



Reconfiguración del periodismo a partir de la convergencia digital, el caso de la prensa de Pachuca, Hidalgo

Brenda Guadalupe Yañez Estrada

Bren3009@gmail.com

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo- Maestría en Ciencias Sociales

Resumen:

En los años recientes, al igual que prácticamente todos los periódicos impresos del mundo, los diarios mexicanos y del estado de Hidalgo, han incursionado en Internet para mantener el ritmo competencia y resolver así la necesidad de los lectores, quienes se han incorporado y apropiado del espacio de Internet y de las nuevas tecnologías de la información, por ello este trabajo pretende estudiar el impacto de la convergencia digital en la prensa y así analizar el proceso de adaptación tanto de los periódicos como del periodista.

Palabras clave: *convergencia digital, convergencia periodística, prensa, periodista, reconfiguración, periodismo, internet, redes sociales virtuales.*

Abstract:

In recent years, like virtually all printed newspapers in the world, the Mexican state of Hidalgo and newspapers, have entered the Internet to keep up competition and thus meet the need of readers, who have built and appropriate space Internet and new information technologies, so this work aims to study the impact of digital convergence in the press and then analyze the adaptation process both newspapers as journalist.

Keywords: *digital convergence, convergence journalism, newspaper, journalist, reconfiguration, journalism, internet, social networking sites.*





Reconfiguración del periodismo a partir de la convergencia digital, el caso de la prensa de Pachuca, Hidalgo

Brenda Guadalupe Yañez Estrada

Bren3009@gmail.com

Introducción

Este trabajo presenta la primer parte de una investigación más afondo sobre la prensa en Pachuca, Hidalgo, así, este es apenas un primer esbozo de este trabajo de investigación.

En los años recientes, al igual que prácticamente todos los periódicos impresos del mundo, los diarios mexicanos y del estado de Hidalgo, han incursionado en Internet para mantener el ritmo competencia y resolver así la necesidad de los lectores, quienes se han incorporado y apropiado del espacio de Internet y de las nuevas tecnologías de la información, por ello entender el impacto de la convergencia tecnológica, en la prensa resulta un tema de importancia para analizar el proceso de adaptación tanto de los periódicos como del periodista.

El objetivo general de esta investigación es conocer de qué manera ha impactado la convergencia digital en la prensa escrita local, para ello se plantea como objeto de estudio la prensa escrita que a su vez mantienen su versión digital y el uso de nuevas tecnologías de la información y de la comunicación digitales (TIC), como le llama Pierre Lévy (2007).

Lo que se plante es analizar las características, consecuencias y procesos de la convergencia digital en los siguientes periódicos de Pachuca:

El independiente de Hidalgo

El Sol de Hidalgo

La Crónica de Hoy en Hidalgo

Plaza Juárez





Síntesis

Criterio la verdad impresa

Periódicos elegidos a partir de haber sido consultados en el Padrón Nacional de Medios Impresos proporcionado por la Secretaría de Gobernación (<http://pnmi.segob.gob.mx/>), que tienen una periodicidad diaria y que cuentan con su página web actualizada, estos son criterios que se tomaron en cuenta para la selección de estos medios considerados para la realización de este trabajo. La característica principal era que estos periódicos cuenten con una versión impresa y la versión virtual, ya que se considera que de esta manera se tendrían más herramientas para hacer una comparación y análisis de los efectos de la convergencia periodística en el medio y en los actores involucrados.

Hemos observado que actualmente el periodismo y los periodistas han cambiado sus dinámicas, las redacciones se han visto afectadas por la influencia e impacto de internet, ahora varios periódicos en Hidalgo cuentan ya, no sólo con la versión impresa sino también digital, de tal manera que se han reconfigurado a partir del impacto de la convergencia digital.

Este trabajo se plantea dado que existe una falta de investigación en este sentido de la prensa hidalguense, este estado presenta características particulares, entre ellas que Hidalgo, de acuerdo con el Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares 2013 (MODUTIH 2013), se tiene una población usuaria de internet que representa 36.1%.

De los cibernautas hidalguenses, 79.6% tienen entre 6 y 34 años de edad; y el 18.2% de los hogares de Hidalgo tienen una conexión a Internet.

Como objetivos específicos se han planteado identificar el impacto que ha tenido la convergencia digital en el periodismo y la práctica periodística de la prensa de Pachuca, Hidalgo; y conocer la opinión de los reporteros, jefes de información, los jefes de

redacción y en general de los involucrados en la realización y publicación de los cybermedios, respecto al impacto de la convergencia digital.

Así las preguntas de investigación que se han planteado son las siguientes:

- ¿Cuáles son los efectos que ha causado la convergencia digital en la prensa de Pachuca, Hidalgo?
- ¿Cómo se han reconfigurado los periódicos en Pachuca a partir de la convergencia digital?
- ¿Qué características comunes y singulares tienen los cybermedios respecto a periódico tradicional?

Aproximación teórica

A finales de los ochentas, las tecnologías del lenguaje digital aparecieron entonces como la infraestructura del ciberespacio, nuevo espacio de comunicación, de sociabilidad, de organización y de transacción, pero también nuevo mercado de la información y del conocimiento, (Lévy, 2003).

Es así que la importancia de lo digital, o de la traducción a dígitos de la información empezó a tomar gran importancia en la información, algunos empezaron a considerar que esta digitalización de la información nos conducía a una inmaterialización de la información, para Levý (2003), el ordenador no es, pues, sólo una herramienta más para producir textos, sonidos o imágenes, es ante todo un operador de virtualización de la información.

A este mismo proceso de virtualización se encuentran sujetos los medios de comunicación tradicionales, entre ellos la prensa.

En una sociedad- red (Castell, 2002) en la que la información se convierte en un instrumento de poder dentro de una economía global cincelada en torno al



conocimiento. De ahí la importancia también, de los medios de comunicación, considerados como guardianes y cultores de la transmisión de la información.

A continuación se encuentran conceptos fundamentales en esta investigación, que han sido analizados y tomados en cuenta para este trabajo. Gran parte de este trabajo parte del pensamiento de Pierre Lévy (2007), quien es uno de los filósofos más importantes que trabaja en las implicaciones del ciberespacio y de la comunicación digital.

Por otro lado, este trabajo también se fundamenta en los trabajos elaborados por los investigadores de la Universidad de Santiago de Compostela, Xosé López (2010) y Ramón Salaverría (2010).

A continuación se presentan algunos de los conceptos fundamentales que se han retomado para este trabajo.

El primer concepto al que hay que avocarnos el de *Ciberespacio*, es importante resaltar este primer término, ya que esta convergencia digital de la que hablamos, ocurre principalmente por este lugar. La palabra «ciberespacio» fue inventada en 1984 por William Gibson en la novela de ciencia ficción *Neuromante*. Este término designa el universo de las redes digitales descrito como campo de batalla entre las multinacionales, causa de conflictos mundiales (Lévy, 2003).

Según el autor Pierre Lévy (2003), hoy podríamos entender el ciberespacio como el espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial, los ordenadores y de las memorias informáticas.

Esto, nos lleva a otro concepto fundamental, López (2005) definen al cibermedio como: “...aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red internet”.

Mientras que, Barrios (2013) citando a Alonso (2010) indica que; por cibermedios entendemos todos aquellos sitios web que poseen como función prioritaria la





producción y/o gestión de contenidos de información periodística, en cualquiera de sus formas o modalidades (...) y que se desarrollan en el nuevo ámbito de comunicación para producir y gestionar contenidos de información periodística, como decimos- empleando las tecnologías del nuevo entorno comunicacional: hipertexto, interactividad, multimedia, etcétera.

Varios autores, en términos generales, consideran como rasgos particulares del ciberperiodismo al uso del hipertexto, de la multimedialidad, de la interactividad y de la actualización continua de contenidos; algunos investigadores han agregado otros, aunque mantienen estos primeros cuatro elementos.

Estructura de la convergencia

La historia del periodismo podemos decir está ampliamente ligada desde sus orígenes a las innovaciones tecnológicas. Sin embargo el intervalo de aplicación entre las tecnologías al periodismo era a largo plazo, no como en la actualidad, en donde la tecnología pasa casi de inmediato al uso del periodismo.

Estamos pues, ante un proceso de convergencia tecnológica en todos los medios de comunicación, procesos que debemos pensarlos se encuentran liderados por empresas de telecomunicaciones, productores de dispositivos informáticos, en el contexto mexicano, esto nos refiere a las grandes empresas de comunicación e información, Televisa, Tv Azteca, Multimedios; empresas que presentan como características que tienen visión no sólo en los medios tradicionales, sino también en las nuevos medios desarrollados a través de la virtualización. Son estas grandes empresas quienes de cierta manera han determinado el marco tecnológico al que deben acomodarse los medios de comunicación en la actualidad.



La apresurada implementación de las nuevas tecnologías de comunicación han tenido como repercusiones cambios súbitos y en ocasiones abruptos, que en ocasiones resulta un tanto difícil de asimilar en tan poco tiempo (Salaverría, 2010, p. 33).

Estos cambios no pueden pasar desapercibidos por los medios locales, quienes impulsados por la competitividad ante estas grandes empresas de comunicación y comunicación emplean nuevas tecnologías en su quehacer informativo, y como es de esperar esto tiene consecuencias en las rutinas y en los perfiles de los profesionales, quienes tienen que adaptarse, han a este proceso puede esperarse cierta resistencia tanto de los periodistas como de los dueños de dichos medios, y más en un contexto como el hidalguense, en donde la accesibilidad a internet aún se encuentra por debajo del promedio, como refería con datos anteriores.

A pesar de estas resistencias, el nuevo marco de convergencia tecnológica empuja a los medios hacia un nuevo modelo de producción y difusión multiplataforma (Osuna Acedo y Busón Buesa, 2007; Salaverría y García Avilés, 2008). Y en efecto esto se puede observar en el caso de los medios locales, los cuales han empezado un proceso de digitalización, el cual sin duda ha sido lento, esto ante el lento proceso en que la misma sociedad tiene accesibilidad a conexión de internet.

Convergencia periodística

La literatura académica sobre convergencia en los medios de comunicación se remonta, en efecto, hasta finales de los años 1970. Sin embargo, desde finales de la década de los noventa, por influjo de los cambios propiciados por la tecnología digital en las empresas periodísticas, este concepto teórico ha cobrado especial protagonismo. Ahora bien, la convergencia es un fenómeno actual pero no novedoso.



Los medios de comunicación han experimentado procesos de convergencia desde mucho antes de que el impacto de la tecnología digital produjera una aceleración e intensificación de ese proceso (De Sola Pool, 1990).

Así, la convergencia periodística cabría concebirla como un proceso que afecta tanto al modo en que se producen los contenidos como al de su consumo (Jenkins, 2006).

El concepto de “convergencia periodística” alude a un proceso de integración de modos de comunicación tradicionalmente separados que afecta a empresas, tecnologías, profesionales y audiencias en todas las fases de producción, distribución y consumo de contenidos de cualquier tipo, (García, Salaverría y Masip, 2013).

Esta convergencia digital de la que hemos hablado, tiene ciertas implicaciones a nivel empresarial, profesional y en el mismo producto periodístico.

Por ello el concepto que nos ofrece García et al. (2013) sobre la convergencia periodística, es que es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una.

Metodología

Para realizar en siguiente trabajo se utilizarán diversos métodos para la recogida de información desde un enfoque cualitativo, y se plantean como técnicas la etnografía virtual y entrevistas.

La metodología descriptiva, basada en la observación del medio, es la más extendida entre los estudiosos que, dentro del ámbito de la Comunicación, centran su objeto de





estudio en el diseño. Se aplica tanto para analizar la estructura completa de la web, como para estudiar la incorporación de elementos más específicos, como puedan ser las imágenes, los elementos multimedia o los servicios interactivos. El punto de partida, una vez delimitado el objeto de estudio, es el diseño de la ficha de análisis. (Palacios y Díaz, 200, p. 52).

Para ello se parte desde esta metodología descriptiva, para analizar el contenido y las características de las páginas de internet de los siguientes periódicos: El independiente de Hidalgo, El Sol de Hidalgo, La Crónica de Hoy en Hidalgo, Plaza Juárez, Síntesis y Criterio la verdad impresa, todos ellos ubicados en la capital hidalguense.

Además se planea la utilización de entrevistas a algunos periodistas, reporteros, editores, jefes de información, involucrados de los cybermedios, esto con el fin de conocer más sobre su punto de vista sobre el impacto de la convergencia digital en su trabajo así como el uso del método de la etnografía.

En este primer apartado se presenta el análisis apenas descriptivo de estos periódicos, presentando en esta ocasión un avance de la investigación aún en curso.

Resultados

Este es apenas un apartado descriptivo de esta investigación aun en curso, presenta como características un nivel exploratorio de los cybermedios pero que busca ilustrar gráficamente y estadísticamente las condiciones de este impacto de la convergencia periodística en los periódicos de Pachuca, Hidalgo.

Nombre	Fundación	Página Web	Año de creación del dominio	Redes sociales virtuales		Promedio de Circulación impresa
Criterio	27-abr-09	http://www.criteriohidalgo.com/	25-abr-09	Twitter	*	8103
				Facebook	*	



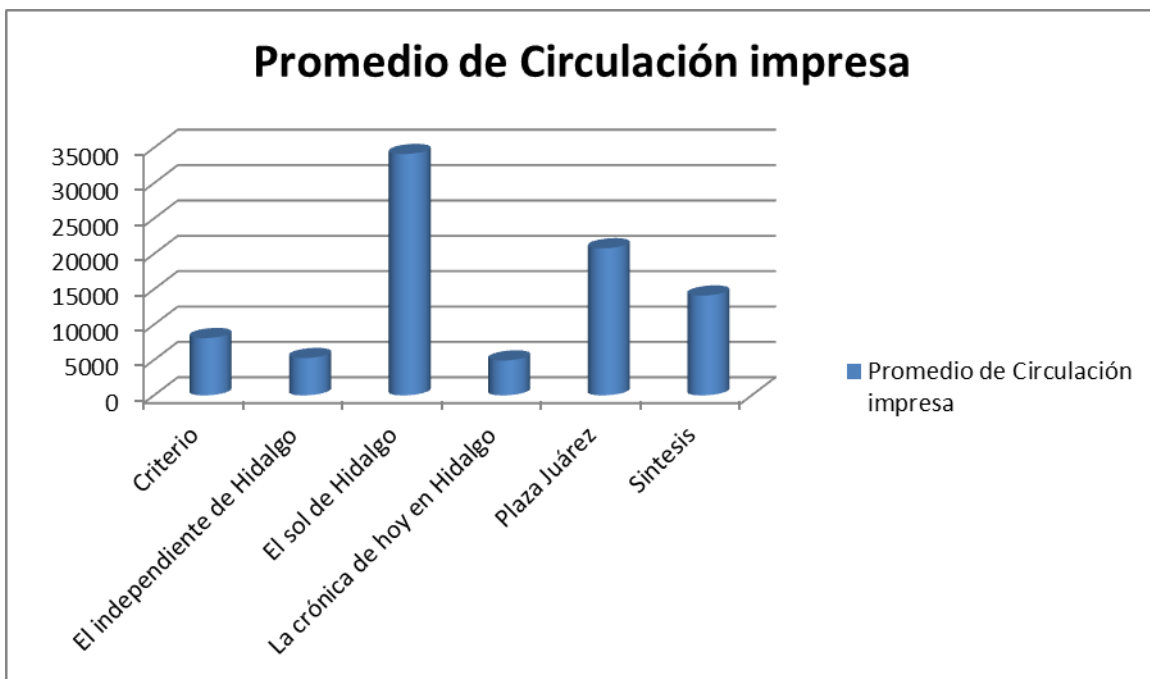


				Youtube	*	
El independiente de Hidalgo	15-abr-09	http://www.elindependientedehidalgo.com.mx/	28-mar-09	Twitter	*	5267
				Facebook	*	
				Youtube	*	
El Sol de Hidalgo	27-jun-49	www.elsoldehidalgo.com.mx/	31-may-96	Twitter	*	34,119
				Facebook	*	
				Youtube	NO	
La Crónica de Hoy en Hidalgo	24-jun-09	http://www.cronica.com.mx/hidalgo_impresa.php	28-feb-95	Twitter	*	4,932
				Facebook	*	
				Youtube	NO	
Plaza Juárez	08-feb-05	http://plazajuarez.mx/	05-oct-13	Twitter	*	20,790
				Facebook	*	
				Youtube	*	
Síntesis	31-oct-11	http://sintesis.mx/plazas/2/0/hidalgo/	06-Nov-10	Twitter	*	14,112
				Facebook	*	
				Youtube	*	

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del Padrón Nacional de Medios impresos y datos recuperados el 19/febrero/ 2015 (<http://pnmi.segob.gob.mx/>)

*Si cuenta con redes social virtual.

A partir de los datos antes referidos, se construyó el siguiente gráfico, esto para tener una idea de la circulación diaria de cada medio en la versión impresa.

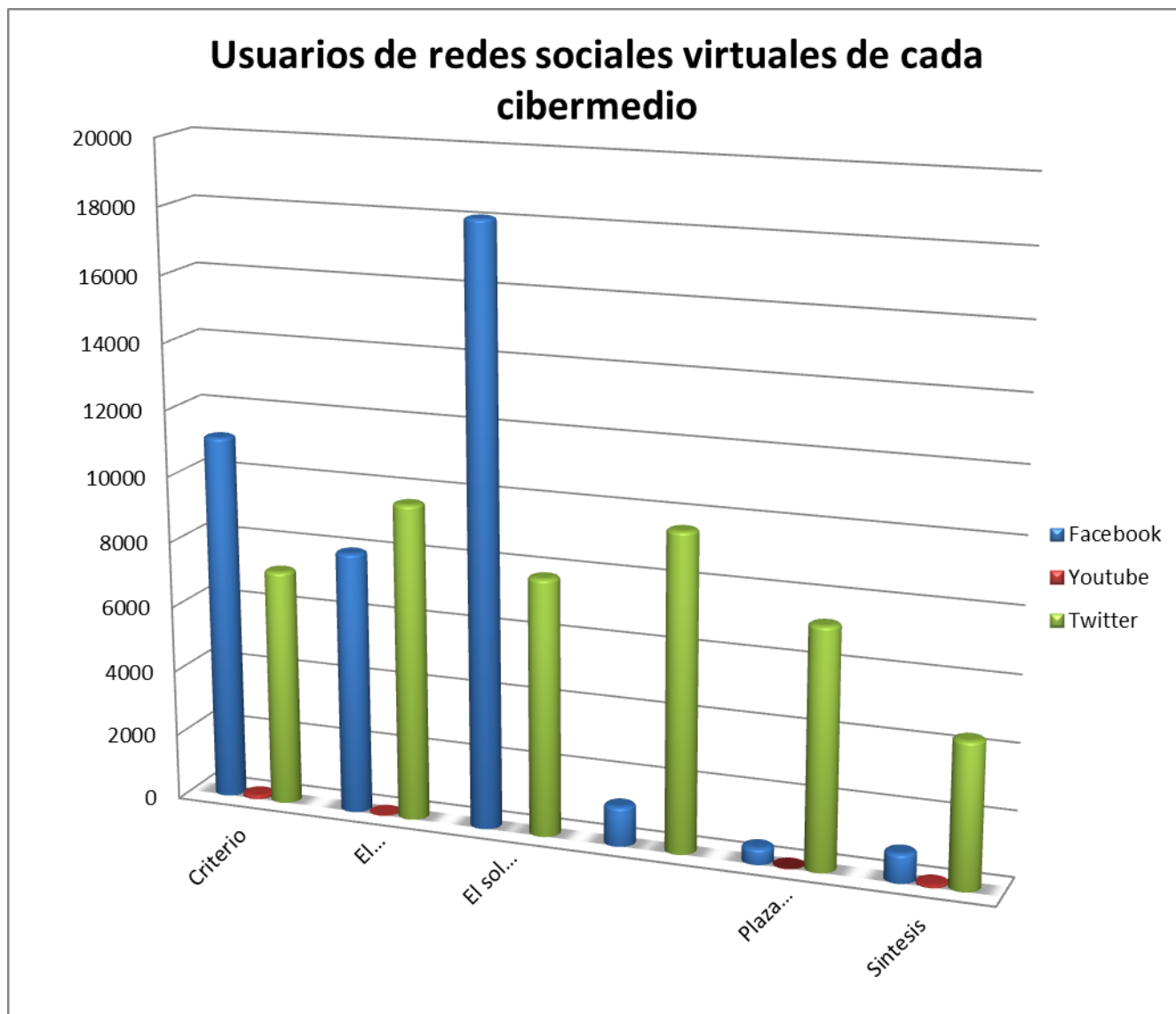


Como vemos en la gráfica el medio de mayor circulación considerándolo no sólo en la capital es El Sol de Hidalgo, además este es el medio más viejo de los analizados y de circulación en la capital

Síntesis, es el medio de más reciente creación, sin embargo su circulación es considerable.

Para obtener los datos de creación de la página web de internet de cada periódico se consideró el uso de <http://whois.domaintools.com/>, una página que nos ofrece algunos datos importantes de cada página, en ella se puede consultar la fecha de creación del dominio, así como la fecha de actualización de cada dominio.

A continuación se anexan las gráficas referentes al número de usuarios y seguidores de redes sociales virtuales de cada cibermedio analizado.



Fuente: Elaboración propia

Como vemos gráficamente, la mayoría de estos periódicos que cuentan a su vez con su página web y redes sociales virtuales, la mayoría de ellos cede poca importancia a Youtube, el sitio web en la que se pueden subir y compartir videos.

Por otro lado, las redes sociales virtuales que mantienen un impacto mayor, son Facebook y Twitter, pero Twitter parece tener mucha más aceptación en general por todos los usuarios y seguidores de cada uno de los periódicos.



En casos específicos, el Facebook de criterio y El Sol de Hidalgo, muestran mayor cantidad de seguidores en comparación con la red social virtual de Twitter.

Conclusiones

Hasta aquí los primeros avances de esta investigación aún en curso. Como se observa los avances aún se centran en la parte descriptiva de cada periódico. La segunda y tercera fase de esta investigación, planea el uso de la etnografía y entrevistas a colaboradores y profesionales de cada uno de los periódicos que se analizan, esto con el fin de conocer más sobre el impacto que hasta han tenido ante la convergencia digital.

Si bien el estado de Hidalgo, aun no tiene una gran cantidad de usuarios de internet, vemos como cada medio ha hecho sus esfuerzos para aparecer y utilizar esta virtualización de la información.

Si bien es cierto, aún existe una gran brecha digital en el contexto hidalguense que nos coloca en uno de los estados con menos personas con acceso a internet, también es cierto que el impacto es indudable.

El último caso de esto, es hacer referencia a una de las noticias que mayor impacto en los portales de diversos medios tuvo, es el caso de una médico hidalguense, quién en su Facebook, hizo público un estado, en donde llamaba aborígenes a los habitantes de Huejutla, este caso resultó ser difundido en varios medios nacionales.

El primer medio que retomó esta información fue el cibermedio Criterio, ellos el día 10 de marzo de 2015, retomaron el estado de esta estudiante y subieron la nota a su portal refiriendo que había sido elaborada por redacción.



Fuente: Tomada de internet (<http://www.sdpnoticias.com/estados/2015/03/10/hospital-da-de-baja-a-becaria-que-califico-en-facebook-como-aborigenes-a-pacientes>, consultado el 20-03-2015).

Esta noticia no sólo fue retomada por los medios locales, entre ellos, Criterio, Síntesis, El independiente de Hidalgo y la Crónica de Hoy, al día siguiente la noticia ya estaba en varios portales nacionales; El universal, SinEmbargo, Excélsior, El siglo de Torreón, El sol de Nayarit, entre otros.

Este fue un caso en el que se puede distinguir que la información surge en internet, y que fue publicada en primer lugar a través de la página web de un periódico, al día siguiente esta misma noticia apareció en algunos medios impresos, pero en las páginas web de varios medios fue publicada también ese mismo día.

Esto justamente nos da un panorama del impacto que los medios de comunicación pueden tener y de la importancia de este estudio, la importancia radica en investigar el impacto que internet ha causado en los periódicos y en los profesionales que ellos laboran, quienes se encuentran más al tanto de esta tipo de información que surge netamente de redes sociales virtuales.

Bibliografía

Barbero, Martín (2010). Disponible en:

http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/barbero_martin_retos_a_la_investigacion_en_la_comunicacion_en_a.l..pdf

Barrios Puga, Arturo, (2013). “El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades”. Disponible en <http://hdl.handle.net/10347/9558>

Castells, Manuel, 1996. La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Segunda ed. México: Siglo XXI.

Gillmor, Dan (2004): We the media: grass roots journalism by the people, for the people. En línea en HYPERLINK "<http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>"
<http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>

Gómez, B. y Castillo, M.(1999): Teoría y Didáctica de la Literatura en Cuadernos Pedagógicos No.9.Universidad de Antioquia. Facultad de Educación, pp:81-103.

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar (2006). Metodología de la Investigación. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana

Jiménez, A. C., 2010. Información 2.0, ¿quiénes ejercen hoy la influencia?. En: Política y medios de comunicación: reflexiones poliédricas sobre una relación compleja. Madrid: Euskal Herriko Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua, pp. 127-130.

Landow, George P (1995). Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica, contemporánea y la tecnología. Barcelona: Paidós, 1995, p.13-49. Recuperado de:

http://comunicacioniuna.com.ar/wp-content/material/2011_landow_hipertexto_cap_1.pdf

Lavigne, F. D. y. A., 2007. La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. Comunicación y Sociedad, Issue 7, pp. 65-87.

Levy, Pierre. 2007. Cibercultura. Informe al Consejo de Europa. España: Anthropos Editorial.



López, José Luis (2010). La ciberdocumentación en la prensa digital de México: servicios y productos ciberdocumentales. Tesis doctoral inédita. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/10091/>

López, G., 2005. El ecosistema digital. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia.

Lopéz, X. y Pereira, X (Coord.) 2010. Convergencia Digital: reconfiguración de los medios de comunicación. España: Universidad de Santiago de Compostela

Mead, G. H. (1934) Mind, Self, and Society. From the Standpoint of a Social Behaviorist, Xicago. (Traducció al castellà: Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social, Paidós, Barcelona, 1968).

Mahugo, S., 2007. Reinventar el periodismo. Razón y Palabra, Issue 73, p. 8.

Palacios, M. y Díaz, J. (2007). Ciberperiodismo, métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Recuperado de:

http://www.ehu.es/argitalpenak/images/stories/libros_gratuitos_en_pdf/Ciencias_Sociales/Ciberperiodismo%20%20Metodos%20de%20investigacion.pdf

Salaverría, R. (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. Revista Chasqui, (86), 38-45. Recuperado de <http://chasqui.comunica.org/86/salaverria86.htm/>

Trujillo, M. y Contreras, F. Periodismo digital y discurso científico: nuevos modelos para el siglo XXI. Revista Razón y Palabra 27.

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/fcontreras.html>

Ventura, A. (2012). Hacia un concepto del ciberperiodismo.

Willis, S. B. y. C., 2003. Nosotros, el medio Nosotros, el medio. Colombia: Casa Editorial El Tiempo.

Wolton, D., 2005. La otra mundialización. Los desafíos de la cohabitación cultural global. Barcelona: Gedisa.

