

# Organització i processos periodístics

Silvia Martínez Martínez

PID\_00198387

Material docent de la UOC

**Silvia Martínez Martínez**

Doctora en Comunicació per la Universitat CEU Cardenal Herrera. Ha estat guardonada amb diversos reconeixements per la seva trajectòria acadèmica i també investigadora, com per exemple un Premi Nacional de Llicenciatura i el Premi Extraordinari de Doctorat. Actualment és professora a la Universitat Oberta de Catalunya, on a més és coordinadora de postgrau dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació. Com a investigadora, les línies en què treballa se centren en la interactivitat, la participació de l'usuari i l'ús de noves plataformes de distribució en mitjans d'informació. En aquest camp ha defensat la seva tesi doctoral, amb menció europea. Ha col·laborat en diferents projectes encarregats de l'estudi del periodisme digital i ha fet estades de recerca a la Universitat de Westminster i la Universitat de Porto.

L'encàrrec i la creació d'aquest material docent han estat coordinats per la professora: Silvia Martínez Martínez (2013)

Primera edició: febrer 2013  
© Silvia Martínez Martínez  
Tots els drets reservats  
© d'aquesta edició, FUOC, 2013  
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona  
Disseny: Manel Andreu  
Realització editorial: Eureka Media, SL  
Dipòsit legal: B-597-2013



*Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-Compartir igual (BY-SA) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu modificar l'obra, reproduir-la, distribuir-la o comunicar-la públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), i sempre que l'obra derivada quedi subjecta a la mateixa llicència que el material original. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/es/legalcode.ca>*

## Introducció

La tasca periodística professional és el resultat d'una praxi en què conflueixen aspectes vinculats amb el procés i amb l'organització de l'empresa informativa. Així mateix, l'exercici periodístic es veu condicionat pel mateix caràcter singular de la informació d'actualitat, ja que "l'activitat de l'empresa informativa participa en la doble condició de producte –servei (servei materialitzat en un producte)" (Paños i Rojo, 2005, pàg. 200, traducció pròpia). Així, al marge de la peça o el contingut informatiu resultant, es dona resposta a una necessitat específica dels ciutadans, atenent temes d'interès públic, i es contribueix al desenvolupament de la societat. Per això, el dret a la informació, a rebre informacions, és àmpliament reconegut internacionalment en declaracions tant de caràcter orientatiu com vinculants. Així s'inclou, per exemple, en la mateixa Declaració universal de drets humans o, en el marc de la Unió Europea, en la Carta de drets fonamentals. En el context espanyol, la Constitució parla, en el títol primer ("Dels drets fonamentals i de les llibertats públiques"), secció primera, article 20, de la llibertat d'expressió, que inclou el dret "a comunicar o rebre lliurement informació veraç per qualsevol mitjà de difusió". Els mitjans i, més específicament, el periodisme, tenen una responsabilitat social que han d'atendre.

Ara bé, en tant que producte, l'activitat informativa, en la seva tasca diària, està subjecta a una sèrie de rutines que ajuden a superar la pressió del temps (un tret intrínsec d'una professió que treballa amb informació d'actualitat). Aquestes són el resultat d'aplicar una sèrie de processos de producció en què cada membre de l'organització actua atenent el seu rol i perfil específic. Es tracta d'un entramat complex que, segons paraules de Martín Barbero (2002, pàg. 233), inclou passar per "complexes xarxes d'ideologies professionals i corporatives, per estructures jerarquizades de decisió i de diferenciació dels oficis" (traducció pròpia).

Diversos factors relacionats tant amb el perfil del mitjà com amb el tipus d'audiència poden exercir la seva influència en els diferents elements de la producció de continguts. L'expressió de Denis McQuail i Windahl (1997, pàg. 187) "mitjans en un camp de forces socials" (traducció pròpia) ja ens aproxima a una realitat marcada per la pressió d'agents externs.

El procés productiu és el que s'encarrega de transformar el material que arriba al mitjà en notícies o espais informatius i d'opinió i és un procés "molt semblant en tots els casos, si bé cada suport té les seves peculiaritats i els seus condicionants" (Manfredi, 2000, pàg. 71, traducció pròpia). No obstant això, el desenvolupament tecnològic i, de manera específica, la irrupció d'Internet i l'aparició dels mitjans digitals també han tingut un impacte en la producció informativa. Però no solament les empreses de comunicació que actuen ex-

clusivament en l'entorn en línia s'han hagut d'adaptar a les singularitats del nou context. La digitalització ha tingut una influència important en la resta del sistema mediàtic tradicional (com ja va succeir en el seu moment amb el naixement de la ràdio i la televisió). Juntament amb els canvis tecnològics, el context actual de crisi econòmica també ha afectat les empreses informatives, de manera visible la dimensió dels recursos disponibles, tant tècnics com personals (plantilla). Al debat entorn del model de negoci s'hi suma la crisi de credibilitat que pateix el periodisme i la irrupció de nous actors en el sector comunicatiu. Així mateix, apareixen nous rols professionals i s'exigeixen noves habilitats i competències als periodistes.

“La convergència digital, la integració de redaccions, la reconversió d'estructures, les plataformes d'integració de continguts, la cerca de models de pagament per consum, els dispositius mòbils d'accés a la informació, les aplicacions del Web 2.0 i 3.0 i, fins i tot, les experiències en 3D són aspectes de la innovació periodística que estan molt presents en l'agenda de la premsa espanyola i mundial”.

Campos Freire (2010, pàg. 18, traducció pròpia)

Els efectes d'aquestes transformacions es tradueixen en alteracions en les rutines i en la introducció de canvis en l'organització periodística mateixa.

Partint de Manfredi, definim la producció periodística de la manera següent:

“El conjunt de les tècniques de treball, mecanismes de presa de decisions, sistemes d'organització i controls de qualitat [...]”

El terme *producció periodística* inclou dos elements que evoquen posicions aparentment poc conciliables. D'una banda, *producció*, que ens recorda que el treball dels periodistes és elaborar un producte per compte d'una empresa i per a arribar a un determinat segment del mercat. De l'altra, *periodística* significa que aquest producte ha de salvaguardar les virtuts mínimes de la comunicació social: veracitat, ús honest de les fonts d'informació i separació nítida de la informació, l'opinió i la publicitat”.

Manfredi (2000, pàg. 17-18, traducció pròpia)

Al llarg d'aquestes pàgines s'aprofundirà, d'una banda, en el procés de producció i es plantejaran no solament els criteris professionals que s'apliquen en l'exercici de l'activitat periodística, sinó també els diversos factors que hi influeixen. S'avançarà en el concepte de *newsmaking* i s'assenyalaran les peculiaritats del procés productiu depenent del mitjà de comunicació. D'altra banda, s'analitzarà l'organització periodística, l'estructura que té, la presa de decisions i els canvis en els perfils professionals. Així mateix, es compaginarà la reflexió teòrica i acadèmica amb exemples i casos pràctics, de manera que s'oferirà una aproximació integral a l'estudi de l'organització i els processos periodístics.

#### Lectura recomanada

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

A “The Future of Journalism Conference 2011” es van reunir professionals i acadèmics per analitzar com el desenvolupament tecnològic, la necessitat de cercar noves fonts de finançament i la crisi de credibilitat, entre altres factors, estan afectant el procés de producció periodística i quines conseqüències tindran en el futur del periodisme. En l'article, Bob Franklin ofereix un resum de les principals aportacions i de les diferents postures i opinions expressades pels experts.

## Objectius

Els objectius que assolireu amb l'estudi dels materials de l'assignatura són els següents:

- 1.** Aproximar-vos al concepte de *newsmaking* i conèixer els diferents factors que influeixen en la producció periodística.
- 2.** Conèixer en profunditat el procés de producció informativa i les diferents fases que l'integren.
- 3.** Descobrir algunes de les singularitats de la producció periodística en premsa, ràdio, televisió i Internet.
- 4.** Ser capaços d'analitzar els diversos models d'organització i com s'estructura la redacció.
- 5.** Conèixer el procés de presa de decisions en l'empresa informativa.
- 6.** Descobrir els canvis que els avenços tecnològics han introduït en el procés productiu i en l'organització periodística.
- 7.** Aprofundir en el canvi de rol de l'audiència i la seva influència en el procés de producció.
- 8.** Aproximar-se al debat acadèmic i la reflexió teòrica entorn de la producció informativa.
- 9.** Conèixer casos concrets i exemples il·lustratius que permeten acostar-nos a la realitat professional del periodisme.

## Continguts

Mòdul didàctic 1

### **Dinàmiques i rutines productives**

Silvia Martínez Martínez

1. El *newsmaking*
2. Factors que influeixen en el procés de producció informativa
3. Les fases del procés productiu

Mòdul didàctic 2

### **Recopilació de la informació**

Silvia Martínez Martínez

1. Entre l'esdeveniment previst i la notícia inesperada
2. Les fonts informatives

Mòdul didàctic 3

### **Selecció i edició**

Silvia Martínez Martínez

1. La selecció: factors que influeixen en la selecció informativa
2. L'edició

Mòdul didàctic 4

### **Distribució**

Silvia Martínez Martínez

1. Vells i nous suports: cap a la distribució multiplataforma
2. A qui arriba el missatge?

Mòdul didàctic 5

### **La participació de l'audiència en el procés productiu**

Silvia Martínez Martínez

1. El periodisme participatiu
2. El periodisme ciutadà
3. Altres formes de participar en el procés productiu

Mòdul didàctic 6

### **L'organització periodística**

Silvia Martínez Martínez

1. L'organització en l'empresa periodística
2. L'organització de la redacció
3. Els rols professionals: noves funcions i nous perfils

## Bibliografia

**AIMC** (2012). *Estudio General de Medios* (febrer-novembre de 2012). <<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, pàg. 429-445).

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

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

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

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

**Bergström, A.** (2008). "The Reluctant Audience: Online Participation in the Swedish Journalistic Context". *Westminster Papers in Communication and Culture* (vol. 5, núm. 2, pàg. 60-80). <[http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/WPCC-Vol5-No2-Annika\\_Bergstrom.pdf](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*, 16 de juliol de 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*. G. Franco, G. (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, pàg. 13-30) <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP1010110013A>>

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

**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*. L'Havana, 22-27 de maig de 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, pàg. 111-128).

**Casero Ripollés, A.** (2010). "Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia". *El Profesional de la información* (vol. 19, núm. 6, novembre-desembre, pàg. 595-601).

**Cea Esteruelas, N.** (2010). "Introducción al concepto de empresa periodística en Internet". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (núm. 16, pàg. 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](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, 2012. comScore

**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, pàg. 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 de 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, II semestre de 2011, pàg. 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". A: *ACORN-REDECOM Conference*. Mèxic.

**Franganillo, J.; Catalán, M.** (2005). "Bitácoras y sindicación de contenidos: dos herramientas para difundir información". *Textos universitarios de biblioteconomía y documentación*. 15 de diciembre de 2005. <[http://www2.ub.edu/bid/consulta\\_articulos.php?fichero=15frang2.htm](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, pàg. 175-204). <[http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art\\_id=355](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, pàg. 663-681).

**Gallardo Olmedo, F.** (2011). "En la era de los contenidos digitales. Nuevos modelos de negocio para la prensa". *Telos* (núm. 86, gener-març de 2011). <<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/url-direct/pdf-generator?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, segon semestre de 2007, pàg. 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, pàg. 173-198).

**García Avilés, J. A.; Salaverría, R.; Masip, P.** (2008). "Convergencia periodística antes 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 gener - 11 de febrer de 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*. Múrcia: 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, pàg.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). "MP's expenses-what you've discovered". *The Guardian* (16 de diciembre de 2009). <<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*. Austin (abril de 2011). <<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, pàg. 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). "The Rise of Crowdsourcing". *Wired* (núm. 14.06, juny). <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>

**Howe, J.** (2008). "The Wisdom of the Crowd Resides in How the Crowd Is Used". *Nieman Reports* (hivern de 2008). <<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*. Nova York: Three Rivers Press.

**IDC** (2013). "Tablet shipments soar to record levels during strong holiday quarter, according to IDC". *Idc.com* (31 de gener de 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, pàg. 183-214). <[http://www.ehu.es/zer/zer22/ZER%2022\\_jones.pdf](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, pàg. 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, pàg. 143-153).

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

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

**Luján, J. C.** "Periodismo digital y la relación con los usuarios en la era digital". *Razón y Palabra* (núm. 30, desembre de 2002 - gener de 2003). <<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*. Xile: 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, pàg. 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 cybermedios". *Anuario ThinkEPI* (núm. 5, pàg.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* (pàg. 23-54). Barcelona: Paidós.

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

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

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

**Mendonça, T. de; Pereira, F. H.; Leal-Adghirni, Z.** (2012). "Formación y producción periodística en Internet: desafíos y perspectivas en el escenario brasileño". *Palabra Clave*, (vol. 15, núm. 1, gener-juny de 2012, pàg. 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 periodistes. Crisi, oportunitats en el sector i necessitats de formació*. Informe elaborat per Digitalab per al Col·legi de Periodistes de Catalunya. <<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* (2002). <<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 cibermedios: los retos de las empresas periodísticas". *Revista Latina de Comunicación Social* (núm. 63, 2008). <[http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/06\\_Concha\\_Edo.html](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, pàg. 24-41). <[http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/WPCC-Vol5-No2-Paulussen\\_Ugille.pdf](http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/WPCC-Vol5-No2-Paulussen_Ugille.pdf)>

**Pellicer, M.; Franco M.** (2012). "El camino hacia las nuevas redacciones digitales". *miquelpellicer.com* (23 de novembre de 2012). <<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 gener de 2012. <[http://www.aeic2012tarragona.org/esp/abstracts3.asp?id\\_seccion=1&id\\_slot=9](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](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* (18 de desembre de 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). "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, octubre 2005). <<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, pàg. 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/periol/Period\\_I/EMP/Numer\\_07/7-5-Inve/7-5-13.htm](http://www.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm)>

**Salaverría, R.; Negro, 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, pàg. 113-122). <[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q27\\_Scolari\\_Navarro\\_Pardo\\_Mic\\_.pdf](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* (pàg. 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*. Mèxic: 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* (pàg. 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, 2005, pàg. 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, pàg. 110-131).

**Vivar Zurita, H.** (2011). "Nuevos perfiles profesionales para una comunicación digital". *Telos* (abril-juny de 2011). <<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, pàg. 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.

### **Altres fonts consultades**

*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](http://ec.europa.eu/justice/fundamental-rights/charter/index_en.htm)>

*Declaració Universal de Drets Humans* <<http://www.ohchr.org/en/udhr/pages/Language.aspx?LangID=cln>>

*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>>

"Títol I. Dels drets i deures fonamentals". *Constitució Espanyola*. <[http://www.lamoncloa.gob.es/IDIOMAS/6/Espana/LeyFundamental/titulo\\_primero.htm](http://www.lamoncloa.gob.es/IDIOMAS/6/Espana/LeyFundamental/titulo_primero.htm)>

## Webgrafia

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: *Mitjans digitals en català* <<http://www.ojdinteractiva.es/mitjans-digitals-en-catala>>

