectivos ritmos de publicación.

La influencia de la dimensión temporal en el trabajo de las redacciones también ha sido analizada por algunos autores. Se distinguen dos aspectos: La actual posibilidad de publicar 24/7– y como resultado de la presión de las redacciones de hacerlo, reflexionando también en las consecuencias para la profesión del periodista y la calidad del producto. Schmitz Weiss y Higgins Joyce (2009) entrevistaron a periodistas digitales en grupos focales en línea. Uno de sus resultados fue que los periodistas subrayaron la importancia de la velocidad para sus canales de publicación. Los periodistas entrevistados lo relacionaron con las expectativas asumidas por los usuarios que las concebían más presentes y detalladas que las redacciones tradicionales de los medios impresos. Agarwal y Barthel (2013) entrevistaron a periodistas digitales estadounidenses y descubrieron que sentían que un *newscycle* más rápido marca su trabajo. Según ese estudio, ante el conflicto entre investigación en profundidad y noticia rápida gana la rapidez.

Aquellos estudios que analizan el *output* de la redacción (es decir, el producto de la selección de noticias) normalmente lo hacen desde una perspectiva comparativa. Ese línea de investigación ya tiene cierta tradición. Se busca comparar los rendimientos de las redacciones online y las tradicionales (sobre todo: periódicos) utilizando el análisis de contenido como método principal (por ejemplo: Barnhurst, 2002, 2012; Maier, 2010; van der Wurff, 2005).

En general, el marco teórico de ese tipo de estudios está basado en conceptos normativos que subrayan las funciones sociales del periodismo; la comparación entre los diferentes canales que se utilizan para marcar las supuestas fortalezas y debilidades de los medios digitales para el discurso político o social – a veces sin tener en cuenta datos sobre el uso de los medios.

Boczkowski et al. (Boczkowski u. a., 2010; Boczkowski, Mitchelstein, 2010, 2013) analizaron los programas de selección en redacciones digitales y sus resultados respectivamente. Los autores compararon la

selección de temas realizada por las redacciones con la demanda del público utilizando como medida las listas publicadas por las propias páginas noticiosas bajo epígrafes como "most read stories", "most viewed articles" o "mas leído". En este caso, el enfoque de la investigación no se basaba en las decisiones editoriales realizadas a lo largo del día, esta característica específica del trabajo de una redacción sin cierre no fue tenida en consideración. No obstante, los resultados son útiles en el contexto del estudio presentado. La investigación de Boczkowski et al. presenta una perspectiva comparativa internacional: analiza 20 páginas noticiosas en siete países. Los autores constatan que en los medios analizados se muestra una brecha (*news gap*) entre la selección de las redacciones y la demanda temática del público – independiente del marco social del medio o de su alineamiento. Mientras las agendas editoriales están dominadas por noticias con relevancia política-social (*public-affairs news*), la demanda del público muestra una preferencia muy clara por contenidos de tipo *soft news* (o *non-public-affairs content*).

Karlsson constata que la ciencia no aporta muchos resultados empíricos relacionados con el aspecto de actualidad o inmediatez y su influencia en los contenidos de las publicaciones (Karlsson, 2011). Él sugiere tener en cuenta el concepto de transparencia y, así adoptar una perspectiva que no se orienta a los déficits.

3. Resultados

El análisis continuado a lo largo de un día entero permite comparar las dinámicas de actualizaciones, selecciones y cambios en la jerarquización de noticias, es decir, la "velocidad" de la página en cuanto a flujo de noticias en un medio sin cierre. El análisis de los datos abarca un periodo de 16 horas, empezando el día 17 de diciembre (hora colombiana y ecuatoriana: de las 9 a.m. hasta la 1 a.m. del día siguiente, Argentina: 11 a.m. hasta 3 a.m., Uruguay: 12 p.m. hasta 4 a.m.). El análisis incluye la apertura

de las *homepages* de las páginas, evaluando los cinco temas presentadas como más importantes en la parte superior de la página.

Los resultados muestran las diferencias y convergencias que los diferentes medios otorgan a las noticias de gran impacto. Algunos ejemplos:

- Todas las páginas analizadas presentaron el tema Cuba – EEUU como apertura. El tiempo total en que abrieron el *homepage* principal varia entre 3:40 horas hasta 15 horas (promedio: 10:40, Median: 11:20). El tema fue considerado en los diferentes contextos nacionales como importante con un gran valor noticioso. Un factor para explicar las diferencias entre los medios analizados son las agendas nacionales: en Ecuador, un partido de fútbol desplazó el tema por cierto tiempo. Durante un periodo de tiempo determinado, en Argentina la noticia del asesinato de un conocido empresario abrió las páginas.
- El número de los diferentes titulares de apertura de la página durante el periodo analizado varía de 5 hasta 15 entre los medios analizados. La cifra de diferentes titulares de apertura con referencia al tema varía entre 3 y 8. Esto podría identificarse como un indicador de la frecuencia de actualizaciones y, además, también muestra que el tema fue cubierto de manera dinámica.
- Todas las redacciones ampliaron la noticia inicial y elaboraron paquetes informativos, incluyendo diferentes ángulos temáticos y formatos periodísticos. En la mayoría de los casos los paquetes fueron presentados como "Especiales" con un diseño diferente al normal.
- A lo largo del día ciertos aspectos nacionales sobre el tema Cuba – EEUU ganaron importancia. Los medios argentinos tematizaron sobre todo el rol del Papa Francisco en el acercamiento diplomático. En Uruguay, las páginas publicaron notas sobre una rueda de prensa del presidente José Mujica acerca del rol de su gobierno en el caso.

El uso de formatos multimedia también varía entre los medios. Tres páginas presentaron en vivo el discurso de Barack Obama; cuatro páginas ofrecieron grabaciones.

Para explicar las diferencias en el trato periodístico de la noticia basta simplemente con echar un vistazo a las formas de trabajo descritas por los editores y periodistas de los medios. Aunque todas las redacciones tienen en común la producción de la versión en línea de un periódico nacional, la forma de llevarlo a cabo es distinta. En cuanto a *recursos*, por ejemplo, un factor importante es el grado de integración con la producción de la versión impresa (y/u otros canales como la televisión). Otro aspecto a tener en cuenta son los recursos humanos y tecnológicos. En cuanto a las *reglas* se pueden distinguir diferentes estrategias editoriales para actualizar la página que incluyen en diferentes velocidades y criterios de selección.

En general, las entrevistas realizadas a los editores muestran que el proceso de selección y presentación está determinado por varios factores. Por ejemplo:

1. En varias redacciones se establecieron reglas sobre la composición temática de la página. Al igual que en la página principal de un periódico impreso se trata de ofrecer una cierta mezcla de temas, p.e. temas de política, economía, judiciales, deportes y de sociedad. En los casos en los que se produce una *breaking news* la mezcla de temas de los artículos de apertura de las páginas se suspende, al menos durante un periodo determinado y se concentran en la producción de textos y piezas multimedia sobre el tema principal.
2. Todas las redacciones que forman parte de este estudio utilizan herramientas de análisis del uso que permiten ver "en vivo" la actuación de los usuarios, p.e. qué artículos atraen más a los lectores. En forma agregada los datos también ofrecen un

análisis detallado para identificar el uso general durante el curso del día o de la semana, el uso de equipos móviles o el grado de interacción en medios sociales. En cuanto al manejo de los datos existen diferentes prácticas: mientras algunas redacciones consultan frecuentemente los datos y las reacciones del público en las redes sociales, otros los utilizan más como una brújula general, consultada solo de vez en cuando. Todos los editores entrevistados aseguraron además que la prioridad en las decisiones tiene en cuenta la línea editorial y los criterios periodísticos. De esta manera justifican la presencia de *public-affairs news* en la apertura de la página, de hecho, para no perder los *clicks* de usuarios interesados en *soft news*, las páginas integran secciones separadas cubriendo ese tipo de noticias.

3. La "velocidad" de la página (o mejor dicho, la representación del *newscycle* de la página) depende por un lado de los recursos disponibles y, por otro, se explica a través de las estrategias editoriales.

El estudio ayuda a entender las estrategias editoriales y la práctica de la producción informativa de los medios digitales "sin cierre". Se podría determinar que en la práctica se han establecido reglas y rutinas específicas que determinan el trabajo periodístico online. Éstas pueden ser entendidas como una evolución de las prácticas tradicionales de sus medios maternos (en este caso los periódicos impresos) bajo las nuevas condiciones de las características potenciales de las publicaciones online. Estos rasgos potenciales, como por ejemplo publicar inmediatamente las 24 horas / 7 días y agregar paquetes informativos multimedia, están limitados no solo por los recursos disponibles sino también por las rutinas de las redacciones. En cuanto al tratamiento de las *breaking news* se podría demostrar que las redacciones de este estudio trabajaban el tema de manera similar: ampliando la noticia inicial durante el curso del

día elaborando un paquete informativo. Se han encontrado diferencias entre los diferentes medios, sobre todo en los enfoques y el tiempo de presentación como apertura. Ambos efectos muestran una influencia de los factores específicos nacionales, sobre todo, las agendas nacionales de noticias de ese día.

Entender la dinámica de los procesos de selección y presentación de páginas noticiosas es un paso importante para analizar también la dinámica del uso de medios digitales. Mientras muchos estudios comparativos entre periódicos digitales e impresos se centran en los artículos publicados como método de análisis de contenido, descuidan la dinámica de las páginas a lo largo del tiempo, sus cambios en la priorización y en la presentación de noticias. La comparación del *output* a nivel de textos no permite una comparación válida ni conclusiones evaluativas entre los diferentes medios. Tener esta cuestión en cuenta es clave para comprender la aportación de los medios digitales a la construcción del concepto de realidad que forman los usuarios. Futuros estudios deberán incluir también la cuestión relacionada con el uso de los medios y su dinámica en los diferentes países. Solo así se puede evaluar mejor el impacto en la sociedad de los nuevos flujos informativos digitales e identificar fortalezas y debilidades del periodismo digital.

4. Referencias

Agarwal, Sheetal D.; Barthel, Michael L. (2013): „The friendly barbarians: Professional norms and work routines of online journalists in the United States“. In: Journalism., DOI: 10.1177/1464884913511565.

Barnhurst, Kevin G (2002): „News Geography & Monopoly: the form of reports on US newspaper internet sites“. In: Journalism Studies. 3 (4), S. 477–489.

Barnhurst, K. G. (2012): „Newspapers experiment online: Story content after a decade on the web“. In: Journalism. 14 (1), S. 3–21, DOI: 10.1177/1464884912448898.

Boczkowski, Pablo J (2006): Digitalizar las noticias: innovación en los diarios online. Buenos Aires: Manantial. — ISBN: 9875000949 9789875000940

Boczkowski, Pablo J.; Mitchelstein, Eugenia (2010): „Is There a Gap between the News Choices of Journalists and Consumers? A Relational and Dynamic Ap-

proach“. In: The International Journal of Press/Politics. 15 (4), S. 420–440, DOI: 10.1177/1940161210374646.

Boczkowski, Pablo J; Mitchelstein, Eugenia (2013): The news gap: when the information preferences of the media and the public diverge. o.V. — ISBN: 9780262019835 0262019833

Boczkowski, Pablo J.; Mitchelstein, Eugenia; Walter, Martin (2010): „Convergence Across Divergence: Understanding the Gap in the Online News Choices of Journalists and Consumers in Western Europe and Latin America“. In: Communication Research. 38 (3), S. 376–396, DOI: 10.1177/0093650210384989.

García Avilés, José A.; Kaltenbrunner, Andy; Meier, Klaus (2014): „Media Convergence Revisited“. In: Journalism Practice., DOI: 10.1080/ 17512786.2014.885678.

Giddens, Anthony (2011): La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración. Buenos Aires: Amorrortu editores. [Versión original: The constitution of Society; Cambridge 1984.]

Kaltenbrunner, Andy; Meier, Klaus (2013): „Convergent Journalism – Newsrooms, Routines, Job Profiles and Training“. In: Diehl, Sandra; Karmasin, Matthias (Hrsg.) Media and Convergence Management. Berlin: Springer, S. 285–298.

Karlsson, Michael (2011): „The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority“. In: Journalism. 12 (3), S. 279–295, DOI: 10.1177/1464884910388223.

Maier, Scott (2010): „All the News Fit to Post? Comparing News Content on the Web to Newspapers, Television, and Radio“. In: Journalism & Mass Communication Quarterly. 87 (3-4), S. 548–562, DOI: 10.1177/107769901008700307.

Plöchinger, Stefan (2011): „Wie man erfolgreich eine Seite macht: „Blattmachen“ im Netz“. In: Jakubetz, Christian; Langer, Ulrike; Hohlfeld, Ralf (Hrsg.) Universalcode. Journalismus im digitalen Zeitalter. München: euryclia, S. 43–81.

Quandt, Thorsten (2005): Journalisten im Netz: eine Untersuchung journalistischen Handelns in Online-Redaktionen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. — ISBN: 3-531-14210-0

Schmitz Weiss, A.; Higgins Joyce, V. d. M. (2009): „Compressed dimensions in digital media occupations: Journalists in transformation“. In: Journalism. 10 (5), S. 587–603, DOI: 10.1177/1464884909106534.

Van der Wurff, Richard (2005): „Impacts of the Internet on Newspapers in Europe: Conclusions“. In: Gazette. 67 (1), S. 107–120.

Imprenta
Universidad de Antioquia

Teléfono: (574) 219 53 30. Telefax: (574) 219 50 13
Correo electrónico: imprenta@udea.edu.co
Diseño y diagramación en octubre de 2015