

Organización y procesos periodísticos

Silvia Martínez Martínez

PID_00205911

Material docente de la UOC

**Silvia Martínez Martínez**

Doctora en Comunicación por la Universidad CEU Cardenal Herrera. Ha sido galardonada con varios reconocimientos por su trayectoria académica y también investigadora, entre ellos un premio nacional de Licenciatura y el Premio Extraordinario de Doctorado. Actualmente es profesora en la UOC, donde es además coordinadora de posgrado de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. Como investigadora, las líneas en las que trabaja se centran en la interactividad, la participación del usuario y el uso de nuevas plataformas de distribución en medios de información. En este campo ha defendido su tesis doctoral, con mención europea. Ha colaborado en distintos proyectos encargados del estudio del periodismo digital y ha realizado estancias de investigación en la University of Westminster y la Universidade do Porto.

El encargo y la creación de este material docente han sido coordinados por la profesora: Silvia Martínez Martínez (2014)

Primera edición: febrero 2014
© Silvia Martínez Martínez
Todos los derechos reservados
© de esta edición, FUOC, 2014
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Diseño: Manel Andreu
Realización editorial: Oberta UOC Publishing, S.L.
Depósito legal: B-12.816-2013



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-Compartir igual (BY-SA) v.3.0 España de Creative Commons. Se puede modificar la obra, reproducirla, distribuirla o comunicarla públicamente siempre que se cite el autor y la fuente (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), y siempre que la obra derivada quede sujeta a la misma licencia que el material original. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/es/legalcode.ca>

Introducción

La labor periodística profesional es el resultado de una praxis en la que confluyen aspectos vinculados con el proceso y con la organización de la empresa informativa. Asimismo, el ejercicio periodístico se ve condicionado por el propio carácter singular de la información de actualidad, ya que la “actividad de la empresa informativa participa en la doble condición de producto-servicio (servicio materializado en un producto)” (Paños y Rojo, 2005, pág. 200). Así, al margen de la pieza o el contenido informativo resultante, se da respuesta a una necesidad específica de los ciudadanos, atendiendo a temas de interés público, y se contribuye al desarrollo de la sociedad. Por ello, el derecho a la información, a recibir informaciones, es ampliamente reconocido en el plano internacional en declaraciones tanto de carácter orientativo como vinculantes. Así se incluye, por ejemplo, en la propia Declaración Universal de Derechos Humanos, o en el marco de la Unión Europea, en la Carta de Derechos Fundamentales. En el contexto español, la Constitución contiene en el título primero, concretamente en la sección primera, “De los derechos fundamentales y de las libertades públicas”, en el artículo 20, la libertad de expresión que incluye el derecho “a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. Los medios de comunicación y, más específicamente, el periodismo tienen una responsabilidad social que atender.

Ahora bien, en tanto producto, la actividad informativa, en su quehacer diario, está sujeta a una serie de rutinas que ayudan a superar la presión del tiempo (un rasgo intrínseco de una profesión que trabaja con información de actualidad). Tales rutinas son el resultado de aplicar una serie de procesos de producción en los que cada miembro de la organización actúa teniendo en cuenta su rol y perfil específico. Se trata de un entramado complejo que, según palabras de Martín Barbero (2002, pág. 233), incluye pasar por “complejas redes de ideologías profesionales y corporativas, por estructuras jerarquizadas de decisión y de diferenciación de los oficios”.

Diversos factores relacionados tanto con el perfil del medio como con el tipo de audiencia pueden ejercer su influencia en los distintos elementos de la producción de contenidos. La expresión de Denis McQuail y Windahl (1997, pág. 187) “los medios en un campo de fuerzas sociales” ya nos aproxima a una realidad marcada por la presión de agentes externos.

El proceso productivo es aquel que se encarga de transformar el material que llega al medio en noticias o espacios informativos y de opinión; es un proceso “muy parecido en todos los casos, si bien cada soporte tiene sus peculiaridades y sus condicionantes” (Manfredi, 2000, pág. 71). No obstante, el desarrollo tecnológico y, de manera específica, la irrupción de Internet y la aparición de los medios digitales también han tenido un impacto en la producción infor-

mativa. Pero no solo las empresas de comunicación que actúan exclusivamente en el entorno *online* han tenido que adaptarse a las singulares del nuevo contexto. La digitalización ha tenido una importante influencia en el resto del sistema mediático tradicional (como ya sucediera en su momento, con el nacimiento de la radio y la televisión). Junto con los cambios tecnológicos, el actual contexto de crisis económica también ha afectado a las empresas informativas, de manera visible a la dimensión de los recursos disponibles tanto técnicos como personales (plantilla). Al debate en torno al modelo de negocio se suma la crisis de credibilidad que experimenta el periodismo y la irrupción de nuevos actores en el sector comunicativo. Asimismo, aparecen nuevos roles profesionales y se exigen nuevas habilidades y competencias a los periodistas.

“La convergencia digital, la integración de redacciones, la reconversión de estructuras, las plataformas de integración de contenidos, la búsqueda de modelos de pago por consumo, los dispositivos móviles de acceso a la información, las aplicaciones de web 2.0 y 3.0 e, incluso, las experiencias en 3D son aspectos de la innovación periodística que están muy presentes en la agenda de la prensa española y mundial”.

Campos Freire (2010, pág. 19)

Los efectos de estas transformaciones se traducen en alteraciones en las rutinas y en la introducción de cambios en la propia organización periodística.

Siguiendo a Manfredi (2000, pág. 17-18), definimos la producción periodística como:

“El conjunto de esas técnicas de trabajo, mecanismos de toma de decisiones, sistemas de organización y controles de calidad [...]”

La producción periodística lleva en su nombre dos elementos que evocan posiciones aparentemente poco conciliables. Por un lado, producción, que nos recuerda que el trabajo de los periodistas es elaborar un producto por cuenta de una empresa y para alcanzar a un determinado segmento del mercado. Del otro, periodística significa que ese producto tiene que salvaguardar las virtudes mínimas de la comunicación social: veracidad, uso honesto de las fuentes de información y separación nítida de la información, la opinión y la publicidad”.

A lo largo de estas páginas se profundizará, por un lado, en el proceso de producción y se plantearán no solo los criterios profesionales que se aplican en el ejercicio de la actividad periodística sino también los distintos factores que influyen en él. Se avanzará en el concepto de *newsmaking* y se señalarán las peculiaridades del proceso productivo dependiendo del medio de comunicación. Por otro lado, se analizará la organización periodística, su estructura, la toma de decisiones y los cambios en los perfiles profesionales. Asimismo, se compaginará la reflexión teórica y académica con ejemplos y casos prácticos ofreciendo una aproximación integral al estudio de la organización y los procesos periodísticos.

Lectura recomendada

B. Franklin (2012). “The future of journalism. Developments and debates”. *Journalism Studies* (vol. 5-6, núm. 13, pág. 663-681).

En “The Future of Journalism Conference 2011” se reunieron profesionales y académicos para analizar cómo el desarrollo tecnológico, la necesidad de buscar nuevas fuentes de financiación y la crisis de credibilidad, entre otros factores, están afectando al proceso de producción periodística y qué consecuencias tendrán en el futuro del periodismo. En su artículo, Bob Franklin ofrece un resumen de las principales aportaciones y de las diferentes posturas y opiniones expresadas por los expertos.

Objetivos

Los objetivos que alcanzaréis con el estudio de los materiales que se plantean en la asignatura son:

1. Aproximarnos al concepto de *newsmaking* y conocer los distintos factores que influyen en la producción periodística.
2. Conocer en profundidad el proceso de producción informativa y las distintas fases que lo integran.
3. Descubrir algunas de las singularidades de la producción periodística en prensa, radio, televisión e Internet.
4. Analizar los distintos modelos de organización y cómo se estructura la redacción.
5. Conocer el proceso de toma de decisiones en la empresa informativa.
6. Descubrir los cambios que los avances tecnológicos han introducido en el proceso productivo y en la organización periodística.
7. Profundizar en el cambio de rol de la audiencia y su influencia en el proceso de producción.
8. Aproximarnos al debate académico y la reflexión teórica en torno a la producción informativa.
9. Conocer casos concretos y ejemplos ilustrativos que permitan acercarnos a la realidad profesional del periodismo.

Contenidos

Módulo didáctico 1

Dinámicas y rutinas productivas

Silvia Martínez Martínez

1. El *newsmaking*
2. Factores que influyen en el proceso de producción informativa
3. Las fases del proceso productivo

Módulo didáctico 2

Recopilación de la información

Silvia Martínez Martínez

1. Entre el acontecimiento previsto y la noticia inesperada
2. Las fuentes informativas

Módulo didáctico 3

Selección y edición

Silvia Martínez Martínez

1. La selección: factores que influyen en la selección informativa
2. La edición

Módulo didáctico 4

Distribución

Silvia Martínez Martínez

1. Viejos y nuevos soportes: hacia la distribución multiplataforma
2. ¿A quién llega el mensaje?

Módulo didáctico 5

La participación de la audiencia en el proceso productivo

Silvia Martínez Martínez

1. El periodismo participativo
2. El periodismo ciudadano
3. Otras formas de participar en el proceso productivo

Módulo didáctico 6

La organización periodística

Silvia Martínez Martínez

1. La organización en la empresa periodística
2. La organización de la redacción
3. Los roles profesionales: nuevas funciones y nuevos perfiles

Bibliografía

AIMC (2012, febrero-noviembre). *Estudio General de Medios*. <<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>>

Aitamurto, T. (2011). "The impact of crowdfunding on journalism. Case study of *Spot.us*, a platform for community-funded reporting". *Journalism Practice* (vol. 5, núm. 4, pág. 429-445).

Allan, S. (2009). "Histories of Citizen Journalism". S. Allan; E. Thorsen (ed.). *Citizen Journalism: Global Perspectives* (pág. 17-31). Nueva York: Peter Lang.

Almirón, N. (2010). *Journalism in crisis. Corporate media and financialization*. IAMCR. Nueva Jersey: Hampton Press.

Bass, A. Z. (1969). "Redefining the gatekeeper concept: A U.N. radio case study". *Journalism Quarterly* (núm. 46, pág. 59-72).

Baumann, S. (2012). "Gold Rush 2.0? Crowdsourcing in social media networks". *7th Global Conference - Cybercultures - Exploring Critical Issues*. Praga, República Checa, 3 de mayo del 2012.

Bergström, A. (2008). "The Reluctant Audience: Online Participation in the Swedish Journalistic Context". *Westminster Papers in Communication and Culture* (vol. 5, núm. 2, pág. 60-80). <http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/WPCC-Vol5-No2-Annika_Bergstrom.pdf>

Betancourt, L. (2009). "Is the crowdfunding the future of journalism?". *Crowdsourcing.org*, [Fecha de consulta: 16 de julio del 2009]. <<http://www.crowdsourcing.org/document/is-crowdfunding-the-future-of-journalism/1374>>

Bowman, S.; Willis, C. (2005). *Nosotros el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. En: G. Franco (trad.); J. D. Lasica (ed.). Reston: The Media Center at The American Press Institute. <<http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>>

Campos Freire, F. (2010). "Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas". *Estudios sobre el mensaje periodístico* (núm. 16, pág. 13-30). <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP1010110013A>>

Canavilhas, J. (2003, febrero-marzo). "Webperiodismo: Construyendo noticias con texto inteligente". *Razón y Palabra* (núm. 31).

Carro Suárez, J. R.; Vilaragut, L. (2000). "Las tecnologías de información: soporte de la inteligencia corporativa. El caso de Internet". Seminario Internacional sobre el Impacto de Internet en los países en Vías de Desarrollo en la VII Convención y Feria Internacional INFORMÁTICA 2000. La Habana, 22-27 de mayo del 2000. <<http://www.redciencia.cu/empres/Intempres2000/Sitio/Principal/Literatura/IT-IC.pdf>>

Casero Ripollés, A. (2008). "Modelos de relación entre periodistas y políticos: la perspectiva de la negociación constante". *Estudios sobre el mensaje periodístico* (núm. 14, pág. 111-128).

Casero Ripollés, A. (2010, noviembre-diciembre). "Prensa en Internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia". *El Profesional de la información* (vol. 19, núm. 6, pág. 595-601).

Cea Esteruelas, N. (2010). "Introducción al concepto de empresa periodística en Internet". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (núm. 16, pág. 31-43).

Cea Esteruelas, N. (2009). "Modelo de negocio de la empresa periodística en Internet: El caso de Prisa". *Revista Latina de comunicación social* (núm. 64). <http://www.revistalatinacs.org/09/art/872_UMA/73_99_Nereida_Cea_Esteruelas.html>

Cobo, S. (2012). "Periodismo digital". *Periodismo digital: fundamentos*. Barcelona: FUOC.

comSore (2012). *The state of social media*. Online Marketing Institute. Londres.

Craig, R. (2004). *Online journalism: reporting, writing and editing for new media*. Belmont: Thomson Wadsworth.

Deuze, M.; Bruns, A.; Neuberger, C. (2007). "Preparing for an Age of Participatory News". *Journalism Practice* (vol. 1, núm. 3, pág. 322-338).

Díaz Noci, J. (2004). "Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología". II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, Santiago de Compostela, 29-30 de noviembre del 2004. <<http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>>

Diz, E.; Saladrigas, H. (2011). "La categoría mediaciones en los análisis de las lógicas de producción periodísticas en la web". *Medicaciones Sociales* (núm. 9, 2.º semestre, pág. 35-72).

Espiritusanto, Ó.; Gonzalo, P. (coord.) (2011). *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Fundación Telefónica. Barcelona: Ariel.

Flores Vivar, J.; Arruti, A. M. (2001). *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesionales emergentes en el mundo infodigital*. Madrid: Ediciones 2010, Limusa Noriega Editores.

Flores Vivar, J.; Salinas, C. (2009). "Nuevos perfiles para nuevos medios". En: *ACORN-REDECOM Conference*. México.

Franganillo, J.; Catalán, M. (2005). "Bitácoras y sindicación de contenidos: dos herramientas para difundir información". *Textos universitarios de biblioteconomía y documentación*. [Fecha de consulta: 15 de diciembre del 2005]. <http://www2.ub.edu/bid/consulta_articulos.php?fichero=15frang2.htm>

Frankenberg, L.; Lozano Rendón, J. C. (2010). "Rutinas, valores y condicionantes en la producción de la noticia: el testimonio de cuatro directores de medios informativos en Monterrey, México". *Comunicación y Sociedad* (vol. XXIII, núm. 1, pág. 175-204). <http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=355>

Franklin, B. (2012). "The future of journalism. Developments and debates". *Journalism Studies* (vol. 13, núm. 5-6, pág. 663-681).

Gallardo Olmedo, F. (2011, enero-marzo). "En la era de los contenidos digitales. Nuevos modelos de negocio para la prensa". *Telos* (núm. 86). <<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/url-direct/pdf-genera-tor?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011012516330001&idioma=es>>

Galtung, J.; Ruge, M. H. (1965). "The structure of foreign news". *Journal of Peace Research* (vol. 2, núm. 1).

Gámez Torres, N. (2007). "El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas". *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación* (núm. 1, 2.º semestre, pág. 195-213). <<http://www.ucm.es/info/mediars>>

García Avilés, J. A.; Carvajal Prieto, M.; Kaltenbruner, A.; Meier, K.; Kraus, D. (2009). "Integración de redacciones en Austria, España y Alemania: modelos de convergencia de medios". *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura* (núm. 38, pág. 173-198).

García Avilés, J. A.; Salaverría, R.; Masip, P. (2008). "Convergencia periodística ante los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa". *Actas del I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación* (Santiago de Compostela, 30 de enero-11 de febrero del 2008).

García de Diego, A.; Parra Valcarce, D.; Pérez Martín, J. (2010). *La dialéctica entre la empresa informativa tradicional y la empresa informativa on-line. El peso específico del factor tecnológico en la producción periodística*. Murcia: Diego Marín Librero Editor.

García de Diego, A.; Parra Valcarce, D.; Rojo, P. A. (2008). *Nuevas tecnologías para la producción periodística*. Madrid: Vision Libros.

Gilsinan, K. (2007). "Crowdsourcing at the Fort Myers, FL, News-Press Part B: 'Help Us Investigate'". *Knight Case Studies Initiative*. Graduate School of Journalism, Columbia University.

Gilsinan, K. (2007). "Crowdsourcing: Promise or Hazard? Part A: Debate at the Fort Myers, FL, News-Press". *Knight Case Studies Initiative*. Graduate School of Journalism, Columbia University.

Gilsinan, K. (2010). "Not for Profit? The *Voice of San Diego* Experiment". *Knight Case Studies Initiative*. Graduate School of Journalism, Columbia University.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.

Goyette-Côté, M.-O.; Carbasse, R.; George, É. (2012). "Converging journalism. Producing and publishing for multi-platform conglomerates in Canada". *Journalism Studies* (vol. 13, núm. 5-6, pág.753-762).

Guallar, J.; Abadal, E. (2009). "Fuentes de información sobre prensa digital: una propuesta de clasificación". I Congreso internacional de ciberperiodismo y web 2.0 (Bilbao, 11-13 de noviembre). Universidad del País Vasco.

Guardian Reporters and Guardian Readers (2009, 16 de diciembre). "MP's expenses- what you've discovered". *The Guardian*. <<http://www.guardian.co.uk/politics/2009/dec/16/mps-expenses-what-we-learned>>

Hermida, A.; Domingo, D.; Heinonen, A.; Paulussen, S.; Quandt, T.; Reich, Z.; Singer, J. B.; Vujnovic, M. (2011). "The active recipient: Participatory journalism through the lens of Dewey-Laippmann debate". 12th International Symposium on Online Journalism (abril del 2011). Austin. <<http://online.journalism.utexas.edu/papers.php?year=2011>>

Hermida, A.; Fletcher, F.; Korell, D.; Logan, D. (2012). "Share, like, recommend. Decoding the social media newsconsumer". *Journalism Studies* (vol. 13, núm. 5-6, pág. 815-824).

Hirsh, P. M. (1980). "Occupational, organizational, and institutional models in mass media research. Towards an integrates framework". *Mass Communication Review Yearbook* (vol. I).

Howe, J. (2006, junio). "The Rise of Crowdsourcing". *Wired* (núm. 14.06). <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>

Howe, J. (2008, invierno). "The Wisdom of the Crowd Resides in How the Crowd Is Used". *Nieman Reports*. <<http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=100695>>

Howe, J. (2009). *Crowdsourcing: Why the power of the crowd is driving the future of business*. Nueva York: Three Rivers Press.

IDC (2013). "Tablet shipments soar to record levels during strong holiday quarter, according to IDC". *Idc.com*. [Fecha de consulta: 31 de enero del 2013]. <<http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS23926713#.URkvUNUbLkf>>

Infoadex (2012). “Descenso del -16,7% de la inversión publicitaria en los nueve primeros meses de 2012”. *Infoadex Informa* (núm. 47). <<http://www.infoadex.es/infoadexinforma47.pdf>>

Jones, D. E. (2007). “Grupos mediáticos y culturales en España”. *Zer* (núm. 22, pág. 183-214). <http://www.ehu.es/zer/zer22/ZER%2022_jones.pdf>

Kapuscinski, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama.

Labio Bernal, A. (2000). “Estructura de medios españoles escritos en Internet: *Diario de Cádiz*, la aventura cibernética de un periódico local”. *Ámbitos* (núm. 3-4, pág. 285-296). <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/y32ag/74aurora/labio2.htm>>

Lewin, K. (1947). “Frontiers in group dynamics II: Channels of group life; social planning and action research”. *Human Relations* (núm. 1, pág. 143-153).

López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación* (ed. ampliada). Barcelona: Paidós.

Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.

Luján, J. C. (2002, diciembre-2003, enero). “Periodismo digital y la relación con los usuarios en la era digital”. *Razón y Palabra* (núm. 30). <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n30/jlujan.html>>

Luzón, V. (2003). *Internet, l'eina inevitable. Periodistes, mitjans i missatges en la xarxa*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

Maldonado, S. (2010). *Analítica web: medir para triunfar*. Madrid: ESIC Editorial.

Manfredi, J. L. (2000). *Manual de producción periodística*. Sevilla: MAD.

Martín Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Chile: Fondo de Cultura Económica.

Martín Sabarís, R. M. (2000). “La fabricación de la información en televisión. Las noticias en euskal telebista”. *Euskonews & Media* (núm. 4, pág. 14-28). <<http://www.euskonews.com/0075zbnk/gaia7502es.html>>

Martín Serrano, M. (2008). *La mediación social*. Madrid: Akal.

Martínez Vega, J. A. (2000). *El periódico: la producción periodística en el umbral del siglo XXI*. Madrid: CEES.

Masip, P. (2011). “Comentarios de las noticias: la pesadilla de los cibermedios”. *Anuario ThinkEPI* (núm. 5, pág. 106-111).

McCombs, M. (2006). "Influir en la opinión pública". *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* (pág. 23-54). Barcelona: Paidós.

McNelly, J. T. (1959). "Intermediary communicators in the international flow of news". *Journalism Quarterly* (vol. 36, núm. 1, pág. 23-26).

McQuail, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (2.^a ed. revisada y ampliada). Barcelona: Paidós.

McQuail, D.; Windahl, S. (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva* (3.^a ed.). Navarra: Eunsa.

Mendonça, T. de; Pereira, F. H.; Leal-Adghirni, Z. (2012, enero-junio). "Formación y producción periodística en Internet: desafíos y perspectivas en el escenario brasileño". *Palabra Clave* (vol. 15, núm. 1, pág. 26-53). <<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2090>>

Micó, J. Ll. (2006). *Periodisme a la xarxa. Llenguatge nou d'un ofici vell*. Media TK, 4. Vic: Eumo Editorial.

Micó, J. Ll. (dir.) (2012). *Nínxols d'ocupació per a periodistas. Crisi, oportunitats en el sector i necessitats de formació*. Informe elaborado por Digitalab para el Colegio de Periodistas de Cataluña. <<http://www.periodistes.org/files/Informe%20-%20part%201.pdf>>

Mizner, D. (2010). "The Facebook Conundrum: The New Haven Independent and the Annie Le Murder". *Knight Case Studies Initiative*. Graduate School of Journalism, Columbia University.

Newman, N. (2011). "Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery". *Reuters*.

Orihuela, J. L. (2002). "Los nuevos paradigmas de la comunicación". *eCuaderno*. <<http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>>

Paños, A.; Rojo, P. A. (2005). *Producción periodística*. Murcia: ICE-Universidad de Murcia.

Parra, D.; Edo, C.; Flores, J.; García-Alonso, P.; Marcos, J. C. (2008). "Proceso de transformación de los cybermedios: los retos de las empresas periodísticas". *Revista Latina de Comunicación Social* (núm. 63). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/06-Concha_Edo.html>

Paulussen, S.; Ugille, P. (2008). "User Generated Content in the Newsroom: Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism". *Westminster Papers in Communication and Culture* (vol. 5, núm. 2, pág. 24-41). <http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/WPCC-Vol5-No2-Paulussen_Ugille.pdf>

Pellicer, M.; Franco, M. (2012, 23 de noviembre). "El camino hacia las nuevas redacciones digi-

tales". *Miquelpellicer.com*. <<http://miquelpellicer.com/2012/11/23/el-camino-hacia-las-nuevas-redacciones-digitales/>>

Pérez Curiel, C.; Méndez Majuelos, I.; Rojas Torrijos, J. L. (2012). "Nuevas formas de comunicación en la red, el valor del criterio periodístico". Comunicación y riesgo. III Congreso Internacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Tarragona (18-20 de enero del 2012). <http://www.aeic2012tarragona.org/esp/abstracts3.asp?id_seccion=1&id_slot=9>

Pestano, J. (2008). "Tendencias actuales en la estructura y contenidos de los informativos de televisión". *Revista Latina de Comunicación Social* (núm. 63). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/38_795_60_TV/Jose_Pestano_Rodriguez.html>

Pilgrim, M. (2002). "What is RSS". *XML From the Inside out*. [Fecha de consulta: 18 de diciembre del 2002]. <<http://www.xml.com/pub/a/2002/12/18/dive-into-xml.html>>

Prado, E. (2003). "Introducción. Virtudes, funciones y futuro de la TDT en la Sociedad de la Información". *Telos* (núm. 57). <<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1&rev=57.htm>>

Rojo, P. (2005, octubre). "Mundo convergente. Crear una sola vez... distribuir muchas. La nueva cadena de valor de las empresas periodísticas en la era digital". *Razón y Palabra* (núm. 47). <<http://www.razonypalabra.org.mx/mundo/2005/octubre.html>>

Rubio Lacoba, M. (2012). "Nuevas destrezas documentales para periodistas: el vocabulario colaborativo del diario *El País*". *Trípodos* (núm. 31, pág. 65-78).

Salaverría, R. (2001). "Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental". *Estudios sobre el mensaje periodístico* (núm. 7). <http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm>

Salaverría, R.; Negredo, S. (2008). *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol90.

Scolari, C.; Navarro, H. Pardo, H.; Micó, J. Ll. (2007). "Nous perfils professionals i polivalència del periodista a Catalunya". *Quaderns del CAC* (núm. 27, pág. 113-122). <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q27_Scolari_Navarro_Pardo_Mic_.pdf>

Segovia, A. (2010). "Analítica web para Medios de Comunicación. Integración de la redacción con la analítica web". *Cuadernos de comunicación Evoca* (pág. 39-43). <<http://www.evocaimagen.com/cuadernos.html>>

Shoemaker, P.; Reese, S. D. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana.

Singer, J. B.; Hermida, A.; Domingo, D.; Heinonen, A.; Paulussen, S.; Quandt, T.; Reich, Z.; Vujnovic, M. (2011). *Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers* (pág. 76-95). Wiley-Blackwell.

Templeton, R. (2007). "Charting a Course for Change: Transforming the Albany Times Union in a Wired World". *Knight Case Studies Initiative*. Graduate School of Journalism, Columbia University.

Thornburg, R. M. (2011). *Producing online news. Digital skills, stronger stories*. Washington: CQ Press.

Torre, L. de la; Téramo, M. T. (2005). "Medición de la calidad periodística: la información y su público". *Doxa Comunicación* (núm. 3, pág. 173-186). <<http://www.uspceu.com/usp/doxa/doxaIII/6000%20DOXA%2011.pdf>>

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Tuchman, G. (1973). "Making news by doing work: routinizing the unexpected". *America Journal of Sociology* (núm. 79, pág. 110-131).

Vivar Zurita, H. (2011, abril-junio). "Nuevos perfiles profesionales para una comunicación digital". *Telòs*. <<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011051109310001&idioma=es>>

White, D. M. (1950). "The 'gatekeeper': A case study in the selection of news". *Journalism Quarterly* (núm. 27, pág. 383-390).

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

Wolton, D. (2000). *Internet ¿y después?* Barcelona: Gedisa.

Otras fuentes consultadas

BBC: Editorial Guideliness <<http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/>>

Charter of Fundamental Rights of the European Union <http://ec.europa.eu/justice/fundamental-rights/charter/index_en.htm>

Declaración Universal de los Derechos Humanos <http://www.un.org/es/documents/udhr/index_print.shtml>

iReport- CNN.com <<http://ireport.cnn.com/>>

Manual de estilo de RTVE <<http://manualdeestilo.rtve.es/>>

Spot.us <<http://www.spot.us/>>

The Guardian Style Guide <<http://www.guardian.co.uk/styleguide>>

“Título I. De los derechos y deberes fundamentales”. *Constitución española* <http://www.lamocloa.gob.es/Espana/LeyFundamental/titulo_primer.htm>

Webgrafía

AIMC: Audiencia en Internet en el EGM <<http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html>>

AIMC: Estudio General de Medios (EGM) <<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>>

Kantar Media <<http://www.kantarmedia1.es/>>

OJD: Medios controlados - medios impresos y publicaciones de distribución gratuita <<http://www.introl.es/medios-controlados/>>

OJDinteractiva: Medios digitales <<http://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales>>

OJDinteractiva: Medios digitales <<http://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales>>

