

Periodismo convergente: Transformaciones de la profesión ante el cambio tecnológico

Capítulo publicado en el libro: Comunicación Posmasiva. Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos. Universidad Iberoamericana México. 2012. Portillo Sánchez, Marciela; Cornejo Portugal, Inés (ed)

María Elena Meneses

Tecnológico de Monterrey, campus Ciudad de México

marmenes@itesm.mx

Resumen

El presente artículo da cuenta de las transformaciones que ocurren en la industria periodística mexicana a causa de la convergencia en las siguientes dimensiones del proceso de construcción informativa: en las redacciones, en sus agentes profesionales, los periodistas y en la calidad de la producción resultante. Se presentan y discuten los hallazgos de un estudio de campo realizado en el conglomerado mexicano Grupo Imagen, el primero en el país en adoptar la denominada convergencia de redacciones y se analizan las implicaciones de esta reconversión en la cultura profesional, así como en la calidad informativa.

Palabras clave

Periodismo, convergencia, digitalización, flexibilidad laboral, industria de contenidos

El periodismo y su función social

El periodismo es una actividad de relevancia social, la democracia le adjudica la responsabilidad de ser el foro donde se gesta la opinión pública energía de la democracia, así como el de coadyuvar a la instauración de una cultura de rendición de cuentas. También el de crear lazos de comunidad en torno a problemas comunes (Kovach y Rosenstiel, 2007).

Estos rasgos de su papel en la sociedad constituyen su función social la cual, se encuentra en erosión a causa de la convergencia digital y el triunfo del liberalismo económico a escala global, que ha facilitado la conformación de imponentes conglomerados de medios de comunicación.

La convergencia digital provoca una crisis de identidad profunda en el periodismo, un bloguero o tuitero puede entrar al ciclo de producción de mensajes a través de plataformas digitales de acceso libre y un algoritmo, como es el caso de Google News, puede llevar las noticias de nuestra preferencia hasta la computadora y teléfono celular, sin que el lector se entere a qué casa editorial pertenece, fenómeno que ocasiona la erosión de las marcas periodísticas algunas de ellas, leyendas de la modernidad.

En este contexto de renovada complejidad asistimos por un lado, a la erosión del papel de agente mediador del periodismo que pudiera representar la democratización de una industria tradicionalmente vertical y al ensanchamiento de la esfera pública. Por otro lado, estamos ante un fenómeno contrario a esta ola civil que encabezan lo no profesionales través de expresiones basadas en el software libre: la concentración de la propiedad mediática, que si bien no es un fenómeno nuevo en la industria, en la economía global se profundiza.

Ambos fenómenos aparentemente contradictorios negocian, se acomodan y permean dando lugar a un escenario mediático complejo.

El periodismo ante la convergencia

La UNESCO en su Informe Mundial sobre la Comunicación (Maherzi, 1997) distingue tres tipos de convergencia, un concepto polisémico de difícil definición y que resulta particularmente útil para los fines del presente artículo¹:

- a) Convergencia técnica
- b) Convergencia funcional
- c) Convergencia económica

Convergencia técnica

Se refiere a la infraestructura y ocurre con el proceso de digitalización en la industria de los medios de comunicación.

La expresión de este tipo de convergencia, es como lo anticipó Ithiel De Sola Pool (1973), la desaparición de las barreras existentes entre las industrias de los medios de comunicación, las telecomunicaciones y la computación.

Convergencia funcional

Se refiere a la hibridación de los servicios que ofrecen los medios de comunicación. Los periódicos digitales son una concreción de este tipo de convergencia, en éstos podemos ver, leer ; escuchar, compartir y personalizar contenidos.

Convergencia corporativa

Es la que se materializa con las grandes fusiones entre empresas de medios de comunicación y de telecomunicaciones así como en las alianzas estratégicas, provocando la concentración de la producción de contenidos en unas cuantas

¹ Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

grupos. Este fenómeno ha sido facilitado por las políticas de desregulación económica y apertura comercial en casi todas las ramas productivas.

En un entorno de convergencia digital (tecnológica) y corporativa (económica) Se pueden reconocer dos modelos de periodismo que podríamos denominar convergente que resultan útiles para sistematizar el conocimiento sobre las transformaciones del periodismo en el escenario tecnológico y económico descrito: El periodismo convergente en periódicos y el periodismo convergente en conglomerados. Ambos son diferentes entre sí por la rearticulación organizacional que requieren, así como en la intensidad de los cambios en la cultura profesional de los periodistas en cada caso.

Periodismo convergente en periódicos

Se trata del más común y generalizado sobre el cual hay una nutrida producción académica. Los primeros periódicos digitales comenzaron a aparecer en la década de los noventa lo cual, implicó para las organizaciones periodísticas transformar sus procesos productivos dando lugar a nuevas formas de organización del trabajo en las redacciones, a esta rearticulación se le denomina integración o convergencia que en este caso fusiona a dos redacciones, la impresa con la digital.

En cuanto a la cultura profesional, para los periodistas del impreso esta reconfiguración organizacional supuso trabajar para dos versiones en una clara estrategia de economía de escala: El reportero hace la nota para el periódico y envía avances para la versión digital, equipada con una redacción de jóvenes que ganan menos que sus colegas del impreso, con capacidades que van de manejo de software interactivo hasta lenguaje multimedia, lo que constituye un nuevo perfil profesional en la industria. ²

Mediante la puesta en marcha de un instrumento de observación tendiente a conocer el número de periódicos con versión digital en México, se encontró que en

² Los editores web de los periódicos digitales, los productores multimedia de los conglomerados multicanal; los editores de dispositivos móviles y los editores de redes sociales son novedosos perfiles profesionales en la industria.

2007 más del 60% de los periódicos registrados ante la Secretaría de Gobernación tenían una versión en línea, de lo que se deduce que igual porcentaje, habría emprendido una reconversión por discreta que fuese en su redacción y detonado cambios en las rutinas profesionales de su fuerza editorial compuesta generalmente por reporteros y redactores.³

La convergencia o integración de redacciones es una tendencia creciente en el mundo. En la reunión de la Asociación Mundial de Periódicos de 2008, más de un 80% de los directivos de los periódicos más importantes del orbe reconoció que en 2012 tendrían una redacción integrada o convergente (World's Editors Forum, 2008)

La integración papel-impreso es el modelo de convergencia más generalizado, ya que en la actualidad es extraño que un periódico no tenga una versión digital cuando menos para anunciarse.

Sin embargo, los cambios en los procesos productivos en este modelo de periodismo convergente, no son tan drásticos como los que imperan en los conglomerados mediáticos que poseen más de un soporte.

En cuanto a los contenidos basta mirar el periódico digital de nuestra preferencia, para observar que entre las notas más leídas no hay necesariamente noticias estremecedoras y singulares sino concursos, horóscopos y servicios diversos, hibridación de contenidos característica de los diarios digitales.⁴

³ Se buscó in Internet la versión digital de cada uno de los diarios registrados y se encontró que de 329 periódicos registrados ante la Secretaría de Gobernación, el 62% habían iniciado en 2007 su transición a la convergencia, en tanto que un 37.39% no la habían iniciado. Asimismo el instrumento permitió constatar que en ese año, sólo los diarios de Grupo Reforma cobraban para acceder a su versión en línea. Toda cartografía de la red es perecedera pero útil, en tanto que retrata un momento específico de la historia, tanto de Internet como del periodismo digital. Sólo se estudiaron las rutinas profesionales de redactores (editores web como se les llama en las versiones digitales) y reporteros.

⁴ Los jóvenes directivos de empresas periodísticas se ostentan como Directores de contenidos. Atrás van quedando los cargos de la era análoga tales como Jefe de información o Jefe de redacción.

Periodismo convergente en conglomerados

El otro modelo que identifiqué es el que denominé periodismo convergente en conglomerados retomando estudios como el de Janet Kolodzy (2006) y de Stephen Quinn y Vincent Filak (2005) y es el que se ha implementado en conglomerados que tienen negocios diversos entre ellos periodísticos y en los que los procesos productivos, la cultura profesional y la información sufren cambios más profundos que en el modelo anterior.

El periodismo convergente en sus dos modelos es una estrategia basada en una lógica de economía de escala basado en la flexibilidad laboral característica del nuevo capitalismo y que puede ser entendida como pérdida de vínculos, cambio constante y desprotección laboral (Sennet, 2006); también como adaptación al cambio y capacidad para aprender por cuenta propia (Castells, 2006).

La incorporación de tecnología a las rutinas profesionales en cualquier rama productiva, produce un fenómeno de profundización del capital por trabajador (*capital deepening*) que en la industria que nos ocupa se identifica cuando un periodista con una cámara de video, un celular 3G y una laptop con conexión a Internet incrementa su productividad realizando el trabajo que en la era análoga hacían diversos profesionales.

El fenómeno de profundización de capital supone un desplazamiento de la mano de obra, pero al mismo tiempo abre la posibilidad para la incorporación de nuevos perfiles profesionales (Oulton, 2002; Timmer y Van Ark, 2005).

En el caso de los periodistas que trabajan para conglomerados multicanal, un periodista convergente provee no sólo a dos, sino a múltiples soportes de la hilera de medios de un conglomerado y que puede tratarse de radio, televisión, prensa escrita, Internet, móviles y más recientemente redes sociales lo que transforma la tradicional hora de cierre en una hora de cierre *en continuum*, supone la reconversión intensa de las redacciones y modifica de manera profunda la cultura profesional del periodista.

Periodismo y periodistas convergentes

Se considera convergente a aquel periodista que en alguna medida ha incorporado la tecnología digital a su cultura profesional, con la finalidad de construir noticias para uno o más soportes mediáticos propiedad de un conglomerado que ha integrado redacciones múltiples (Meneses, 2010).

Se requieren cuando menos estas condiciones para que este proceso de convergencia en la dimensión organizacional tenga lugar:⁵

- 1- La flexibilidad laboral entendida como desprotección laboral y ausencia de grupos profesionales.⁶
- 2- La digitalización de la base material de la producción mediática que requiere fuertes inversiones por parte de los conglomerados.⁷
- 3- La racionalización de recursos humanos para evitar la duplicidad de funciones
- 4- La aparición de nuevos perfiles profesionales como los productores y redactores multimedia, que son quienes buscan en un software especializado en gestionar contenidos los insumos vertidos por los reporteros para adaptar las notas a cada soporte.

En Estados Unidos destacan los casos del Chicago Tribune y el del Tampa Tribune como pioneros. Es preciso dejar claro que no todos los conglomerados

⁵ En la industria periodística a este proceso se le denomina generalmente Integración de redacciones.

⁶ La generalidad de periodistas en México no se encuentra agremiada en sindicatos.

⁷ Para lograr la convergencia multicanal las empresas invierten sumas millonarias en la reconversión de sus redacciones. Destaca la inversión en programas gestores de contenidos (Content Management Systems) que son el sistema tecnológico a partir del cual, se estructura el trabajo editorial en las redacciones convergentes o integradas. A este software reporteros y camarógrafos vierten audios, videos y textos que a su vez, son retomados por profesionales emergentes como los productores y redactores multimedia que son aquellos profesionales que le dan a la información el formato mediático que se requiera. En 2008 un programa de estos para 500 usuarios tenía un costo de 5 millones de dólares.

con hileras de medios diversos han adoptado esta estrategia, pero se observa como una tendencia en la industria.

Para lograr una aproximación al fenómeno en México a la industria se tomó como caso de estudio al conglomerado Grupo Empresarial Angeles propiedad del empresario Olegario Vázquez Raña a su vez, dueño de la rama mediática: Grupo Imagen quien implementó la integración multicanal o convergencia de redacciones en 2004, una vez que adquirió dos estaciones de radio: Imagen y Radioactivo, a ésta última de ser una estación de rock la transformó en una de noticias: Reporte 98.5. Poco después compró el diario Excélsior, el Canal 28 y creó el periódico digital ExOnline, que es un vertedero de la producción del los demás medios del grupo.

Tabla 1 Grupo Empresarial Ángeles: Sus cuatro sectores estratégicos

Sector Turismo	25 hoteles, 50 restaurantes, 4 mil habitaciones
Sector Salud	20 hospitales-10, 289 médicos-1,995 camas
Sector Medios de comunicación	2 Estaciones de radio con 70 repetidoras a nivel nacional, 1 Canal de TV en UHF, en cable y Sky Periódico Excélsior Periódico convergente <i>ExOnline</i>
Sector Financiero	Banco Multiva, Seguros La Peninsular

Fuente: Grupo Empresarial Angeles. Datos obtenidos de <http://www.grupoempresarialangeles.com/> en 2008

El caso de Grupo Imagen

Para el grupo empresarial, la hilera de medios no es la que genera más recursos (Moreno, citado por Meneses, 2010). Según ex directivos del Grupo empresarial estudiado la hilera mediática representa apenas el 5% de las ganancias totales del Grupo Angeles, lo cual va acorde con lo que sucede en otros contextos. De acuerdo a Kovach y Rosenstiel (2007) ABC representa para Disney el 2% al igual que NBC para General Electric.

El hecho de que en los conglomerados, la hilera periodística obtenga menos ganancias no es un dato irrelevante, ya que se traduce en un riesgo latente pues podría implicar la subordinación del interés periodístico ante el empresarial o político.

Los redactores y reporteros ahora bajo el mismo Grupo, pasaron de ser periodistas de un solo medio a serlo de cuatro en menos de tres años, con implicaciones en su cultura profesional: Rutinas frenéticas, escaso tiempo para aprender, transformación espacio-temporal y flexibilidad. Trabajan más (70% de los redactores dijo trabajar más) y no por mejores condiciones salariales.

Luego de un trabajo de campo a lo largo de un año en el que se realizó una aproximación al objeto de estudio a través de métodos mixtos, fundamentalmente entrevista en profundidad y observación, se encontró que contra lo que pudiera suponerse, no son los más jóvenes los que se adaptaron mejor a este proceso, sino los mayores de 35 años. Más del 60% de los redactores cuestionados consideraron que la transición a la convergencia fue muy difícil, que los incrementos salariales no fueron equitativos y que la empresa adoptó la estrategia: o te adaptas o te vas, propia del capitalismo flexible de nuestro tiempo.

Los 600 caracteres de una nota de radio no resultaban suficientes para el periódico que exigía dos mil. Pero el cambio radical fue cuando los reporteros hubieron de adaptarse al lenguaje de televisión, pues no es lo mismo el video por

Internet que se observa en sitios producidos por no profesionales como YouTube , que hacer televisión para un canal con infraestructura profesional.⁸

A estos cambios en la cultura profesional, entendida como ese amasijo de rutinas no escritas en las salas de redacción (Tuchman, 1983), se agrega la precarización del profesional que recopila hechos o notas de día cuando éstas se encuentran en todas partes y a la prevalencia de declaraciones sobre investigaciones, lo que da lugar a una industria de contenidos estándar.⁹

“La nota diaria la hace cualquiera, sale hasta por Internet o agencias, no se necesita pagar a tantos reporteros” (Ignacio Anaya, 2008, citado por Meneses, 2010). Estas son palabras de uno de los instrumentadores entusiastas de la convergencia en Grupo Imagen, un ingeniero industrial de profesión encargado por los dueños para instrumentar la convergencia multicanal en Grupo Imagen que comenzó en 2004 con la integración de las redacciones de los noticieros radiofónicos; luego se agregó la redacción del periódico Excélsior y su versión digital. Finalmente en 2007 se integró a esta estrategia la televisión con su serie de noticieros.

Estos fueron los primero objetivos de la integración de redacciones:

- Unificar las líneas de producción
- Sacar un solo producto (notas) para diversos canales
- Racionalizar recursos
- Modificar la cultura del periodista de un solo medio
- Evitar la duplicidad de funciones

⁸ De acuerdo con lo observado el ahorro de recursos resulta necesario para los empresarios cuando se adquiere un canal de TV, ya que la producción televisiva es onerosa y la competencia para nuevos actores como Grupo Imagen , desleal en tanto que en el país el 93% de las concesiones están en poder de dos empresas Televisa y Televisión Azteca.

⁹ Sostengo que las rutinas frenéticas dan escaso margen para buscar más de una opinión y para realizar investigaciones. No deseo generalizar mis observaciones con lo que suceda en diferentes contextos, ya que la convergencia no genera por sí misma ni bueno ni mal periodismo.

La integración no fue tarea sencilla ni para los directivos, ni para los periodistas quienes vivieron épocas de caos organizacional como el descrito por el reportero Ernesto Méndez (2008) quien recuerda la dificultad que enfrentó al escribir y adaptar las notas a públicos distintos. “Me llegaron a llamar hasta quince veces por una misma nota” reconoce el periodista, para quien la convergencia es una estrategia compleja y difícil pero que abre la posibilidad al periodista de ser más versátil.

No todos los periodistas en Grupo Imagen estaban plenamente convencidos del proceso convergente, al cual no todos los periodistas se adaptarían. Para la Jefa de redacción multimedia Beatriz Fregoso (2008) la convergencia tendría un límite. “Es una burbuja que se desinflará con el tiempo”, ya que según la directiva al tiempo de ahorrar recursos, se sacrifica calidad periodística así como la personalidad de cada medio.

No todos los reporteros se adaptaron a la tríada radio-periódico-TV, ya que el portal ExOnline es hasta 2010 un vertedero de la producción de la totalidad del grupo y que se nutre constantemente de agencias de información.

Al inicio de la convergencia se recortó al 30% de la plantilla editorial. Entre 2006 y 2009 se sucedieron cuatro olas de despidos. A punto de terminar el trabajo de campo, algunos reporteros seguían intentando ser periodistas convergentes sin muy buenos augurios, pero en medio de un escenario de crisis económica que disminuía las opciones laborales para los periodistas mexicanos.

En México Grupo Monitor intentó adoptar esta estrategia antes que Imagen sin conseguirlo entre otras cosas por los problemas legales y comerciales de su director el periodista José Gutiérrez Vivó, no obstante en 2008 Grupo Multimedios, propietario del diario Milenio adoptó una estrategia similar a la de Imagen, una vez puesta al aire su señal televisiva.

Estos son algunos testimonios de periodistas que sí se adaptaron a la convergencia multicanal en Grupo Imagen:

“Tengo una gira presidencial, paso en el noticiero de la mañana con Pedro Ferriz entre 8 y 11 para decir los avances en vivo, previamente una nota grabada. Entre 1 y 3 de la tarde siempre paso en el noticiero de Adela Micha con la nota del día y si es una coyuntura importante, dos o tres veces. No siempre paso con Javier Alatorre que está en Reporte a la misma hora. Hacia la tarde paso siempre con Jorge Fernández, en vivo; no siempre paso en el noticiero que se está transmitiendo simultáneamente en Reporte, aunque regularmente de cinco días a la semana, tres sí. Si hay notas importantes, hay que actualizar en vivo, si no las hay, se puede grabar la información. Para los noticiarios de la noche, entre 7 y 8 grabo una nota, que espero le va a servir a Pedro Ferriz para el siguiente día, para no grabar dos veces” (Ivonne Melgar, reportera asignada a la fuente presidencial y columnista de Excélsior, 2008).

No todos los reporteros logran adaptarse a las rutinas descritas por Melgar, aquellos que no lo logran tarde que temprano, se enfrentan a un desplazamiento propio de los sectores productivos en transición, como denomina la Unión Europea (2008) a aquellas profesiones que se encuentran en proceso de transformación–adaptación ante la ola de cambios tecnológicos y económicos de principios de siglo.

Otro es el testimonio de Aurora Zepeda, asignada a la cobertura de asuntos electorales y conductora del noticiero de Cadena 3 de los fines de semana.

“Tengo que enviar un adelanto de tres párrafos a Excélsior. Radio y tele ocupan ese párrafo y puede también interesar a ExOnline.

A esa hora ya están al aire los noticiarios de radio con Adela Micha y Javier Alatorre. Puede que me hablen a los cinco minutos de haber mandado mi nota para que salga al aire. Entonces debo de buscar el *insert* en la cámara de tele y buscar el minuto y el segundo en que dijeron tal cosa. Doy mi nota e introduzco el *sound bite*. Puede que en ese mismo momento me pidan por el *messenger* la nota de televisión. Entonces tengo que mandar el guión y el *track up* grabado en la cámara” (Aurora Zepeda, 2008).

Zepeda es al igual que Melgar una reportera versátil lo que no le impide admitir, que un reportero convergente no logra garantizar la calidad informativa cuando

tiene que atender más de dos soportes. En su caso reconoce que se le dificulta lograr la calidad que desea en sus notas televisivas.

En este período de cambio, los periodistas que pueden adaptarse y aprender por cuenta propia, rasgos inconfundibles de la flexibilidad laboral son los que tienen cabida en un escenario de convergencia.

La información como *commodity*

Los directivos de medios en la actualidad dicen trabajar para empresas de contenidos, ni periodísticas, ni de información, la cual en tiempos de convergencia se ha convertido en un *commodity* concepto de la economía clásica, que se refiere en la industria de los medios a una mercancía necesaria, fugaz y desechable.

Contrariamente en sentido prescriptivo la información es un bien público, el insumo necesario para que la democracia que es un gobierno de opinión, funcione a plenitud (Sartori, 1994 :118).

Teniendo como referente a la teoría de la democracia, lo que ha estado a debate históricamente es lo que se espera del periodismo y qué es lo que éste puede hacer para cumplir con su función social en el marco de una sociedad democrática (McQuail, 2003).

En este sentido se espera que los medios convergentes o análogos informen con imparcialidad, profundidad y precisión. Estas expectativas se encuentran en los códigos editoriales y éticos de los periódicos y asociaciones periodísticas de todo el mundo y sobre los cuales no hay disenso considerable.¹⁰

¹⁰ Para el análisis de contenido se construyeron dos categorías básicas: precisión y profundidad y sus respectivos indicadores: Para profundidad se analizó la separación de hechos y opiniones; la diversidad de fuentes de información utilizadas en la construcción de la noticia y el origen de la información (declaraciones, investigaciones, boletines oficiales, etc). Fueron indicadores de profundidad, el formato empleado en cada soporte para el cual se construyeron sub indicadores

En un análisis de contenido de la información nacional elaborada por reporteros convergentes de Grupo Imagen de la semana del 22 al 26 de junio de 2009 se encontró lo siguiente:

Se observó cómo la nota de periódico es la misma en el portal; la de ambas estaciones de radio es idéntica; la de radio es casi igual a la de la televisión.¹¹

La información resultante de rutinas aceleradas es estándar, se halla en cualquier parte, no tiene contexto y en el grupo analizado se obtiene de declaraciones.

De 304 notas analizadas 70% fueron construidas a partir de fuentes gubernamentales y partidos políticos. De este 70% el 93% fueron notas elaboradas a partir de una sola declaración, rasgo que no es privativo de este grupo mediático sino del periodismo mexicano en general. Sólo un 7% de la producción noticiosa analizada fue producto de una investigación que implica diversidad de fuentes y contexto.

La reconfiguración del periodismo ante el cambio tecnológico y el liberalismo económico es preocupante. Ya lo alertaba el informe mundial de la comunicación elaborado por la UNESCO en 1997, que advertía de la erosión de la credibilidad en el periodismo y en los periodistas.

El estudio de un caso concreto no es generalizable, pero es una forma de abordar un fenómeno complejo. Si investigaciones subsecuentes aplican una metodología semejante para el estudio de otro caso de la realidad mediática mexicana o bien, en otros contextos probablemente obtendrá resultados diferentes, pero esto no obsta para sostener y alertar de los riesgos que acarrea la profundización del

específicos para radio, televisión, prensa escrita e Internet. También la incorporación de reportajes de investigación.

¹¹ El corpus del análisis se integró del 22 al 26 de junio de 2009 con los noticieros matutinos de Imagen 90.5 (21 horas 15 minutos) y Reporte 98.5 (22 horas 30 minutos). En cuanto a televisión con los noticieros nocturnos de Cadena 3 (5 horas). En cuanto al periódico Excélsior se analizó la sección Nacional (86 notas) y en cuanto a la versión digital se estudió la primera pantalla del portal en dos cortes diarios, de las 9 a las 13 hrs y de las 6 a las 9 pm (65 notas).

capital producto de la reconversión tecnológica en la industria periodística en un escenario económico desregulado.

Conclusiones

La tecnología no genera ni bueno ni mal periodismo, éste depende de los objetivos que cada medio establezca. Sin embargo, la paradoja que acompaña a este escenario de información abundante y apabullante proveniente de una gran diversidad de fuentes, es que no necesariamente se está mejor informado.

El modelo convergente o integrador que cada vez más implementan los conglomerados mediáticos del mundo y el que han comenzado a establecer medios mexicanos, pudiera implicar los siguientes fenómenos que erosionan la función social del periodismo:

- La precarización de la profesión
- La erosión de la función social del periodismo
- Que la información no responda al interés público
- La gestación de una industria de contenidos estándar y descontextualizados
- Desapego del ciudadano para con la información y los problemas que afectan su a comunidad.
- Falta de entendimiento y puesta en perspectiva sobre problemas que agobian a la sociedad mexicana como el crimen organizado, la impunidad y la falta de rendición de cuentas.

La convergencia es un proyecto más avanzado en el orden gerencial que en lo que respecta a la comunicación. La convergencia digital y económica podría representar mejores contenidos y calidad informativa para públicos cada vez más amplios, sólo que depende de medios responsables que se atrevan a rescatar la función social del periodismo, de su creciente subordinación ante los intereses del mercado.

Referencias

Castells, M. (1997). La era de la información (Vol.1). Economía, Sociedad y Cultura. *La sociedad red*. México: Siglo XXI

De Sola Pool, I. (1983). *Technologies of Freedom*. Cambridge: Harvard Belknap

Kolodzy, J. (2006) *Convergence Journalism. Writing and reporting across the New media*. Estados Unidos: Rowman and Littlefield.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2007) *The elements of journalism. What people should know and the public should expect*. Estados Unidos: Three rivers press

Maherzi, L. (1997) *World Communication Report. The media and the challenges of the new technologies*. UNESCO. Recuperado de <http://ksghome.harvard.edu/~pnorris/acrobat/WorldCommReport.pdf>

McQuail, D. (1993) *Media performance, Mass communication and the public interest*. London: SAGE

_____. (2003). *Media accountability and freedom of publication*. New York: Oxford University Press

Meneses Rocha, M. E. y Reyes, L. (coord.).(2008) *Hacia un periodismo responsable. Propuesta preliminar de Código de buenas prácticas para México. La experiencia internacional*. Tecnológico de Monterrey y Centro de Periodismo y Ética Pública AC. Recuperado de http://libex.cepet.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=46&Itemid=63

Meneses Rocha, M. (2010). *El periodismo en la Sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México*.

Tesis de Doctorado Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Universidad Nacional Autónoma de México.

_____. (2008, enero 24). [Entrevista con Fregoso, B., Jefe de redacción convergente de Grupo Imagen]. En: Meneses Rocha, M. (2010). *El periodismo en la Sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México*. Tesis de Doctorado Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Universidad Nacional Autónoma de México.

_____. (2008, febrero 14). [Entrevista con Anaya, I., Director de radio y televisión de Grupo Imagen]. En: Meneses Rocha, M. (2010). *El periodismo en la Sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México*. Tesis de Doctorado Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Universidad Nacional Autónoma de México.

_____. (2008, junio 10). [Entrevista con Zepeda, A., Reportera convergente de Grupo Imagen]. En: Meneses Rocha, M. (2010). *El periodismo en la Sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México*. Tesis de Doctorado Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Universidad Nacional Autónoma de México.

_____. (2008, julio 3). [Entrevista con Méndez, E., Reportero convergente de Grupo Imagen]. En: Meneses Rocha, M. (2010). *El periodismo en la Sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México*. Tesis de Doctorado Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Universidad Nacional Autónoma de México.

_____. (2008, noviembre 29). [Entrevista con Melgar, I., Reportera multimedia de Grupo Imagen]. En: Meneses Rocha, M. (2010). *El periodismo en la Sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México*. Tesis de Doctorado Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Universidad Nacional Autónoma de México.

_____. (2009, febrero 13). [Entrevista con Moreno, D., Ex director editorial de Excélsior]. En: Meneses Rocha, M. (2010). *El periodismo en la Sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de*

producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México. Tesis de Doctorado Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Universidad Nacional Autónoma de México.

Oulton, N. (2002). ICT and productivity growth in the UK. *Oxford review of economics*. Vol.18.N 3. Oxford: Oxford University Press

Quinn, S. y Filak, V. (2005) *Convergent Journalism, an introduction: Writing and producing across media*. Estados Unidos: Focal Press

Sartori, G. (1994). *Teoría de la democracia*. Tomo I. El debate contemporáneo. México: Alianza Editorial

Secretaría de Gobernación. (2005). *Padrón Nacional de Medios Certificados 2005*. Disponible en línea en: www.gobernacion.gob.mx/pmic

Sennet, R. (2000) *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama

Timmer, M., Van Ark, B. (2005). Does information and communication technology drive EU-US productivity growth differentials? *Oxford Economic papers* 57. Pp 693-716. Oxford: Oxford University Press

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticias. Estudio sobre la comunicación de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili

Unión Europea. (2008). *Crecimiento y empleo*. Recuperado de: <http://europa.eu/scadplus/leg/es/S21012.htm>

World's Editors Forum. (2008). *Trends in newsrooms. Innovative ideas from newspapers in the digital age*. Estados Unidos: World Association of Newspapers

