

**Datos del Equipo y de los integrantes:**

**Nombre del proyecto:**

**Los nuevos medios de comunicación y su incidencia en la actividad periodística: Las redes sociales como herramienta de uso profesional en la actividad periodística cordobesa.**

**Nombre de la Directora:**

Dafne GARCÍA LUCERO

Facultad de Ciencias de la Comunicación y Facultad de Ciencias Sociales (UNC)

**Nombre del Co- Director:**

Daniel KOCI

Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) y Universidad Nacional de Villa María

**Integrantes del Equipo:**

Francisco CIPOLLA

Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC)

Alejandro ROLDÁN

Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC)

Rodrigo GARCÍA LUCERO

Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC)

Nicolás CORTEGOSO VISSIO

Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC)

Lucrecia ABOSLAIMAN

Facultad de Derecho (UNC)

**Palabras claves: Nuevos Medios; Actividad Periodística; periodista profesional**

## **Problemática**

### **Las redes sociales como constante histórica**

Desde las transmisiones de señales mecánicas repetidas de puesto en puesto - el telégrafo aéreo- el cable submarino, la locomotora, el teléfono hasta las redes sociales actuales vemos que cada uno de estos inventos técnicos ha significado una victoria sobre el tiempo y el espacio y según Mattelart “prefiguran la circulación en tiempo real de los flujos de información de una economía a escala del globo que representa el movimiento” (MATTELART; 2003: 47). En todos los casos, fue preciso reglamentar su funcionamiento, unificar criterios. La unificación de husos horarios a partir del meridiano de Greenwich<sup>1</sup>, es uno de los tantos ejemplos posibles. Las redes sociales actuales no escapan a esta tendencia, aunque su reglamentación está aún en proceso.

Por un lado, la mirada crítica e histórica que aporta Mattelart nos permite ubicar nuestro objeto de estudio -las redes sociales on line- no como una novedad, sino situado en un largo recorrido de avances técnicos con fuertes implicancias sociales, económicas y culturales que debe ser analizado críticamente.

Por otra parte, la teoría de la comunicación digital interactiva (SCOLARI, 2008), brinda elementos suficientes para considerar las grandes transformaciones en el ecosistema mediático sintetizadas en la idea de convergencia. (BRYANT y MIRON 2004, SALAVERRÍA 2003).

Más allá de las perspectivas teóricas a considerar, hay que tener en cuenta que la consolidación de las TICs no se refleja por el mero desarrollo tecnológico ni por su difusión, sino por la manera en que las personas se apropian de estos dispositivos y fundamentalmente por el modo en que irrumpen y se incorporan en la vida cotidiana. Por eso, es indudable que la percepción espacio-temporal se ha visto transformada profundamente. La sensación de lejanía – cercanía atraviesa a las personas y de alguna manera, marca una distinción generacional. En definitiva, la brecha entre nativos y migrantes digitales se mide a través de la relación de cada sujeto con el espacio y el tiempo.

En ese sentido y ubicándonos en el ámbito periodístico hay una nueva sensación en torno al tiempo e incide en la idea de noticia. Estas transformaciones son tan profundas que llevan a un cambio de paradigma: se modifica la manera de recabar datos por parte de los periodistas, el modo de distribución de la información y hasta la noción misma de noticia, pues cualquier persona con

---

<sup>1</sup> Sistema ideado en 1859 por Guiseppe Barilli cuyo seudónimo fue Quirico Filopanti.

disponibilidad de un celular puede ser fuente de información. También, los cambios en la rutina periodística son notables, ya que el periodismo cuenta con una nueva herramienta que refuerza todas las ya existentes. He ahí, la importancia de las redes sociales en el uso periodístico profesional.

Así, entendemos que los criterios de noticiabilidad han sido trastocados y con ellos, la medida de la calidad informativa: la idea de primicia se ha desvalorizado frente a la instantaneidad del suceso; los procedimientos para chequear la información se han vuelto más laxos, las dificultades para lograr contextualizar los hechos son mayores. Esto genera la necesidad de reflexionar sobre el trabajo periodístico y su relación con las fuentes. Además, la idea de convergencia define cada vez con mayor intensidad, al periodismo actual. Ramón Salavarría (2003) descompone y analiza en cuatro dimensiones (empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa) este concepto central.

A nivel empresarial, se destaca la diversificación mediática, aunque esto no signifique más fuentes laborales para los periodistas, pues la actividad en medios digitales no está regulada suficientemente. A nivel tecnológico, ya hemos mencionado la ruptura paradigmática que significa la digitalización, los medios on line y las redes sociales. En tercer lugar, Salavarría explica que la convergencia profesional ha agregado exigencias laborales a los periodistas: a las competencias tradicionales (redacción, capacidad reflexiva y crítica, capacidad de relacionamiento, etc.) se suman el dominio de códigos textuales y audiovisuales para elaborar contenidos multimedia y conocer nuevas técnicas de investigación que incluyan el uso de fuentes digitales. De este modo, surgen las figuras de periodista multitarea (aquellos que asumen múltiples labores y que la simplificación tecnológica permite al medio donde trabajan ahorrar costos, tal vez en desmedro de la calidad informativa) y de periodista multiplataforma (aquellos que elaboran sus noticias para múltiples canales con la consabida adaptación de lenguaje a cada soporte). Salavarría sintetiza: “el trabajo periodístico es uno, pero los canales de difusión, múltiples” (SALAVERRÍA; 2003: 34). En consecuencia, hay que aprender a trabajar en esa multiplicidad y es preciso organizar la actividad laboral bajo estas nuevas reglas. Vale aclarar que además del marco de juridicidad aplicable al periodismo y a la actividad laboral de los periodistas, se discute el marco deontológico a través de la conformación de códigos o guías (equivalentes a los manuales de estilo de los medios tradicionales), cuya función es regular el uso de las redes sociales por parte de los medios y periodistas. Se observa un cambio en la modalidad en que se presentan estos códigos y está vinculado de manera estrecha con recomendaciones, decálogos o guías de buenas prácticas, que se

dictan respecto del comportamiento de los periodistas profesionales en determinadas áreas temáticas<sup>2</sup>, más que referirse a manuales generales de procedimiento deontológico.

Por último, la dimensión comunicativa engloba los cambios que hemos mencionado hasta el momento y lleva a conformar un nuevo lenguaje periodístico multimedia. Lila Luchessi afirma “el periodismo está en crisis como narrador del poder y como narrador de la vida pública. (...) Esta crisis de la verdad periodística es de calidad periodística.” (LUCHESSI; 2013:9) Por su parte, Ignacio Ramonet se refiere en estos términos: “la puesta en escena de la información prevalece sobre la verificación de los hechos. En los medios de comunicación on line, los nuevos periodistas tienden a dedicarle más tiempo a la difusión de noticias que a la investigación de la información o a la reflexión.” (RAMONET; 2011: 45)

Además, en el caso de las redes sociales al interferir en la concepción espacio- temporal y al acercar aún más lo lejano geográficamente, desarticulan los criterios de noticiabilidad (impacto, novedad, interés, cercanía, veracidad, etc.). Florencia Guidobono sostiene: “Twitter vino a terminar de profundizar estos cambios con un concepto de la noticia en el que lo que importa no es sólo lo que se cuenta, sino también que se lo relata en el mismo momento en que está sucediendo”. (GUIDOBONO citado por LUCHESSI: 2013: 64)

Frente a este escenario, se define el interrogante central de este trabajo: el uso de la red social Twitter<sup>3</sup> y los modos en que constituye una nueva forma de construcción de la actualidad en base a un nuevo modelo periodístico y a la vez, el marco de regulación que esto recibe.

---

<sup>2</sup> Por ejemplo, en materia de violencia familiar, de género y menores, encontramos el Manual de estilo periodístico para informaciones sobre casos de violencia doméstica o que afecten a menores del Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña (2001); Manual para periodistas sobre violencia doméstica, Unión de Periodistas Valencianos (2002); Pequeñas manos: Manual para periodistas sobre la protección de la infancia en los medios de comunicación, Unión de Periodistas Valencianos/FAPE (2005); Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres, Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista (PAR, 2010). Guía de buenas prácticas para el tratamiento y difusión de la información judicial, Centro de Información Judicial, Corte Suprema de Justicia de la Nación (2009), Decálogo para el tratamiento periodístico de la trata y la explotación sexual, Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista (PAR, 2012).

<sup>3</sup> Twitter es un microblogging que nació en 2006 y se popularizó a partir del 2007. En sus comienzos funcionaba como una simple caja que ubicaba texto verbal hasta 140 caracteres y prácticamente era un listado de direcciones. En la actualidad, esos rasgos se han modificado y en el ámbito periodístico se la considera una red social, aunque a nivel técnico existe una polémica en torno a su conceptualización.

## **Fundamentación**

### **Transformaciones en el modo de trabajar del periodista a raíz de los nuevos medios**

John Pavlik inicia su libro con la siguiente afirmación: “El periodismo está sufriendo una transformación radical” (PAVLIK, 2005:13). A una década de distancia, esa afirmación se percibe como una obviedad. También subraya que las razones de dicha transformación obedecen “a un conjunto de fuerzas económicas, reguladoras y culturales, que a caballo del cambio tecnológico, están convergiendo de modo que provocan un enorme cambio en el carácter del periodismo del nuevo milenio.” (PAVLIK, 2005: 14)

Este enfoque resulta por demás interesante ya que muchas veces prima el determinismo tecnológico como motor de cambio. Si bien nadie niega su importancia, es honesto considerar el fenómeno de una manera multicausal. Asimismo, se percibe fragilidad en los sistemas económico y financiero mundiales los cuales inciden en la estructura de la economía política de medios. Como contrapartida a esta aparente debilidad ocasionada por un escenario inédito, hay que tener presente que los medios ven en la globalización el modo en el que les es posible sostener la interconectividad planetaria. Denis de Moraes ejemplifica esta situación: “Pensemos en la CNN, que distribuye, por satélites y cables, a partir de la casa matriz en Atlanta, noticias 24 horas al día para 240 millones de hogares en 200 países y 86 millones en los Estados Unidos. (...) El mundo en tiempo real exhibido para 1000 millones de telespectadores” (DE MORAES; 2005: 52-53)

Por eso, sostener que los cambios en la actividad periodística responden exclusivamente a la aparición de internet es, al menos, ingenuo. Pavlik expresa: “internet es simplemente un producto, o un síntoma, de un cambio tecnológico más radical, que ha estado en marcha en el último medio siglo pero que sólo ahora está empezando a cristalizar: la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y los medios de comunicación tradicionales”. (PAVLIK; 2005:15) Para él, estamos frente a un nuevo sistema mediático.

Concentrémonos en el planteo de Pavlik referido a las condiciones de trabajo del periodista. Hemos percibido en nuestra vida cotidiana algunos de los cambios relacionados con la construcción del relato periodístico. También, hemos notado que estos son de tal

profundidad, que en realidad, se trata de una crisis sistémica que obliga al periodista a reinventarse y por su parte, al sistema de medios a reconstruirse bajo nuevos cánones.

Ignacio Ramonet afirma que la prensa tal vez no desaparezca, pero la información ya no circula como antes.

“convertida en algo inmaterial, ahora toma la forma de un fluido que circula en segmentos abiertos por la red casi a la velocidad de la luz (...) se establece, no sin riesgos, una nueva lógica, distinta de la producción fordista, típica de la era industrial. En aquella época aunque una pluralidad de obreros especializados pudiese contribuir a la fabricación de un producto, éste al final, era entregado completo, acabado, cerrado, y se correspondía punto por punto con el proyecto inicial. Esto ya no es así. La lógica de la información *on line* es la de lanzar una noticia en bruto, para después corregirla, modificarla, enriquecerla de forma permanente y en cualquier momento.” (RAMONET, 2011:13)

Cotidianamente, se observa en los medios tradicionales que se alienta a la participación, a través de fotos, videos, comentarios, etc. Así, el medio gana en diversidad de información lo que pierde en solidez de la fuente. De este modo, encuentra una manera de competir en los nuevos tiempos mediáticos, pero tal vez, pierde en profesionalismo.

Al respecto Ignacio Ramonet señala: “De ahí el interrogante que surge en relación con la identidad del periodismo y la validez de la información. (...) Si ahora cualquiera puede ser periodista, ¿Qué es entonces un periodista? ¿En qué consiste su especificidad?” (RAMONET; 2011:18)

Ninguno de los dos son interrogantes sencillos para resolver. La especificidad no pasa por el acceso a determinada información, ni a fuentes, ni a herramientas tecnológicas, ni al tiempo disponible para corregir, chequear y confirmar la información. Tampoco es determinante la capacidad para expresarse ni la legitimidad o legalidad para hacer uso de los derechos a comunicarse y a informar.

En síntesis, conviven el profesional y el amateur, pero con una importancia creciente de este último, como si se estuviera gestando un movimiento cuya finalidad sea transformar el campo de la información.

“Del mismo modo que la democracia política otorga el poder a ciudadanos en gran medida ignorantes de la cosa pública, la nueva democratización se apoya en individuos que, gracias a su nivel de formación y a las nuevas herramientas informáticas, pueden adquirir competencias fundamentales” (FLICHY citado por RAMONET; 2011:21)

La diferencia parece ubicarse en el carácter profesional que distingue a los trabajadores de los medios de los amateurs. Es decir, realizar la actividad con la intención de lucro y de manera permanente. Pero, inclusive si se toma este criterio, es complejo respetar criterios tan tradicionales como los establecidos en el Estatuto del Periodista Profesional, ya que este contabiliza el trabajo profesional de los trabajadores en términos de los medios de comunicación clásicos. Esto deja a la luz la necesidad de revisar y actualizar muchos de los criterios ya establecidos para ordenar un mundo laboral que se ha modificado sustancialmente.

Asimismo, en el mundo laboral actual, hay que considerar que en muchas ocasiones en pos de mantenerse en su posición laboral, el periodista acepta condiciones laborales que no le son ventajosas. Hecho que resulta paradójico, si se piensa en la proliferación de medios. Pero, esto no significa que se absorba mayor cantidad de trabajadores, sino que la variable se resuelve con un mayor nivel de explotación y precariedad laborales. Según la Federación de Asociaciones de Periodistas de España, “de noviembre de 2008 a diciembre de 2010, 3496 periodistas han perdido su trabajo”, en ese país. (RAMONET, 2011:31).

A pesar de este panorama aparentemente desolador, son enfáticas las palabras de Stanley Swinton, vicepresidente de *Associated Press* en el año 2003:

“Podrán desaparecer los periódicos, las revistas, y hasta los libros. Todo estará al alcance de un botón en el cuarto de estar. Pero alguien tendrá que suministrar la información a todos esos nuevos medios, y ese alguien es la agencia de noticias” (SWINTON, 2003 citado por LUCHESSI; 2010:12)

Esta afirmación es válida para repensar el importante rol de las agencias de noticias y también es extrapolable hacia las demás regiones del proceso de producción de la información periodística. El amateur –tal vez- no pueda diferenciar los sucesos en términos

de noticiabilidad y de este modo, continúen en pie, la credibilidad periodística, respaldada por la figura de su autor. El profesional posee los criterios para detectar y definir sobre la noticiabilidad frente a los hechos.

Por eso, nos parece pertinente recurrir a la opinión de una periodista profesional para expresarse al respecto, Miriam Lewin comenta: “Internet no tiene editores, no tiene filtros y uno puede subir prácticamente cualquier contenido sin censura previa, lo cual es positivo, pero también sin ningún tipo de chequeo, ni ninguna de las pautas de calidad periodística” (DI PROSPERO y MAURELLO citado por LUCHESSI; 2010:62)

Desde este punto de vista, no queda sino festejar la llegada y consolidación de estos nuevos medios y posibilidades comunicacionales. Gracias a la tecnología pareciera que se ha vencido a la censura. Sin embargo, esta amplia cuota de libertad, como ya se adelantó, incluye otra, donde aparentemente se perdería cierto profesionalismo en el estilo y trabajo periodístico. Esto se reflejaría en la calidad de las fuentes consultadas, la credibilidad que podrían despertar, la exactitud de los contenidos, el cuidado en el diseño visual.

Otro aspecto importante que se considera en esta temática es la fidelidad de la audiencia/público. Este aspecto debe relativizarse bastante frente a la gran diversidad de medios que surgen a partir de esta revolución tecnológica. Si bien es cierto que este aspecto no resulta el más relevante, sí debe recibir atención desde la perspectiva de la economía de los medios por un lado y por otro, también es central si se piensa en el rol del periodista como autor: lo cual encierra interrogantes como estos: ¿Cómo lograr ubicarse profesionalmente en un medio laboral donde prima el anonimato? ¿Cómo transforma la revolución tecnológica, el relato periodístico que apuntaría a dejar en segundo plano la importancia de la opinión y el análisis profesional, frente a la inmediatez del mensaje multimedial? ¿Cómo lograr un equilibrio entre estas posiciones y la búsqueda de participación y colaboración en la información por parte del público?

El periodista Santiago Do Rego es claro al respecto:

¿Se puede pensar un periodismo sin periodistas? No, me parecen que van a seguir existiendo los periodistas. Es como cualquier cosa que a la gente le parece fácil, pero que no es fácil. Hay un montón de oficios, profesiones y cosas que la gente dice: “ah!



Pero eso lo hace cualquiera. No es fácil tener un blog actualizado, serio, funcionando, que tenga visitas, no es fácil, aunque sólo sea por el esfuerzo de escribir todos los días algo. (DO REGO citado por PROSPERO y MAURELLO en LUCHESSI; 2010: 67)

En síntesis, desde el momento que la información no circula en un sólo sentido, desde que la lógica mediática en sentido vertical ha entrado en crisis podemos afirmar que el paradigma mediático tal como se desarrolló a lo largo del siglo XX se ha modificado para siempre y continua transformándose. Tampoco se puede obviar que los medios –en conjunto- han sobrevivido a esos cambios irreversibles. Entonces, se puede entender que en la actualidad se está frente a una revolución más, dentro de una larga continuidad de modificaciones. La característica aquí se centra en el rol activo, simultáneo que gana el receptor. De tal modo, que ya esas nominaciones han quedado superadas. Es imprescindible pensar el campo profesional, bajo una nueva clave que dé luz a la serie de interrogantes que se plantean tanto para el profesional de los medios como para el lenguaje sin dejar de considerar el marco normativo que requiere este nuevo escenario global y mediático.

### **Estrategia Metodológica: objetivos y métodos**

La investigación propuesta es descriptiva, pretende conocer el uso de las redes sociales (twitter) en la práctica periodística y los aspectos deontológicos circunscriptos a los medios de comunicación de la ciudad de Córdoba. En consecuencia, las unidades de análisis son los medios de comunicación locales y las unidades de observación son los periodistas, sus cuentas de twitter y los manuales y guías.

Dicho estudio se presenta como continuación del trabajo realizado en el período anterior, a través del cual se llevó a cabo un primer acercamiento a la realidad de los medios digitales locales. Para el período 2016- 2017 se propone un estudio en distintas etapas, comenzando por un trabajo teórico que permita construir el objeto de estudio tanto desde la perspectiva comunicacional como desde el Derecho de la Información y Deontología Periodística. Por una parte, es necesario reflexionar sobre la transformación tecnológica y las resignificaciones sociales y culturales que se generan en el ámbito periodístico. Así, reconocer las estrategias comunicacionales y deontológicas a seguir frente a los posibles escenarios futuros. Para ello, se recurrirá a técnicas

como la recopilación documental, las entrevistas y el análisis de contenido. Los corpus y muestras correspondientes serán definidos luego de completar un primer acercamiento.

Con respecto a los materiales se recurrirá a textos bibliográficos, revistas especializadas, reseñas e investigaciones en curso. También, información empírica primaria brindada por periodistas y expertos.

Los objetivos principales de esta investigación son:

Comprender el impacto de los nuevos medios de comunicación digitales interactivos en el sistema mediático local.

Describir el bloque de juridicidad referido a la actividad periodística a raíz de los nuevos escenarios tecnológicos.

Reconocer y caracterizar las transformaciones en los perfiles del periodista producidas por la introducción de tecnologías digitales.

Para ello, se proponen los siguientes objetivos específicos:

Caracterizar los nuevos medios que funcionan con sede en la ciudad de Córdoba

Construir una taxonomía de perfiles profesionales según las funciones realizadas en cada medio para reconocer la desaparición, transformación y/o aparición de perfiles laborales en dichos medios.

Conocer la situación laboral de los periodistas en los nuevos medios digitales nativos en materia de acceso, permanencia, capacitación y competencias que estos trabajadores poseen o requieren.

Analizar críticamente el bloque de juridicidad existente sobre derecho de la información, con especial énfasis en materia de medios digitales.

Reconocer las situaciones que no son contempladas por la legislación vigente en el mundo del trabajo periodístico en los medios digitales producto de las transformaciones en el perfil del periodista digital en los medios locales.

## **Avances y Resultados:**

### **Una primera descripción del mapa de medios digitales en la ciudad de Córdoba**

Hasta el momento, se ha avanzado en el primero de los objetivos y por ello, se presenta a continuación una aproximación al análisis cuantitativo que refleja la situación de medios digitales en la ciudad de Córdoba.

El análisis estadístico se basó en el relevamiento de 6 canales de televisión, 147 radios y 13 periódicos impresos. El relevamiento de los datos se realizó entre abril y junio del año 2013. Se consideró: encontrabilidad, diseño, comunicación con el público, financiación, lucro, tipo de lectores, propósitos, temáticas, contenidos, multimedialidad, interactividad, hipertextualidad, técnicas de redacción, reglas periódicas, entre otras dimensiones del análisis periodístico. En síntesis, se puede afirmar que los medios se caracterizan por:

Alta encontrabilidad: los medios facilitan a los usuarios los recursos para participar. Por lo tanto, también, hay alta participación.

La mayoría de los medios tiene un diseño estático: sólo 36 medios del total relevado ha construido un diseño hipermedial.

La hipermedialidad es importante, está en construcción y no aparece como una prioridad en los medios.

La mayoría de los medios (54%) no explicita su staff: esto refleja el modo de presentación del medio ante los usuarios y la consideración de las funciones del personal periodístico.

La mayoría de los medios (83%) brinda información para facilitar el contacto. Hay una preocupación sobre esto, pero los resultados son disímiles.

La mayoría (72%) de los medios explicitan las fuentes de financiamiento. Esta marca una diferencia con respecto a los medios tradicionales.

Hay una diversidad de criterios para organizar la información: esto describe una ruptura con respecto a los criterios clásicos, pues se mezclan géneros, áreas temáticas, técnicas de recolección y categorías laborales.

Una minoría de los medios relevados (37%) actualizan diariamente los contenidos. Este hecho es llamativo, pero obedece a la precariedad en recursos humanos de este tipo de medios.

Memoria: sólo una minoría de los medios (12%) tiene un archivo multimedial, frente al 56% de los medios que poseen un archivo textual, manteniendo la tendencia de los medios tradicionales y también por los altos costos para enfrentar la multimedialidad en la archivística.

Las limitaciones técnicas y la precariedad económica repercuten en la calidad informativa y en las condiciones de trabajo.

Paradójicamente, hay más medios, pero se debilita y precariza la situación laboral. Además, se acrecienta la necesidad de capacitación continua y actualización laboral.

En consecuencia, el festejo que puede despertar la llegada de estos nuevos medios es discutible, en el sentido que si bien se abren posibilidades comunicacionales, horizontalizando el uso de la palabra, se vence la censura, se logra participación, también se pierde profesionalismo y de algún modo, se debilitan las condiciones laborales y la calidad periodística. Se hace imprescindible centrarse en un esfuerzo conjunto entre la sociedad civil, periodistas, empresas de medios, sindicatos y universidades para discutir y pensar el futuro del periodismo y de la profesión de periodistas.

### **Bibliografía consultada:**

BRYANT, Jennings y MIRON, Dorina (2004) “*Theory and Research in Mass Communication*” en *Journal of Communication*. Vol 54, 4 Diciembre. Pag 662/704.

LUCHESSI, Lila (2010) *Nuevos escenarios detrás de las noticias: agendas, tecnologías y consumos*. Buenos Aires: La Crujía.

LUCHESSI, Lila (2013) *Calidad informativa: escenarios de postcrisis*. 1° ed. Buenos Aires: La Crujía.

MATTELART, Armand (1996) *La comunicación- mundo. Historia de las ideas de las estrategias*. México: Siglo Veintiuno Editores.

MORAES, Denis de (2005) *Cultura mediática y poder mundial*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

PAVLIK, John (2005) *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa. 1ra. Edición en inglés 2001.

RAMONET, Ignacio (2011) *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Buenos Aires. Ed. Capital Intelectual

SALAVERRÍA, Ramón (2003) *Convergencia de los medios* En *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, marzo Nro 81. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito, Ecuador. Pp 32-39

SCOLARI, Carlos (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, España. Ed. Gedisa.

