



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

El desarrollo del periodismo impreso al digital en Querétaro

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

Licenciado en Comunicación y Periodismo

Presenta

Betsabee Fortanell Trejo

Dirigido por

Dra. Vanesa del Carmen Muriel Amezcua

Santiago de Querétaro, Qro, diciembre de 2011

“Se trata de un periodismo que no puede olvidar su esencia, su debe ser. Un periodismo en el cual no es posible hacer oposiciones y antónimos ni hablar de que la tecnología traerá nuevas formas de asumirlo como un oficio al servicio del público...”

Rubén Darío Buitrón, 2005.

A Olga Trejo Aranda por su ejemplo.

A Ezequiel Espinosa Ochoa por su apoyo incondicional, generoso y permanente.

A mi familia: Fortanell Trejo, Gómez Trejo y Espinosa Ochoa por su complicidad.

*Por sus enseñanzas, mi gratitud a Vanesa Muriel Amezcua y Ezequiel Martínez
Ángeles (q.e.p.d.).*

*Gracias: Irma Rincón Rodríguez, José Luis Martínez Delgado y Emilio Ramos
Mateos por su amistad desde los años universitarios.*

Índice.

PARTE I

Introducción	12
Capítulo 1. Periodismo digital como objeto de estudio.	16
1.1 Los 90's, comienzo del debate académico.	29
1.2 Estudios del periodismo digital, cronología.	30
Capítulo 2. Usos sociales de las máquinas de comunicar.....	37
2.1 Periodismo impreso versus periodismo digital.	45
2.2 Una problemática mal planteada.	50
Capítulo 3. El periodismo digital en diferentes zonas geográficas.....	53
3.1 Primeros pasos de periodismo digital en América Latina.	54
3.2 México: el periodismo digital y los nuevos medios informativos.	55
3.3 El periodismo digital queretano.	57
3.3.1 El desarrollo de las publicaciones impresas al soporte en la web.	59
3.3.2 Nuevos medios queretanos: iniciativas informativas a partir de la web.	62
3.3.3 Blogs informativos: espacios para todas las plumas.	64
Capítulo 4. Perspectiva metodológica.....	67
4.1 Diseño de la investigación	68
4. 2 Diseño de instrumentos.	69
4. 2.1 Entrevista a reporteros de medios digitales e impresos.	73
4.3 Descripción del universo y muestra de estudio.	76
4.3.1 Directorio de medios impresos y digitales.	76
Capítulo 5. Monitoreo piloto: primer esbozo del periodismo digital en Querétaro	78
5.1 Resultados de monitoreo piloto. Diarios impresos: Noticias, Diario de Querétaro, Corregidor y am de Querétaro.	80
5.2 Semanarios: Libertad de Palabra, Magazine, Tribuna de Querétaro y Voz de la Sierra.	81
5.3 Medios informativos surgidos a partir de internet.	82
5.4 Sobre los géneros periodísticos y sus autores.	82
5.5 Observaciones al monitoreo piloto: reestructuración de las herramientas de análisis.	83

PARTE II

Capítulo 6. Periodismo digital en Querétaro: desarrollo y aplicaciones.	85
6.1 Descripción de los medios de comunicación (digitales e impresos).....	85
6.1.1 <i>Diario de Querétaro.</i>	86
6.1.2 <i>am de Querétaro.</i>.....	87
6.1.3 <i>El Corregidor.</i>.....	87
6.1.4 <i>Plaza de Armas.</i>.....	88
6.1.5 <i>Noticias.</i>.....	89
6.1.6 <i>Inqro.</i>.....	90
6.1.7 <i>Rotativo.</i>.....	91
6.1.8 <i>Ciudad y Poder.</i>	91
6.2 Ejecución de monitoreo a medios de comunicación digitales e impresos (20 de septiembre a 1° de octubre de 2010).	92
6.2.1 Géneros periodísticos.	94
6.2.2 Entrevistas a reporteros.....	96
Capítulo 7. Distintas vertientes del periodismo digital (resultados particulares: entrevistas y monitoreo).....	98
7.1 Periodismo digital supeditado a la OEM, <i>Diario de Querétaro.</i>.....	98
7.2 La convergencia a lo digital, <i>am de Querétaro.</i>.....	108
7.3 Internet, una necesidad pero no prioridad para <i>El Corregidor.</i>	120
7.4 De internet al papel, <i>Plaza de Armas.</i>	127
7.5 <i>Noticias,</i> ajeno a la influencia de internet.....	137
7.6 <i>Inqro,</i> el primer paso al periodismo digital en Querétaro.....	146
7.7 Periodismo digital para los municipios queretanos, <i>Rotativo.</i>	156
7.8 <i>Ciudad y Poder</i> hacia la evolución del periodismo digital.....	165
Capítulo 8. Contenidos y características del periodismo digital queretano (Resultados generales a partir del monitoreo).	175
Capítulo 9. Distintas vertientes y aplicaciones del periodismo digital queretano (Resultados generales a partir de las entrevistas a reporteros).	187
9.1 La inmediatez de la información sin fronteras.	187

9.2 Secuestro de Diego Fernández de Cevallos, nota para la medida en el periodismo digital.	189
9.3 La complementación de lo digital y lo impreso.	191
9.4 1991: comienzos de la prensa digital en Querétaro.	192
9.5 Hacia el periodismo digital.	195
9.6 El periodismo de la experimentación.	196
9.7 Las redes sociales, altavoces en internet.	197
9.8 Ejercicio sin capacitación.	198
9.9. La superficialidad de la información.	199
Capítulo 10. El desarrollo del periodismo digital supeditado a intereses de cada empresa informativa.	201
10.1 El periodismo común de la OEM.	201
10.2 La apuesta por la generación de información, <i>am de Querétaro.</i>	202
10. 3 El paralelismo de la información, <i>El Corregidor.</i>	203
10.4 El periodismo digital una vía para el posicionamiento, <i>Plaza de Armas.</i>	203
10.5 La información como mercancía, <i>Inqro.</i>	204
10.6 Los municipios queretanos como espacios para la generación y lectura de la información, <i>Rotativo.</i>	205
10.7 Medio digital impulsado por los procesos electorales, <i>Ciudad y Poder.</i>	205
10.8 La reivindicación de la actividad periodística impresa.	206
Capítulo 11. Conclusiones: El Darwinismo digital y los cambios de paradigmas.	209
Bibliografía.....	215
Hemerografía.	224
Sitios web.	225
Entrevistas.	226
Anexos.	227

Índice de tablas.

Tabla 1 Libros relacionados con el periodismo digital.....	31
Tabla 2 Artículos publicados de periodismo digital publicados en revistas.....	32
Tabla 3 Trabajos académicos de periodismo digital publicados en internet.....	32
Tabla 4 Categorías de análisis para determinar la influencia de internet en los medios impresos.....	70
Tabla 5 Categorías para analizar el desarrollo de los medios que han surgido a partir de internet	71
Tabla 6 Variables de análisis para medios impresos.....	71
Tabla 7 Variables de análisis para medios digitales	71
Tabla 8 Categorías de análisis para reporteros de medios impresos y digitales	72
Tabla 9 Categorías de análisis para reporteros de medios digitales	73
Tabla 10 Información de medios impresos y digitales.....	77
Tabla 11 Información de medios digitales.	77
Tabla 12 Información de reporteros de medios impresos y digitales	77
Tabla 13 Información de reporteros de medios digitales.	77
Tabla 14 Monitoreo piloto, variables de análisis para medios impresos	79
Tabla 15 Monitoreo piloto, variables de análisis para medios digitales.....	79
Tabla 16 Códigos para géneros periodísticos.	93
Tabla 17 Códigos para texto.....	93
Tabla 18 Códigos para fotografía (imagen).....	93
Tabla 19 Códigos para audio.....	94
Tabla 20 Códigos para video.....	94
Tabla 21 <i>Diario de Querétaro</i> , cantidad de publicaciones.....	98
Tabla 22 <i>Diario de Querétaro</i> , promedio de publicaciones.....	99
Tabla 23 <i>Diario de Querétaro</i> , autor.....	100
Tabla 24 <i>am de Querétaro</i> , cantidad de publicaciones.....	108
Tabla 25 <i>am de Querétaro</i> , autor.....	111
Tabla 26 <i>am de Querétaro</i> , géneros periodísticos.....	112
Tabla 27 <i>am de Querétaro</i> , texto.....	113
Tabla 28 <i>am de Querétaro</i> , imagen.....	114
Tabla 29 <i>am de Querétaro</i> , audio.....	114
Tabla 30 <i>am de Querétaro</i> , video.....	114
Tabla 31 <i>El Corregidor</i> , cantidad de publicaciones.....	120
Tabla 32 <i>El Corregidor</i> , géneros periodísticos.....	121
Tabla 33 <i>El Corregidor</i> , texto.....	121
Tabla 34 <i>El Corregidor</i> , imagen.....	122
Tabla 35 <i>Plaza de Armas</i> , cantidad de publicaciones.....	128
Tabla 36 <i>Plaza de Armas</i> , promedio de publicaciones.....	128
Tabla 37 <i>Plaza de Armas</i> , autor.....	129
Tabla 38 <i>Plaza de Armas</i> , audio.....	132

Tabla 39 <i>Plaza de Armas</i> , video.	132
Tabla 40 <i>Noticias</i> , géneros periodísticos.	138
Tabla 41 <i>Noticias</i> , texto.	139
Tabla 42 <i>Noticias</i> , imagen.	140
Tabla 43 <i>Inqro</i> , cantidad de publicaciones.	146
Tabla 44 <i>Inqro</i> , autor.	147
Tabla 45 <i>Rotativo</i> , cantidad de publicaciones.	157
Tabla 46 <i>Rotativo</i> , texto.	158
Tabla 47 <i>Rotativo</i> , audio.	159
Tabla 48 <i>Ciudad y Poder</i> , cantidad de publicaciones.	165
Tabla 49 Resultados generales, contenidos publicados en internet.	176
Tabla 50 Resultados generales, artículo de opinión.	177
Tabla 51 Resultados generales, caricatura.	177
Tabla 52 Resultados generales, crónica.	179
Tabla 53 Resultados generales, editorial.	179
Tabla 54 Resultados generales, entrevista.	180
Tabla 55 Resultados generales, fotoreportaje.	181
Tabla 56 Resultados generales, reportaje.	183
Tabla 57 Resultados generales, audio.	185
Tabla 58 Línea del tiempo.	195

Índice de gráficas.

Gráfica 1 <i>Diario de Querétaro</i> , géneros periodísticos.....	101
Gráfica 2 <i>Diario de Querétaro</i> , texto.....	102
Gráfica 3 <i>Diario de Querétaro</i> , imagen.....	102
Gráfica 4 <i>am de Querétaro</i> , cantidad de publicaciones.....	108
Gráfica 5 <i>am de Querétaro</i> , géneros periodísticos.....	113
Gráfica 6 <i>Plaza de Armas</i> , géneros periodísticos.....	131
Gráfica 7 <i>Plaza de Armas</i> , texto.....	131
Gráfica 8 <i>Plaza de Armas</i> , imagen.....	132
Gráfica 9 <i>Noticias</i> , cantidad de publicaciones.....	138
Gráfica 10 <i>Noticias</i> , géneros periodísticos.....	139
Gráfica 11 <i>Noticias</i> , texto.....	140
Gráfica 12 <i>Inqro</i> , géneros periodísticos.....	147
Gráfica 13 <i>Inqro</i> , texto.....	148
Gráfica 14 <i>Inqro</i> , imagen.....	148
Gráfica 15 <i>Inqro</i> , audio.....	149
Gráfica 16 <i>Inqro</i> , video.....	149
Gráfica 17 <i>Rotativo</i> , géneros periodísticos.....	157
Gráfica 18 <i>Rotativo</i> , imagen.....	158
Gráfica 19 <i>Rotativo</i> , video.....	159
Gráfica 20 <i>Ciudad y Poder</i> , géneros periodísticos.....	166
Gráfica 21 <i>Ciudad y Poder</i> , texto.....	166
Gráfica 22 <i>Ciudad y Poder</i> , imagen.....	167
Gráfica 23 <i>Ciudad y Poder</i> , audio.....	167
Gráfica 24 <i>Ciudad y Poder</i> , video.....	168
Gráfica 25 Resultados generales, cantidad de publicaciones.....	175
Gráfica 26 Resultados generales, columna.....	178
Gráfica 27 Resultados generales, entrevista.....	180
Gráfica 28 Resultados generales, fotonota.....	181
Gráfica 29 Resultados generales, nota informativa.....	182
Gráfica 30 Resultados generales, texto.....	184
Gráfica 31 Resultados generales, imagen.....	185
Gráfica 32 Resultados generales, video.....	186

Introducción

Desde que en marzo del 2009, el *Seattle Post-Intelligencer* en los Estados Unidos cerró sus rotativas, luego de haber impreso su edición –día con día- durante 149 años para dedicarse sólo a publicar en internet, y de que el *Washington Times* concluyera no imprimir sus ejemplares de fines de semana para ofrecer a sus lectores sólo la edición digital, el periodismo impreso se enfrentó a un panorama de crisis, que ya estaba en boca de los reporteros con la inmersión de la profesión periodística a internet, desde algunos años atrás.

El futuro para el periodismo impreso pareció incierto pero también surgió el momento idóneo para que el gremio profesional analizara las virtudes y desventajas de un formato frente a otro:

¿Qué tan valioso es el papel en comparación con las pantallas?, ¿qué desventajas tiene lo impreso y lo digital?, ¿cómo se adaptan los periodistas de medios impresos a internet?, ¿el reportero está capacitado para entender el lenguaje de la *web*?

Dichos cuestionamientos quizá predominaron y siguen vigentes en las juntas de redacción, en las mesas de debate en las universidades, en las charlas entre reporteros, etcétera. Lo cierto es que cada medio de comunicación impreso, tal vez por obligación, ha tenido que abrir sus espacios digitales, ya sea para adaptarse a los usos sociales de las nuevas tecnologías o para responder a las necesidades de nuevas generaciones de lectores.

Sin embargo, ¿cómo fue ese proceso de adaptación de los periodistas y de los propios medios para trabajar desde el formato impreso al digital? es la pregunta a la que este trabajo busca responder al referirse al ejercicio periodístico en el estado, donde la profesión ha experimentado en tres vertientes la convergencia a lo digital.

Diario de Querétaro, *am de Querétaro* y *El Corregidor* son periódicos impresos – de circulación estatal- que con los años se volcaron a internet; *Inqro*, *Ciudad y Poder* y *Rotativo* son espacios informativos que surgieron a partir de la *web*; mientras, *Plaza de Armas* nació en internet para después publicar su formato impreso. En este panorama, el periódico *Noticias*, uno de los medios con más tradición en Querétaro, se ha mantenido ajeno al proyecto de publicar sus contenidos en internet.

Si bien, cada medio de comunicación ejerce el periodismo digital, de acuerdo a intereses propios, existen comunes denominadores en las prácticas, en la generación de información, en los formatos de publicación y en el uso de herramientas multimedia que dejan a la vista un claro ‘Darwinismo digital’.

Saber cómo se ha desarrollado la prensa local en internet, en cuanto a la práctica de los reporteros y la forma de generar y publicar la información, es parte de este trabajo de investigación.

En el primer capítulo “Periodismo digital como objeto de estudio” se abordan los orígenes del debate académico sobre la profesión informativa inmersa en la *web*, así como un esbozo del desarrollo de estos estudios.

El trabajo continúa, en su primera parte, con “Usos sociales de las máquinas de comunicar”, que incluye el debate entre académicos, estudiantes, teóricos, reporteros sobre el periodismo digital *versus* periodismo impreso, así como los elementos para la inserción de una innovación tecnológica en la sociedad.

Los primeros pasos de la profesión informativa en la *web* en América Latina y de forma específica en México conforman el capítulo dos, “El periodismo digital en diferentes zonas geográficas”; es un recorrido por los distintos espacios informativos en internet y su desarrollo.

Para después aterrizar el trabajo en el apartado “El periodismo digital queretano”: El desarrollo de las publicaciones impresas al soporte en la *web*; Nuevos medios queretanos: iniciativas informativas a partir de internet y *Blogs* informativos: espacios para todas las plumas. Se trata del panorama de los espacios dedicados a la difusión periodística en la *web*.

En el capítulo cuatro se incluye la “Perspectiva metodológica” que integra el diseño de la investigación, los instrumentos de estudio, los formatos de entrevistas a reporteros de periódicos impresos y digitales, así como la descripción del universo de estudio.

“Monitoreo piloto: primer esbozo del periodismo digital en Querétaro” es el ensayo al análisis de los distintos medios que fueron objeto de estudio, del que surgieron observaciones que permitieron la realización del monitoreo formal.

Después, este trabajo aborda la descripción de los medios de comunicación impresos y digitales: “Periodismo digital en Querétaro: desarrollo y aplicaciones” es el título del sexto capítulo. *Diario de Querétaro, am de Querétaro, El Corregidor, Plaza de Armas, Noticias, Inqro, Rotativo y Ciudad y Poder* también integran este apartado. También, se abordan los lineamientos que se siguieron para la realización del monitoreo como los conceptos para diferenciar los géneros periodísticos.

“Distintas vertientes del periodismo digital (resultados particulares: entrevistas y monitoreo)” es el título del capítulo siete en el que se presentan los resultados de cada medio, sus características que permiten diferenciarlos.

El apartado número ocho se integra por una visión general y comparativa de los resultados del monitoreo, y recibe el título “Contenidos y características del periodismo digital queretano”.

Las entrevistas a reporteros permitieron encontrar perspectivas y puntos de vista comunes respecto a la profesión informativa en la *web*, y el capítulo nueve aborda estas temáticas: “Distintas vertientes y aplicaciones del periodismo digital queretano”.

Después del trabajo de campo, fue notorio encontrar que cada medio de comunicación ejerce de distinta forma el periodismo digital, a veces con intereses económicos, políticos, sociales, entre otros lo que se plantea en el apartado diez: “El desarrollo del periodismo digital supeditado a los intereses de cada empresa informativa”.

El capítulo once refiere a las conclusiones de este trabajo de investigación; “El Darwinismo digital y los cambios de paradigmas” no sólo alberga un panorama sobre el periodismo digital en Querétaro sino la necesidad de que la academia, el reportero y la empresa informativa hagan lo propio para que –día a día- se ofrezca calidad de contenidos en los espacios periodísticos en internet.

Capítulo 1. Periodismo digital como objeto de estudio.

El periodismo digital supone el objetivo de investigaciones en Europa y América Latina, cuyos orígenes pueden enmarcarse desde 1990. En Francia Patrice Flichy (1993) en 'Una historia de la comunicación moderna', puso a debate el uso social de distintas invenciones para encontrar como postulado que el mercado, la técnica y el uso social son tres puntos importantes para que existan, no la sustitución, sino el desplazamiento de las máquinas de comunicar, "la historia de un invento es la de una serie de desplazamientos técnicos y sociales, pero también entre la técnica y lo social" (Flichy, 1993: 13).

'Una historia de la comunicación moderna' Flichy (1993) sugiere, entre otras ideas, que las llamadas 'sustituciones' modifican las relaciones entre espacio público y espacio privado, y que de igual forma revolucionan la organización del trabajo y transforman el funcionamiento de la democracia.

Para 1996, en México, Nosnik (1996) como parte del trabajo presentado en la Universidad del Tepeyac expone el texto 'Linealidad, dinamismo y productividad: tres concepciones de la comunicación humana y social'; en este texto, Nosnik (1996) habla al respecto de la globalización como una etapa de la modernidad que inicia con una reflexión acerca del desarrollo tecnológico y de la explosión de información que han provocado las telecomunicaciones.

Nosnik (1996) refiere a la 'comunicación productiva' como la forma más evolucionada, y sugiere que los investigadores estarán ocupados en crear, discutir, criticar y mejorar modelos y teorías de 'comunicación productiva' que puedan aplicarse a los sistemas humanos.

De tal forma que el autor marca una pauta en distintos modelos de comunicación, los clasifica y sostiene cuál es el más evolucionado, para que así se pueda trabajar en éste para, por ejemplo, comenzar a mejorar la comunicación en

Internet para que exista dinamismo, entre emisores y receptores, marcado por la retroalimentación.

Para 1997, el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) publicó el trabajo 'Lengua y periodismo en el kiosko electrónico (prensa digital)' de Trejo (1997), el texto -más que discutir sobre el periodismo digital- habla de que la profesión en la *web* cuenta con espacios en crecimiento para la lengua española.

A pesar de distintas publicaciones relacionadas con el uso de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC), es hasta finales de los 90's y principios del 2000 cuando distintos autores comienzan a debatir sobre Internet como el ejemplo mayor de las NTIC.

En las técnicas de la comunicación sucede como en algunos almacenes: siempre hay algo nuevo. En efecto, hace ya treinta años que se viene hablando de las 'nuevas técnicas de comunicación', La expresión se refería entonces a la cinta de video o a la televisión por cable. Después se refirió al videotex, después al micro-ordenador y actualmente a Internet (Flichy, 2003:11).

En 2001, en México la base de datos 'CC-DOC' publicó el trabajo de Islas y Gutiérrez Cortés (2001), 'La contribución de internet en el desarrollo y expansión de la economía digital', en el que los autores comienzan a llamar a internet como un medio de comunicación inteligente.

Sin embargo, para 2002 las publicaciones e investigaciones académicas ya no sólo versan sobre la globalización, las nuevas tecnologías o internet, sino que los trabajos se orientan a tratar puntos más específicos y derivados de las NTIC, por ejemplo: sus usos y aplicaciones, es así como la manera en la cual se inicia el debate respecto a la influencia de Internet en el periodismo impreso.

Gómez Mont (2002) publicó el texto 'Los usos sociales de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación' en el que compila la manera en la que la sociedad mexicana se ha ido apropiando de las NTIC, y propone –para comprender este hecho- la escuela francesa de usos sociales de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, al tiempo que planteó que la evolución microelectrónica es parte del tejido social.

Al mismo tiempo, en Europa, específicamente en España, los investigadores Trujillo Fernández y Contreras (2002) difunden el texto 'Periodismo digital y discurso científico: nuevos modelos para el siglo XXI' en el que hacen referencia a la interpretación de los nuevos servicios que ofrecen y ofrecerán las empresas de comunicación y a la necesidad de modificar la visión sobre la adecuada interpretación de la prensa digital.

En el mismo año, en México se publica el texto 'Explorando el ciberperiodismo iberoamericano' de los coordinadores Islas, Gutiérrez, Albarrán de Alba, Camarena y Fuentes Berain (2002), y que incluyó 17 ensayos con distintos enfoques sobre el estudio de los medios y la prensa digital. Sin embargo, de este libro se rescatan los siguientes trabajos:

El primero, "El nuevo contrato. Periodismo e Internet en México" de Camarena (2002), quien explica que los periodistas han dejado de lado la reflexión sobre los cambios a los que se enfrentará su profesión; después de los 90's cuando surgen las primeras páginas de contenido informativo en México, para 2001 "lo único claro es que los profesionales de la comunicación no parecen haberse instalado en la necesaria reflexión sobre los cambios que sufrirá el oficio y las maneras de enfrentarlos" (Camarena, 2002: 223).

El segundo trabajo se titula "El periodismo mexicano e internet; el doble reto de un oficio prescindible" de Ruiz (2002), quien reflexiona sobre "la involución del periodismo mexicano y el desarrollo de la red"; en este sentido el autor sugiere

que existe una desidia ante el desarrollo tecnológico en México tanto en las empresas periodísticas como en otros espacios. “Resulta preocupante observar la inmovilidad de los medios mexicanos porque, en el extremo, su actitud evidencia su falta de compromiso real con la sociedad, y con el objetivo principal de la profesión periodística: informar a la gente, no a las elites” (Ruiz, 2002: 285).

Y el tercer ensayo, “¡Es Internet, estúpido!” de los autores Fuentes Berain y Armendares (2002), el cual versa sobre el escaso número de mexicanos que tienen acceso a la *web*. A diferencia de los demás trabajos, este tiene un corte social y esboza la idea de que en América Latina, Internet puede servir para erradicar los monopolios oficiales de información; en este sentido para Berain y Armendares (2002) internet representa una fuente alternativa de información tanto para los lectores como para los periodistas a quienes, según los autores, la *web* también supone una fuente sin fronteras para el periodismo de investigación.

En 2002, también en México, la Asociación Mexicana de Investigadores Comunicadores (AMIC) publica el libro ‘Horizonte comunicativos en México’ coordinado por Maldonado (2002).

Se trató de un compilado de 16 textos académicos de distintas áreas relacionadas con la comunicación, y de los que sobresalió, además de aquellos trabajos que hablan de internet y la radio, “Periodistas de un nuevo siglo” de Covi Drueta (2002).

Este texto buscó colocar al periodista como un intelectual en la sociedad de la información y, puso de manifiesto la necesidad de que el profesional de la información continúe con la responsabilidad de mantener a los ciudadanos informados. “En mi opinión podemos estar hablando del intelectual con mayor peso social de estos tiempos” (Covi, 2002: 240).

“Periodistas de un nuevo siglo” marcó la pauta para comenzar a debatir las características y cualidades del periodista frente a Internet y los desafíos que trae consigo.

También en 2002, se publicó, en la revista Razón y Palabra, “Ciberperiodismo: entre el tiempo y las emociones”; un trabajo peruano, escrito por Fows (2002), relacionado con el tratamiento que se da a la información en la *web*.

Sólo eventualmente los periodistas se fijan en la audiencia cuando están preparando su material y reportan los 'hechos' olvidando el contexto, las implicaciones, el significado de lo que ocurre en el momento. Suelen referirse al golpe de la noticia, pero no al eco ni la trascendencia. No planteamos 'proteger' al público de las imágenes violentas dado que éste tiene capacidad para elaborar al respecto, sino reconocerlas en su dimensión y entorno mayor antes de ponerlas al aire (Fows, 2002: S/D).

A finales del 2002 y principios de 2003, la revista Razón y Palabra publicó dos trabajos hechos en Brasil y Venezuela, respectivamente; ‘La homegeneidad de la cobertura periodística en línea. Un estudio de caso de tres portales brasileños’ y ‘Ciberperiodismo y gobierno electrónico’.

El primero, de Junior Da Silva (2002-2003), quien sugiere que los medios digitales pueden centrarse en los mismos asuntos y que por tanto los lectores se mantienen informados sobre los mismos temas, pero entonces el autor deja al descubierto algunas cuestiones: ¿Cuál es la calidad de esa cobertura?, ¿Qué tipo de problemas y cuestiones fueron tratadas?, ¿Cuáles fueron las fuentes?

El segundo; ‘Ciberperiodismo y gobierno electrónico’ de Páez e Iribarren (2002-2003) en el cual debaten sobre los profesionales de la información en la era digital, y sugieren que los medios demandan nuevos profesionales capaces de generar, capturar, distribuir y facilitar el uso de la información para los diferentes públicos en la red.

Para el 2003, se generan textos que continúan con el debate del papel que juegan las NTIC en la sociedad, y se publican estudios realizados no sólo en México sino en países de Sudamérica en los que se tratan la relación de las tecnologías de la información, específicamente Internet, con el periodismo, y en tanto las consecuencias y resultados de esta relación.

Flichy (2003) en su texto 'Lo imaginario de Internet' se cuestiona sobre las razones de la movilización de los individuos en Internet y sugiere que los usos sociales de Internet están mucho más diversificados, al mismo tiempo que estudiados. Unos lo analizan como un nuevo medio de comunicación, otros como un instrumento de comunicación interpersonal, o como un nuevo sistema de organización de empresas, y otros como un dispositivo de intercambio comercial.

En este sentido, Flichy (2003) estudia a Internet a través de la sociología de usos para así proponer que las nuevas técnicas sustituirán a las antiguas sólo cuando las primeras se adapten a las demandas de la sociedad.

A través de la revista Razón y Palabra se difunde un texto hecho en Argentina; 'Periodismo digital y la relación con los usuarios en la era digital' de Luján (2003), quien aporta una característica importante en la prensa digital; su capacidad de interactividad con el usuario.

'Construcción de un medio de comunicación digital' de Arcila (2003) fue publicado en 'Razón y palabra' para exponer el sinfín de posibilidades de hacer comunicación social en internet, y en específico de la trascendencia de trabajos académicos a la opinión pública.

En México, Serrano y Martínez (2003) hablan del desarrollo de una visión integral sobre el papel de las NTIC en la sociedad, en el texto 'La brecha digital: mitos y realidades'.

Además, se publicaron los textos “El periodismo on-line en México” e “Internet, el medio que cambió a la comunicación” de Navarro (2003), e Islas y Gutiérrez (2003), respectivamente y editados por ‘Razón y palabra’.

Navarro (2003) plantea el panorama de internet en México, pero específicamente en el desarrollo del periodismo *on line*, elementos de la retórica, el periodista en México y termina con el ciberciudadano, consumidor de información del siglo XXI.

En “El periodismo *on-line* México” de Navarro (2003), la autora presenta un monitoreo en todo México sobre el número de medios de información digitales. La conclusión es la siguiente: para 2002, en el país existían 157 periódicos *on line*, 21 estaciones de radio *on line* y exclusivamente, 10 canales de televisión *on line*.

Además, Navarro (2003) explica que son pocos los medios que han aplicado las Nuevas Tecnologías de la Información, específicamente Internet, como la creación de un nuevo medio de comunicación que se enfrenta a receptores diferentes y que exige del periodista otras actitudes y aptitudes. En otras palabras, la autora, al igual que otros investigadores, sugiere que los periodistas no han replanteado la situación del periodismo en lo digital y que por tanto no se ha adaptado el lenguaje periodístico a internet como un medio diferente y con auditorio propio.

Mientras, Islas y Gutiérrez (2003) hablan de internet como un medio inteligente que marca un parteaguas en la historia de la comunicación humana.

En medio de la publicación de diversos estudios relacionados con las NTIC, el periodismo digital, sus lectores, su lenguaje, retórica así como su relación con el gobierno y la manera de crear ciberciudadanos, se divulga el texto de Buitron (2003), “Seis reflexiones sobre el periodismo impreso y el periodismo digital” en el que el autor deja de lado discusiones que enfrentan al periodismo impreso y al digital, así como los planteamientos del futuro del de la profesión.

Y a manera de una postura central, Buitrón (2003) sugiere que lo único que existe es periodismo bueno y malo, y que ante los retos que se enfrenta, venidos de las NTIC, la profesión debe mantener sus valores naturales de veracidad, compromiso social, entre otros.

“Ciberperiodismo: un camino a la innovación marcado por luces y sombras” se publica en 2004, es un texto de López (2004) en el que habla de los nuevos modos de comunicar que resultan adecuados para la Sociedad de la Información y la Comunicación.

En este trabajo, López (2004) refiere a la necesidad de creación de prácticas comunicacionales para hacer posible interactividad de los ciudadanos, y de esta manera garantizar la vida democrática.

En este mismo año, la revista ‘Razón y Palabra’ publica algunos textos originarios de América Latina. Por ejemplo, “La enseñanza del periodismo en el siglo XXI: un desafío entre lo impreso y lo digital” de Montiel y Villalobos (2004), quienes sugieren que la formación del periodista no puede estar ajena al desarrollo de la tecnología.

Como trabajos mexicanos se encuentran “Periodismo *on-line*: una nueva modalidad de ejercer la profesión” de Avogadro (2004), quien plantea la capacitación de los periodistas respecto a la influencia de la *web*.

La Revista Mexicana de Comunicación, en 2004 publicó el texto “El periodismo electrónico” de Gómez Mont (2004), quien refiere a las posibilidades de la profesión frente a las NTIC.

Durante el 2005, se publica en México el libro “La comunicación en México: diagnósticos, balances y retos” en este texto se incluyen trabajos académicos que tratan del desarrollo, políticas y usos de las TIC en el país.

Esta obra integra varios trabajos de investigación ubicados en el capítulo “Desarrollo, políticas y usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación”. Sin embargo, de este resaltan las obras de Islas con Gutiérrez y de Gómez Mont (2005).

“Teorías e investigación de internet en México” de Islas y Gutiérrez (2005) incluye un monitoreo de los trabajos realizados sobre los distintos medios informativos en la *web* en el país; en total, hasta esa fecha, sumaron catorce trabajos en los que hay temas de cine, comunicación en internet, la comunicación política llevada a Internet, la radio, multimedia, la normatividad de Internet, educación, cibercultura, ciberperiodismo, metodología para estudios en internet, impacto de internet y empresas e internet.

Otro trabajo integrado en “La Comunicación en México: diagnósticos, balances y retos” (2005) es “Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación en México” de Gómez Mont (2005). En este texto, la autora persigue la idea de encontrar herramientas necesarias para comprender cómo se forma un nuevo sujeto de comunicación a partir de la gestión de procesos de apropiación tecnológica.

Gómez Mont (2005) plantea la conceptualización de una nueva forma de relación hombre-medios y sociedad TIC, y con ello buscar metodologías que permitan avanzar en la creación de indicadores y variables que revelen el proceso de apropiación que asume la sociedad cuando se habla de procesos de información y comunicación.

Además, en “Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación en México”, Gómez Mont (2005) expone la manera en cómo los usos sociales de las NTIC han sido abordadas en México. Para la autora las NTIC han adoptado usos comerciales, y observa que cada sociedad es capaz de otorgar un significado

especial a las tecnologías, dependiendo de la cultura, del marco social en el que se inserta y de la relación previa que esta sociedad había establecido con las Tecnologías de la Información y la Comunicación anteriores.

Durante el mismo año, se publican tres trabajos españoles relacionados con el salto del periodismo impreso al digital, y con la influencia de las NTIC en el trabajo periodístico.

“El ciberperiodismo en Galicia” (2005) de Soto, Pereira, Villanueva y López (2005) analiza el impacto de internet en los medios de comunicación impresos y se realiza un panorama exacto de la evolución de los, que definen sus autores como ‘cibermedios’.

De este trabajo surgen algunas conclusiones como la apuesta que tuvieron los medios impresos por internet y a la vez el gran número de medios informativos que surgen a partir de la *web*; de igual forma, otro de los objetivos de este estudio fue analizar el contenido de las notas publicadas en estos medios, de que surgió quiénes son los actores que dominan los contenidos informativos y de qué forma (positiva o negativa) así como qué tópicos manejan dichos espacios.

El otro estudio, de origen español y publicado en ‘Razón y Palabra’, es “La repercusión de las Nuevas Tecnologías en el trabajo del periodista” de Bueno (2005), en el que la autora habla del perfil del periodista del futuro en el que éste desarrollará su trabajo en los años venideros.

“El periodista en la transformación en el ciberperiodismo: la reivindicación del periodista como periodificador en la red” es otro texto español de la catedrática Martínez (2005), quien sostiene que el periodista es un profesional en transformación.

En Colombia, se publica las memorias del seminario “El futuro del periodismo y el desarrollo profesional de los periodistas en América Latina”, de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

A finales de 2005 y principios de 2006 se publican estados de la cuestión relacionados con el periodismo digital, así como aquellos que buscan brindar un panorama sobre el desarrollo y uso de las NTIC.

“Periodismo digital en México” de los autores Covi, Toussaint y Tovar (2006) ofrece una perspectiva de cómo los medios de comunicación comienzan a introducirse a internet.

Las aportaciones al estudio del periodismo digital, en México se ha centrado en autoras como Covi (2006), quien primero reflexiona sobre el poder simbólico del discurso de los periodistas digitales y en este sentido abre el debate a los desafíos que tendrán los nuevos profesionales de la información.

Sin embargo, en otra de sus obras Covi junto con Toussaint y Tovar (2006); “El periodismo digital en México” (2006), los autores recorren desde la Sociedad de la Información y el conocimiento (SIC) hasta la inmersión de tres medios de comunicación radio, televisión y las telecomunicaciones en Internet. Sin embargo, hacen hincapié en el lugar que ocupa la prensa en la *web* y citan el caso de los diarios *La Jornada*, *Reforma*, *El Universal* y *Milenio*.

En general, Covi, Toussaint y Tovar en “El periodismo digital en México” (2006) consideran tres vértices para el estudio de la prensa digital como la economía política para determinar los antecedentes de las empresas de los medios estudiados; también se consideraron a los personajes involucrados en la producción de información en la *web*. Y por último se observaron las páginas de inicio de los medios digitales. “El objetivo fue explorar cómo se estaba produciendo el cambio, qué está pasando en los periódicos, emisoras de radio y

televisión que de pronto incursionaban en la red” (Crovi, Toussaint y Tovar, 2006: 11).

Además este estudio parte de las siguientes premisas, considerando responder a cuáles eran las razones por las que los medios informativos apostaban por el soporte digital: ampliar su cobertura, abrir una nueva línea de producción, modernizarse participando en una experiencia novedosa que garantizara el acceso a un nuevo medio, experimentar con un lenguaje hipertextual, entre otras.

Por otra parte, esta obra plantea dos dimensiones para el análisis de Internet: su propia construcción social como innovación tecnológica y sus características como nuevo medio de comunicación e información. Además, se agregan dos conclusiones importantes como que el medio que más explota internet es la prensa y sugiere la necesidad de formar receptores críticos para la construcción de una Sociedad de la Información para el conocimiento circule libremente para evitar la privatización de la información en cualquiera de sus formas.

De igual forma, Crovi, Toussaint y Tovar en “El periodismo digital en México” citan algunos trabajos relacionados con el periodismo digital en México como el instrumento de observación que permitió el registro de imagen, sonido, colores, recursos de interacción y comunicación horizontal y la organización general de los contenidos y enlaces de una página de inicio en un portal de Internet, creado por estudiantes del Seminario de Investigación impartido en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Incluso, Crovi, Toussaint y Tovar (2006) utilizaron este instrumento de medición para el desarrollo de su investigación.

En 2006 se publica un estado de la cuestión que incluye estudios de 1996 al año ya mencionado, sobre la producción de textos relacionados con internet en México; ‘¿Qué se ha escrito sobre la internet? Recorrido en la *web*: Razón y palabra 1996-2006’ de Ortiz (2006).

También, la revista 'Razón y palabra' publicó los textos: "Ciberperiodismo e identidad cultural, oportunidad y desafío" de Barrios (2006); y los trabajos españoles: "Hipertexto y redacción periodística ¿un nuevo campo de investigación?" de Díaz Noci (2006), "Producción ciberperiodística: nuevos retos y oportunidades para la investigación" de Castelló y Domingo (2006), y 'Periodistas atrapados en la red: rutinas de trabajo y situación laboral' de los autores españoles y chilenos, López Hidalgo y Mellado Ruiz (2006).

Un año más tarde, se publica en España el libro "La prensa sin Gutenberg" de Fogel y Patiño (2007); un ensayo en el que los autores hablan de la nueva prensa que ha surgido a partir de internet.

Y en la revista 'Razón y Palabra' se difunde el texto de los españoles Alberich y Cárdenas (2007); "Direcciones Cambiantes en el periodismo: digitalización y redefinición de los diarios impresos" en el que se plantea que la invención de medios digitales no supone la desaparición de los periódicos impresos.

En 2008, la Revista Mexicana de Comunicación publicó dos textos de Esquivel (2008), "Periodismo analógico a periodismo digital, necesaria la especialización en la producción de nuevos contenidos" y "El futuro de la prensa", en el segundo, el autor retoma opiniones de Jean François Fogel; mientras en Argentina se difunden los resultados por el "Primer foro de periodismo digital de Rosario"; y en España se publica el texto "Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y *weblogs*" de la Universidad de Valencia.

Por otra parte, en 2009, la revista 'Letras Libres' publicó una serie de ensayos relacionados con el posible final del periodismo impreso y que se integraron en un un compilado titulado "Adiós a la prensa" del que sobresalió el ensayo de Lichfield (2009); "El futuro del periodismo" en el que el autor sugiere la búsqueda de nuevos modelos para la profesión informativa.

Durante 2010, la revista 'Razón y palabra' difundió tres textos; el primero, de origen ecuatoriano, de la autora Rivera (2010), "Evolución del ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja". En este trabajo se presenta un análisis de medios impresos y digitales, así como entrevistas hechas a los profesionales que están inmersos en dichos espacios.

Los dos siguientes, de autores españoles; "Reinventar el periodismo: medios necesariamente más participativos para una sociedad más democrática", de Mahugo (2010); y "Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos" de Lucía (2010).

1.1 Los 90's, comienzo del debate académico.

De los cuarenta y cinco textos revisados se puede concluir que a principios de los 90's comienza el debate sobre las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), así como de la Sociedad de la Información, temas que surgen de la globalización y del desarrollo tecnológico. Ante este panorama, la Escuela de Usos Sociales, y en especial uno de sus representantes, el francés Flichy (1993) plantea tres condiciones para el desplazamiento de las máquinas de comunicar: la técnica, el mercado y el uso social.

Sin embargo, es hasta finales de los 90's y principios del año 2000 cuando en la academia y la investigación se comienza a tratar la influencia de la *web* en el periodismo impreso; es entonces que catedráticos debaten sobre el futuro de la de la profesión informativa en papel.

Para 2003, los textos de investigación se centran en cuestiones específicas de la prensa digital, por ejemplo el papel de los reporteros, las cualidades que debe tener, debido al trabajo en la *web*, el lenguaje, la construcción de medios digitales,

entre otros temas, aunque resalta el trabajo “El periodismo *on-line* en México” que incluye un estado de la cuestión sobre el desarrollo del periodismo en internet.

En los años posteriores, se siguen publicando textos que analizan desde distintas perspectivas el periodismo digital; trabajos producidos en España y América Latina, principalmente.

En 2006, también resalta el trabajo de Covi, Toussaint y Tovar, quienes publican en “Periodismo digital en México” la manera de cómo los medios impresos están experimentando su llegada a internet.

Sin embargo, para 2009 y 2010, los textos publicados en torno a la prensa digital también versan sobre el uso de las redes sociales como fuentes de información, y por otra parte se abre el debate sobre cómo dinamizar la participación de los lectores digitales a manera de que se consiga una sociedad más democrática.

1.2 Estudios del periodismo digital, cronología.

La tabla siguiente busca ordenar algunos de los trabajos producidos entre los años 1990's y la década de los 2000 para ubicar en qué años surgió el debate del periodismo digital, y la manera en cómo se fue desarrollado el análisis de académicos sobre la influencia de internet en la profesión informativa, así como las modificaciones y cambios que trajo consigo en las formas de generar información, captura de datos y publicación de contenidos tanto en los medios de comunicación impresos como digitales.

Tabla 1

Libros relacionados con el periodismo digital

LIBROS						
No	Año	Lugar	Texto	Autor	Idea principal	Observaciones
1	1993	España	Una historia de la comunicación moderna	Patrice Flichy	Análisis comparado de las diferentes máquinas de comunicar. Uso social de las nuevas tecnologías.	Establece al mercado, la técnica y el uso social como tres puntos para el desplazamiento de las innovaciones tecnológicas.
2	2001	París, Francia	Lo imaginario de internet	Patrice Flichy	Razón de la movilización de los individuos en internet.	Internet como un nuevo medio de comunicación.
3	2002	México	Explorando el ciberperiodismo iberoamericano	Coordinadores Gutiérrez, Albarrán, Camarena y Fuentes	Plantea diversas perspectivas que cuestionan la forma en que internet ha transformado la práctica del periodismo en América Latina.	17 ensayos originarios de México, Argentina, Brasil, Costa Rica, España y Estados Unidos
4	2002	México	Horizontes comunicativos en México	Coordinador a Patricia Maldonado Reynoso	16 reflexiones que permiten distinguir preocupaciones en el campo de la investigación.	"Periodistas de un nuevo Siglo", Dra. Delia Crovi Druetta. Desafíos que representan para los periodistas actuales el manejar diversos públicos, medios, lenguajes y dinámicas.
5	2003	México	La brecha digital: mitos y realidades	Arturo Serrano y Evelio Martínez Martínez	Desarrollar una visión integral sobre el papel de las Nuevas Tecnologías de la Información en la Sociedad.	
6	2005	México	La comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos	José Carlos Lozano Rendón, editor	Diagnósticos y estados de la cuestión	Desarrollo, políticas y usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
7	2006	México	Periodismo digital en México	Delia Crovi, Florence Toussaint y Aurora Tovar	Detectar cómo los medios de comunicación están experimentando su incursión en internet.	
8	2007	España	La prensa sin Gutenberg	Jean-Francois Fogel y Bruno Patiño	Un ensayo que sostiene que en internet ha nacido una nueva prensa.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Artículos publicados de periodismo digital publicados en revistas

Revistas						
No.	Año	Lugar	Texto	Autor	Idea principal	Observaciones
1	2009	México	Letras Libres	Gideon Lichfield	Internet obliga a los periodistas a ser inventivos y buscar nuevos modelos para la profesión informativa	El futuro del periodismo

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Trabajos académicos de periodismo digital publicados en internet.

Artículos de Internet						
No	Año	Lugar	Texto	Autor	Idea principal	Observaciones
1	1996	México	Linealidad, dinamismo y productividad: tres concepciones de la comunicación humana y social	Abraham Nosnik Ostrowiak	Naturaleza de la comunicación	
2	1997	México	Lengua y periodismo en el kiosko electrónico (prensa digital)	Raúl Trejo Delarbre	El periodismo en internet ya cuenta con espacios en crecimiento de lengua española.	Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM
3	2001	México	La contribución de internet en el desarrollo y expansión de la economía digital	Octavio Islas y Fernando Gutiérrez Cortés	Internet como un medio de comunicación inteligente.	CC-DOC, Documentos de Ciencias de la Comunicación
4	2002	Perú	Ciberperiodismo: entre el tiempo y las emociones	Jacqueline Fows	Los ciberperiodistas instan no sólo en publicar las noticias tan rápido como las consiguen; el equilibrio y la totalidad son sinónimos para perspectiva, enfoque, contexto, implicancias, significado, antecedentes.	Razón y palabra El mundo enfrenta importantes y consecutivas noticias basadas en la tragedia, los traumas y el drama humano.
5	2002	España	Periodismo digital y discurso científico: nuevos modelos para el siglo XXI	María Heidi Trujillo Fernández y Fernando Ramón Contreras	Necesidad de modificar la visión sobre la adecuada interpretación de la prensa digital; cambios en los patrones mentales.	Razón y Palabra
6	2002	México	Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación	Carmen Gómez Mont	La evolución microelectrónica es parte del tejido social y una forma de comprenderla es	Los materiales, UNAM.

					adentrándose en la escuela francesa de usos sociales de las TIC.	
7	2003	Argentina	Periodismo Digital y la Relación con los Usuarios en la Era Digital	Juan Carlos Luján	La interactividad en el periodismo digital.	Razón y Palabra
8	2002 - 2003	Brasil	La Homogeneidad de la Cobertura Periodística en Línea. Un estudio de Caso de Trs Portales Brasileños	Da Silva Junior, José Alfonso	Los medios digitales se encuentran centrados en los mismos asunto.	Razón y Palabra
9	2002 - 2003	Venezuela	Ciberperiodismo y gobierno electrónico	Ángel Páez y Carolina Iribarren	Nos enfrentamos a escenarios que demandan nuevos profesionales capaces de generar, capturar, distribuir y facilitar el uso de la información para los diferentes públicos de la red.	Razón y palabra
10	2003	Ecuador	Seis reflexiones sobre el periodismo impreso y el periodismo digital	Rubén Darío Buitrón	"Lo único que existe es periodismo bueno y periodismo malo"	Se aleja de las discusiones periodismo impreso versus periodismo digital
11	2003	México	El periodismo on-line en México	Lizy Navarro	Internet en México; desarrollo del periodismo on-line; elementos de la nueva retórica; el periodista de México; el ciberciudadano consumidor de información del siglo XXI	Razón y Palabra
12	2003	México	Internet, el Medio que Cambió a la Comunicación	Octavio Islas y Fernando Gutiérrez	El 'medio de comunicación inteligente' define un parteaguas en la historia de la comunicación humana.	Razón y Palabra
13	2003	Venezuela	Construcción de un Medio de Comunicación Digital.	Carlos Arcila	Las TIC ofrecen un sinfín de posibilidades de hacer comunicación social en un nuevo milenio	Razón y palabra La salida a la opinión pública de los trabajos producidos por los estudiantes en sus rutinas académicas; ejemplo El comunicador.
14	2004	España	Ciberperiodismo: un Camino a la Innovación Marcado por Luces y Sombras	Xosé López	La SIC cuenta con nuevos modos de comunicar que resultan adecuados para los tiempos que se viven.	Razón y palabra Creación de prácticas comunicacional es que garanticen la interactividad de

						los ciudadanos a fin de asegurar una mayor participación en la esfera pública democrática.
15	2004	México	El periodismo electrónico y de investigación: Nuevos paradigmas para la profesión	Carmen Gómez Mont	La profesión del periodista se ha convertido en un abanico de posibilidades por desarrollarse	Revista Mexicana de Comunicación
16	2004		Periodismo on-line: una Nueva Modalidad de Ejercer la Profesión	Marisa Avogadro	Es necesaria la capacitación de los profesionales de la información ante la influencia de la <i>web</i> .	Razón y Palabra
17	2004	Venezuela	La enseñanza del periodismo en el siglo XXI: un desafío entre lo impreso y lo digital	Montiel de Rodríguez, Maryalejandra y Villalobos Gutiérrez, Fernando.	La formación del comunicador social no puede estar alejada de los cambios que la tecnología de la Información y la Comunicación impone en el siglo XXI	Razón y Palabra
18	2005	México	El ciberperiodismo en Galicia	Tatiana Hernández Soto, Xosé Poreira Farirña, José Villanueva Rey y Xosé López García	Impacto de internet en los medios de comunicación impresos.	El estudio se realizó años atrás, y se publicó en 2005 en Sala de Prensa
19	2005	España	La Repercusión de las Nuevas Tecnologías en el Trabajo del periodista	Manuela Bueno	Reflexiones sobre el perfil del periodista del futuro y del modo en que éste desarrollará su trabajo profesional en los próximos años.	Razón y Palabra
20	2005	Colombia	El futuro del periodismo y el desarrollo profesional de los periodistas en América Latina	Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano		Memorias de seminario
21	2005	España	El Periodista en la Transformación en el Ciberperiodismo: la Reivindicación del Periodista como Periodificador en la Red	Lourdes Martínez	El periodista es un periodista en transformación porque la Red está en continua evolución.	Razón y Palabra. Nuevas formulas narrativas. El periodista en transformación: viejas y nuevas rutinas
22	2006	México	¿Qué se ha Escrito sobre la Red	Gladys Ortiz	Estado de la cuestión de 1996 a 2006 sobre la	Razón y Palabra

			Internet? Recorrido en la Web: Razón y Palabra 1996-2006		producción de textos relacionados con la Red Internet en México.	
23	2006	México	Ciberperiodismo e identidad cultural, oportunidad y desafío	Barrios Puga	Los medios en línea están funcionando frecuentemente como filtro entre sus lectores e Internet, por lo que pueden promover valores, ideas y costumbres que conforman la identidad de la región a la que se deben.	Razón y Palabra
24	2006	España	Extremadura y Alentejo: el avance del periodismo digital transfronterizo en dos de la regiones más pobres de la Unión Europea	Juan Manuel Cardoso	Internet y el periodismo digital, la proyección para Alentejo no es buena y para Extremadura es lenta.	Razón y Palabra. Contexto, Social, económico y político de Internet y el periodismo digital.
25	2006	España	Hipertexto y redacción periodística ¿un nuevo campo de investigación?	Javier Díaz Noci	El hipertexto se materializa en el periodismo.	Razón y Palabra. Analizar las dimensiones hipertextuales del nuevo mensaje periodístico e intenta identificar las características definitorias del nuevo medio.
26	2006	España y Chile	Periodistas atrapados en la Red: rutinas de trabajo y situación laboral	Antonio López Hidalgo y Claudia Mellado Ruiz	Los portales on-line hacen caso omiso sobre políticas laborales mínimas que dignifiquen el trabajo del periodista.	Razón y Palabra
27	2006	España y Chile	Producción ciberperiodística: nuevos retos y oportunidades para la investigación	Enric Castelló y David Domingo	Los procesos de producción de los cybermedios no están rutinizados como sucede en los medios de comunicación digitales. Atención a la producción ciberperiodística.	Razón y Palabra
28	2007	España	Direcciones Cambiantes en el Periodismo: Digitalización y redefinición de los diarios impresos	Jordi Alberich y María Luisa Cárdenas	El surgimiento de un medio de comunicación no provoca la extinción de los ya existentes, su surgimiento origina sin duda un proceso de desplazamiento, redefinición y reidentificación.	Razón y Palabra

29	2008	México	Periodismo analógico frente a periodismo digital, necesaria la especialización en la producción de nuevos contenidos	José Luis Esquivel	Necesidad de adaptar los contenidos y su tratamiento a la realidad circundante.	Revista Mexicana de Comunicación
30	2008	Argentina	1° Foro de Periodismo Digital de Rosario	Editores: Fernando Irigaray Matías Manna y Dardo Ceballos		Nuevos medios, nuevos modos y nuevos lenguajes.
31	2008	España	El futuro de la prensa	Esquivel, José Luis	El autor retoma a Jean François Fogel para hablar del futuro de la prensa	Revista Mexicana de Comunicación
32	2008	España	Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs	Guillermo López García, Editor	Periodismo digital y los nuevos formatos de comunicación en la red	Universidad de Valencia
33	2010	España	Reinventar el periodismo: medios necesariamente más participativos para una sociedad más democrática	Sergio M. Mahugo	Los retos de la profesión periodística ante su transformación.	Razón y Palabra
34	2010	Ecuador	Evolución del ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja	Diana Rivera	Desarrollo del ciberperiodismo en Loja, a través del análisis a medios impresos y digitales, y entrevistas a periodistas y editores conocedores de la realidad digital en Ecuador.	Razón y Palabra
35	2010	México	Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos	Tania Lucía Cobos	El uso de Twitter como una potencial fuente de información para periodistas.	Razón y Palabra
36	Sin año	México	Análisis del consumo de periódicos en línea	María Eloisa Solís Terrazas	Explotación sistemática y teórica de los consumidores de periódicos en línea.	Texto abierto. Tecnologías y sujetos sociales

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 2. Usos sociales de las máquinas de comunicar

Una innovación tecnológica encuentra en su centro un conjunto de controversias relacionadas con tres vértices, en específico, con debates técnicos, de uso social y de mercado para encontrar un espacio definido al interior de la sociedad. En general, lo que el autor francés, Fernard Braudel (en Flichy, 1993) señala como “una innovación nunca tiene valor si no es en función del impulso social que la apoya y la impone” (Braudel en Flichy, 1993: 13).

Estos planteamientos llevan a que Patrice Flichy (1993) defina que la historia de un invento es la de una serie de desplazamientos técnicos y sociales, más que procesos de sustitución de una máquina sobre otra, por lo que sugiere que sólo al final de un largo recorrido se estabilizará un nuevo sistema de comunicación en el que la invención encuentre un lugar (un uso social) que además se generará en tres etapas.

La primera de este proceso corresponde a la ‘Captura’ cuando un dispositivo técnico pasa de un entorno a otro. El segundo, Flichy lo define como ‘Apropiación’ que integra las estrategias para que un sector se apodere de este dispositivo técnico. Y la tercera, se trata de la ‘Circulación’ de la innovación de una sector a otro de la sociedad, este fenómeno se presentan en lugares inesperados, pero sin tener un carácter de aleatorio.

Cuando Patrice Flichy (1993) habla de los usos sociales de las máquinas de comunicar, lo hace para centrar su discurso en su ‘Circulación’, de acuerdo a los movimientos de la técnica y lo social, de esta manera conjuga su obra ‘Una historia de la comunicación moderna’ (1993) que inicia con la era industrial y el telégrafo óptico, la primera máquina de comunicar fiable que tendrá uso permanente.

Flichy (1993) no sólo genera un recorrido histórico por las innovaciones de las máquinas de comunicar, sino plantea que toda innovación tecnológica va de la mano con cambios sociales bruscos que resultan en nuevos paradigmas sociales y por tanto, requieren de nuevos sistemas y formas de comunicar.

Dichos debates se ubican en tres etapas, designadas por Patrice Flichy, como: el 'Sabio aislado', que va desde 1790 a 1870, que es marcado por la electricidad y por el uso social que se centra en la comunicación militar, de estado y su transición a la comunicación de mercado.

'El pequeño laboratorio' que se extiende de 1870 a 1930, proceso en el que predominan las ondas hertzianas y con usos de la comunicación profesionales y familiares. El 'Centro de investigación' (la comunicación global, 1930 al 1990) es la última etapa, del estudio de Flichy, marcada por la electrónica y por la comunicación familiar que va hacia la individual.

Flichy (1993) encuentra de 1930 a 1990 transformaciones de la vida privada, mutaciones de la electrónica de las cuales resultan la televisión, la informática y por tanto, nuevos modos de consumo de medios. También, en la última mitad del siglo XX, comienzan los debates relacionados con la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Es en 'El centro de investigación' donde se localiza un punto de partida para este estudio; puesto que proporciona elementos para comprender la evolución, y sugiere la búsqueda de estrategias para enfrentar o anticipar los nuevos retos que traigan consigo las innovaciones tecnológicas actuales.

En la búsqueda de una continuidad con las tres etapas marcadas, Patrice Flichy refiere que "la famosa convergencia introducida por las tecnologías digitales permite, mediante desplazamientos y deslizamientos que afectan tanto a la

técnica como a los usos, la aparición de nuevos sistemas” o en su caso nuevos paradigmas (Flichy, 1993: 230).

Por tanto, ¿La sociedad actual se encuentra frente a un nuevo paradigma derivado de los usos sociales que se les otorga a las Nuevas Tecnologías de la Información y el Conocimiento (NTIC)?

Cualquier ser humano que haya incorporado a su vida cotidiana el Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, TIC, sabe que muchas cosas han cambiado y lo han hecho vertiginosamente. Hace apenas cinco, 10 o 15 años, el tiempo de ocio, las relaciones interpersonales, la organización de nuestro quehacer diario, la educación y el trabajo se estructuraban de una manera diferente. Estos cambios, producto de la digitalización y de la informatización de la sociedad, han contribuido a crear paulatinamente un nuevo paradigma: el de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), (Crovi, Tousaint, Tovar, 2006: 15).

Si cada innovación tecnológica va de la mano con características económicas, políticas y sociales propias, no es inadecuado entonces el planteamiento que refiere a que una innovación modifica los sistemas de comunicación o, incluso, coloca a la sociedad frente a nuevos paradigmas como la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) como resultado del desarrollo de las NTIC.

Para Miguel Méndez (2005), Internet es la principal Nueva Tecnología de la Información y la Comunicación a la que la sociedad está expuesta y -en opinión del autor- ningún otro avance tecnológico había impactado en tan grande escala a la sociedad como internet.

Al igual que las innovaciones tecnológicas, se puede decir que las NTIC son, también, el resultado de una serie de desplazamientos; en Internet los sujetos han encontrado distintos usos: comercial, sociales, medio de comunicación, entre otros, que despiertan el interés de académicos, investigadores, especialistas, entre otros, para conocer a profundidad cómo se llevan a cabo.

En los últimos años, autores como Esteinou (2003), Galindo (2002), Márquez (2003), Avogadro (2007), Islas y Gutiérrez (2004), Warketing (2003), Nosnik (1998), Castells (1995) han estudiado a la Sociedad de la Información y el Conocimiento, sus implicaciones, su contexto (la globalización); estudios de fenómenos micros y macros que forman parte de los distintos acercamientos a este paradigma.

Sin embargo, ¿cómo atender a las necesidades de la Sociedad de la Información y el Conocimiento?, y de forma más precisa ¿cómo se desarrollan fenómenos al interior de este paradigma, como por ejemplo, el periodismo digital?

En este trabajo se pretende atender al segundo cuestionamiento, de acuerdo a la necesidad profesional y académica de conocer un fenómeno que se encuentra en transformación y legitimación.

El periodismo digital es parte del resultado de la influencia de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, y en específico Internet, en la profesión periodística, ejercida en las rotativas e imprentas tradicionales. “Internet ha provocado severos problemas en la actividad de los diarios: caída de las ventas, desgaste de la autoridad de los viejos periodistas, crisis del reportaje de investigación. Esto puede ser bueno o no, lo cierto es que nos obligará a ser inventivos y buscar nuevos modelos” (Lichfield, 2009: S/D).

Entonces, ¿cuáles son las características del periodismo digital?, ¿qué cosas han cambiado a partir de la inmersión de internet en el periodismo impreso?, ¿qué diferencias hay entre un formato periodístico y otro (impreso y digital)?, ¿el periodismo impreso se extingue?, ¿cómo debe enfrentar el periodista los cambios que ocasiona la *web*?, ¿los periodistas digitales requieren de capacitación para trabajar en Internet? Son algunas de las preguntas que pueden plantearse en torno a los cambios que atraviesa la actividad periodística, mismas que se han

debatido, analizado y estudiado en la última década de los 90's y de principios del 2000 hasta la fecha.

El primer debate al respecto se enfocó al cómo definir la inmersión de las NTIC en el periodismo impreso; ¿se trataba de una variante periodística? O ¿de una nueva profesión informativa?

El periodismo es una profesión relacionada con la selección, procesamiento y transmisión de información; el periodista le da elementos al lector para que conozca qué, cómo, cuándo, dónde y quiénes se vieron involucrados en los hechos. Jordi Alberich y María Luisa Cárdenas (2007) explican que “el lector precisa que el periodismo le ofrezca tanto los antecedentes del suceso, como los datos actuales y sus posibles consecuencias” (Alberich y Cárdenas, 2007: S/D).

De manera más puntual, el periodismo digital –a diferencia del impreso- va actualizando sus páginas conforme transcurre el día, ofrece al lector digital una cobertura inmediata del acontecer. La inmediatez se reproduce en textos y notas informativas breves. Al mismo tiempo, apoya y complementa sus contenidos con fotografías, podcast, audio, video, conversaciones, sondeos, etc.

Si bien, la Real Academia Española define la palabra multimedia como aquello que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información. En otras palabras, el periodismo digital se configura a través de herramientas multimedia.

Se trata de información con soporte en la *web* y presentada en el lenguaje audiovisual de manera casi instantánea posterior a que ocurra el suceso. Otra característica de la prensa digital es el alcance en número y ubicación geográfica de los lectores; en la actualidad, la información en línea desconoce fronteras, distancias y cantidad de receptores.

En general, los medios impresos han encontrado en Internet una presentación con costo mínimo para sus lectores y con la capacidad de ser leídos en cualquier parte del mundo. Los medios informativos, en particular, el periodismo digital tiene en internet un soporte alternativo que “puede contribuir a erosionar el monopolio oficial de la información” (Fuentes y Armendares, 2002) que tanto deteriora el espacio público en México y en América Latina.

Desde la llegada de la actividad periodística a internet y en general a las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, diversos conceptos han surgido para definir la reciente especialización de la actividad periodística en la *web* y su conjugación con herramientas multimedia: periodismo *online*, *online journalism*, periodismo en red, periodismo electrónico y periodismo digital, son algunos ejemplos.

Quim Gil (1999) discute la disparidad entre los distintos conceptos de la actividad periodística y relata que el primer término utilizado fue el de periodismo electrónico, asociado, principalmente, con medios electrónicos ya clásicos como el teletexto o el diario por fax. Electrónico no es equivalente a digital. Medios como la televisión pueden considerarse electrónicos aunque mantengan su condición analógica. Con la perspectiva adquirida, es comprobable que no es la electrónica lo que distingue a este nuevo periodismo.

Para el caso de la denominación periodismo en línea –según Gil (1999)- tal definición sólo explica el paso de un medio impreso al soporte en la web: “el ejemplo más claro nos lo ofrecen las cabeceras de prensa que han trasladado sus contenidos publicados en papel a la *www*, sin que ello comportara la mínima variación en las rutinas periodísticas de la redacción. También hemos visto revistas en línea que simplemente han trasladado los patrones de la prensa de papel al soporte *online*” (Gil, 1999: S/D).

Otro concepto; 'periodismo en red' pero parece carecer de una unificación de criterios. "En red' no es lo mismo que 'en la Red'. El periodista en red rompe con la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a un receptor. El periodista en red está inmerso en un mar de información y está interconectado a fuentes, periodistas, receptores, interactores, etc." (Gil,1999: S/D).

En este trabajo, se empleará el término al que Gil (199) considera el más adecuado para definir a la profesión periodística llevada a la *web*: 'periodismo digital'; puesto que, el autor sustenta esta definición en que tanto el paradigma de la red como el de la Sociedad de la Información y el Conocimiento se basan en su carácter digital, y de igual forma, ayuda a definir la actividad periodística en el soporte de internet que incluye el uso de diversas herramientas multimedia, la inmediatez, la disminución de fronteras y un número interminable de lectores.

Es previsible que todo periodista acabe procesando la información con herramientas digitales -ordenadores, cámaras, etc- y publicando en medios digitales -Internet, televisión digital, etc-. Por tanto es previsible que todos los periodistas acaben siendo "digitales" de la misma forma que todos han acabado siendo "telefónicos" o "fáxicos". Pero unos podrán trabajar siguiendo unas rutinas periodísticas clásicas adaptadas y evolucionadas hacia el medio digital. Otros, los periodistas en red, estarán creando y consolidando unas nuevas rutinas propias de un proceso de comunicación multimedia, multiliental e interactivo (Gil, 1999: S/D).

Por otra parte, el profesional que ejerce el periodismo digital comenzó a ser definido desde hace más de una década. En 1995, el nuevo periodista fue nombrado 'guardia urbano' por dirigir el tráfico de la información (Partal en Gil, 1999). Años más tarde, Fernández Hermana y Cornella (en Gil, 1999) propusieron otras denominaciones al profesional del periodismo digital.

Fernández Hermana (1997) evolucionó el 'guardia urbano' de Vicent Partal (1995) y lo convirtió en 'cartógrafo', discutiendo que en el medio digital las carreteras y autopistas estaban por construir, y que posiblemente nunca llegarían a estar establecidas. Por lo tanto, el periodista salía del asfalto y se adentraba en campos,

bosques, montañas, lagos y desiertos de información, ofreciendo un riguroso mapa comunicativo a su entorno.

A la vez, Alfonso Cornella (en Gil, 1999) nombró 'infromista' al profesional que estudiaba las estructuras comunicacionales y diseñaba economías y flujos óptimos de información (Gil, 1999).

A la lista de nombres para definir al nuevo profesional de los medios digitales se agrega el 'periodista periomático'. Representa al neologismo para señalar a los informadores o periodistas adaptados al periodismo del futuro (Sánchez en Navarro, 2001).

Finalmente, ha quedado en la academia y en la profesión el concepto 'periodista digital'; no obstante, hay diversas disparidades para los orígenes de los distintos profesionales de la información. En la actualidad, se distinguen dos bloques de periodistas digitales, aquellos que vienen de los medios tradicionales: radio, televisión y prensa escrita. Otros periodistas han triunfado directamente en Internet, sin pasar por la redacción de un periódico, radio o televisión (Navarro, 2001).

Por tanto, los periodistas digitales, a diferencia de los profesionales que colaboran en medios impresos, deberán conocer el empleo de herramientas multimedia: deberán aprender a usar audio, vídeo, animaciones, mapas interactivos y bancos de datos. Una habilidad narrativa y pensamiento crítico son dos de las habilidades que más deben desarrollar los periodistas *on line* (Navarro, 2001).

De tal manera que, así como el desarrollo de las máquinas de comunicar ha estado sujeto a tres vértices: mercado, uso social y técnica, es pertinente considerar que el periodismo digital, como resultado de este desarrollo, está sujeto a las mismas condiciones.

En este estudio, el periodismo digital se considera como una innovación tecnológica que incluye al mercado, el uso social y la técnica; es por ello que el profesional de la información deberá pensar al periodismo digital en términos de desplazamiento y no de sustitución si se pretende que la profesión encuentre un lugar privilegiado en la Sociedad de la Información y el Conocimiento; se deberá pensar en un ejercicio que se aleje de la idea de la sustitución y la extinción del periodismo impreso, y por tanto de prácticas profesionales que permitan distinguir a uno de otro con usos y bondades propias. Entonces habrá espacio para el periodismo digital y para el impreso, a pesar del desarrollo de las NTIC.

La configuración de nuevos paradigmas, en este caso el de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, necesitan asegurar su coherencia y unidad con un sistema de comunicación; en este escenario, el periodismo digital encuentra terrenos fértiles para obtener un sitio privilegiado en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, en otras palabras, el periodista está frente a una demanda de comunicación latente que bien puede enfrentar con la configuración del periodismo digital.

2.1 Periodismo impreso versus periodismo digital.

La sociedad contemporánea se desarrolla en un contexto caracterizado por la expansión de los medios de comunicación digitales, en la constante circulación de imágenes, textos y sonidos por los canales de banda ancha a toda velocidad y en la competencia de las empresas de comunicación por la inmediatez de la información; esta dinámica, y de forma específica internet, ha tenido consecuencias directamente en el campo del periodismo impreso.

Frente a tal afectación pueden definirse dos posturas, respecto a la influencia de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información en el periodismo; Eco (1981) plantea un escenario en el que existen los apocalípticos y los integrados

con respecto de los *mass media*, términos que en este trabajo se llevan al ámbito periodístico; el primero como aquel que banaliza la inmersión del periodismo en internet, además de oponerse a esta; y el segundo quien encuentra características en la *web* que permiten la ruptura de vicios arraigados en el periodismo impreso y que abre nuevos horizontes para la profesión.

Para Eco (1981), el apocalíptico es aquel que critica a la cultura de masas, propia del sistema capitalista, por dirigirse a un público heterogéneo, pero marcando medidas de gusto homogéneas, que según los críticos de la cultura de masas, destruyen las características culturales propias de cada grupo étnico.

Para los apocalípticos, en la sociedad de masas, los *mass media* provocan emociones y están sometidos a la ley de la oferta y la demanda, así como en este contexto, el pensamiento es resumido en fórmulas, además que, para los apocalípticos, los productos de una cultura superior son colocados en el mismo lugar que los productos de entretenimiento.

Los apocalípticos presentan una postura tan catastrofista que llegan a sostener que la sociedad de masas provoca una visión pasiva y acrítica del mundo, ya que –consideran- se desarrolla en el más absoluto conformismo y favorecen proyecciones hacia modelos sociales. Por otra parte, como sistema educativo, los *mass media* son el instrumento típico de una sociedad de fondo paternalista y superficialmente individualista.

En cuanto al debate que provoca la inmersión del periodismo en internet se encuentran algunas posturas que destacan y defienden las formas de práctica del periodismo tradicional, en específico del impreso, y menosprecian la apuesta de la profesión periodística en internet. Entre los apocalípticos del periodismo se encuentran los siguientes autores:

Ignacio Ramonet, reportero de *Le Monde Diplomatique*, explica algunas contrariedades: “a partir de estas transformaciones la información no sólo es muy abundante y vertiginosamente rápida, sino que carece de valor en sí misma por haberse convertido en mercancía” (1998, citado en Covi, 2002).

Autores como Jordi Alberich y María Luisa Cárdenas (2007) hablan del periodismo impreso versus periodismo digital y consideran como principales herramientas de los diarios digitales a la imagen y a la rapidez. Sin embargo, dichos catedráticos plantean que en los medios impresos se buscará la reflexión, la profundidad y el análisis como elementos diferenciadores, algo que -al parecer- no ocurre en la prensa digital.

El lector necesita conocer el porqué de los hechos y el periodista impreso ha de explicárselo, dando así lugar a una nueva narrativa periodística representada a través de los géneros interpretativos (Alberich y Cárdenas, 2007: S/D).

Alberich y Cárdenas (2007) sostienen que la red difícilmente ofrece amplias informaciones de actualidad, en ella prima la inmediatez, o bien una profundidad siempre fraccionada en temas relacionados a través de enlaces sucesivos; en Internet, pese a su brutal disposición de espacio -aunque fraccionado-, para la publicación de la información, lamentablemente, carece en demasiadas ocasiones del tiempo necesario para el análisis e interpretación adecuada de la misma.

Por otra parte, los integrados contradicen a los apocalípticos para defender a la cultura de masas y sostienen que no es típica de un régimen capitalista. Nace en una sociedad en la que la masa de ciudadanos participa con igualdad de derechos en la vida pública, en el consumo, en el disfrute de las comunicaciones y nace inevitablemente en cualquier sociedad de tipo industrial (Friedmann, citado en Eco 1981).

Para los integrados, los medios masivos se han difundido en masas enormes que no tenían acceso al beneficio de la cultura y proponen en medida masiva y sin discriminación varios elementos de información.

También, los integrados defienden que la homogenización del gusto contribuiría en el fondo a eliminar ciertos niveles de diferencia de casta, a unificar las sensibilidades nacionales. De tal forma que, los *mass media* ofrecen un cúmulo de informaciones y de datos sobre el universo sin sugerir criterios de discriminación de públicos o audiencias.

Como integrados, es decir, aquellos que apoyan la inmersión del periodismo a internet hay quienes mencionan que la profesión se encuentra frente a una nueva etapa, cuya principal herramienta –internet, el *mass media*- favorece la práctica periodística.

Denis de Moraes (2002) sostiene que la revolución multimedia llegó más temprano de lo que se imaginaba. En este sentido para el autor –a partir del hipertexto- el ciberespacio funda una ecología comunicacional: la *web* coloca la memoria de todo dentro de la memoria de todos; los usuarios pueden actuar a un tiempo como productores, editores y distribuidores de informaciones.

A la par, y desde la perspectiva de la profesión periodística, Álvarez (2002) explica que la red no sólo abre caminos inéditos para la prensa, sino que afecta de forma notable la esencia de los periódicos convencionales. Incluso, plantea que Internet constituirá la materia de la siguiente generación de medios informativos. En esta misma línea, González (2009), periodista de *El País*, pone sobre la mesa que la prensa digital será fácil de aprender pero “descubrir en qué consiste el periodismo en la era digital costará un poco más”, debido al gran cúmulo de oportunidades que ofrece.

La periodista brasileña Murad (2002) sostiene que la herramienta del hipertexto electrónico crea las bases para reconfigurar la actividad periodística, al proporcionar nuevas prácticas de escritura y lectura favoreciendo una nueva relación entre autor-obra-lector.

Entonces, para los integrados, en Internet ha nacido una nueva prensa, con su propia identidad, su lenguaje y un crecimiento tan vivo que desafía a sus competidores. Fogel y Patiño sostienen que “Internet no es un soporte más; significa el final del periodismo tal y como se ha vivido hasta ahora... la prensa bajo el régimen de Internet no ha iniciado un nuevo capítulo de su historia, sino más bien otra historia” (2008: 15).

En este sentido, Gómez Mont (2004) hace el siguiente planteamiento, cuya respuesta puede ser afirmativa: ¿Puede entonces hablarse de un nuevo periodismo que parte de testigos oculares anónimos, que circula por todos lados y que busca difundirse casi en tiempo real en pequeños y grandes medios de información?

Asimismo, no se niega que Internet ha traído diversas transformaciones profundas en las prácticas, en las rutinas del trabajo periodístico referidas a los modos de producción, al relato periodístico y la distribución de los contenidos (Bartolacci, 2008). Incluso, ha convertido a la profesión periodística en un abanico de posibilidades por desarrollar y plantea las siguientes tendencias:

Crear la mejor noticia en la red, el mejor reportaje de investigación, el mejor diseño de una noticia y su correspondiente modelo de navegación en donde se valoran los niveles de interactividad, la mejor innovación del periodismo en línea, el mejor uso del multimedia aplicable en trabajos de arte, el mejor uso de la conectividad a través de tecnología móvil, los mejores blogs sobre temas especializados... Contar también con los mejores archivos fotográficos al día, plasmar videos y testimonios orales por medio de un software adecuado de tal manera que el cibernauta cuente a la vez con textos, imágenes y sonidos (Gómez Mont, 2004: S/D).

Frente a las dos posturas, queda claro que el periodista y la prensa digital se sitúan en la crisis de legitimidad de su profesión entre los mismos colegas y los medios informativos. En contraparte, académicos españoles como Fuentes y Armendares (2002) encuentran el beneficio de la globalización y por tanto de lo digital.

La globalización puede interpretarse también como la desaparición o disminución de las fronteras de todo tipo, lo que permite a los periodistas encontrar fuentes muy diversas para buscar información que antes tenía carácter de reservada o incluso pertenecía oculta... Internet es de particular utilidad para burlar los obstáculos al acceso a la información, ya que permite identificar y hacer contacto con fuentes internacionales (Fuentes y Armendares, 2002: 371).

2.2 Una problemática mal planteada.

El debate que plantean distintos autores sobre el periodismo impreso versus periodismo digital; así como el que sugieren aquellos en defensa del periodismo digital sobre el periodismo impreso, son como aquel a favor o en contra de la cultura de masas que pone sobre la mesa Umberto Eco; se trata de “una problemática mal planteada”.

La defensa de los *mass media*, así como el periodismo digital, de forma más específica, peca de lo que Eco denomina “liberalismo cultural”; en otras palabras “dar por descontado el convencimiento de que la circulación libre e intensiva de los diversos productos culturales de masa, dado que ofrece sin duda aspectos positivos, es en sí naturalmente buena” (Eco, 1981: 57).

De acuerdo con Eco (1981), los problemas se originan desde que se plantea si “es bueno o malo que exista la cultura de masas” (58). Para el autor, esta formulación es incorrecta cuando la problemática es determinar qué acción cultural es posible para hacer que estos medios (los *mass media*) puedan ser un vehículo de valores

culturales. Y sostiene que no es utópico pensar que una intervención cultural pueda modificar la fisonomía de un fenómeno de este tipo (Eco, 1981: 59).

Eco (1981) ejemplifica la utopía de introducir, a los *mass media*, los valores culturales en la industria editorial cuando se insertan en ella hombres de cultura, para quienes la primera finalidad no es la producción de un libro sino la producción de valores para la difusión, de los cuales es el libro el instrumento más idóneo. De tal forma que la aparición de ediciones críticas o de coleccionistas populares son muestra de una victoria de la comunidad cultural sobre el instrumento industrial.

En esta misma postura, se encuentra Buitron (2005), quien sostiene que la convergencia que sufre el periodismo impreso a su paso al periodismo digital no es circunstancia que exente a la profesión para que deba mantener su esencia natural; lo que sería el triunfo de la profesionalización, de la cultura encima de la producción desvalorizada del periodismo; en otras palabras, el ejercicio periodístico no cambia. Buitron lo explica así: “no existe la oposición periodistas digitales contra periodistas de prensa... lo único que existe es el periodismo bueno y malo” (2005: S/D).

No se niega la crisis de existencia a la que se enfrenta el periodismo impreso y su inevitable paso a la red, pero entonces también surge la reflexión de la continuación de su “deber ser”. Referir a lo digital no debe ser sinónimo de la evasión de considerar al periodismo una profesión de servicio social. Si este nuevo formato informativo pretende seguir en la vía del buen periodismo por tanto “debe ser riguroso, ético, detallado, balanceado y puntual... con soporte y calidad de los contenidos” (Buitron, 2005: S/D).

Lo que sigue entonces, es la necesidad de encontrar técnicas para la cobertura, investigación, reportería, recursos humanos, tecnológicos para la presentación de noticias al lector en un periódico digital. En este sentido, se mantiene vigente la propuesta de McLuhan con “el medio es el mensaje”; es decir, queda la tarea de

adaptar la noticia a la *web*. En este sentido, la prensa digital debe crear un lenguaje propio, por lo que Patiño (2008) sostiene que lo mostrado en la red no se compara con lo que proporciona el periodismo, ni con un libro, un periódico, el cine, la radio, ni con la televisión.

La periodista de *El País*, Pérez Oliva (2009), sostiene que la transición hacia un nuevo modelo de prensa en la sociedad en red obliga a revisar las dinámicas periódicas, a reforzar el diálogo con los lectores y lanza el cuestionamiento ¿cómo conciliar rapidez y rigor en la publicación de noticias en el diario digital?

El periodismo está frente a una nueva etapa incierta, la cual abre el espacio infinito para su práctica. Aunque, como sostiene Patiño (2008), la evolución de la prensa electrónica, en su conjunto, ha impuesto la construcción de instrumentos informáticos, la creación de procesos editoriales e imaginar una nueva dinámica comercial: reinventar todo. A la par, también obliga a los periódicos digitales a continuar con su labor social y a ejercer sus valores naturales para adentrarse en la calidad y en la credibilidad para los lectores de antaño y de los que están naciendo a partir de esta nueva era periodística.

Si bien, las líneas anteriores ponen sobre la mesa los debates relacionados con la técnica del periodismo digital, ¿Qué sucede con lo social?; desde una perspectiva general, ¿Cómo el periodismo digital ha encontrado lugar en la Sociedad de la Información y el Conocimiento?

Y de forma más específica en este trabajo se plantea: ¿Cómo ha sido el desarrollo del periodismo impreso al digital en Querétaro?, ¿Cómo el gremio periodístico ha asumido la profesión llevada a internet?, ¿Qué géneros y soportes multimedia se emplean para la producción y publicación de información en los sitios *web* de los medios informativos?

Capítulo 3. El periodismo digital en diferentes zonas geográficas.

Parece ser que en los países de primer mundo el periodismo digital encuentra legitimidad con el trabajo de medios de comunicación como *Le Monde*, *Le Nouvel Observateur*, *El País*, *El Mundo*, *Le Figaro*.

En Norteamérica, por ejemplo: *The New York Times* (en Estados Unidos). En general, sus espacios informativos en internet se distinguen por su carácter dinámico, el empleo de distintas herramientas multimedia (la explotación no sólo de la imagen y el texto sino del audio y el video) y la actualización constante de sus contenidos.

Por otra parte, los países en vías de desarrollo también hacen lo propio, aunque se desconoce su impacto en la población, debido a que no existen datos certeros sobre el empleo de los medios de información digitales; en México algunos ejemplos son *Reforma*, *El Universal*, *El Economista*, *Proceso*, *Milenio Diario*, *La Jornada*. En Sudamérica, *El Clarín*, por ejemplo. No obstante, en la mayoría de los casos, el periódico impreso se volcó al soporte digital; es decir, no son, generalmente, un medio nacido desde la *web*.

A la par, ya existen distintos esfuerzos en la academia por abordar el periodismo en internet, aunque –de nueva cuenta- estos se ven determinados por la ubicación geográfica.

En Europa, especialmente en España ya se apuesta por la formación de ciberperiodistas en las distintas universidades. En México apenas en 2009, el periódico *El Universal* y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey fundaron el primer diplomado en periodismo digital y es hasta el segundo semestre de 2010 cuando la Universidad Autónoma de Querétaro, a través de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, ofreció el taller ‘Periodismo digital’.

3.1 Primeros pasos de periodismo digital en América Latina.

Sobre el periodismo digital en América Latina, según Buitron (2005), a los empresarios latinoamericanos les cuesta apostar por la inversión en la prensa digital; afirma que cuando lo deciden, lo hacen con extrema prudencia. Por ello se plantea la difícil contratación de periodistas de buen nivel o la dotación de infraestructura y logística propias para el periódico digital. Por otra parte, los prejuicios y temores de ejecutar la prensa digital en Latinoamérica recaen en la tradición de mantener en secreto la noticia exclusiva o el golpe periodístico hasta su publicación en la edición impresa (Buitrón, 2005).

Si bien el número de medios digitales en América Latina ha ido en ascenso, es necesario trabajar en sus contenidos informativos, en su diseño, en la manera de informar, entre otras características. El periodista cubano Darías Alfonso (2002) explica que considerando el crecimiento constante que tuvieron los medios digitales en Cuba resultaría lógico asegurar que cada sitio web de la prensa cubana debe ir hacia la búsqueda y motivación de un número cada vez más creciente de lectores que conozcan la realidad de Cuba y la comparen con la que reciben de otras fuentes, con tal de formarse criterios propios y objetivos en torno a las diversas temáticas que sean de su interés.

No obstante, Darías (2002) sostiene en su texto ¿Hacia dónde va la prensa digital cubana? que “si partimos de la gran demanda que existe hoy en la red acerca de la información relativa a nuestro país, todavía resta mucho para satisfacerla. Y es que por lo general los sitios de la prensa cubana aún no abarcan toda la realidad circundante, no reflejan en su totalidad, posibilidad y matices el acontecer local, provincial y, hasta en ocasiones, nacional” (Darías, 2002: S/D).

Al respecto del desarrollo del periodismo digital latinoamericano, Fuentes-Berain y Armendares (2002) plantean que existe cierto pesimismo de los profesionales de la información con respecto al ejercicio periodístico en internet. En su trabajo de

campo al mostrar algunos ejemplos de periodismo digital de investigación hechos en México o en Estados Unidos, “muchos colegas reaccionaban con admiración y pesimismo; algunos periodistas esgrimían todo tipo de argumentos para explicar por qué este tipo de periodismo no se puede practicar en América Latina y afirmaban que en nuestros países no existe información en formato electrónico, mientras otros insistían en que pocos reporteros de la región tienen acceso a computadoras modernas conectadas a internet “ (Fuentes y Armendares, 2002: 369).

En este orden, puede suponerse que en América Latina existe la necesidad de construir espacios informativos en la web, sin embargo ello requiere de recursos materiales y económicos que permitan –en principio- el acceso a internet de los distintos sectores de la población; a la par, son necesarios los recursos humanos profesionales y especializados que ayuden al desarrollo de la prensa digital con todos los requerimientos que exige el lector.

3.2 México: el periodismo digital y los nuevos medios informativos.

Crovi (et, al., 2006) sugieren que en México, la prensa cibernética aparece hacia 1995, cuando los primeros diarios suben su información a la red. Entre los pioneros están *La Jornada* y *El Norte de Monterrey*; pero será hasta 1997 cuando la mayor parte de los diarios ingresan a la *web*.

Navarro (en Crovi et. al., 2006) proporcionó los datos siguientes: en todo el mundo circulaban 11 mil 428 medios informativos, de los cuales 4 mil 322 eran periódicos; 3 mil 945 eran revistas; mil 897 emisoras de radio y mil 264 estaciones de televisión.

En la República Mexicana, de acuerdo con el Directorio de Medios Publicitarios, existían registrados 303 diarios, contando a los vespertinos y deportivos. En el Distrito Federal se imprimirían, en 2002, 14 diarios y 10 semanarios. A la vez, según una búsqueda a través de Yahoo, en el 2002, había en el país 92 diarios que poseían su página en Internet; en el Distrito Federal aparecían 12 (Crovi et. Al., 2006: 112).

Para 2005, la cifra de medios de comunicación digitales ascendió en un 75%, ya que se registraron 161 diarios con portales en internet; la mayor parte de éstos se ubicaron en Tamaulipas con 17; Veracruz con 16; la Ciudad de México con 15, y de manera particular, en Querétaro sólo se contaba con un medio en Internet (Crovi, et. al., 2006).

Sin embargo, Camarena y Ruiz Camacho (2002) ubican el ascenso del periodismo mexicano en Internet en el año 2000; no obstante, el primero sostiene que años después los profesionales de la comunicación no parecían haberse instalado en la reflexión sobre los cambios que sufrirá el oficio y las maneras de enfrentarlo. En este sentido, en el país, se requiere el estudio del futuro en cuanto al ejercicio periodístico en el soporte digital.

Por su parte, Ruiz Camacho apunta que “la apertura de los portales periodísticos coincidió con el *boom* de Internet en América Latina y, en este sentido, las versiones digitales de los diarios mexicanos llegaron tarde a un mercado que pudieron dominar con anticipación” (2002: 284). Y sostiene que la desidia ante el desarrollo tecnológico en México no es privativa de empresas periodísticas; la clase empresarial nacional en su conjunto se ha quedado muy atrás en la competencia por el mercado digital.

Además, Camarena (2002) marca que la aparición de las páginas electrónicas informativas se debe gracias a la incursión de los periodistas que trabajan para medios impresos en la red, lo que recayó en la necesidad de la formación de profesionales preparados para explorar las posibilidades de Internet. Para México, Camarena (2002) plantea la necesidad de ajustar la manera en que se publica y se genera la información; es decir, el lenguaje está aún en proceso de consolidación y las complicaciones que supone leer en la pantalla hacen que se sugieran textos editados en forma más segmentada y organizados de manera hipertextual.

Sobre el desarrollo de la prensa digital mexicana, Navarro (2002) argumenta que “en México las formas del periodismo digital han tenido un lento desarrollo. Pese a que es precisamente la prensa, como sucede en el mundo, el medio de comunicación en línea que ha avanzado y explotado las nuevas tecnologías como una forma de crear un nuevo periodismo”.

Para Navarro (2002) los medios de comunicación digitales en México han entrado parcialmente a las nuevas tecnologías de la información y aunque la digitalización permite que los costos se reduzcan considerablemente, no todos los medios han tomado la decisión de estar en la red.

3.3 El periodismo digital queretano.

La situación del periodismo digital local no es ajena a la del país. En Querétaro, apenas se empezó a hablar de prensa digital hace poco más de una década. A la par, los principales diarios estatales impresos sólo han llevado el contenido del ejemplar en papel al soporte en Internet, para ejemplo se citan: *El Diario de Querétaro*, *El Corregidor*, *a.m. de Querétaro* y *Plaza de Armas*.

En este mismo periodo, han surgido cerca de veinte espacios digitales con contenido informativo escrito, visual o en audio; no obstante, algunos de ellos han dejado de actualizarse o carecen de flujo de información. Ante este panorama -en el que los medios impresos diarios y semanarios impresos buscan hacerse espacios en la web- el diario *Noticias* ha dejado para después su soporte en digital.

A la par, en la entidad, la academia apenas inicia la inmersión del periodista en la nueva era de la profesión y con cautela las universidades locales comienzan agregar a los planes de estudios asignaturas relacionadas con las nuevas tecnologías y apuestan, con escaso contenido, a la preparación en periodismo digital.

Pueden sugerirse algunas variables que expliquen la apatía en referencia al desarrollo del periodismo digital en Querétaro y quizá en la República Mexicana. El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) publicó que en 2005 había 16.5 millones de usuarios de Internet entre una población de 103 millones de habitantes; en otras palabras, los cibernautas en México apenas pueden representar el 20 por ciento de la población.

En este mismo orden de ideas, Fuentes y Armendarés (2002) sostienen que el acceso a Internet en México sigue siendo claramente minoritario –los usuarios se ubican entre dos a tres por ciento de la población total- pero su *boom* coincidió con el impulso de una aproximación más democrática al ejercicio informativo.

Más tarde, en 2011, 25 de marzo, Islas y Arribas publicaron el texto “Principales estadísticas de internet en México, 2010” en el cual detallaron los resultados de los estudios, organizados por la *Internet World Stats (IWS)* sobre los usuarios de la *web*; para el caso de México, los autores difundieron que del total de habitantes en 2010 (estimado en 112, 468, 855), sólo 30, 600, 000 mexicanos tenían acceso a internet, lo que representa cerca del 27.7%.

De igual forma, el INEGI dio a conocer que para el 2009, 27.2 millones de personas, de seis años o más, en el país hacen uso de los servicios que ofrece la internet, el monto representa poco más de una cuarta parte de esa población (28.3%). Estos datos fueron resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares, y marcaron que la tasa de crecimiento de los usuarios de internet en el periodo 2001-2009 fue del 18.3 por ciento.

A pesar de estas nuevas cifras, el porcentaje de acceso de la población mexicana a internet ronda cerca del 30% del total de habitantes.

3.3.1 El desarrollo de las publicaciones impresas al soporte en la web.

Desde hace poco más de diez años, en Querétaro se comenzó a hablar de prensa en línea. Sin embargo, sólo se trató de un mínimo de notas informativas en la *web* y que forman parte del ejemplar impreso de algunos periódicos diarios, semanarios locales, revistas u otro tipo de publicaciones impresas de carácter informativo.

Es el caso de los diarios pertenecientes a la Organización Editorial Mexicana (OEM) de circulación local (*El Diario de Querétaro* y *El Sol de San Juan del Río*) y *El Corregidor* en sus páginas *web* presentan las mismas notas periodísticas que en su tiraje impreso. Incluso es mayor el contenido informativo en la edición impresa. Entre sus páginas figuran las mismas secciones en sus dos formatos y si llegan a tener una extra es vínculo de otro medio digital o contenido de la misma cadena de informativos.

En su caso, el diario *Plaza de Armas* primero ofreció a sus lectores sus contenidos en Internet; se trató de notas informativas, columnas y fotografías extraídas de su formato impreso, que estuvieron disponibles a sus lectores meses después. Desde el punto de vista de Quim Gil (1999), el proceso anterior que han tenido los medios informativos diarios es “prensa en línea” o publicaciones, en inglés, “*on line*”.

a.m. de Querétaro presenta en su página *web* parte de su contenido impreso; no obstante, ofrece al lector notas al instante con fotografías y texto que procura la inmediatez de la información, además presenta videos informativos.

Además de los diarios impresos, otro tipo de publicaciones han apostado por el uso de Internet, y aunque no son objeto de estudio, se consideran para enlistar los medios que buscan espacios propios en la *web*.

Respecto a publicaciones semanales, *Tribuna de Querétaro* (el semanario editado por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, FCPyS, de la Universidad Autónoma de Querétaro, UAQ) hizo lo suyo para introducirse al espectro digital. Primero, pasó sus contenidos a un blog y después creó su página *web* a la que agregó –además del contenido informativo del formato impreso- audio, video e imagen.

Otro semanario editado en Querétaro que llevó sus contenidos a internet es la publicación *Libertad de Palabra*, el cual además de ofrecer al lector, en el soporte digital, los contenidos del formato impreso actualiza la información con notas diarias. Lo mismo ocurre con el periódico catorcenal *Mensajero Querétaro*, que informa sobre el acontecer, principalmente, de los municipios de la Sierra Gorda; además, en su sitio virtual muestra sondeos relacionados con la información que da a conocer y brinda al usuario enlaces a otras páginas informativas de orden estatal y nacional. Aunque, sin duda, es un medio regional que busca informar a la población residente en el norte del estado.

El semanario *Bitácora* también apuesta a un espacio virtual informativo con sus contenidos llevados al soporte digital; esta publicación integra en su página *web* el mismo contenido que en su edición impresa. Sin embargo, ofrece al lector digital información “minuto a minuto” de los hechos acontecidos en los dieciocho municipios; principalmente información destacada de San Juan del Río, Querétaro y Tequisquiapan; también pone a disposición distintos debates, fotografías y sondeos sobre las noticias que publica.

Magazine es otro semanario publicado, primero, de manera impresa y, después, de forma digital. Esta publicación en su página electrónica presenta entrevistas en radio y televisión, alusivas a los contenidos del ejemplar impreso que contiene, generalmente, noticias de la entidad. Además, el sitio *web* publica sondeos, información deportiva local y artículos de opinión.

En el municipio de San Juan del Río circula la publicación *El Canto de los Grillos* un semanario en formato impreso que también dio a conocer su página *web*. En este caso, el sitio muestra las notas informativas publicadas en la edición en papel y también expone notas “Al momento” y “Lo último”; nombre de dos secciones en las que se colocan notas recientes, aunque no especifica si los autores son los colaboradores del medio o si la información proviene de fuentes externas. Asimismo, en la página digital se encuentran algunos videos, no obstante, estos son publicidad gubernamental.

Al norte del estado, en los municipios serranos, el periódico quincenal *El Regional* encontró un espacio en la *web*. En su formato digital, www.elregionaljoven.com, el lector puede encontrar la edición impresa y leer información generada en las últimas horas con mayor repercusión en aquella zona de Querétaro. Cabe señalar que el contenido informativo del sitio, en apariencia, es producido por los mismos colaboradores, no obstante, la página no cuenta con notas en audio o video.

También en esta zona del estado, circula el semanario *Mensajero de la Sierra Gorda y Voz de la Sierra* en sus dos formatos, impreso y digital; la información que contienen es semejante en sus dos presentaciones, aunque ofrece a sus lectores digitales sondeos, música tradicional de la región y videos retomados de internet.

Por su parte, el diario *Noticias* parece estar alejado de la influencia de Internet; hasta la fecha no ha iniciado su conversión al soporte digital.

Casos particulares son las revistas: *El Informe Pinzón*, publicación mensual, contiene información de carácter político y tiene un soporte impreso y en televisión. No obstante, cuenta con un blog y una página en la *web*, sitios en los que se publican parte de los textos que integran la revista impresa.

Y *En confianza con Amelia* es el título que recibe un mismo formato de programa de entretenimiento –primero- en televisión, después, en radio (*Mujeres al*

micrófono), en revista impresa y –la última versión- es su formato digital. La página *web* sólo presenta la información publicada en la revista. En dicho espacio también el lector dispone de fotografías y vínculos a espacios informativos (*El Corregidor* y *Cablecom*).

Asimismo, algunos de los medios impresos también han optado por el uso de redes sociales como *Facebook* y *Twitter*, espacios en internet en los que se procura cercanía y diálogos con los lectores, además de que se ofrece la publicación de algunos de los contenidos de los medios, específicamente el material gráfico.

3.3.2 Nuevos medios queretanos: iniciativas informativas a partir de la *web*.

Junto a la apuesta de distintos medios impresos del estado - publicaciones diarias, semanales y quincenales- por la publicación de sus textos en el soporte digital, surgieron otros proyectos de contenido informativo a partir de internet.

Es el caso de diversas agencias informativas como: *Inqro*, *Rotativo*, *Ciudad y Poder*, *Corresponsal del Bajío*, *Paginacero* y *Noticiasdigital*, que actualizan sus páginas durante el transcurso del día con noticias (en texto, audio o video) propias o retomadas de otros medios informativos.

Inqro actualiza los contenidos de la página *web* durante las veinticuatro horas del día. Al mismo tiempo, muestra videos, fotografías; es decir, el sitio incluye contenido escrito, visual y auditivo de acontecimientos ocurridos principalmente en la capital queretana. Incluso, el espacio digital tiene la sección “En vivo” que transmite eventos en directo. La agencia *Inqro*, en comparación con los demás sitios informativos en línea, es la página informativa que más explota las herramientas multimedia para ofrecer noticias a los lectores.

En lo que respecta a *Rotativo*, este medio expone información regional relacionada con los demás municipios del estado y no sólo de la capital. Este espacio utiliza el texto, imágenes y video para la presentación de sus contenidos informativos.

Otro sitio informativo en la *web* es *Ciudad y Poder*, el cual ofrece a los lectores noticias locales, nacionales, internacionales junto a columnas de opinión, fotografías, videos y emisiones de radio (*Radio Ciudad y Poder*). Esta página captura notas periodísticas publicadas en otros medios informativos impresos, al mismo tiempo que cuantifica las lecturas de los textos ya publicados en el sitio electrónico.

Por su parte, *Paginacero* es un sitio digital que captura contenidos en audio, video y en texto de otros medios informativos locales y nacionales. En el caso de elementos en soporte de video, *Paginacero* expone contenidos visuales de Youtube tanto informativos como de entretenimiento; sobre noticias en audio, el portal conserva emisiones diarias de noticieros radiofónicos locales que el usuario puede descargar, específicamente *Coup d'État* del corporativo Grupo Imagen.

Noticiasdigital es otro medio informativo queretano en la *web*; aunque la actualización de sus contenidos no es tan frecuente, en sus secciones incluye las primeras planas de los diarios locales, nacionales e internacionales. También permite al usuario leer distintos artículos de opinión sobre asuntos de la política estatal. Al igual que otros medios, *Noticiasdigital* levanta sondeos entre sus lectores y transmite entrevistas y reportajes en video. El medio informativo produce la mayoría de sus contenidos de imagen, texto y video.

A la lista de iniciativas informativas surgidas a partir de la *web* se agrega la página *hoyquerétaro.com* que incluye información en audio y escrita con actualización regular y con contenidos mínimos sobre noticias locales, nacionales e internacionales tomadas de otros medios informativos.

El Oficio de Historiar, una página de internet con información específicamente escrita y acompañada de algunas imágenes sobre hechos históricos y eventos culturales realizados en la capital queretana y en el resto del estado. También tiene vínculos a las principales páginas relacionadas con el fomento cultural.

En uno de los principales municipios del estado, San Juan del Río, surge el medio informativo y de entretenimiento *sanjuanense.com*. En principio el sitio electrónico pareciera un directorio de comercios, pero entre sus categorías se encuentra “Noticias”, ahí se publican notas informativas del municipio, principalmente, y retomadas de los diarios impresos que circulan en esa región. Cabe destacar que su contenido informativo se basa en textos y fotografías que apoyan el relato.

A la par, emerge el primer medio digital especializado en fotografía; *Siete foto* es una revista digital con imágenes sobre cultura y deporte, con actualización constante de sus ilustraciones. Generalmente, se trata de fotografías de eventos políticos, culturales y deportivos del estado.

Es importante destacar que desde el inicio de este trabajo de investigación, también han surgido otros espacios informativos en la *web* en Querétaro, como por ejemplo *Enlace.com* y *Sexenio.com*, entre otros.

3.3.3 Blogs informativos: espacios para todas las plumas.

Como parte del desarrollo de espacios informativos en Internet surgen los *blogs* digitales con contenidos políticos, los cuales son liderados, principalmente, por periodistas, profesionistas o académicos. Como ejemplo: *Diálogo Queretano*, *La no letra de la nula razón*, *Canal abierto*, *Política Querétaro*, *El Otro Querétaro* y *Reporteros Querétaro 2009*. En sus páginas el lector encuentra debates y notas

informativas escritas por los participantes o, contenidos tomados de los medios locales y nacionales impresos o digitales.

El caso de *Diálogo Queretano* se integra por escritores y periodistas de renombre en la entidad como Hugo Gutiérrez Vega (Doctor Honoris Causa por la Universidad Autónoma de Querétaro), Edmundo González Llaca, entre otros. En el sitio digital se pueden leer artículos de opinión de los distintos participantes que generalmente van acompañados de fotografías alusivas al tema en cuestión.

Opinión, literatura y crítica social es el *slogan* del *blog*; *La no letra de la nula razón* en el que se ofrecen textos de profesionistas en distintas áreas del conocimiento, artistas, periodistas, entre otros sobre temas de arte o política. Los artículos publicados, usualmente, son acompañados por fotografías o videos que fungen como soporte a los distintos textos.

Reporteros Querétaro 2009 es, como explican sus autores en el mismo *blog*, “un espacio dedicado al anecdotario y detrás de cámaras de la cobertura periodística. No tenemos fines políticos ni intereses oscuros, sino el simple ánimo de compartir memorias gráficas con nuestros demás colegas”. Sin embargo, en dicho espacio se publican artículos de opinión, fotografías, videos y materiales informativos relacionados con el acontecer local, principalmente, aunque no dejan de lado asuntos nacionales e internacionales.

Canal Abierto es un *blog* que recolecta noticias publicadas en otros medios locales y nacionales; al mismo tiempo, ofrece sondeos e hipervínculos a otros espacios informativos. En alguna parte de su plantilla, este sitio digital se presenta como un espacio de crítica y denuncia al darle seguimiento especial a medios de comunicación y al gobierno.

Es notorio que existe un desarrollo de la prensa digital en todos los niveles (internacional, nacional y regional). En cuanto a Querétaro corresponde, este

trabajo describe parte del universo de medios de información en internet, aunque es importante destacar que la *web* seguirá siendo espacio ideal para la continua formación y producción de espacios informativos.

No obstante, a pesar del surgimiento de los medios digitales ¿cómo ha sido su desarrollo?, ¿el periodista está capacitado para las posibilidades que ofrece la red?, ¿por qué algunos medios impresos se introducen en la *web* y otros no?, ¿de qué manera el periodismo digital, como innovación tecnológica, enfrenta a la técnica?, y de manera específica, ¿qué ocurre en el ámbito local (Querétaro)?

Capítulo 4. Perspectiva metodológica

Para desarrollar el trabajo en cuestión se utilizó un enfoque mixto; cuantitativo y cualitativo, puesto que, se considera la convergencia de las dos perspectivas una metodología que enriquece la investigación.

Sampieri, Collado y Baptista (2006) sostienen que el modelo de estudio mixto (cualitativo y cuantitativo) constituye el mayor nivel de integración entre los enfoques cualitativo y cuantitativo; de tal manera que la investigación oscila entre los esquemas de pensamiento inductivo y deductivo.

Se consideraron dos enfoques porque, por una parte, los estudios cualitativos no pretenden generalizar de manera intrínseca los resultados a poblaciones más amplias, ni necesariamente obtener muestras representativas; se fundamenta más en un proceso inductivo (exploran, describen, y luego se generan perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general (Sampieri, Collado y Baptista, 2006).

Por su parte, el enfoque cuantitativo pretende internacionalmente “acotar” la información; medir con precisión las variables del estudio. Al mismo tiempo que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la mediación numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población (Sampieri, Collado y Baptista, 2006).

De tal manera que, con base a lo anterior se plantea el uso de los enfoques para lo siguiente:

Enfoque cuantitativo que determinó la producción periodística de los medios de comunicación monitoreados (*Diario de Querétaro, am de Querétaro, El Corregidor,*

Plaza de Armas, Noticias, Inqro, Rotativo y Ciudad y Poder) en cuanto a sus contenidos, soportes y número de publicaciones.

Enfoque cualitativo que evaluó el desarrollo de los medios, según la experiencia de los periodistas digitales, a través de entrevistas.

4.1 Diseño de la investigación

Enfoque cuantitativo: Para este trabajo se realizó un monitoreo a los medios digitales en Querétaro (*Diario de Querétaro, am de Querétaro, El Corregidor, Plaza de Armas, Noticias, Inqro, Rotativo y Ciudad y Poder*) con el fin de encontrar distintas variables entre los espacios informativos para poder clasificarlos y describirlos. Los estudios cuantitativos -según Sampieri, Collado y Baptista (2006)- permiten medir las variables de resultados de una idea en un determinado contexto, analizar las mediciones obtenidas y establece una serie de conclusiones respecto de las hipótesis. También los estudios cuantitativos proponen relaciones entre variables con la finalidad de arribar a proposiciones precisas y hacer recomendaciones. El monitoreo se llevó a cabo durante diez días, desde el lunes 20 de septiembre hasta el viernes 1° de octubre de 2010, sin considerar sábado y domingo.

Enfoque cualitativo: Para este enfoque se aplicaron entrevistas a los periodistas que colaboran en los medios de comunicación *Diario de Querétaro, am de Querétaro, El Corregidor, Plaza de Armas, Noticias, Inqro, Rotativo y Ciudad y Poder*. Para Sampieri, Collado y Baptista (2006) el propósito del enfoque cualitativo es “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido. De acuerdo a esta reconstrucción de la realidad a través de lo percibido por los sujetos involucrados es porque se determinó realizar entrevistas a los profesionales encargados de la producción informativa en los medios digitales. Las entrevistas se realizaron entre febrero y

marzo de 2011, de acuerdo a la disponibilidad de tiempo y horario de los sujetos de estudio.

4. 2 Diseño de instrumentos

Para el enfoque cuantitativo se analizaron a los medios digitales de acuerdo a distintas variables y categorías. Cabe señalar que para el estudio no se consideraron los *blogs* informativos, semanarios o catorcenales sino sólo los medios impresos que han migrado a la *web* y los espacios informativos que han surgido a partir de internet con circulación estatal, debido a que se consideró un proyecto ambicioso de acuerdo a los recursos disponibles, asimismo son los espacios con mayor seguimiento en cuanto a su actualización de contenidos.

Los medios seleccionados (*Diario de Querétaro, am de Querétaro, El Corregidor, Plaza de Armas, Noticias, Rotativo, Inqro y Ciudad y Poder*) se ubicaron en tablas cuyas variables estuvieron relacionadas con los siguientes temas:

- Nombre del medio.
- Antigüedad. Años en los que ha estado en la *web*.
- Colaboradores.
- Tipo de soporte de la información (texto, imagen, audio y video).
- Tipo de producción informativa (géneros periodísticos).
- Cantidad de publicaciones (producción periodística del medio de comunicación).

En principio se estableció analizar el alcance del medio; es decir, las distintas zonas geográficas del estado en las que se distribuye, pero dichos datos no se obtuvieron por parte del periódico o sus reporteros.

Los datos que conformaron las variables se obtuvieron directamente del monitoreo a los medios queretanos (digitales e impresos) y algunos otros fueron solicitados a

profesionales de la información que laboran en cada una de las empresas de comunicación.

Para el enfoque cualitativo se realizaron entrevistas a los actores involucrados; es decir, a periodistas que colaboran en medios digitales y en medios impresos, con el fin de comparar sus puntos de vista y perspectivas respecto al desarrollo de lo digital en los medios de comunicación correspondientes. Los contenidos de las entrevistas versaron sobre los siguientes temas:

- Nombre del periodista.
- Medio para el que colabora.
- Antigüedad en ese medio informativo.
- Producción de información para medios digitales.
- Desarrollo de los medios informativos en la *web*.
- Profesionalización periodística.
- Papel de los medios digitales frente a los impresos.
- Diferencias entre los medios digitales e impresos.
- Ventajas y desventajas de los medios digitales e impresos.
- Futuro de la prensa digital en Querétaro

Tabla 4

Categorías de análisis para determinar la influencia de internet en los medios impresos

Categorías de análisis	Descripción
Antigüedad del medio	Años de antigüedad
Antigüedad del medio en la <i>web</i>	Años en los que ha estado en la <i>web</i>
Cantidad de notas informativas	Número de notas con información local producidas en medios impresos
Cantidad de notas o cualquier género periodístico en el formato digital (sólo información local)	Número de notas con información local producidas en medios impresos
Autores de las notas	Determinar quiénes son los autores de las notas
Tipo de géneros periodísticos publicados en medios impresos	Nota, reportaje, entrevista, artículo de fondo

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5

Categorías de análisis para determinar la influencia de internet en los medios en internet

Categorías de análisis	Descripción
Antigüedad	Tiempo por el que ha permanecido en la <i>web</i>
Cantidad de notas informativas producidas por el medio informativo en una semana	Número de notas publicadas en medios digital y que versen sobre información local
Autores de las notas	Determinar quiénes son los autores de las notas
Soporte del contenido informativo	Si las notas están hechas en formato de audio, video o texto.
Tipo de géneros periodísticos producidos en medios digitales	Nota, reportaje, entrevista, artículo de fondo, etc.

Fuente: Elaboración propia

Las variables de análisis se ubicaron en las siguientes tablas comparativas en las que también se otorgó un código para cada dato que conformó este instrumento de análisis.

Tabla 6

Variables de análisis para medios impresos

Formato impreso											
Fecha	Cantidad de publicaciones	Título	Autor	Autor (código)	Tipo de género periodístico	Tipo de género periodístico (código)	Texto	Texto (código)	Imagen (fotografía)	Imagen (código)	Observaciones

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

Variables de análisis para medios digitales

Formato digital															
Fecha	Cantidad de publicaciones	Título	Autor	Autor (código)	Tipo de género periodístico	Género periodístico (código)	Texto	Texto (código)	Imagen (fotografía)	Imagen (código)	Audio	Audio (código)	Video	Video (código)	Observaciones

Fuente: Elaboración propia

En la tabla siguiente se incluyen las categorías de análisis para determinar de qué manera ha influido la *web* en la actividad periodística de reporteros de medios impresos, según sus perspectivas y experiencias.

Tabla 8
Categorías de análisis para reporteros de medios impresos y digitales

Categorías de análisis	Descripción
Medio en el que colabora	Diario impreso: a.m., Diario de Querétaro, El Corregidor, Noticias y Plaza de Armas.
Antigüedad en el medio informativo	Años de antigüedad
Antigüedad del medio en la web	Años en los que ha estado en la web
Producción de información	Produce información para el medio impreso y además el formato digital u otro medio informativo digital; diferenciación de rutinas
Desarrollo del medio impreso en internet	Evaluación del reportero sobre el desarrollo del formato digital del medio
Profesionalización periodística	Preparación académica o cualquier otra para incursionar en la web
Papel de los medios digitales frente a los impresos, principalmente impresos	Evaluar si se trata del fin del periodismo impreso o de un formato más de producción de información o una nueva etapa del periodismo
Diferencias entre los medios digitales y impresos	Rutinas de producción de información; diferencias en el uso de herramientas como texto, audio, video.
Ventajas y desventajas de los medios digitales y impresos	Cantidad de lectores; alcance del medio

Fuente: Elaboración propia

En la próxima tabla se encuentran las categorías de análisis para determinar el desarrollo de los medios digitales en Querétaro, de acuerdo a las experiencias y perspectivas de los reporteros que laboran para los espacios de información en internet.

Tabla 9

Categorías de análisis para reporteros de medios digitales

Categorías de análisis	Descripción
Medio en el que colabora el reportero	Medio digital: Inqro, Rotativo y Ciudad y Poder
Antigüedad del medio en la web	Años en los que ha estado en la web
Producción de información	Produce información para el medio digital; diferenciación de rutinas con el periodismo impreso
Desarrollo del medio en internet	Evaluación del reportero sobre el desarrollo del medio digital
Profesionalización periodística	Preparación académica o cualquier otra para incursionar en la web
Papel de los medios digitales frente a los impresos, principalmente impresos	Evaluar si se trata del fin del periodismo impreso o de un formato más de producción de información o una nueva etapa del periodismo
Diferencias entre los medios digitales y impresos	Rutinas de producción de información; diferencias en el uso de herramientas como texto, audio, video.
Proyección de los medios digitales	Desde la experiencia profesional, determinar el futuro de los medios digitales en Querétaro

Fuente: Elaboración propia

4. 2.1 Entrevista a reporteros de medios digitales e impresos.

A continuación se presenta la guía de entrevista que determinó y evaluó el impacto que ha tenido la *web* en los medios impresos y el desarrollo de los medios digitales.

Se buscó que las preguntas tuvieran relación estrecha con las categorías de análisis y que a la vez ayudaran a encontrar respuestas a cuestionamientos que surgieron, a partir del monitoreo, de los formatos impresos y digitales de *Diario de Querétaro*, *am de Querétaro*, *El Corregidor* y *Plaza de Armas*, a la edición de *Noticias* y a las publicaciones de los medios digitales: *Inqro*, *Rotativo* y *Ciudad y Poder*.

Reporteros de medios impresos que pasaron al formato digital

Fecha: _____ Hora: _____ Lugar:

1. Nombre completo.
2. Medio en el que trabaja.
3. Puesto que tiene en el medio en el que trabaja.
4. ¿Cuántos años llevas colaborando en el medio informativo?
5. ¿Cuántos años llevas trabajando para el medio en la *web*?
6. ¿Qué diferencias hay en las prácticas, es decir entre producir información para un medio impreso o para un medio digital?
7. ¿Cómo evalúas el desarrollo del medio impreso en internet?
8. ¿En qué situación profesional te encuentras frente a la inmersión del periodismo impreso en internet?
9. ¿Has recibido capacitación profesional para producir información para un medio digital?
10. ¿Qué representa para el periodismo impreso el surgimiento del periodismo digital?
11. Desde tu experiencia profesional ¿qué diferencias encuentras entre el periodismo impreso y el digital?
12. ¿Qué ventajas encuentras entre los medios impresos y digitales?
13. Considerando el tiempo del medio impreso en la *web* y la experiencia laboral hasta ahora ¿cuál es el futuro del periodismo digital?

Reporteros de medios digitales

Fecha: _____ Hora: _____ Lugar:

1. Nombre completo.
2. Medio en el que trabaja.
3. Puesto que tiene en el medio en el que trabaja.
4. ¿Cuántos años llevas colaborando en el medio digital?
5. ¿Has trabajado para un medio impreso?
6. ¿Qué diferencias hay en las prácticas, es decir entre producir información para un medio impreso o para un medio digital?
7. ¿Cómo evalúas el desarrollo del medio impreso en internet?
8. ¿Cómo evalúas el desarrollo del medio digital?
9. ¿Has recibido capacitación profesional para producir información para un medio digital?
10. ¿Qué representa para el periodismo impreso el surgimiento del periodismo digital?
11. Desde tu experiencia profesional ¿qué diferencias encuentras entre el periodismo impreso y el digital?
12. ¿Qué ventajas encuentras entre los medios impresos y digitales?
13. Considerando el tiempo del medio impreso en la *web* y la experiencia laboral hasta ahora ¿cuál es el futuro de la prensa digital?

4.3 Descripción del universo y muestra de estudio.

Fueron parte del universo de estudio sólo periodistas que colaboran para medios en la *web*; en otras palabras, profesionales que trabajan en espacios informativos impresos que han migrado a internet y periodistas que ejercen en medios digitales.

Es importante mencionar que sólo se consideraron los medios impresos que han migrado al soporte digital (*Diario de Querétaro, am de Querétaro, El Corregidor y Plaza de Armas*, además de Noticias, aunque éste no se encuentre en internet) y los espacios informativos que han surgido a partir de internet (*Inqro, Rotativo y Ciudad y Poder*).

En otras palabras, quedaron fuera del universo de estudio los semanarios impresos, los quincenarios impresos, los *blogs* informativos, las páginas de fotoperiodismo y el caso de revistas impresas que han incursionado en la *web*.

Se planteó estudiar a periodistas de medios digitales; se trató de profesionales que producen información para espacios informativos impresos que han puesto sus ejemplares en la *web* y de periodistas que producen sólo para medios digitales. Asimismo, fueron objeto de estudio aquellos profesionales de la información que colaboren para medios en internet.

4.3.1 Directorio de medios impresos y digitales.

Se conformaron los directorios siguientes en los que se concentraron datos de ubicación de cada medio de información que fue objeto de estudio, así como los números telefónicos de los reporteros entrevistados, que durante el periodo de trabajo de campo de esta investigación (Primer trimestre de 2011) se encontraban ocupando puestos en los respectivos medios de comunicación.

Tabla 10**Información de medios impresos y digitales.**

Medio impreso diario	Datos
Diario de Querétaro	Dirección: Av. Constituyentes No. 122 Colonia Arquitos C.P. 76050, Querétaro, Qro. Teléfono: 442 - 3681100
El Corregidor	Dirección: José Antonio Septien 28, Colonia Alameda C.P. 76040, Querétaro, Qro. Teléfono: 442 - 2145123
a.m. de Querétaro	Fray Luis de León No. 8051 Colonia Centro Sur Delegación Josefa Vergara. Querétaro, Qro. México. c.p. 76080 Tels. +52 (442) 291 9900
Noticias	Dirección: Ezequiel Montes 12 y 14 Nte, Colonia Centro, C.P. 76000, Querétaro, Qro. Teléfono: 442 - 2241086
Plaza de Armas	Fernando Loyola 101, primer piso. Colonia San Ángel, Querétaro, Qro. C.P 76030 Teléfono 4559000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11**Información de medios digitales.**

Medio digital	Datos
Inqro	Colonia Cimatario, Querétaro, Qro.
Ciudad y poder	Damián Carmona 107, interior 1C. Col Centro, 76000.
Rotativo	Dirección: Hidalgo Sur No. 12 Centro, San Juan del Río, Querétaro, México, Teléfono: 427 100-78-29

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12**Información de reporteros de medios impresos y digitales.**

Medio impreso diario	Reportero	Datos
Diario de Querétaro	Héctor Ayala	4421254966 / 62*220054*2
El Corregidor	Yoheme Pomares	4422054495
a.m.	Daniel Martínez Sahagún	depdan@hotmail.com
Noticias	Luis Montes de Oca	52*41849*18
Plaza de Armas	Teresa Moreno	pezdeciedad_87@hotmail.com

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13**Información de reporteros de medios digitales.**

Medio digital	Reportero	Datos
Inqro	Mauricio Villalón	4126229
Ciudad y poder	Luis Gabriel Osejo	4422501611
Rotativo	Guadalupe Arcos	4423234961

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 5. Monitoreo piloto: primer esbozo del periodismo digital en Querétaro

Este trabajo de investigación inició como ejercicio de las materias que conforman el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la Universidad Autónoma de Querétaro, por lo que en febrero de 2010 se realizó un monitoreo piloto que formó parte del trabajo de campo.

Este primer esfuerzo incluyó trece medios de comunicación impresos y digitales: *Ciudad y Poder*, *Diario de Querétaro*, *El Corregidor*, *Inqro*, *Libertad de Palabra*, *Magazine*, *Noticiasdigital.net*, *am de Querétaro*, *Noticias*, *Rotativo*, *Tribuna de Querétaro* y *Voz de la Sierra*.

Es decir, se incluyeron diarios y semanarios impresos que surgieron en papel y después se volcaron al formato digital, y se consideraron medios de información que surgieron a partir de la *web*.

Desde el 19 hasta el 26 de febrero de 2010, se monitorearon a los distintos espacios informativos para cuantificar el número de publicaciones producidas por cada medio, ya fuera en internet o impreso, soporte del contenido informativo y los géneros periodísticos que manejaron los diferentes medios y los autores.

Se planteó considerar el número de visitas a cada espacio informativo en internet para compararse con el tiraje del periódico, si fuera el caso; así como el alcance del medio (lugares de distribuciones y donde provienen las direcciones IP), aunque no fue posible encontrar estos datos, ya que los periodistas que ejercen en los medios estudiados desconocen tales datos o se negaron a otorgarlos.

Para este monitoreo se emplearon las siguientes tablas para el análisis de datos; dichas herramientas se diseñaron de manera que pudiesen compararse los resultados de cada medio de comunicación seleccionado para el monitoreo.

Tabla 14

Monitoreo piloto, variables de análisis para medios impresos.

Variables de análisis para medios impresos que están inmersos en la web													
No.	Medio	Antigüedad del medio	Antigüedad del medio en la web	Alcance del medio impreso	Alcance del formato digital	Número de ejemplares impresos	Número de visitas de la página web	Cantidad de notas informativas	Cantidad de notas en el formato digital (sólo información local)	Autores de las notas	Tipo de géneros periodísticos publicados en medios impresos	Secciones del medio impreso	Secciones del medio digital

Tabla 15

Monitoreo piloto, variables de análisis para medios digitales.

Variables de análisis para medios digitales									
No.	Medio	Antigüedad del medio	Alcance del medio	Número de lectores (número de visitas al medio digital)	Cantidad de notas en el formato digital (sólo información local)	Autores de las notas	Soporte del contenido informativo	Tipo de géneros periodísticos	Secciones del medio

5.1 Resultados de monitoreo piloto. Diarios impresos: Noticias, Diario de Querétaro, Corregidor y am de Querétaro.

Después de ocho días de monitoreo en diarios y semanarios impresos – también en su versión digital- y de medios digitales, de acuerdo a los resultados, es notorio que la mayoría de los medios impresos privilegian su formato en papel que en la *web*, aunque el caso del *Libertad de Palabra* y *Magazine* es distinto, ya que en sus sitios en internet superan en cantidad de notas a su formato impreso.

Por ejemplo: *Diario de Querétaro*, en su sitio *web* publicó cerca de 48 notas, sin embargo en su formato impreso incluyó 189 notas. Y en cualquiera de sus dos publicaciones, la información se presenta en texto e imagen.

El Corregidor, diario que publica su información en formato digital e impreso, generó apenas el 50 por ciento de las notas de la edición impresa en su página *web*. En cualquiera de los dos casos, la información tiene un soporte de texto e imagen. *Diario de Querétaro* y *El Corregidor* son ejemplo de lo que Gil (1999) llama periodismo en línea o periodismo *online*.

El ejemplo más claro nos lo ofrecen las cabeceras de prensa que han trasladado sus contenidos publicados en papel a la *www*, sin que ello comportara la mínima variación en las rutinas periodísticas de la redacción. También hemos visto revistas en línea que simplemente han trasladado los patrones de la prensa de papel al soporte online (Gil, 1999: S/D).

En estas fechas, *am de Querétaro* y *Noticias* no contaban con espacios en internet para publicar su información, aún así se consideraron en esta investigación para determinar por qué razón no se habían introducido a este espacio. En el caso de *Noticias*, publicó 264 notas durante los días que se realizó el monitoreo y *a.m. de Querétaro* 211 notas.

En este sentido, *Noticias* es el medio impreso que, de acuerdo al monitoreo y cuantificación de las notas que se publicaron en medios impresos locales, produjo más información.

En caso descendente, continúa *El Corregidor, am de Querétaro* y después *Diario de Querétaro*. Esto puede deberse a que por ejemplo, *El Corregidor* da prioridad a la información de los distintos municipios, caso que los demás diarios no hacen.

5.2 Semanarios: Libertad de Palabra, Magazine, Tribuna de Querétaro y Voz de la Sierra.

En *Tribuna de Querétaro* y *Voz de la Sierra* sus espacios digitales incluyeron casi la misma cantidad de información que sus ejemplares impresos, como es el caso del primer semanario se encontraron 16 de las notas del formato impreso. En el segundo, se encontraron el mismo número de notas en los dos formatos. En este sentido, estos dos semanarios también realizan sólo periodismo en línea. De igual forma, la publicación de información en estos semanarios en lo digital y en papel es a través de texto e imagen.

Los semanarios *Magazine* y *Libertad de Palabra* produjeron mayor cantidad de información en sus espacios digitales en comparación con los impresos. En el caso de *Magazine*, en su soporte de papel se publicaron 19 notas con contenido local, pero en su página electrónica se incluyeron 92 notas semanales.

En la página de *Libertad de Palabra*, durante los días del monitoreo, se cuantificaron 72 notas informativas relacionadas con información local, mientras que su presentación impresa contuvo sólo 14 notas.

Sin embargo, se puede decir que estos dos semanarios realizaron dos tipos de periodismo. Según Gil (1999), ejercieron periodismo *on line* porque en parte de sus espacios en internet publicaron notas tal cual aparecieron en sus formatos

impresos, pero a la vez generaron información independiente a los ejemplares en papel; en este sentido, *Magazine y Libertad de Palabra* realizaron información para sus dos formatos de manera independiente. No obstante, se trató de notas que en su mayoría sólo se presentaron en texto e imagen; no hubo incursión de estos medios en herramientas multimedia como video o audio.

5.3 Medios informativos surgidos a partir de internet.

Según los datos obtenidos a partir del monitoreo, el medio que más información publicó con mayor uso de herramientas multimedia es *Inqro*, en una semana produjo 168 notas informativas, cuyos soportes están en audio, video, texto e imagen.

Ciudad y Poder incluyó 93 notas en su página de internet, todas ellas en texto e imagen. *Rotativo* generó 58 notas de carácter local. Mientras que el medio *Noticiasdigital.net* dejó de publicar información, sólo al principio del monitoreo en su página *web* se pudo ver un video con información nacional.

En este sentido, el medio digital que está inmerso en el periodismo digital de forma completa es *Inqro*. Cabe señalar que los tres medios actualizan sus páginas durante el transcurso del día.

5.4 Sobre los géneros periodísticos y sus autores.

En todos los medios, lo que más se produjo, en cuanto géneros periodísticos, fue la nota informativa y continuaron en porcentaje menor, las columnas. Sólo en casos como *Tribuna de Querétaro y Libertad de Palabra* se publicaron reportajes y entrevistas.

Respecto a los autores, en el caso de los diarios impresos que tienen espacios en internet tienen los mismos reporteros para uno y otro formato. En cuanto a los medios digitales, regularmente no se identifican a los autores de las notas sino se generalizan como “servidor”, aunque en ocasiones aparecen los nombres de Luis Gabriel Osejo, Erick Pacheco, Juan José Arreola, Alma Córdova y Martín García.

5.5 Observaciones al monitoreo piloto: reestructuración de las herramientas de análisis.

El primer esfuerzo para realizar el monitoreo piloto sirvió para establecer que las herramientas de análisis eran limitadas ya que no permitían un análisis profundo, minucioso y preciso del desarrollo en internet de cada medio.

A la vez, se consideró que el trabajo resultaba ambicioso, al considerar los recursos disponibles para su aplicación, así que se planteó un segundo monitoreo en el que se excluyeron a los semanarios: *Magazine*, *Libertad de Palabra*, *Tribuna de Querétaro* y *Voz de la Sierra*; de tal forma, que sólo se consideraron a los medios impresos *Diario de Querétaro*, *Noticias*, *El Corregidor*, *am de Querétaro* y *Plaza de Armas*, ya que éste último había iniciado sus publicaciones en la segunda mitad del 2010; cabe señalar que *am de Querétaro* no contaba con espacio en internet cuando se realizó el monitoreo piloto.

Quedó fuera del análisis la página *Noticiasdigital.net*, ya que su actualización no fue constante durante el primer monitoreo; para el siguiente análisis se incluyó únicamente a *Ciudad y Poder*, *Inqro* y *Rotativo* como medios objeto de estudio, debido a que son espacios informativos con más trayectoria y actualización en sus páginas.

También se planteó la realización de entrevistas a reporteros de cada medio de información que se incluyó en el monitoreo con el fin de conocer cómo es el proceso de producción de contenidos para los medios digitales, diferencias con las

rutinas de trabajo entre los espacios digitales y los impresos, retos para los periodistas y los puntos de vista de cada reportero respecto al desarrollo del periodismo digital en Querétaro.

Sobre las herramientas de análisis se planteó una tabla para cada medio, y a su vez para cada espacio digital e impreso. Se agregaron variables como: fecha, número de publicación, el título de la nota, autor, tipo de género periodístico, soporte (texto, imagen, audio y video), total de publicaciones y promedio de publicaciones.

La información se capturó en dichas tablas, se establecieron códigos a los datos para después graficarlos y poder establecer comparaciones entre los medios de información.

Capítulo 6. Periodismo digital en Querétaro: desarrollo y aplicaciones.

Después de las observaciones hechas y limitaciones encontradas al monitoreo piloto, se consideró la aplicación de un análisis más riguroso y formal del 20 de septiembre al primero de octubre de 2010, periodo en el que se monitorearon a los medios impresos con versiones digitales:

-Diario de Querétaro

-am de Querétaro

-El Corregidor

-Plaza de Armas

No obstante, se incluyó al periódico *Noticias* aunque, es un diario impreso de circulación estatal y con 38 años de trayectoria, no ha ofrecido un espacio en internet a sus lectores.

De tal forma que este medio informativo sirve como medio de comparación con los demás medios y para determinar por qué razón, a pesar de la influencia de internet en la profesión periodística, aún permanece fuera de la *web*.

Como medios surgidos a partir de la *web*:

-Ciudad y Poder

-Inqro

-Rotativo

6.1 Descripción de los medios de comunicación (digitales e impresos).

En este apartado se incluye la descripción de los medios de comunicación que son objeto de estudio tanto de sus formatos impresos como de sus portales o

sitios de internet con la finalidad de mostrar las características y los elementos que permitan identificar y diferenciar a los espacios de información en su formato digital e impreso.

6.1.1 *Diario de Querétaro.*

Periódico fundado en 1963, pertenece a Organización Editorial Mexicana (OEM) que agrupa 70 periódicos, 24 radiodifusoras, 1 canal de televisión y 43 sitios de Internet. En Querétaro, la OEM también cuenta con el *Sol de San Juan del Río*. En el caso de los dos medios impresos, los periódicos cuentan con espacios digitales creados entre el 2000 y 2003.

La edición impresa de *Diario de Querétaro* se divide en 'Local', 'Policía', 'Nacional', 'Internacional' 'Deportes', 'Sociedad', 'Espectáculos' y 'Anuncio clasificado'; además, cuenta con los suplementos semanales 'Élite', 'Barroco' y 'Qué hacer'.

Mientras, en lo digital, este medio de información cuenta con la primera plana de la edición impresa y con las secciones 'Querétaro', 'Policía', 'México', 'Migración', 'Internacional', 'Finanzas', 'Opinión', 'Salud', 'ESTO', 'Deporte local', 'Espectáculos', '¿Qué hacer el fin de semana?', 'Cinematografía', 'Comunidad y cultura', 'Turismo', 'Barroco', 'Ciencia y tecnología', 'Sociedad', 'Entrevistas con Mario Vázquez Raña', 'Galerías', 'La columna', 'El cartón', 'Sondeo', 'Horóscopos' y 'OEM en Línea'.

También incluye el ícono de 'abc radio' y de la cuenta en *Twitter* de la OEM. Sin embargo, de todas éstas, sólo las secciones 'Querétaro', 'Policía', 'Deporte local' y 'Sociedad' corresponden a información estatal.

De forma más precisa, sólo en el sitio *web* de *Diario de Querétaro* se incluye la información de primera plana y las notas principales de las secciones 'Policía',

'Deporte local' y 'Sociedad'; es decir, el medio no actualiza, durante el día, la información que incluye en su formato digital.

6.1.2 *am de Querétaro.*

El periódico *am de Querétaro* se fundó en 2002. En su versión impresa ofrece a los lectores las secciones 'Querétaro', 'San Juan del Río', 'País', 'Mundo', 'Deportes', 'Vidas y gente', 'Cultura', 'Espectáculos' y 'Valor agregado'. Además de los suplementos VSD, Domingo, Autos, Valor Agregado, De Viaje y Educación.

En cuanto a su versión digital, ésta fue creada en julio de 2010, ocho años después de la fundación del medio en Querétaro. En su sitio *web*, *am de Querétaro* ofrece información del clima y aquella relacionada con los apartados: 'Clasificados', 'Secciones' (que incluye Querétaro, San Juan del Río, País, Mundo, Deportes, Viajes y Gente, Cultura, Espectáculos, Negocios y Salud), 'Periódico hoy', 'Opinión', 'Suplementos' (que refiere a VSD, Autos, Valor Agregado, De Viaje, Educación y Domingo), 'Medios *am*' (integra a Video *am* y Galería *am*), 'Voz ciudadana' y 'Contacto'.

Además, integra en su página de internet el PDF de la primera plana y de los suplementos Autos, Valor Agregado, De Viaje y Educación; así como el PDF y la versión digital de VSD y Domingo. El espacio *web* incluye *links* a su cuenta de *Facebook* y *Twitter*; en éste último, *am de Querétaro* publica información en el transcurso del día.

6.1.3 *El Corregidor.*

El periódico *El Corregidor* se fundó en 2006 y sólo se publica de lunes a viernes. En su versión impresa cuenta con las secciones: 'Local', 'El Corregidor de San

Juan', 'El Corregidor de Nuestro Estado', 'Deportes', 'Status Quo', 'Cultura' y 'Metropolitano', además, incluye suplementos del periódico Rumbo y Estadio.

Respecto a su formato digital –en la actualidad, año 2011- *El Corregidor* sube todo su contenido impreso a la *web*, ya sea por secciones como 'Local', 'San Juan del Río', 'Nuestro Estado', 'Capital y Empresas', 'Estadio', 'Status Quo', 'Opinión', 'Cartón' y 'Metropolitano'; o en versión digital de todo el ejemplar impreso.

Además integra, la primera plana del periódico en PDF y en digital todo el ejemplar impreso, los enlaces para Radio Capital, Estadio, revista Cambio, The News, El Caudillo de Morelos, Rumbo, El Diario de Toluca, y El Reloj de Guanajuato.

El Corregidor también muestra información del clima y publica su enlace a Twitter, donde el medio ofrece información en breve, durante todo el día.

6.1. 4 Plaza de Armas.

Plaza de Armas es un medio digital e impreso que surgió, como se especifica en su portal, a finales de 2009 “por un grupo de comunicadores vinculados a los medios electrónicos e impresos queretanos desde hace cuatro décadas. Aunque el espacio digital comienza a publicar información en enero de 2010 y para julio, del mismo año, se presenta el formato impreso del medio de comunicación”.

Plaza de Armas en su formato impreso incluye las secciones: 'Querétaro', 'México', 'La Roja', 'La Rosa', 'Ráfagas' 'Planeta', 'Andadores', 'aQROpolis', 'Efectivo' y 'Ciencia y tecnología', además de los suplemento 'Zona VIP' y 'Mujer Qro'.

Para el espacio digital, *Plaza de Armas* presenta las mismas secciones de la edición impresa, así como los datos del clima, verificación, el apartado 'Fuego amigo' y la primera plana del impreso.

El medio no ofrece a sus lectores todos los contenidos de su edición en papel, aunque si en gran porcentaje; al total de publicaciones también se suman las notas que los reporteros envían a lo largo del día y la información de carácter nacional e internacional que se incluye en el portal en formato también de video y puede leerse en el apartado 'De última hora'. Por otra parte, mantiene activas sus cuentas en las redes sociales de *Facebook* y *Twitter*.

El espacio digital también integra las secciones 'Fotogalería' y el Código de ética que refiere a la página *web*, este alude al compromiso de Plaza de Armas con sus lectores, a respetar la privacidad y dignidad de las personas, así como de sus reporteros, a evitar la información falsa o manipulada:

plazadearmas.com.mx, no promoverá ni alentará, mucho menos permitirá que desde este sitio se atente contra la privacidad y dignidad de las personas. Tampoco que información de dudosa procedencia, manipulada o que afecte a ciudadanos inocentes, se difunda en este espacio. Nosotros no somos un foro de discusión... Para que diariamente, cuando usted navegue por *plazadearmas.com.mx*, tenga la seguridad y la tranquilidad de que aquí no habrá dolo ni daño moral, por el contrario, el respeto a las diferentes formas de pensar, que es, a final de cuentas, lo que nos hace crecer como comunidad. Es nuestro compromiso, nuestro Código de ética.

6.1.5 Noticias.

El periódico *Noticias* se publica en Querétaro desde 1973. Integra a las secciones: 'Jornada', 'Ciudad', 'Querétaro', 'Sucesos', 'Deportes', 'Espectáculos', 'Vida Social', 'México', 'Región' e 'Internacional'. No obstante, el medio carece de suplementos semanales o mensuales y de espacio digital.

6.1.6 *Inqro*.

La agencia informativa *Inqro* surgió en 1998 por iniciativa de Mauricio Villalón Redaud. Desde la fundación del espacio digital, la página ha experimentado con distintas herramientas multimedia como el texto, la imagen, el audio y el video, como se explica en la 'Misión' de la empresa informativa:

“La Agencia de Noticias *inqro.com* tiene como primordial objetivo dar a conocer a través de la red mundial de internet a Querétaro... con honestidad, ética y precisión las noticias más importantes que ocurren a cada momento en tiempo real en formatos de texto, audio y video. Servir de enlace con los principales medios de comunicación para proveerles de la información que requieren para satisfacer sus necesidades de comunicación con su audiencia”.

En el sitio *web*, *Inqro* especifica sus intereses por la tecnología y por informar de manera inmediata de los hechos noticiosos:

Sabemos que la tecnología evoluciona día con día a pasos agigantados. Es por ello que tenemos por objetivo cotidiano el estar en perfecta comunicación con los avances informáticos de manera tal que enfrentemos día con día con mayor capacidad los retos que las circunstancias nos pongan enfrente. De este modo, visualizamos una sociedad informática cada vez más ávida de información puntual, precisa y útil.

Inqro es el primer espacio *web* de contenidos informativos en Querétaro, pero distinguido por su carácter de agencia. En la página de internet integra las secciones: 'Home', 'Televisión', 'Video', 'Sitios', 'Prensa', 'Policía', 'Paparazzi', 'Noticias', 'Fotos' y 'Congreso'.

A lo largo del día, *Inqro* publica notas periodísticas o contenidos informativos en los distintos soportes multimedia, aunque en ocasiones se trata sólo del texto o el video en bruto y provee a otras empresas con servicios de fotografía, audio en iTunes, video en iTunes, alertas en MSN Live Messenger, *Twitter* y *Notweetcias*.

Por otra parte, la agencia informativa tiene cuentas en las redes sociales de *Facebook* y *Twitter* en las que también publica la información que genera a lo largo del día.

6.1.7 Rotativo.

El medio digital *Rotativo* fue fundado por Martín García Chavero, en 2006 e integra las secciones: 'Opinión', 'Región' (Querétaro, San Juan del Río, Amealco, Pedro Escobedo, Tequisquiapan, Ezequiel Montes, Cadereyta, Colón, El Marqués y Corregidora), 'México', 'Mundo', 'Economía', 'Deportes', 'Espectáculos', 'Ciencia', 'Estilos', 'Sociales' y 'TV'. También presenta sondeos de opinión, información financiera y enlaces a las cuentas de *Facebook* y *Twitter*.

6.1.8 Ciudad y Poder.

El proyecto informativo nació en noviembre de 2003 bajo el nombre de *Querétaro semanal* y es hasta 2005 cuando ya se da a conocer como *Ciudad y Poder*. De acuerdo a su fundador y director, Luis Gabriel Osejo, el medio busca replantear los esquemas periodísticos locales:

Es un medio de información en línea por Internet que pretende reacomodar los antiguos esquemas del periodismo tradicional para mantener a la gente interesada en las noticias. La gente ya está cansada de la manera en que los periódicos tradicionales manipulan la información a su conveniencia; por eso Ciudad y Poder crea la noticia que es perfeccionada por sus propios lectores que opinan, corrigen y agregan información.

Ciudad y Poder alberga distintos proyectos informativos de radio, y su transmisión visual incluye las secciones: Noticias (Locales, Nacionales, Deportes, Internacionales y Espectáculos). El medio informativo cuenta con espacios en *Facebook* y *Twitter*.

6.2 Ejecución de monitoreo a medios de comunicación digitales e impresos (20 de septiembre a 1° de octubre de 2010).

De acuerdo a los resultados y observaciones del monitoreo piloto se hicieron modificaciones a dicha herramienta de análisis por lo que se consideró capturar los datos de cada medio en tablas diferentes; es decir, cada empresa de comunicación se analizó por separado para después comparar los resultados.

Las tablas de análisis contienen la fecha, el número de nota o publicación, el título de ésta, el autor, el género periodístico, el soporte (texto, imagen, audio y video). La información se capturó para después presentarse en gráficas.

Para todos los medios impresos y digitales sólo se consideró la información de carácter local y se excluyeron, principalmente de la primera plana, las notas periodísticas relacionadas con deportes, espectáculos, cultura, sociales, policía, nacional o internacional. De tal manera que sólo se cuantificó la producción de información de carácter político.

Además de las primeras planas, se analizaron los contenidos de las siguientes secciones: de *Diario de Querétaro* se capturó información de 'Local'; de *am de Querétaro* 'Local'; en *Noticias* los apartados 'Jornada', 'Querétaro' y 'Ciudad'; de *Plaza de Armas* la sección principal relacionada con información de carácter local y de *El Corregidor* el apartado 'Local'.

Mientras, en el caso de los espacios digitales: de *Diario de Querétaro* se capturaron las notas informativas relacionadas con la sección 'Querétaro'; para *am de Querétaro* el apartado 'Querétaro'; en *Plaza de Armas* 'Querétaro'; en *El Corregidor* 'Local'; de *Ciudad y Poder* 'Noticias locales'; de *Rotativo* 'Región' y de *Inqro* 'Locales' y 'Noticias'.

Desde el 20 de septiembre de 2010 hasta el 1° de octubre de 2010 se monitoreó el ejemplar de *Noticias* y los formatos impresos y digitales de *Diario de Querétaro*,

am de Querétaro, El Corregidor y Plaza de Armas. Así como los espacios informativos en la web de Ciudad y Poder, Inqro y Rotativo.

Para el caso de medios digitales, se efectuaron visitas a dichos espacios a las 09:00, 13:00 y 23:00 horas con el fin de realizar el monitoreo durante todo el día.

También se establecieron códigos a los datos capturados con el fin de procesar de manera más precisa la información.

Tabla 16
Códigos para géneros periodísticos.

Dato	Código
Artículo de opinión	1
Caricatura	2
Columna	3
Crónica	4
Editorial	5
Entrevista	6
Fotonota	7
Fotoreportaje	8
Nota informativa	9
Reportaje	10

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17
Códigos para texto.

Dato	Código
No	0
Si	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18
Códigos para fotografía (imagen).

Dato	Código
No	0
Si	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Códigos para audio.

Dato	Código
No	0
Si	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

Códigos para video.

Dato	Código
No	0
Si	1

Fuente: Elaboración propia

De igual forma, se otorgaron códigos a cada uno de los reporteros por medio de comunicación, de acuerdo al orden alfabético, considerando la primera letra del nombre.

6.2.1 Géneros periodísticos.

Por otra parte, para la clasificación de la información generada por cada medio de comunicación se retomaron los conceptos que refieren a los distintos géneros periodísticos del libro 'Manual de periodismo' de Carlos Marín (2005):

Nota informativa: Es el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás, y cuyo propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo. En la noticia no se dan opiniones: se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa. Se concreta a relatar lo sucedido y permite que cada receptor de su mensaje y saque sus propias conclusiones.

Entrevista: Refiere a la conversación con propósitos de difusión que sostienen un periodista y un entrevistado, un periodista y varios entrevistados, o entre varios

periodistas y uno a más entrevistados. A través del diálogo se recogen noticias, datos, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios de interés social.

Crónica: Es la narración temporal de un acontecimiento, con frecuencia en el orden en que éste se desarrolló. Se caracteriza por transmitir, además de información, las impresiones del cronista. Más que retratar la realidad, este género recrea la atmósfera en que se produce un determinado hecho y cómo se desarrolló.

Reportaje: Es el más vasto de los géneros periodísticos. En él caben todos los demás. Es un género completo que suele contener noticias, entrevistas o crónicas, así como recursos de otros géneros literarios, como el ensayo, la novela corta y el cuento. Los reportajes amplían, complementan y profundizan la noticia para explicar un problema, plantear y argumentar una hipótesis o contar un suceso.

Columna: La columna trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y tiene como característica especial aparecer con una fisonomía, una presentación tipográfica constante y que tiene, además, un nombre invariable.

Artículo de opinión: Es el género clásico; el periodista expone sus opiniones y juicios sobre: las noticias más importantes del momento (artículo editorial); los temas de interés general, aunque no necesariamente de actualidad inmediata (artículo de fondo).

Editorial: Es el análisis y enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día, en el caso de los diarios, o de la semana, la quincena y el mes, en el de las revistas. La característica esencial es que este género resume la posición doctrinaria o política de las empresas periodísticas frente a los hechos de interés colectivo. A diferencia de cualquier de los demás géneros, el editorial no aparece firmado.

Por otra parte, se extrajeron los conceptos de fotonota y fotoreportaje del texto 'Manual de fotoperiodismo' de Ulises Castellanos (2003):

A la fotonota, Castellanos (2003) le otorga el nombre de fotonoticia a la que define como un evento no previsto y que se distingue por ser una imagen fundamentalmente informativa que dejen de lado las interpretaciones, contundentes y claras.

Para el monitoreo, se consideraron fotonotas aquellas imágenes a las que se encontraron de forma independiente, mientras a las imágenes que acompañaron a las notas informativas se les cuantificó como elementos gráficos que auxiliaron a la publicación.

El fotoreportaje, para Castellanos (2003), es un género fotoperiodístico que aborda una historia de interés general que se cuenta en varias imágenes complementarias. A través de sus cuadros, el reportaje gráfico ofrece varios ángulos de una problemática y permite, como otros géneros examinados, que el fotógrafo informe al tiempo que vierte su punto de vista.

6.2.2 Entrevistas a reporteros.

El trabajo de campo también incluyó entrevistas a periodistas que laboran en los medios de información que fueron objeto de estudio con el fin de determinar el desarrollo de la prensa digital en Querétaro, de acuerdo a sus experiencias en la profesión.

Los reporteros entrevistados fueron Héctor Badillo Ayala (*Diario de Querétaro*), Daniel Martínez Sahagún (*am de Querétaro*), Teresa Moreno (*Plaza de Armas*), Luis Montes de Oca (*Noticias*), Yoheme Pomares (*El Corregidor*), Luis Gabriel Osejo (*Ciudad y Poder*), Guadalupe Arcos (*Rotativo*) y Mauricio Villalón (*Inqro*),

quienes estuvieron laborando en los medios informativos estudiados en febrero-marzo de 2011, fechas en las cuales se realizaron las entrevistas.

La aplicación de los cuestionarios se realizó de acuerdo a la disposición del periodista por ello el día, el horario y la duración de la entrevista.

Capítulo 7. Distintas vertientes del periodismo digital (resultados particulares: entrevistas y monitoreo).

A través del análisis a los medios impresos y digitales en el estado pudo observarse una disparidad en cada uno respecto a la forma en la que ejercen el periodismo en internet, sin embargo también prevalecieron rutinas de trabajo y formatos de publicación como comunes denominadores que permiten establecer cómo ha sido el desarrollo de la profesión periodística a partir de lo digital.

7.1 Periodismo digital supeditado a la OEM, *Diario de Querétaro*.

Diario de Querétaro ofrece a sus lectores información en su edición impresa y en la digital. Sin embargo, como resultados del monitoreo se encontró que este medio de comunicación publicó 275 notas en su formato impreso, mientras en internet sólo incluyó 59; en otras palabras, sólo el 21 por ciento de la información producida para el formato en papel queda accesible a sus lectores en su espacio digital.

Tabla 21

Diario de Querétaro, cantidad de publicaciones.

Cantidad de publicaciones			
Fecha	Impreso	Digital	Porcentaje
20/09/2010	29	6	21%
21/09/2010	24	5	17%
22/09/2010	20	6	21%
23/09/2010	28	6	21%
24/09/2010	30	6	21%
27/09/2010	30	6	21%
28/09/2010	32	5	17%
29/09/2010	30	6	21%
30/09/2010	28	6	21%
01/10/2010	24	7	24%
TOTAL	275	59	21%

Fuente: Elaboración propia

Al mismo tiempo, se determinó que *Diario de Querétaro* incluyó en su edición impresa en promedio 27.5 notas diarias, mientras que en internet sólo presentó 5.9 de forma promedio.

Tabla 22

Diario de Querétaro, promedio de publicaciones.

Promedio de publicaciones		
	Impreso	Digital
Total	275	59
Promedio	27.5	5.9

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los autores, también se puede observar que *Diario de Querétaro* privilegia que los textos de sus reporteros o colaboradores aparezcan en el formato impreso y no en la edición digital.

Por ejemplo, se cuantificaron 54 publicaciones de Abel de la Garza contra 11 en *Diario de Querétaro* impreso y digital, respectivamente, lo que significa que sólo el 20 por ciento del trabajo producido por este reportero se ofrece a los lectores en internet.

En este mismo caso se encuentran los periodistas: Heidi Wagner con 51 y 10 publicaciones; 39 contra 6 con la firma 'Redacción'; Laura Banda con 23 y 5 notas informativas; 'Sin autor' 23 contra 1 publicación en la edición impresa y digital, respectivamente.

Tabla 23

Diario de Querétaro, autor.

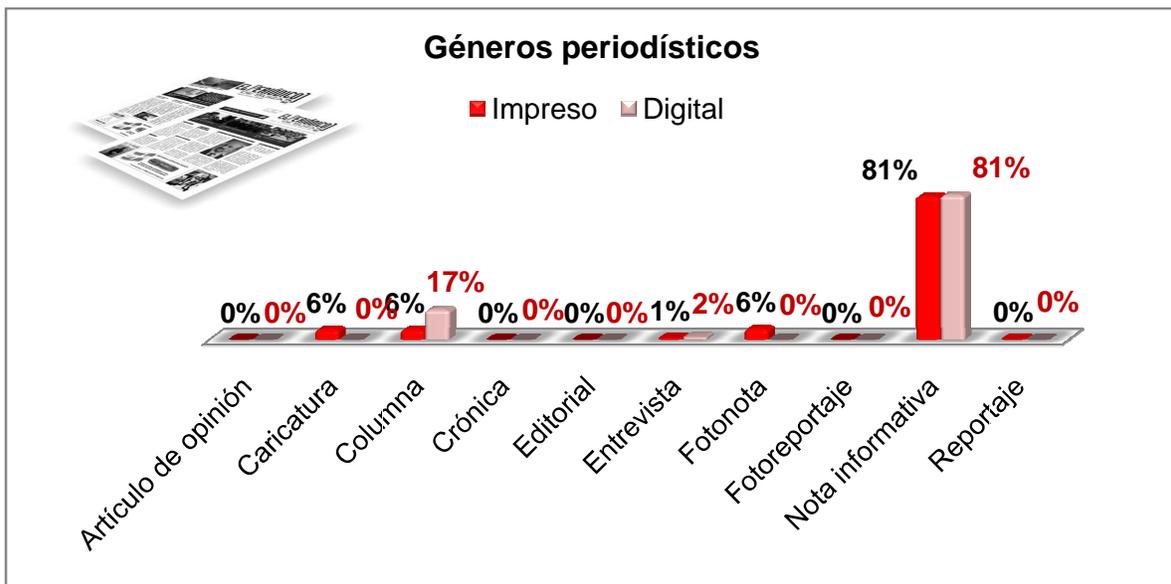
Autor				
Autor	Código	Impreso	Digital	Porcentaje
Sin autor	0	23	1	4%
Abel de la Garza	1	54	11	20%
Alberto Herrera	2	3	0	0%
Armando Velasco	3	2	1	50%
Cinthia Camacho	4	8	3	38%
El Sol de San Juan del Río	5	1	0	0%
Héctor Ayala	6	3	3	100%
Heidy Wagner	7	51	10	20%
José Luis Rodríguez Palomares	8	16	2	13%
Juan Sereno	9	2	1	50%
Julio de la Cruz	10	7	7	100%
Laura Banda	11	23	5	22%
Leonardo Licea	12	1	0	0%
Manuel Basaldúa	13	2	1	50%
Manuel Naredo	14	2	2	100%
Margarita Ladrón de Guevara	15	1	0	0%
Mario León Leyva	16	1	0	0%
Martha Romero	17	6	4	67%
Miguel Rodríguez Navarro	18	2	0	0%
Paola Coliz	19	5	1	20%
Patricia Juárez	20	1	0	0%
Pepe Gómez	21	8	0	0%
Redacción	22	39	6	15%
Rosalía Nieves	23	2	0	0%
Rubén	24	8	0	0%
Sonia Calderón Alvarado	25	2	0	0%
Teresa Calzada	26	1	1	100%
Varios	27	1	0	0%
TOTAL		275	59	21%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los géneros periodísticos que se incluyeron en las publicaciones de *Diario de Querétaro* se precisó que tanto en el formato impreso como en el digital, el medio de comunicación incluyó en el 81 por ciento notas informativas.

Mientras, en la edición de internet luego de la nota informativa, continúa con 17 por ciento la columna, seguido de la entrevista con dos por ciento. En cuanto a *Diario de Querétaro* impreso, después de la nota informativa, sigue con seis puntos, respectivamente, la caricatura, la columna y la fotonota, y en último lugar la entrevista con un punto.

Gráfica 1
Diario de Querétaro, géneros periodísticos.



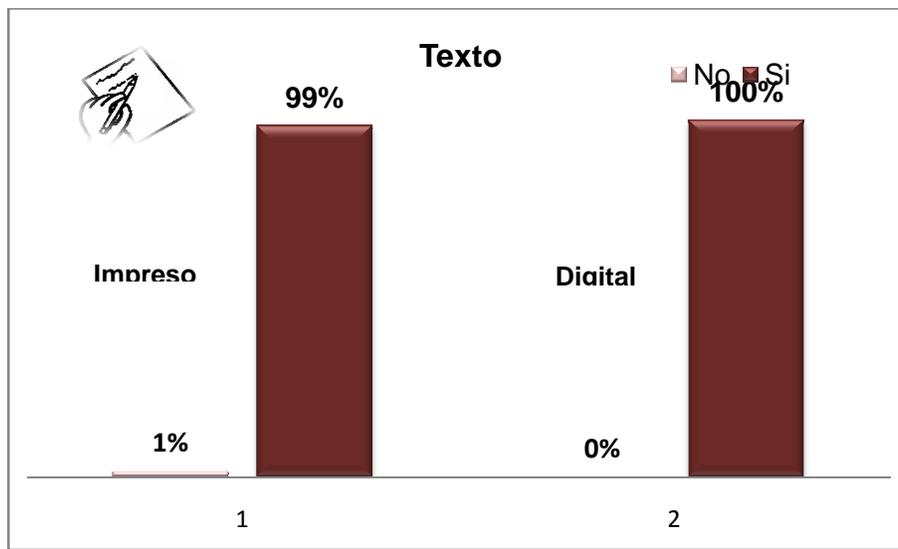
Respecto a las herramientas que utiliza *Diario de Querétaro* para la publicación de información, resultó que el medio presentó en un 99 por ciento de sus contenidos, en el formato impreso, el uso del texto, mientras que en lo digital el total de la información (el 100) tiene esta característica.

La fotografía apoyó en 64 por ciento a las notas en el formato impreso, mientras que en el digital sólo al 15 por ciento; es decir, *Diario de Querétaro* ofrece mayor información grafica en su edición impresa, al tiempo que sucede lo contrario en el

formato de internet. De igual forma, se destaca que este medio deja de lado el uso de herramientas multimedia como el video o el audio en la información digital y que sólo corresponde a las notas de primera plana de sus ediciones.

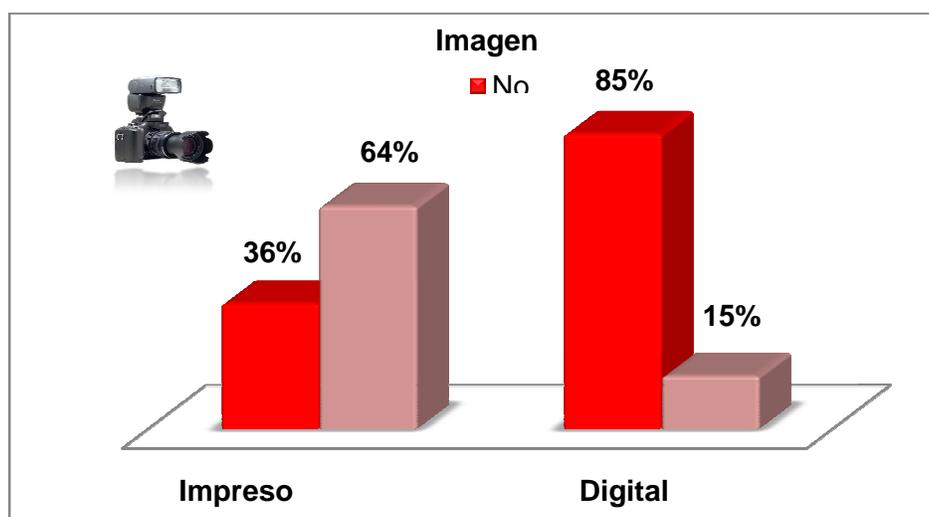
Gráfica 2

Diario de Querétaro, texto.



Gráfica 3

Diario de Querétaro, imagen.



En cuanto a la entrevista realizada a Héctor Ayala, entonces jefe de información de *Diario de Querétaro*, se puede resaltar las siguientes ideas.

Héctor Ayala sólo ofreció una descripción al respecto del periodismo digital, al que caracterizó como inmediato y cuya veracidad u objetividad pueden ser seguras, debido al prestigio del medio de comunicación, y recalcó que la convergencia de los periódicos impresos a lo digital es importante y necesaria para los tiempos actuales.

De igual forma, relata la manera en cómo fue percibiendo el desarrollo del periodismo impreso, desde su experiencia, laborando en distintos medios de información, desde nacionales hasta locales.

Como reportero de *Milenio Diario*, durante el 2001, Héctor Ayala describió que el portal *web* de este medio informativo comenzó con elementos básicos multimedia como el texto y la imagen, hasta que con el correr de los años se logró estructurar un medio digital que, en la actualidad, ofrece a los lectores desde información 'Minuto a minuto' hasta 'Milenio televisión', es decir, internet permitió que este medio pudiera comenzar a explotar herramientas digitales para la publicación de notas informativas u otros géneros periodísticos.

Para Héctor Ayala, en Querétaro, los medios digitales experimentarán un desarrollo similar, es decir con páginas sencillas o incluso *blogs* hasta lograr que se exploten al máximo las herramientas multimedia.

“Desde mi experiencia... cuando yo no inicié si estaban muy precarios los medios por internet... había uno que otro blog pero eran muy escuetos, no como ahora que están al minuto que se da una noticia, que va fluyendo la información que la puedes ver, también, en tiempo real en internet (...) conforme fue pasando el tiempo, fue creciendo (...) de forma que ahora existe en internet ‘Milenio Televisión’, ‘Milenio al minuto’, esto ocurrió después de que Milenio sólo subiera a internet las notas de su formato impreso...”

“Ahora, la información es en tiempo real, la noticia o el hecho o el suceso; es tal la información que a los quince, veinte minutos la tienes... por ejemplo, los medios de comunicación masivos como es El Universal en México... Reforma pues también ya se deben a sus páginas...”

“Por otro lado (...) se han creado en internet muchos medios de información pero algunos no tienen objetividad ni veracidad. Tal vez, son críticos porque los escribe como tal un ciudadano y no tienen esa parte de la información importante (...) pero lo que es innegable es que los periódicos en internet han evolucionado y que internet para los medios de comunicación es algo importante y necesario”.

Respecto al trabajo que lleva a cabo *Diario de Querétaro* en internet, jefe de información de este medio impreso especificó que el desarrollo que puede tener el periódico en el espacio digital está sujeto a las condiciones de la Organización Editorial Mexicana (OEM), y que en enero de 2011 comenzaron a trabajar para enriquecer, en el transcurso del día, la página principal de OEM, lo que a parecer de Héctor Ayala representa un avance en cuanto al periodismo digital, ya que el trabajo de esta empresa periodística en internet sólo consistía en subir las notas de primera plana; entonces, enviar notas informativas a OEM para su publicación es, en opinión del periodista, el posible comienzo de un desarrollo a corto plazo del periodismo digital.

“...vamos iniciando en este tipo de medio no porque nosotros no queramos tenerlo sino porque nos regimos a través de una organización, la Organización Editorial Mexicana; todos los periódicos de OEM tiene una misma política, una misma visión y misión, entonces, sobre eso todos debemos seguir esa línea. Hasta hace poco, como un mes, empezamos a actualizar la página, igual a nivel nacional (...) todos los periódicos envían información que se va generando hacia el Sol de México, que es el que crea la página de internet de la OEM, para crear la sección ‘Al minuto’...”

“En Diario de Querétaro se publica como tal la portada en internet y las noticias más importantes dentro de la primera plana, y desde la página web se puede ingresar al sitio

de OEM donde se pueden ver las noticias más importantes de Querétaro porque bueno es como el cúmulo de todos los periódicos”.

Para la publicación de información en la página digital de *Diario de Querétaro*; las notas informativas son seleccionadas por el jefe de información y se envían a las oficinas de OEM, en la ciudad de México. En otras palabras, el proceso para la producción de información para la *web* nacional es semejante al de la edición impresa.

Por otra parte, la manera en que *Diario de Querétaro* está trabajando para el sitio *web* de OEM se describe en un proceso diferenciado al de procesar información para el formato impreso, de acuerdo a la inmediatez con la que se tiene que publicar la nota y a la cantidad de datos sobre el hecho que se ofrece a los lectores.

“Por ejemplo... se publica la agenda del gobernador. El lunes, primero los honores a la Bandera y se generan entrevistas, como a las dos horas de que se generaron las entrevistas ya se está mandando la información a México para que la publique en la página de OEM, y eso obviamente es como una síntesis de la nota como tal que nosotros vamos a publicar al otro día porque bueno tenemos un medio impreso y no podemos aventarle toda la información al público y no tanto al público sino a la competencia porque a veces no tienen esa nota y la pueden obtener de tú página 8(...) eso es lo que se está publicando para que la gente pueda conocer qué está sucediendo en toda la República”.

Aunque los reporteros del medio impreso han comenzado a publicar las notas informativas, minutos después de que ocurra el hecho, en la página de OEM, el trabajo no aparece en la página digital de *Diario de Querétaro*. Además, la información se sigue presentando en imagen y texto sin explotarse aún otras herramientas multimedia.

“Sí... aún... pero no se usa ni el video ni el audio como Reforma o El Universal, no. Nosotros no tenemos todavía esa parte de audio ni videos simplemente es la información como tal, lo escrito y la imagen y es lo que estamos enviando”.

A la pregunta “¿Quedaré en un proyecto a largo plazo empezar a trabajar en audio y video?”, Héctor Ayala respondió: *“Yo creo que será en un corto plazo, digo si ya iniciaron yo creo que no será aun largo plazo sino a corto y que también en todos los medios empezamos a enviar este tipo de información y debido a que no estábamos trabajando así, no podemos decir de tajo decir que necesitamos la información al minuto, en video y audio... es cómo no haberlo hecho y te lo ponen de inmediato pues como que te agarran en curva... creo que no es difícil como organizarte para que puedas darlo bien y sin ningún problema”.*

Para Héctor Ayala será necesario que en el *Diario de Querétaro* los reporteros se adecuen -poco a poco- al medio digital, ya que no sólo se modifica la práctica periodística, sino también implicará trabajo doble para los profesionales de la información por lo que será necesario que este periódico, y los demás medios de la OEM, cuenten con una redacción especializada para la edición digital.

“... En Diario tenemos a personal joven y muy capacitado que puede hacerlo (trabajar para el formato impreso y digital)... digo que también sería como ponerlos a hacer un trabajo doble, pero digo, finalmente se puede hacer, pero lo que te comentaba es que no se pueden mezclar las cosas o darlas de inmediato... porque nos dirían y cómo voy a dedicarme al medio impreso, como que cada una de las partes necesita de su tiempo para que no se desorganice el sistema y no publiques una información de calidad (...) pero sí creo que una vez que continúe este proyecto pues igual y podría existir una parte en la OEM donde se dediquen completamente a hacer este tipo de información y que cada uno de los periódicos tenga a su personal especializado”.

Sin embargo, Héctor Ayala encontró desventajas en el periodismo digital relacionadas, específicamente, con los errores que puede cometer el reportero cuando publica información de manera casi instantánea sin que se corroboren los datos; también, considera que la profesión puede concurrir en la falta de ética

periodística ya que, en su opinión, internet se utiliza para rumorar, especular y para dar notas sin sustento sin argumento.

“El periodismo digital puede caer en errores debido a su inmediatez (...) por ejemplo, el Twitter ahora también lo puedes usar como un medio digital, aunque se ha usado mucho como para rumorar como pasó en el caso de Diego Fernández de Cevallos que se dijo que estaba muerto, que recién había sido secuestrado y pues eso es alarmar a la gente (...) por qué, porque no estás dando un sustento o justificación a la nota y estás perdiendo también un poco de ética en el medio digital ...

“Creo que esas son las desventajas de algunos (...) caso contrario, El Universal, Reforma, Excelsior, Milenio son medios que ya tienen una trayectoria y que sin problema sabes que lo que lees en el medio digital va a estar sustentado. El periodismo digital a veces se utiliza para rumorar, especular y para dar notas sin sustento sin argumento”.

Desde su experiencia, Héctor Ayala precisó que el periodismo impreso seguirá teniendo lectores, a pesar de la existencia del periodismo digital, ya que tienen características que permiten diferenciarlos.

“... el periodismo impreso tiene su competencia con el periodismo impreso y el periodismo digital tiene su competencia con el periodismo digital; son independientes cada uno; cada uno tiene su importancia, cada uno tiene sus contras pero sí son diferentes, el periodismo impreso tiene su competencia en el mismo medio y lo mismo sucede con el digital. No son competencia porque no se puede, si me dijeras que en el medio impreso puedes informar en tiempo real pues igual si son competencia...”

De acuerdo a lo que Héctor Ayala ha podido percibir en el ejercicio profesional, el periodismo digital en Querétaro apenas está encontrando un desarrollo: *“creo que los medios digitales que existen en Querétaro son pocos; existe Diario de Querétaro, am, Libertad de Palabra y medios digitales como Inqro, pero Inqro no tiene medio impreso... esta... Rotativo pero tampoco tiene medio impreso, entonces apenas están como echando mano para poderse hacerse fuerte en ese campo, en el medio digital, es decir creo que todavía le falta mucho a Querétaro”.*

7.2 La convergencia a lo digital, *am de Querétaro*.

Durante diez días de monitoreo, se encontró que *am de Querétaro* incluyó en su sección de Local 266 publicaciones de las cuales 232, es decir el 87% de la información, los lectores las pudieron encontrar en la página *web* del periódico. Lo que al mismo tiempo representa que, en promedio, este medio impreso publica 26.6 notas diarias en su formato impreso, mientras en el digital 23.2.

Incluso, se encontraron días en los que el número de publicaciones en el formato digital de *am de Querétaro* superaron a las cuantificadas en la edición impresa. Por ejemplo, del 27 al 30 de septiembre, en la página *web* se incluyeron más contenidos, de tal forma que hay porcentajes de 124%, 113%, 108% y 100%.

Además, como característica diferenciadora, este medio llegó a publicar notas informativas o cualquier género periodístico, primero en su edición digital, para después hacerlo en papel, situación que más adelante explicó Daniel Martínez Sahagún, reportero de esta empresa informativa.

Tabla 24

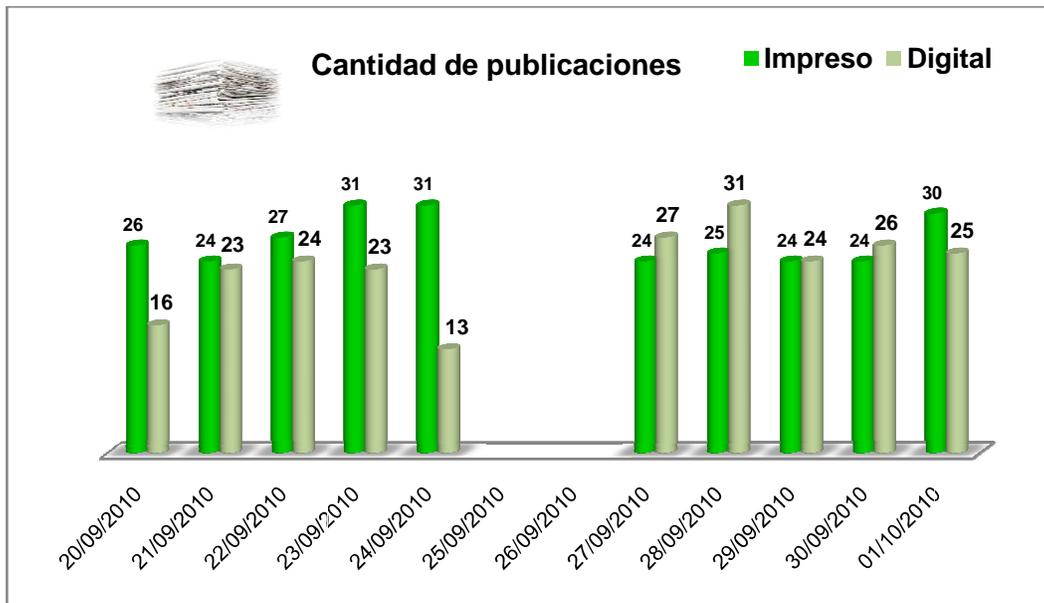
***am de Querétaro*, cantidad de publicaciones.**

Cantidad de publicaciones			
Fecha	Impreso	Digital	Porcentaje
20/09/2010	26	16	62%
21/09/2010	24	23	96%
22/09/2010	27	24	89%
23/09/2010	31	23	74%
24/09/2010	31	13	42%
27/09/2010	24	27	113%
28/09/2010	25	31	124%
29/09/2010	24	24	100%
30/09/2010	24	26	108%
01/10/2010	30	25	83%
TOTAL	266	232	87%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4

am de Querétaro, cantidad de publicaciones.



En cuanto a los profesionales de la información que laboran en *am de Querétaro*, los lectores pueden acceder a su trabajo periodístico en el formato digital e impreso con una diferencia del 13%; en otras palabras, del total de los autores que firmaron contenidos informativos en la sección Local el 87% publica también sus escritos en la *web*.

Sin embargo, entre los dos formatos se identificaron las siguientes diferencias. En la edición impresa predominó la personalización de las publicaciones, en otras palabras fue común que los contenidos estén firmados por el periodista, profesional especializado o cualquier otro autor.

Es decir, se encontró que 29 de las publicaciones en el formato digital se distinguían por no tener autor, caso contrario en el formato impreso se cuantificaron sólo 16 géneros periodísticos con esta característica.

Además, como publicaciones impersonales se incluyen las agencias informativas como “Reforma”, “SUN”, “Agencias” o en su caso se localizó la variable “Especial” con una diferencia de 32 publicaciones entre 34 de su total en internet y sólo 2 en la edición impresa.

Cabe destacar que, hay autores que el usuario puede leer en mayor proporción en la página *web* de *am de Querétaro* que en el formato impreso; la periodista Candhy Escalante, durante el monitoreo, publicó 18 géneros periodísticos en papel y 34 en digital, lo que presenta el 189% más.

Otro ejemplo significativo fueron las publicaciones de Rodrigo Álvarez, quien en el formato impreso no registró notas informativas o cualquier otro género periodístico, en contra parte en la *web* se publicaron 14 contenidos.

Tabla 25

am de Querétaro, autor.

Autor				
Autor	Código	Impreso	Digital	Porcentaje
Sin autor	0	16	29	181%
Adolfo Ortega	1	2	0	0%
Agencia El Universal	2	1	0	0%
Agencia Reforma	3	1	3	300%
Agencia SUN	4	0	3	300%
Agencias	5	0	5	500%
Alberto Ovalle	6	1	0	0%
Alfonso González Rivas	7	4	0	0%
Arlene Patiño	8	29	7	24%
Candhy Escalante	9	18	34	189%
Carlos Garza Adame	10	2	0	0%
Carolina Sánchez	11	33	25	76%
César García Ramírez	12	1	0	0%
Claudio Osornio	13	22	0	0%
Daniel Martínez	14	24	18	75%
Daniel Peña	15	0	1	100%
Diodoro Carrasco	16	1	1	100%
Eduardo Casillas	17	23	11	48%
Especial	18	2	34	1700%
Fernando Ortiz Proal	19	2	2	100%
Gabriel Ballesteros	20	1	2	200%
Hugo Córdoba	21	0	1	100%
Jaime Robledo	22	2	2	100%
Jair Rivera	23	1	0	0%
Jesús López	24	0	1	100%
Linda Sepúlveda	25	17	8	47%
Luis Gabriel Osejo	26	6	4	67%
Mariana Moctezuma	27	6	0	0%
Micaela Rubio	28	1	0	0%
Miguel Parodi	29	1	1	100%
Pablo Alemán	30	3	0	0%
Priscila Martínez	31	1	0	0%
Redacción	32	19	13	68%
Rodrigo Álvarez	33	0	14	1400%
Sergio Rivera Magos	34	1	4	400%
Varios	35	1	0	0%
Víctor Vázquez	36	24	9	38%
TOTAL		266	232	87%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los géneros periodísticos, *am de Querétaro* privilegió de igual forma a la 'nota informativa' en su formato digital e impreso, en el primero incluyó 226 que representa el 85% del total de la muestra, mientras en el segundo, se cuantificaron 213 notas informativas que significan el 92%.

Para el caso del formato impreso, después de la nota informativa continuó la columna con 32 ejemplos que equivalieron al 12%, mientras en un 2% se ubicó la fotonota.

Caso contrario, en su página *web* *am de Querétaro* sólo explotó a la columna con el 8% y el resto, como ya se había mencionado, corresponde a la nota informativa.

Tabla 26

***am de Querétaro*, géneros periodísticos.**

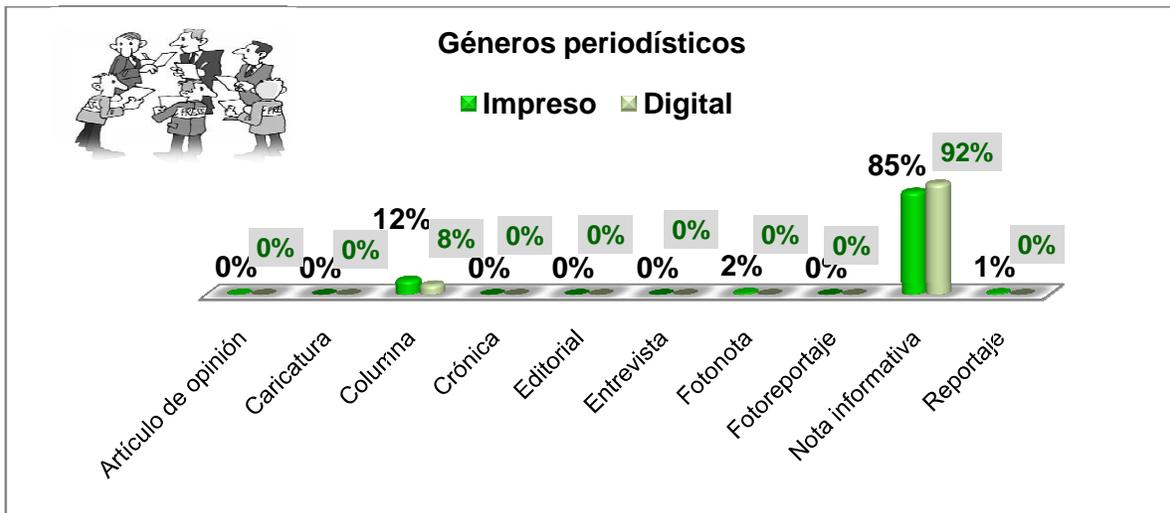
Géneros periodísticos					
Género periodístico	Código	Impreso	Porcentaje	Digital	Porcentaje
Artículo de opinión	1	1	0%	0	0%
Caricatura	2	0	0%	0	0%
Columna	3	32	12%	19	8%
Crónica	4	0	0%	0	0%
Editorial	5	0	0%	0	0%
Entrevista	6	0	0%	0	0%
Fotonota	7	4	2%	0	0%
Fotoreportaje	8	0	0%	0	0%
Nota informativa	9	226	85%	213	92%
Reportaje	10	3	1%	0	0%
TOTAL		266	100%	232	100%

Fuente: Elaboración propia

Lo anterior también se incluyó en la siguiente gráfica en la que se representa la forma en la que sobresale la publicación, proporcionalmente mayor, de la nota informativa y la columna en los dos formatos de *am de Querétaro*, digital e impreso, respecto a los demás géneros periodísticos.

Gráfica 5

am de Querétaro, géneros periodísticos.



En cuanto a los soportes que empleó el medio de información; texto, imagen, audio y video. El monitoreo reflejó que en el formato impreso de *am de Querétaro* el 100 por ciento de los géneros informativos se apoyaron en el texto, ya sea reportaje, nota informativa, fotonota, entre otros. Mientras, en el formato digital sólo dos puntos porcentuales de la información publicada queda fuera del texto.

Tabla 27

am de Querétaro, texto.

Texto					
Texto	Código	Impreso	Porcentaje	Digital	Porcentaje
No	0	0	0%	4	2%
Si	1	266	100%	228	98%
TOTAL		266	100%	232	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la imagen, *am de Querétaro* privilegió 25 puntos más el formato digital que el impreso respecto al uso de fotografías que apoyen la nota informativa, reportaje u otro género. En la edición impresa, *am* integró imágenes en el 62 por ciento de sus publicaciones, mientras en lo digital el 87 por ciento de los contenidos se auxiliaron de las imágenes para su difusión.

Tabla 28

am de Querétaro, imagen.

Imagen					
Imagen	Código	Impreso	Porcentaje	Digital	Porcentaje
No	0	102	38%	30	13%
Si	1	164	62%	202	87%
TOTAL		266	100%	232	100%

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, en cuanto al uso de herramientas como el audio y el video en el formato digital de *am de Querétaro*, el monitoreo reflejó que el medio de comunicación no ofreció información en audio y sólo el cinco por ciento de la información ha llegado a presentarse a través de video.

Tabla 29

am de Querétaro, audio.

Audio			
Audio	Código	Digital	Porcentaje
No	0	232	100%
Si	1	0	0%
TOTAL		232	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30

am de Querétaro, video.

Video			
Video	Código	Digital	Porcentaje
No	0	221	95%
Si	1	11	5%
TOTAL		232	100%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la entrevista realizada al reportero Daniel Martínez Sahagún, después de la conversación se observan las siguientes conclusiones:

Como periodista que labora en *am de Querétaro* maneja una idea clara de lo qué es el periodismo digital, Daniel Martínez lo define como “un periodismo que sigue los

mismos principios de calidad que sigue, digamos, el periodismo tradicional, pero con la gran diferencia de que se apoya en la tecnología y se apoya en los nuevos medios de comunicación, portales, redes sociales, Facebook, Twitter, etcétera para comunicar, para hacer de una manera más eficiente que llegue un mensaje...”

La entrevista permite dar cuenta que el profesional de la información detectó que existe la modificación de las prácticas periodísticas, es decir a la manera en cómo se ejerce de acuerdo a la concepción de periodismo digital y el uso de herramientas digitales, así como los ámbitos relacionados con la profesión informativa.

Con el periodismo digital *“se va viendo también modificada la práctica... se modifica bastante la manera de trabajar. El periodismo digital pues es llevar las normas, el código de ética, los manuales de estilo de un medio de comunicación a trabajar para un medio que ya existe en el ciberespacio... y con herramientas nuevas, el iphone, las laptops, las grabadoras digitales, es el subir minuto a minuto la información, es dar avances de los scoops que se llaman”*.

En cuanto a las características que permiten diferenciar al periodismo impreso del digital, Daniel Martínez Sahagún enlistó: la inmediatez, la profundidad y la manera de explotar a los distintos formatos periodísticos.

Y respecto al periodista tradicional, que trabaja para un medio impreso, que comienza a publicar la información que genera en la *web*, el reportero lo definió como un personaje capacitado para ejercer en papel pero que se vio obligado a ir adecuándose a lo digital en la práctica sin recibir capacitación alguna como sucedió en el caso de *am de Querétaro*.

De igual forma, el periodista resaltó la manera en cómo se genera la información para el formato digital y plantea el siguiente proceso: el reportero, que se encuentra frente a un hecho, toma una fotografía a través del *Iphone*, y mediante una aplicación otorgan un título, sumario y texto, no mayor a un párrafo que

acompañe a la nota informativa y se publica directamente en la página de internet de am de Querétaro.

En este proceso, la plantilla de reporteros es la misma para los dos formatos del medio de comunicación, a diferencia de dos coeditoras del portal en internet que supervisan las publicaciones del periódico en la web.

Para el portal digital de *am de Querétaro*, cada reportero puede generar en promedio seis notas diarias, de las cuales algunas se publican en el formato impreso, pero con un valor agregado que otorgue mayor información al lector al respecto de un hecho:

“En el caso de am... es que las notas que mando, a través de la aplicación, son como la semilla de mi nota, a profundidad para el día siguiente. Entonces, prácticamente cada nota que mandé a la página se va a convertir en una nota en la edición impresa; en una nota a profundidad con otros detalles, con contexto, con más cifras, con otras versiones, pero en la edición impresa”.

Sin embargo, el reportero de *am de Querétaro* especificó algunas desventajas en el proceso de producción de información para el soporte digital, incluso las llama riesgos que pueden hacer poco creíble la nota informativa, así como superficial.

“Si (la información para el soporte digital es más superficial que la impresa)... claro... es una primera vista... es un primer flashazo...es lo primero que sucedió pero como que todo... como que no ha habido tiempo para medir, para poder dejar que las aguas se calmen y ya poder decir qué es lo que sucedió realmente y para que a la gente le ofrezcas un análisis más prudente, más a la distancia; de entrada, no sé ... si yo veo un choque aquí afuera... lo que mando es ‘Choca auto con camión escolar’... y ya es el primer flashazo, pero tal vez ya el día de mañana yo podré decir lo que sucedió porque el camión escolar perdió los frenos y chocó... o fue por un error mecánico, pero la gente que sólo lo vio en la página web no conoce esa situación de contexto, las atenuantes y puede ser causa de errores en la empresa porque en el afán de ser el primero en subirla, equivocas la interpretación”.

Dichos riesgos son, para el profesional de la información, habituales en todos los medios digitales, aunque podría ser más común en un sitio o en otro, debido al personal que supervisa la información que se genera a lo largo del día. Ante el cuestionamiento que si dichas 'desventajas' sólo eran propias de am, Daniel Martínez respondió:

“Yo creo que es general pero hay otros medios... En cuanto a las notas que se publican en medios digitales a veces se adolece de un hondar, de que se permita dar una mayor explicación en el formato digital, porque muchas veces las aplicaciones están hechas para lecturas breves y es muy complicado sintetizar noticias de mucha trascendencia y complejidad”.

El periodismo digital está lejos de representar una amenaza para el periodismo impreso, de acuerdo a Daniel Martínez más que competir la prensa digital e impresa se complementan y especifica que si llegara a volcarse un medio en papel totalmente a la web será por el surgimiento de generaciones que hayan vivido completamente frente a las pantallas.

“Lo veo más, en mi visión personal, que son complementarios y yo veo más al periodismo digital más como una oportunidad más que como una amenaza, en realidad... eh... yo no creo que el periodismo digital haga que los periódicos impresos ya no existan; no comparto esa idea... tampoco creo que el periodismo digital se coma a los periódicos impresos, más bien simplemente un periodismo con más herramientas sin límites; los límites que tienes en lo impreso como el espacio, el tiempo como la geografía se borran con el ciberespacio y esto es una gran oportunidad...”

“No es tanto amenaza, creo que vamos a seguir consumiendo papel por no sé, no podría dar una fecha exacta, pero sigue habiendo libros impresos aunque haya sus ediciones digitales, así que más bien creo que se van a estar complementando por bastante tiempo y bueno ya existen los dispositivos de lectura electrónica... y creo que sí, en un momento dado, digamos que en cien años, pues ya mejor lo vas a checar en un dispositivo en el que lo vas a poder hasta hojear y bueno los costos de imprimir en papel, la

contaminación, el traslado, pues tal vez los propietarios, quizá, se planteen quitarse ese tipo de problemas y volverse a lo digital completamente pero aquí en México, creo que va a tardar va a tardar décadas, todavía”.

En este panorama, las redes sociales como *Facebook* o *Twitter* resultan herramientas importantes para atraer lectores a los espacios digitales de información y, al mismo tiempo, ayudan a explotar las herramientas digitales, aunque Daniel Martínez aceptó que a pesar de soportes como el audio y el video que pueden usarse en lo digital, *am de Querétaro* explota en mayor proporción el texto y la imagen, él atribuye esta situación a que los reporteros de medios digitales no acostumbran a recibir capacitación alguna para el manejo de herramientas digitales, además no existe un salario extra para los periodistas por producir información para el soporte en internet.

“Yo creo que va por el lado de que no te capacitan, como no me enseñaron, yo no sé cómo encuadrar un video, ni sé cómo editar audio, así que yo me voy a lo que ya sé hacer; el título, la entrada, una cita y la foto, yo creo que por ese lado... Por otro lado, no hay un incentivo económico y muchos podrían decir que ‘es el mismo sueldo por más trabajo”.

A pesar de las limitaciones técnicas y económicas, para Daniel Martínez Sahagún en Querétaro todavía se explotará más internet, de tal forma que el periodismo digital seguirá el desarrollo que ya inició. Este formato periodístico se encuentra en una etapa de experimentación, así que -con el tiempo- habrá periodistas especializados en internet y lectores de medios digitales.

“Creo que (el periodismo digital en Querétaro) va a tener un desarrollo y ya lo ha tenido. Inqro inició como una página sin interacción, subían una nota, una foto y paparazzi... cosas así, pero ha evolucionado. Inqro creo que es un ejemplo grande y de cómo es el Darwinismo en el ciberespacio; te adaptas, evolucionas o te quedas fuera; creo que ya nadie leemos páginas estáticas de esas de hace cinco años que traen toda la pantalla de texto, que no traen diseño, que no traen infografía ni foto ni video ni audio...”

“Entonces van a tener que evolucionar la página del am, la de Ciudad y Poder, Inqro, Rotativo... pero creo que estamos en la fase de la experimentación, del empirismo; ah... pues lo que hago en lo escrito, también lo hago en lo digital. Falta realmente la especialización, en el am faltaría decir... va haber tres periodistas dedicados a la página web y los otros ocho que son los de edición impresa y con el tiempo se va a revertir a invertir esa proporción, y después van a ser ocho dedicados a la página web y sólo dos para la versión impresa. Pero este es como el tiempo de los ejercicios, de ver qué funciona qué no, si capta gente...

“Pienso que es el futuro, pero a la larga es un nuevo medio de comunicación en el que por lo menos, por un tiempo, va a ser el dominante como sucedió con la radio, la televisión. Internet va a ser por un tiempo, por lo menos hasta que se invente uno nuevo, el rey... ya hay una generación que prefiere estar navegando en internet que viendo la televisión eso es un indicativo... yo creo que en pocas décadas va a crear internet su propio camino, como ahora hay un periodista especializado en radio, en tele y uno en prensa, va a ver uno especializado en internet... y dejaremos de lado la idea del ‘todólogo’ y así como escribes para radio también para prensa y también hazme un video, esa idea se tiene que alejar a fin de cuentas”.

Aunque, para Daniel Martínez, México está a un lejos de formar parte de un país de lectores digitales, a causa de la brecha digital que mantiene a la población alejada de la tecnología, al mismo tiempo, debido a la economía.

“En México la brecha digital aún sigue siendo muy grande, por más que digas hay portales de periódicos, etcétera, aquí en México la realidad es que somos un país pobre – con cuarenta millones de pobres- y esos pobres antes de estar entrando a El Universal, a Inqro, están pensando en qué trabajar para comer, para alimentar a sus familias, tenemos un analfabetismo digital muy grande, fuera de los centros de estudio, de las universidades, hay mucha gente que usa el internet, si es que tiene acceso o se va a la plaza pública que ya te da conexión libre, pues lo usa para el correo electrónico, para el Wikipedia, pero la mayoría de la gente no se informa por internet, no creo. Apenas, yo creo, comparo, en México estamos –por decir una fecha- como diez años retrasados, una década retrasados en comparación con países como Estados Unidos, Canadá... Europa,

así que ese rezago... para que esa brecha digital se cierre, todavía va a tardar un buen rato, aparte de que la gente aquí en México no es dada a informarse ni a participar porque utiliza el internet para entretenimiento, para diversión, para hacer tareas, pero no creo que todavía haya un boom para informarse”.

7.3 Internet, una necesidad pero no prioridad para *El Corregidor*.

El Corregidor, a pesar de que cuenta con espacio en internet, durante el monitoreo la página *web* no estuvo al servicio de los lectores. La última actualización del medio fue el 19 de agosto de 2010 y hasta semanas más tarde, continuó la publicación de las notas informativas que contiene el ejemplar impreso. En otras palabras, *El Corregidor* carece de trabajo específico para su edición digital, así que la información que en éste espacio se publica corresponde a la de la edición en papel.

En suma, se cuantificaron 224 publicaciones de géneros periodísticos durante los días de monitoreo, de los cuales, por fallas tecnológicas, ninguno se publicó en internet, a pesar de que el medio cuenta con su página *web*.

Tabla 31

***El Corregidor*, cantidad de publicaciones.**

Cantidad de publicaciones			
Fecha	Impreso	Digital	Porcentaje
20/09/2010	25	0	0%
21/09/2010	23	0	0%
22/09/2010	26	0	0%
23/09/2010	23	0	0%
24/09/2010	20	0	0%
27/09/2010	24	0	0%
28/09/2010	19	0	0%
29/09/2010	21	0	0%
30/09/2010	20	0	0%
01/10/2010	23	0	0%
TOTAL	224	0	0%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los géneros periodísticos, *El Corregidor* privilegió en 80 por ciento a la nota informativa, lo que representó 180 de los 224 textos cuantificados; continúa la columna con el 9 por ciento, es decir, 20 publicaciones; seguido se encontró la caricatura y la fotonota con cuatro puntos porcentuales; con uno por ciento, la entrevista y el fotoreportaje; mientras, no se tuvo registro de los géneros periodísticos como: el artículo de opinión, la crónica, la editorial y el reportaje.

Tabla 32

***El Corregidor*, géneros periodísticos.**

Géneros periodísticos					
Géneros periodísticos	Clave	Impreso	Porcentaje	Digital	Porcentaje
Artículo de opinión	1	0	0%	0	0%
Caricatura	2	9	4%	0	0%
Columna	3	20	9%	0	0%
Crónica	4	0	0%	0	0%
Editorial	5	0	0%	0	0%
Entrevista	6	2	1%	0	0%
Fotonota	7	10	4%	0	0%
Fotoreportaje	8	2	1%	0	0%
Nota informativa	9	180	80%	0	0%
Reportaje	10	1	0%	0	0%
TOTAL GENERAL		224	100%	0	0%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los soportes con los que *El Corregidor* presenta su información, se encontró que el cien por ciento de las publicaciones tuvo soporte en texto.

Tabla 33

***El Corregidor*, texto.**

Texto					
Texto	Código	Impreso	Porcentaje	Digital	Porcentaje
No	0	0	0%	0	0%
Si	1	224	100%	0	0%
TOTAL		224	100%	0	0.00%

Fuente: Elaboración propia

Mientras que del total de la información, el 73 por ciento está apoyada de fotografías.

Tabla 34

El Corregidor, imagen.

Imagen					
Imagen	Código	Impreso	Porcentaje	Digital	Porcentaje
No	0	61	27%	0	0%
Si	1	163	73%	0	0%
TOTAL		224	100%	0	0%

Fuente: Elaboración propia

No obstante, debido a las fallas de la página de *El Corregidor* no se pudo cuantificar los soportes en la página de internet, aunque, según datos proporcionados por Yoheme Pomares se puede conocer que el sitio *web* sólo trabaja con el texto y la imagen, así que deja de lado la explotación de herramientas digitales como el audio o el video.

Yoheme Pomares, reportero de *El Corregidor*, también se ha desempeñado como jefe de información en Inqro, desde su experiencia definió al periodismo digital como una herramienta versátil, oportuna que lo mismo utiliza internet como vía de comunicación o en su caso a las redes sociales. Como característica, también determinó que el periodismo digital debe ser inmediato y cercano a publicar información en tiempo real.

“El periodismo digital es la herramienta más versátil y más oportuna para informarse, puede ser desde las redes sociales, informarte vía Twitter, vía Facebook (...) El periodismo digital ofrece la información al momento o por lo menos de eso se debe de tratar, acercarte más a lo tiempo real que puedas (...) creo que para esto las páginas de internet, los portales no se deben quedar en el pasado, se deben ir modernizando, deben ofrecer la información ya sea por cualquier vía porque los portales de internet también se

oferta lo que es video, lo que es audio, lo que es el texto o la información rápida de lo que está pasando al momento...

“Entonces, si la gente no se moderniza, la gente que tiene estas empresas y que se dedica a la información pues realmente se va a quedar rezagada (...) tienes que avanzar y tienes que adecuarte a las tecnologías que lleguen y a las mismas que te van a permitir entregar un trabajo mucho más rápido y no por hacerlo más rápido, hacerlo mal hecho. O sea, actualmente existe el iphone, existen cámaras digitales, tecnologías que utilizamos en la ipad o sea son muchas cosas que debes de aprender a aprovecharlas para realmente sacarle ese jugo que tienen que es muchísimo y transmitirlo a través de un portal de internet o a través de otro medio que también te puede servir”.

De acuerdo a su experiencia, Yoheme Pomares consideró distintos al periodismo digital e impreso por la característica del primero: la inmediatez. Sin embargo, el reportero también definió que cada uno tiene características que les permiten dirigirse a distintos auditorios o lectores.

“Bueno la inmediatez sin duda es eso, es el tener la información en el momento que se requiere, el tener... este ese plus, aunque todo los medios de comunicación sin duda van enfocados a un sector, a las necesidades de las personas entonces pues realmente no te genera ningún problema que te informes por un lado o por el otro, pero las personas que les gusta estar más informadas o que se dedican a la labor del periodismo, sin duda el que se hace de manera digital pues es muy importante porque te enteras en el momento y no tienes que esperar a las tres de la tarde a que haya un noticiero, a las ocho o nueve de la noche o hasta el siguiente día, pero depende de las necesidades de cada uno”.

Para Yoheme Pomares internet es una herramienta eficaz que permite perfeccionar la calidad periodística. “¿Internet ha modificado la práctica periodística?: “Si, claro que si... digo antes pues simplemente los reporteros si te fijas hace mucho tiempo pues trabajaban en máquinas de escribir y ahora pues todo lo escriben o mandan sus cabezas por internet, mandan su información en tiempo real en los casos de los que se dedican a portales y sin duda consultan también cómo complementar sus notas. Yo creo que internet es vital en estos tiempos o es que lo haya

sido siempre para informar rápido, para informar completo y para hacerla la más complementaria, la más veraz posible”.

El periodista determinó que no existen desventajas en el periodismo digital, pero sí considera que las limitaciones de acceso a internet, por parte de la población, limita el ejercicio periodístico: *“Pues desde mi punto de vista, no le veo (desventajas) porque inclusive, las notas se pueden ir archivando... entonces... este quizá que es un tecnología que a la que todos o en muchos lados no se tiene acceso, en muchas comunidades en las que es muy difícil que haya una computadora y si llega el televisor, llega la señal, llega el radio... entonces... yo creo que las coberturas son una restricción de todos los medios en diferentes enfoques, en diferentes ámbitos”.*

Respecto a la manera en cómo los reporteros generan la información para el medio en internet, Yoheme Pomares resaltó que el portal de *El Corregidor* sólo se preocupa por incluir los mismos contenidos en su formato digital e impreso y que incluso el espacio en la *web* es descuidado, debido a que el medio ha carecido del personal suficiente para la vigilancia del espacio digital. No obstante, el periodista también señaló que los dos medios en los que se genera competencia por la publicación de contenidos, durante el día, son *am de Querétaro* e *Inqro*.

“Se genera información que se incluyen en el periódico, no funge como una agencia de noticias que este compitiendo todo el día ¿no? En ese sentido pues sólo habría dos desde mi punto de vista que están compitiendo todo el día, aunque hay varios portales, que sería am e Inqro... que están preocupados, en que tienen la tecnología para reflejar al momento toda esta información. Realmente, los otros tienen los métodos más manuales o es mucho gasto el que también tienen que realizar en tecnología y pues realmente es difícil entrarle de lleno, pero en el caso del Corregidor y otros portales lo que hacen es tener la información -ya en la tarde-, mientras los otros medios, que son portales, son un poquito más movidos pero que se dedican a eso principalmente, pues están cambiando y cambiando la información, de hecho tú checas la información a una hora de la mañana a veces habrá información que ya no está en la tarde, a diferencia de los portales de algunos periódicos, no todos, que la información se queda ahí... que es como el no

afectar mi venta de periódicos, de alguna manera, o sea si yo saco la información antes, la gente la puede ver así que o la saco más tarde o al día siguiente”.

*“¿Son comunes las fallas de tecnologías en *El Corregidor*?”: “Si hubo un periodo prolongado, actualmente hubo un tiempo en el que precisamente no había quién se hiciera cargo del portal porque, bueno, las prioridades son otras y hubo un tiempo en las que no estuvo funcionando, sin embargo de unos tres o cuatro meses para acá ha ido retomando el rumbo”.*

No obstante, Yoheme Pomares considera que no es una prioridad de El Corregidor atender a su edición digital, además de que carece de la infraestructura o los recursos materiales para hacerlo. A la pregunta “¿Qué hacer para volver más dinámica la página de internet de *El Corregidor*?”, el reportero respondió: *“En este caso... creo yo que el estar mandando información los avances, lo más posible en tiempo real, pero bueno no creo que se deba volver más dinámica porque no es la prioridad de la empresa. Sino realmente ellos tiene que competir con lo que realmente deben vender de tiraje, entonces si ellos dan toda su información por internet y no la dosifican pues van a estar perdiendo dinero, probablemente”.*

Yoheme Pomares expuso que el periodismo digital y el impreso no son competencia, ya que los dos ofrecen cualidades distintas a los lectores. Es decir, el primero goza de inmediatez y brevedad; mientras, el segundo es más extenso y da tiempo a incluir más información.

“... yo creo que se complementan... no creo que sean competencia y de hecho muchos se complementan porque te ofrecen diferentes cosas, por ejemplo... la televisión te ofrece las imágenes... yo creo que todos los medios se están complementando y en el caso específico del periodismo digital... de internet y de la prensa escrita... pues creo que se complementan... la información que sale en internet es un poquito más breve, un poquito más concisa y la información de los periódicos es más extensa pero sin duda responden a diferentes necesidades... a la necesidad de estar informado al momento o la necesidad de estar cómodo desde tu casa, desde tu trabajo pues viendo tranquilamente el periódico, informándote pues según tus tiempos”.

A pesar de las características de inmediatez y brevedad, Yoheme Pomares consideró que los medios digitales pueden explotar otros géneros informativos, además de la nota informativa, aunque se requiere de mayor número de reporteros y de equipo tecnológico que, al mismo tiempo, dan un plus al medio de información.

“Creo que si se puede... como en todos los medios de comunicación se puede, pero depende también del número de reporteros, del enfoque del medio, pero sin duda... el periodismo de investigación, la entrevista, el reportaje... es muy importante para todos los medios y es vital porque de alguna manera te da un plus como medio, te da eso que muchos no tienen y que van al día... pero las investigaciones demuestran que eres un medio más profesional”.

El profesional que labora en un medio digital, en opinión del reportero de *El Corregidor*, deberá ser una persona activa e interesada en la tecnología, aunque no es necesario que dichos conocimientos se adquieran en la academia.

“Bueno... la característica principal yo no creo que sea ni siquiera difícil, sino más bien tiene que ser una persona muy movida que le interese la tecnología y que realmente... cómo decirlo... tenga mucho interés y que le guste esto... porque, bueno, como tú sabes no es una situación que esté bien remunerada, pero la situación es que si te gusta y te gusta la competencia de alguna manera que genera el internet, pues puedes estar ahí sin que debas tener un perfil exacto... y... pues, si tener lo conocimientos básicos de cómo elaborar una nota, un reportaje, en fin todo ese tipo de cosas que son necesarias no sólo en el periodismo digital sino en todos”.

Dichas características ¿deben aprenderse en la academia?": *“Pues muchas son sobre la marcha... realmente muchas cuestiones que aprendes en la universidad que no se si esté bien o mal decirlo, pero realmente no se utilizan, realmente el reportero creo que va haciendo en el día a día... y pues también de ahí va a depender tu carácter, tu personalidad, tus necesidades como medio, en dónde trabaje porque también hay medios*

que te forman muy rápido en otros tiene que pasar un tiempo para que aprendas de qué se trata el periodismo... pero creo que... en esto radicaría”.

Para Yoheme Pomares, el periodismo digital en Querétaro experimenta un proceso en crecimiento lento que en el futuro permitirá que los medios de comunicación incluyan en la *web* no sólo el texto sino el audio o el video.

“Pues creo que está creciendo muchísimo... en los últimos años se han abierto muchos portales de internet algunos se han ido aplicando bastante a las medidas de las posibilidades, también. Otros pues ahí descuidan un poquito lo que es el trabajo, por ejemplo los fines de semana aunque es importante porque la gente también te visita y quiere saber qué pasa (...) creo que es el futuro, sin duda, porque ofreces todo en un portal de internet... puedes tener desde un programa de radio, de televisión o de información al momento... entonces es un paquete completo... creo que apenas va en crecimiento en Querétaro que se va conociendo más a diferencia de lo que ocurre con portales nacionales, que ya tienen muchos años como El Universal, Reforma, La Jornada, Milenio... que son base de muchos reporteros... muchos periodistas para enterarse de qué ocurre... de la gente en general.... Entonces la cuestión sería que ahí va... que va poco a poco y que realmente la situación... ha mejorado con respecto a los últimos años pero hay todavía mucho que hacer en este sentido”.

7.4 De internet al papel, *Plaza de Armas*.

Durante el monitoreo realizado al periódico *Plaza de Armas* se encontró que el medio publicó en total en su formato impreso y digital, 363 y 253 notas respectivamente, lo que representó que el medio difundió alrededor de 36.3 y 25.3 notas diarias en promedio. Y que a su vez significa que este medio de comunicación incluye en internet el 70 por ciento de la información que publicó en su edición impresa.

Tabla 35

Plaza de Armas, cantidad de publicaciones.

Cantidad de publicaciones			
Fecha	Impreso	Digital	Porcentaje
20/09/2010	29	25	86%
21/09/2010	37	35	95%
22/09/2010	34	35	103%
23/09/2010	40	0	0%
24/09/2010	38	0	0%
27/09/2010	34	24	71%
28/09/2010	39	39	100%
29/09/2010	42	32	76%
30/09/2010	40	33	83%
01/10/2010	30	30	100%
TOTAL	363	253	70%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36

Plaza de Armas, promedio de publicaciones.

Promedio de publicaciones		
	Impreso	digital
Total	363	253
Promedio	36.3	25.4

Fuente: Elaboración propia

Plaza de Armas otorgó en la página de internet y en su formato impreso el mismo o más número de apariciones de los distintos periodistas que colaboran en el medio. Por ejemplo, Luis Rodríguez Ramírez tuvo más publicaciones en la edición digital de *Plaza de Armas* en comparación con el impreso; enseguida, se detectaron 233 por ciento más apariciones de la firma El Universal en internet que en el formato impreso; seguido, Alejandro Paez Varela publicó 200 por ciento más información en la *web* que en la edición impresa; Cerda Rizo y Estrella Álvarez se registraron con 150 y el 114 por ciento más.

Los reporteros o colaboradores que publicaron cien por ciento más escritos en internet: Alfonso Zárate, Beatriz Paredes, Enrique Peña Nieto, Félix Fuentes, Fernanda Papa, Francisco Rojas, Guadalupe Mendoza Alcocer, Guillermo Sheridan, José Carreño Carlón, José Félix Lamas, José Sarukhan, Luis Fonserrada, Notimex, Rafael Pérez Gay, Roberto Rock y Vicente Hernández. Es decir, 24 de los 65 colaboradores de *Plaza de Armas* contaron con más publicaciones en el formato digital que en el impreso.

Tabla 37

Plaza de Armas, autor.

Autor				
Autor	Código	Impreso	Digital	Porcentaje
Sin autor	0	21	5	24%
Alejandro Paez Varela	1	1	2	200%
Alfonso Zárate	2	0	1	100%
Beatriz Paredes	3	0	1	100%
Boligán	4	2	0	0%
Carlos Loret de Mola	5	5	3	60%
Carlos Marín	6	10	6	60%
Carlos Villagrán	7	0	1	100%
Carreño	8	2	0	0%
Cerda Rizo	9	2	3	150%
César García Jiménez	10	1	0	0%
Ciro Gómez Leyva	11	10	6	60%
El Universal	12	3	7	233%
Enrique Peña Nieto	13	1	1	100%
Especial	14	1	0	0%
Estrella Álvarez	15	7	8	114%
Félix Fuentes	16	0	1	100%
Fernanda Papa	17	1	1	100%
Fernando Venegas	18	21	16	76%
Fidel Favela Vega	19	28	24	86%
Francisco Rojas	20	0	1	100%
Graciela Waerketin	21	1	0	0%
Guadalupe Mendoza Alcocer	22	1	1	100%
Guillermo González	23	1	0	0%
Guillermo Sheridan	24	0	1	100%
Gybsan Villagómez	25	3	0	0%
Javier García Galiano	26	1	0	0%
Jean Meyer	27	1	0	0%
Joaquín López Dóriga	28	8	5	63%
Jorge Fernández Menéndez	29	10	7	70%
Jorge Gómez Eichelmann	30	2	0	0%
José Carreño Carlón	31	1	1	100%
José Félix Lamas	32	0	1	100%
José Fernández Santillán	33	1	0	0%

José Fonseca	34	10	6	60%
José Sarukhan	35	1	1	100%
Juan Antonio del Agua	36	10	4	40%
Juan Arvizu Arrijoa	37	1	0	0%
Juan José Arreola / El Universal	38	1	0	0%
Leopoldo Ángeles	39	1	1	100%
Lorena Alcalá	40	9	5	56%
Luis Fonserrada	41	0	1	100%
Luis Rodríguez Ramírez	42	4	12	300%
Manuel Barlett	43	1	0	0%
Manuel Camacho Peña	44	0	1	100%
Mariana Chávez	45	15	11	73%
Maricarmen Cortés	46	3	1	33%
Notimex	47	0	1	100%
Rafael Pérez Gay	48	1	1	100%
Raúl Rodríguez Soto	49	1	0	0%
Raymundo Riva Palacio	50	3	2	67%
Redacción	51	13	10	77%
Roberto Rock	52	1	1	100%
Rocío G. Benítez	53	1	0	0%
Rogelio Naranjo	54	6	0	0%
Sergio Venegas Alarcón	55	1	0	0%
Sergio Venegas Ramírez	56	10	6	60%
Siete Foto	57	2	0	0%
Teresa Moreno	58	35	26	74%
Ulises Villar	59	28	24	86%
Varios	60	3	0	0%
Vicente Hernández	61	1	1	100%
Víctor Pichardo	62	1	0	0%
Víctor Sierra	63	2	0	0%
Zayra Velázquez	64	43	35	81%
Zicky	65	9	0	0%
TOTAL		363	253	70%

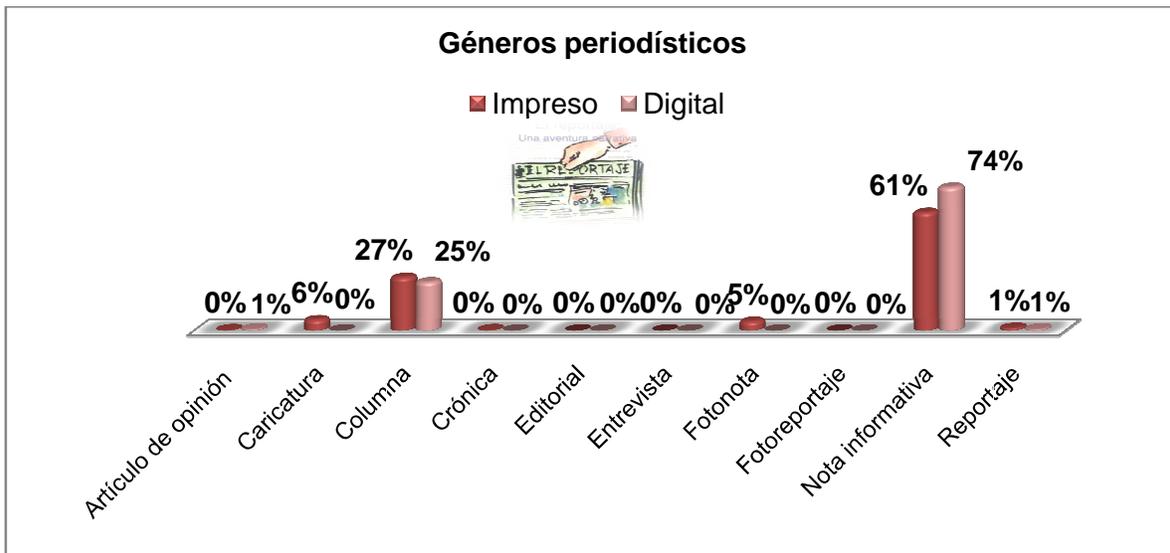
Fuente: Elaboración propia

En el formato impreso de *Plaza de Armas* el 61 por ciento de las publicaciones refirieron a notas informativas, seguido por 27 puntos que representaron a columnas, la caricatura con 6 por ciento, seguido de la fotonota con 5 puntos y el reportaje con uno por ciento.

Mientras, en el formato digital el 74 por ciento de los contenidos incluyeron notas informativas; continuó la columna con el 25 por ciento; el artículo de opinión y el reportaje con uno por ciento, respectivamente.

Gráfica 6

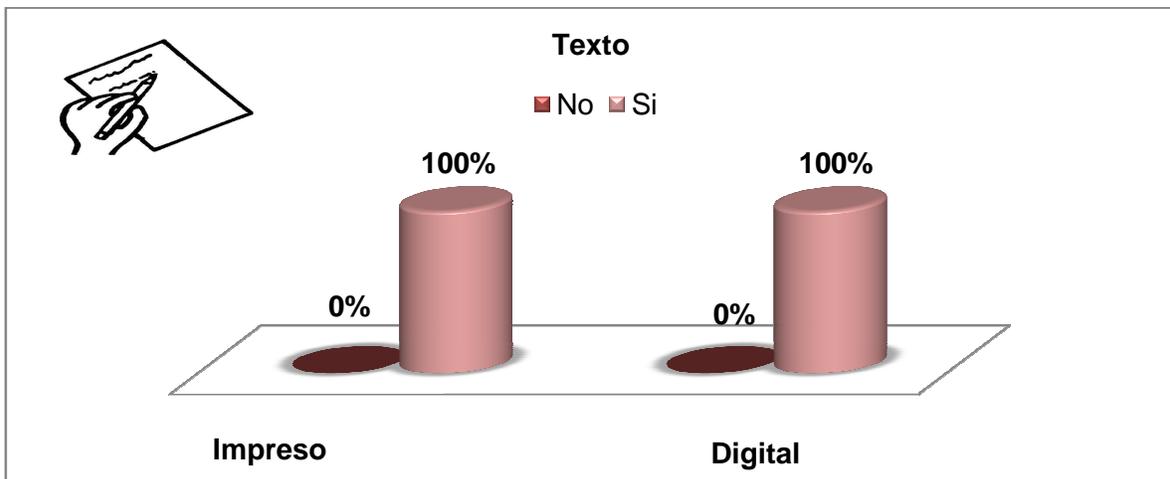
Plaza de Armas, géneros periodísticos.



Respecto a los soportes con los que *Plaza de Armas* publicó información, se determinó que el cien por ciento de sus contenidos en el formato digital e impreso tuvieron un soporte en texto, mientras que, en el caso de la imagen el 60 por ciento de la información de la edición en papel fue acompañada por una fotografía, caso contrario, sólo en el cinco por ciento del contenido del formato *web* se caracteriza por tener una imagen.

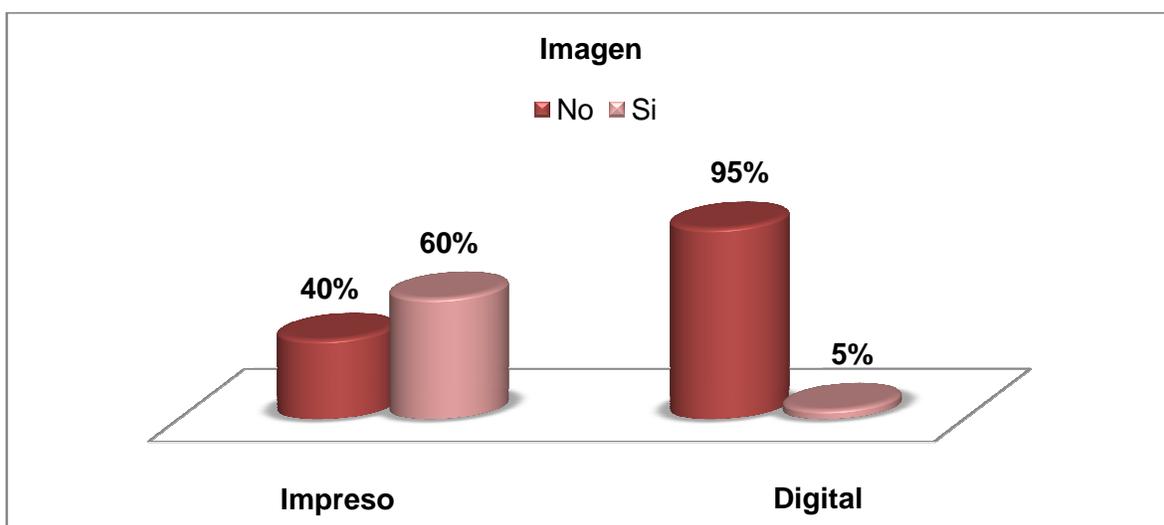
Gráfica 7

Plaza de Armas, texto.



Gráfica 8

Plaza de Armas, imagen.



Plaza de Armas carece del uso de soportes, en su información, que relacionen a las herramientas multimedia como el audio o el video que, durante el monitoreo, no se presentaron en ningún tipo de publicación.

Tabla 38

Plaza de Armas, audio.

Audio			
Audio	Código	Digital	Porcentaje
No	0	253	100%
Si	1	0	0%
TOTAL		253	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39

Plaza de Armas, video.

Video			
Video	Código	Digital	Porcentaje
No	0	253	100%
Si	1	0	0%
TOTAL		253	100%

Fuente: Elaboración propia

Para el caso de *Plaza de Armas*, se entrevistó a la periodista Teresa Moreno, entonces jefa de información del medio.

Para Teresa Moreno el periodismo digital no es lo que se aplica en la entidad, si se considera que se trata de una herramienta multimedia y que en Querétaro sólo se utiliza el texto para la publicación mayoritaria de notas o contenidos informativos en la *web*.

“¿Qué es el periodismo digital?”: “Es algo que no es exactamente lo que se está aplicando, el periodismo digital es una herramienta multimedia, no sé trata nada más de subir notas a internet, o sea el periodismo digital debe incluir además del uso de todas las herramientas digitales, video, presentaciones, un materia diferente que aporte y le dé un plus, que además tiene que cumplir con todos los elementos de un texto trabajado de manera periodística porque ya todo mundo puede subir información a internet y puede poner lo que se le dé la gana o tomar una foto y subirla a internet y decir que es un reportero ciudadano...”

“Ahí está el reto, yo creo la primera condición del periodismo digital es que es inmediato, en el momento de que algo sucede, es el momento en el que debes subirlo a internet, pero en este momento no se han utilizado ni las condiciones primarias y no se está explotando (el periodismo digital) al ciento por ciento en todos los medios”.

Para la Jefa de información, el periodismo digital y el impreso son una competencia pero en el caso de los periódicos que tienen sus espacios en la *web* se trata de complementar la información y otorgarle contenidos atractivos a los lectores en los dos formatos.

Asimismo, Teresa Moreno especificó que para los espacios digitales es necesaria infraestructura tecnológica y que incluya sus propios editores, reporteros y diseño. No obstante, *Plaza de Armas* en digital se encuentra en una etapa de experimentación de prueba-error para determinar qué sí le gusta a los lectores

“En competencia... pero también puedes complementarlos que como medio impreso tengas una página de internet es importante, así que si tienes el impreso, la página de internet debe ser un plus y que no sea únicamente el periódico en internet; me parece que eso es lo más importante y la manera en la que afronta una empresa ese reto es la forma en cómo se diseña su página en internet y su contenido. Como es algo relativamente nuevo, por decirlo de alguna forma, no se han explotado en Querétaro todas las posibilidades que ofrece internet...”

“Entonces, requiere de una infraestructura totalmente diferente porque no todos los contenidos del espacio web deben ser iguales al del impreso. Hacer una página no es como un extra o que vaya de lado sino que requiere de sus propios editores, diseño, reporteros le dediquen un tiempo especial para que su trabajo no sólo sea nada más escribir sus notas para que incluya a las herramientas multimedia y ha habido muchos esfuerzos, es un periodismo que va llegando a Querétaro. En Plaza de Armas hacemos el esfuerzo de actualizar la página de forma constante durante todo el día, de tener inmediatez, de subir videos. Faltan muchas cosas pero es una prueba-error para ver que está funcionando y que no”.

Frente al ascenso del periodismo digital, Teresa Moreno consideró que el periodismo impreso no se encuentra frente a una amenaza, ya que hay características distintivas entre uno y otro que dan a los lectores posibilidades diferentes.

“Pensar que se va acabar es una visión muy apocalíptica... el periodismo digital si es una cosa nueva, es un nuevo sistema pero a la vez son diferentes en el sentido... si lo ves en Europa, en Estados Unidos, en América Latina o en México la forma en la que los medios impresos han llegado a internet es diferente... nosotros tenemos un retraso en la cultura de la lectura con respecto a otros países; son muy pocos los lectores de medios digitales en México cuando en Europa ya tienen más y claro que el periodismo digital en esos países ya está en otra etapa. Evidentemente, en un momento en México tendremos que pasar a otras etapas del desarrollo del periodismo, pero a pesar de eso no creo que el periodismo impreso se acabe porque tiene cualidades que lo distinguen. El papel se puede tocar, lo puedes palpar, atesorar. Yo creo que el periodismo digital requiere

también de que los reporteros se actualicen y se capaciten para poder afrontar el periodismo en internet”.

En este argumento, la Jefa de información también planteó que es necesario que los reporteros se capaciten y se actualicen para comenzar a trabajar en medios digitales, y estas características dependen de cada periodista, aunque comenta que tampoco las empresas invierten en la formación de periodistas digitales y aún más si el medio surgió como impreso y después se volcó a la *web*.

“¿Cómo se encuentra un periodista de medios impresos que comienzan a trabajar para internet?”: “Depende mucho del reportero porque ya no trabajas sólo con la grabadora sino con una cámara que te permite tomar fotografía, video, audio y estás en el evento y ya estás trabajando de forma instantánea para publicarlo, aunque sea sólo un párrafo para actualizar la página, pero hay reporteros impresos que te dirán es que es más trabajo sin más salario y sí pero creo que ahora los reporteros deben estar capacitados para trabajar con herramientas multimedia y con internet. Creo que el usar el Iphone en el periodismo es muy útil e importante para estos tiempos...”

“Pero el problema es que en medios no te dan capacitación, solamente te dan el aparato y no te dicen cómo usarlo y tampoco te dicen que el lenguaje de internet es diferente, debe ser claro, conciso, diferente del impreso. Debe ser una nota inmediata. Y trabajar con internet te da muchas posibilidades, que tú tengas internet en la bolsa te permite investigar en el momento”.

Plaza de Armas surgió a principios de 2010 como un medio de información digital y después comenzó su edición impresa, al respecto Teresa Moreno justificó que el surgimiento del medio se debe a una estrategia de posicionamiento de la empresa.

“Es parte de una estrategia para posicionar al medio. En primera ningún otro medio había surgido de esta manera, ningún otro medio había surgido en internet y luego en papel. Por ejemplo, el Diario tiene su página de internet, pero hasta el mismo día que se publica en impreso se sube a internet y no tiene posibilidad de modificar su portal en el día”.

Respecto a la forma en la que *Plaza de Armas* trabaja para su espacio en internet, Teresa Moreno describió que existen tres vías para la producción de contenidos en la *web*. El primero, se publica los contenidos del formato impreso o la información exclusiva; en segundo, la información que se genera durante el día y que implica a veces notas informativas que no se incluyen en la edición en papel; la tercera incluye a los contenidos de relevancia y que con ellos se busca la inmediatez y ser el primer medio en publicar.

“Plaza de Armas trabaja, una, subiendo la información del ejemplar impreso a internet. Son como tres formas, la primera es que todo el material de exclusiva como la nota de ocho columnas, la columna Plaza de Armas o algún reportaje se sube una vez que ya está el medio impreso. Luego, la información que se genera diario, por ejemplo a mi me mandan los reporteros un avance, me lo tienen que mandar a la una y media de la tarde pero terminan casi mandármela a las dos, el avance es de un párrafo, la cabeza y ya está disponible a esa hora...”

“Pero hay cosas como más importantes que en el momento en el que nos enteramos lo subimos a la página, por ejemplo, cuando el secuestro de Diego Fernández de Cevallos nos enterábamos de algo y enseguida lo subíamos, cuando hay un accidente o notas de seguridad. Pero generalmente es cuando se trata de algo exclusivo o muy importante cuando se sube de manea más inmediata”.

A pesar de los tres sistemas de producción de información para el formato digital de *Plaza de Armas*, el lector no encuentra toda la edición impresa en la *web* con el fin de que los dos espacios también tengas cierta distinción de contenidos.

“No porque el propósito es hacer diferencia entre el impreso e internet. Plaza de Armas en internet surgió para posicionar a la empresa ¿no? La página inició primero como un proyecto, si es la misma empresa, son casi los mismos contenidos, son los mismos reporteros los que trabajan para internet y para el impreso pero muchas veces la página se lleva contenidos que no hay en el periódico impreso, por ejemplo, la información de finanzas, bueno se llama Efectivo, de Planeta, de México, de Andadores porque nos falta

espacio, bueno así funciona, pero los contenidos que se generan de información local relacionados con La Roja y La Rosa que es policiaca y sociales, sí se sube completa a internet”

La información de *Plaza de Armas* en internet sólo explota el texto y la imagen, al respecto Teresa Moreno comentó que esta característica se debe a que el medio aún se encuentra en una fase de experimentación.

“¿Qué hacer para que *Plaza de Armas* comience a trabajar con otras herramientas digitales?”: *“Pues falta, digo estamos en proceso de prueba-error tanto en la pagina como el periódico son muy nuevos, apenas estamos viendo los esquemas que nos funcionan. Hay esfuerzos pero estamos en esquema de prueba-error queremos implementar más herramientas en la página, evidentemente pero en eso estamos”.*

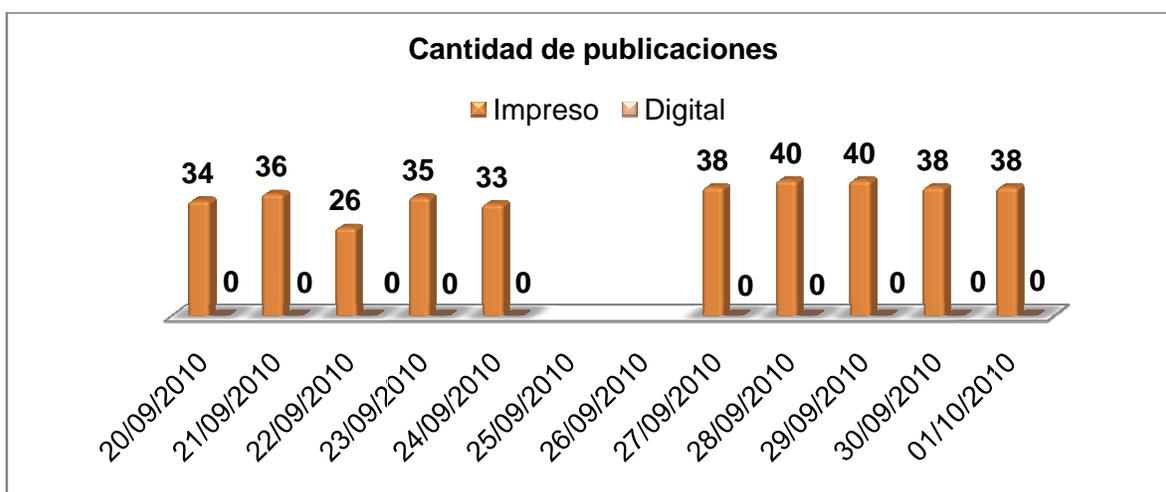
No obstante, el medio utiliza las redes sociales como herramientas del periodismo digital: *“por orden de Dirección todos los editores deben tener una cuenta de Facebook y de Twitter y todas las tienen. Te puedo dar un ejemplo de cómo nos sirven las redes sociales, por ejemplo Ráfagas, que es deportes, regala boletos a través de Facebook, anuncia primicias. En La Rosa, ahora que fue el 14 de febrero, hicimos un especial de historias de amor; se convocó a los lectores a través de Facebook para que nos compartieran sus historias entonces se ‘posteo’ la convocatoria”.*

7.5 Noticias, ajeno a la influencia de internet.

Noticias publicó en total 358 notas, durante los días del monitoreo; en otras palabras, este medio incluyó, en promedio, 35.8 notas informativas al día; información que sólo difunde en formato impreso, ya que a 38 años de su fundación, aún no ha optado por introducirse en la *web*.

Gráfica 9

Noticias, cantidad de publicaciones.



Respecto a los géneros periodísticos, se encontró a la nota informativa con 205 apariciones; con 97 cuantificaciones a la columna; seguido, la fotonota con 28; 10 editoriales y editoriales, respectivamente; el reportaje y la crónica se cuantificaron, cada una, 3 ocasiones; y sólo con una aparición el artículo de opinión y el fotoreportaje.

Tabla 40

Noticias, géneros periodísticos.

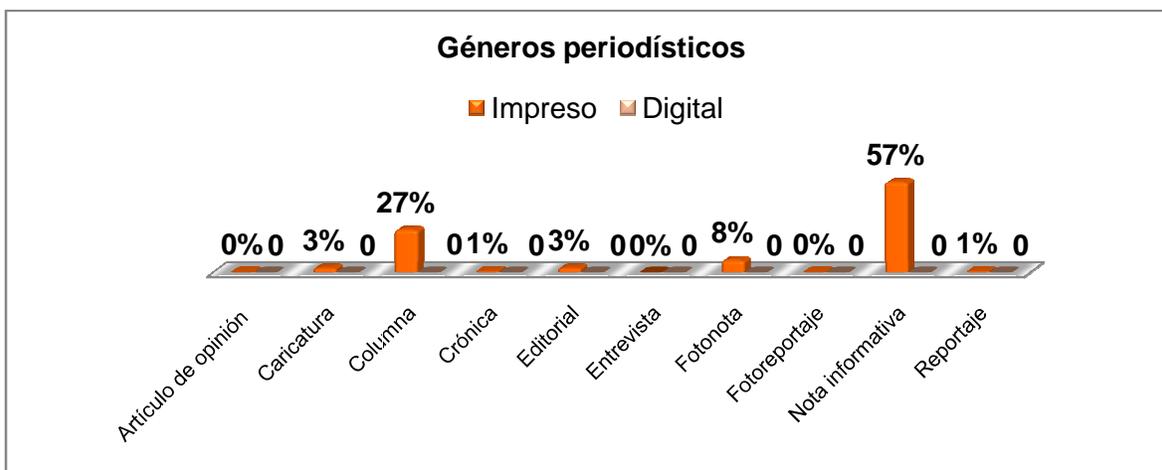
Géneros periodísticos				
Géneros periodísticos	Clave	Impreso	Promedio	Digital
Artículo de opinión	1	1	0%	0
Caricatura	2	10	3%	0
Columna	3	97	27%	0
Crónica	4	3	1%	0
Editorial	5	10	3%	0
Entrevista	6	0	0%	0
Fotonota	7	28	8%	0
Fotoreportaje	8	1	0%	0
Nota informativa	9	205	57%	0
Reportaje	10	3	1%	0
Total general		358	100%	0

Fuente: Elaboración propia

Lo que significó que *Noticias* privilegió la nota informativa en un 57 por ciento; seguido, la columna con 27 puntos; la fotonota con 8 por ciento; la caricatura y la editorial con 3 puntos y en último, el reportaje y la crónica con un punto porcentual.

Gráfica 10

Noticias, géneros periodísticos.



De la información publicada por *Noticias*, el 100 por ciento se difundió con apoyo en el texto; es decir, desde las notas informativas hasta las fotonotas o fotoreportajes, géneros gráficos, van auxiliados del texto para su publicación.

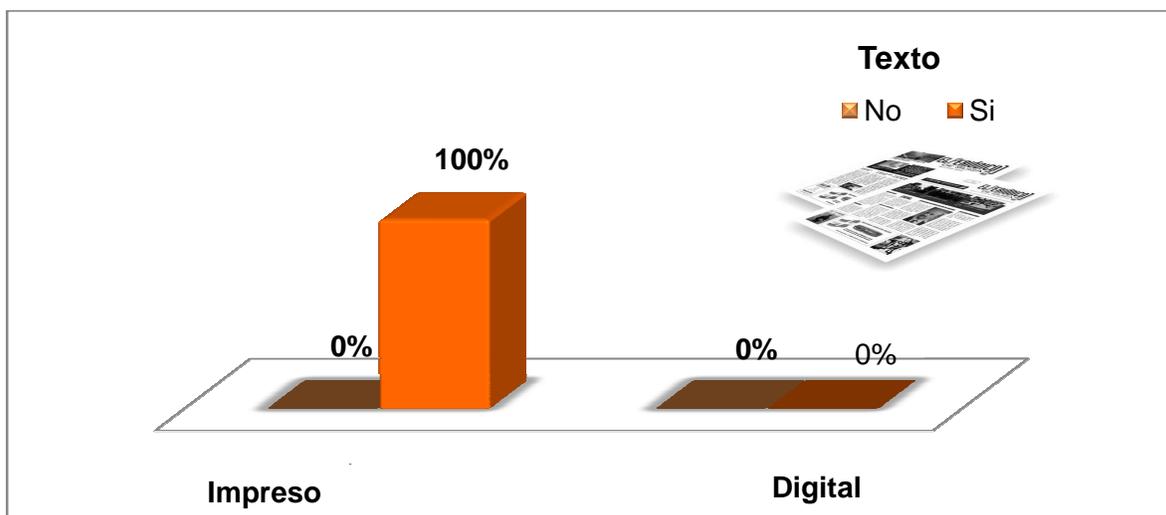
Tabla 41

Noticias, texto.

Texto					
Texto	Código	Impreso	Porcentaje	Digital	Porcentaje
No	0	0	0%	0	0%
Si	1	358	100%	0	0%
TOTAL		358	100%	0	0%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 11
Noticias, texto.



En cuanto al aspecto gráfico, *Noticias* deja al 55 por ciento de sus publicaciones sin fotografías o infogramas que apoyen a los distintos géneros periodísticos.

Tabla 42
Noticias, imagen.

Imagen					
Imagen	Código	Impreso	Porcentaje	Digital	Porcentaje
No	0	196	55%	0	0%
Si	1	162	45%	0	0%
TOTAL		358	100%	0	0%

Fuente: Elaboración propia

Para analizar el trabajo de *Noticias* también se realizó entrevista a Luis Montes de Oca, jefe de información de este medio impreso en el periódico en el que se llevó a cabo este trabajo de investigación, de la que se obtuvieron las siguientes conclusiones.

La entrevista se realizó a Luis Montes de Oca, jefe de información del periódico *Noticias*, a pesar de su práctica profesional no pudo dar una definición exacta de periodismo digital; sin embargo, ofreció algunas características, a su parecer, que lo distinguen, entre éstas resaltan: riesgoso, inmediato tanto en su producción como en su lectura; también, se refirió a éste como fuente de información; al mismo tiempo, que resaltó que con la inmersión del periodismo en internet se ha dado un avance importante en cuanto a la libertad de expresión.

“Es un periodismo muy riesgoso por la manera en cómo se está manejando la información, en cuestión de un minuto ya es una nota demasiado vieja para las agencias nacionales e internacionales, para los medios electrónicos. Y los espacios que se dan para su lectura son de treinta, cuarenta segundos o menos y no hay tiempo para hacer un análisis, de tal forma que la información se entrega de una manera rápida sólo con la intención de llegar a la inmediatez, pero se pierde el sentido de la información y es muy riesgoso con la velocidad de una nota. Si bien hablar de una verdad es muy relativo ahora con este periodismo digital lo es más difícil con la inmediatez...”

“Sin embargo, no sé cómo definirlo, tengo ideas, por ejemplo en cuanto a la libertad de expresión es un avance tremendo, es un paso gigante, las redes sociales que les llaman el Facebook y el Twitter y otras, no sé cuántas haya, te facilitan el poder comunicar en mensajes breves; te permiten esa facilidad y el mismo uso de la internet como fuente de información, con los riesgos que conlleva porque cualquiera puede subir cualquier material y no tiene que ser fidedigno necesariamente, pero sí es un auxilio, entonces no es que te cuarten la libertad de expresión tan fácil, pero finalmente terminas diciendo lo que tú quieres ¿no? Tal vez no con el soporte de un medio prestigiado, pero con la libertad de decir lo que consideres. Cómo lo definiría como un medio de inmediatez. Pero no tengo una definición es algo muy nuevo”.

De acuerdo a esta descripción, Luis Montes de Oca planteó algunas diferencias entre el periodismo digital y el impreso. Al primero le atribuyó su carácter de rapidez y, en general, resaltó que el periodismo digital cumple con una función como uso de la tecnología. Mientras, para el segundo, le atribuyó que tiene más espacio para el comentario, la réplica, la investigación.

A la pregunta “¿qué diferencias hay entre el periodismo digital y el periodismo impreso?”, el jefe de información respondió:

“Muchas... el tiempo... es uno de los aspectos principales. En el periodismo impreso tienes más espacio para poder comentar, para hacer investigación, para dar una réplica, los espacios son más nobles. En el periodismo digital, es más rápido, mucho más rápido, pero además no queda constancia... no sé decirte cuánto tiempo puede durar un archivo que te llega en un correo electrónico, de los que se publican en redes o en Google o en buscadores. Te mandan un correo con las declaraciones de Carmen Aristegui, te mandan un correo del Yunque en Querétaro y lo guardas en el archivo y no sé cuánto puedan estar ahí... cuánto tiempo. Y tal vez quieras volver a consultarlos en la misma página y ya no están, necesitas guardar, grabar y quizás tengas que hacer otro proceso para guardarlos. El periodismo escrito creo que nunca va acabar, creo que el periodismo digital cumple una función para los tiempos que estamos viviendo, para los usos de la tecnología, para los objetivos de la ciencia”.

En este orden de ideas, el Jefe de información de *Noticias* relató que, a su parecer, el periodismo impreso siempre existirá porque aborda temas de interés a la comunidad local, al contrario del periodismo digital, al que atribuyó que trate con mayor prioridad los asuntos generales, nacionales e internacionales.

“Pero el periodismo impreso no creo que deje de existir porque casi siempre la internet o los noticieros que te dan a nivel nacional hablan de sus problemas, de problemas capitales pero no te van a hablar de las mujeres que tienes en la esquina de tu casa, no te van a hablar –posiblemente- del diputado y de lo que dijo o del presidente municipal, creo que ahí cumple una función muy importante el periodismo impreso en el nivel que lo tenemos aquí, que es local”.

Para Luis Montes de Oca, el reportero de periódicos impresos, no se encuentra en desventaja ante la inmersión del periodismo impreso en la *web*, debido a la experiencia o la escasa práctica con la que egresa el profesional de la información de las universidades.

“¿En qué situación se encuentra un reportero que trabaja para medios impresos, tradicional por llamarlo de alguna manera, frente a una generación que ya trabaja con internet y ante el surgimiento de medios digitales?” fue el cuestionamiento al que Montes de Oca dio la respuesta siguiente:

“Gente que ha llegado aquí(...) Y valga el término... no saben escribir, saben poner el micrófono, saben presentar, pero además de la ortografía, la sintaxis... no saben cómo comunicar las ideas, les cuesta mucho trabajo, no organizan, pero además como ya salen licenciados les molesta que les digas... sabes qué esto no es así... hay una estructura y eso se debe respetar porque la gente lo debe entender desde el científico hasta el chofer de un taxi que te van a comprar el periódico en la calle (...) encuentro muchas deficiencias en la mayoría de las personas que han pasado por aquí, que son gente que ha estado en medios electrónicos o que sí saben reportear pero al momento de comunicar de forma escrita... patinan...”

Entre las causas por las que *Noticias* no ha comenzado su convergencia a la *web*, a pesar de que se ha pensado el proyecto, Luis Montes de Oca enlistó los costos económicos y las limitaciones que existen al trabajar con un equipo de reporteros que han estado en el periódico desde los primeros años de su fundación.

El jefe de información también relató que, a pesar de las limitaciones por la edad, el personal de *Noticias* ha aprendido a usar las nuevas tecnologías que también ha beneficiado el proceso de producción de información, principalmente, gráfica.

“Se han hecho varios intentos (de que Noticias tenga su formato web), existe la dirección... tenemos el espacio, pero Noticias es una pequeña empresa y lo aquí se hace lo hacemos entre todos; enfrentamos en Noticias un problema muy severo que es enfrentar las nuevas tecnologías con personal ya muy viejo. Con una redacción vieja, entonces ahí estamos cayendo en un problema pero además cómo sí nos ha beneficiado mucho la tecnología, las nuevas tecnologías... por ejemplo la fotografía digital es un avance innegable no te puedes quedar en la cámara analógica, llegar y preparar tus químicos... tener tus diapositivas... llegar al color o al blanco y negro... a todos nos

fascinó... pero ahorita tú llegas con tu tarjeta... bajas la información y tienes la foto de excelente calidad y de inmediato. Y qué pasa... que hemos tenido que irnos adaptando a las nuevas tecnologías... es muy difícil haber salido de la máquina mecánica y meternos a la computadora, y guardar y cambiar archivos (...) nosotros hemos tenido que ir aprendiendo paso a paso...

“Aquí tenemos un caso, que es para mí muy gratificante, que es el de uno de los decanos del periodismo: Manuel Paredón Cornejo; verlo cómo siempre ha venido con su máquina de escribir mecánica... y en los tiempos recientes y a pesar de que tenía un problema de salud... bueno pasar a decir ‘tengo que escribir en la computadora, ya no me hace daño’ ya hay protectores o pantallas; entonces, retomar la máquina computadora para empezar a trabajar y ahí va... y lo ha hecho bien (...), creo que ese paso del tiempo nos ha costado mucho trabajo en el área del periodismo e irnos adaptando a las nuevas tecnologías a las viejas generaciones a las que aprendimos el periodismo, a los que aprendimos de aquí para allá...”

Luis Montes de Oca atribuyó a aspectos económicos que *Noticias* no publique sus contenidos en internet, además de que el rediseño del periódico implicaría, también, modificaciones en el personal; *“necesitamos tener una redacción alterna para poder aterrizar el proyecto que tenemos... pero implica mucho dinero... para poder invertir desde el diseño de la página... Hay algo muy importante el periódico tuvo un rediseño con gente de mucho prestigio... rediseñar un periódico cuesta mucho dinero pero qué es a lo que te enfrentas... rediseñas el periódico pero te quedas con los mismos contenidos y con el mismo personal... porque estamos amañados”*.

A la pregunta “¿Cómo se encuentra *Noticias* en un panorama en el que semanarios, incluso periódicos de la Sierra Gorda, diarios impresos ya están aprovechando internet para publicar sus contenidos y *Noticias* no?”, Luis Montes de Oca expuso que el medio para el que labora no se encuentra en desventaja alguna por los lectores a los que va dirigido y por el contenido que publica a diario.

“Fíjate qué curioso... son fenómenos sociales... hasta los últimos estudios que tuve el mes pasado, mandados hacer por esta Casa Editorial, por cada cien periódicos que

vende Noticias, el Diario anda vendiendo 90 o 95, el am está vendiendo 7, El Corregidor uno y varía en Plaza de Armas de tres a cuatro; esa es la proporción... aún con todos los errores que tenemos diario, aún con las deficiencias que existen... hay constantemente el error, es muy difícil por lo que platicábamos... los chavos llegan y se adaptan más fácil a lo viejo yo les dije a los jóvenes pues escriban como chavos, usen su lenguaje, den sus ideas, busquen sus temas de interés... que presenten su propuesta... en la jefatura de información que me toca ejercer, yo no espero que me vengan a platicar sino que hagan las cosas... adelante ahí está...

“Tenemos errores, broncas, reconocemos que es un periódico que no tiene penetración entre los jóvenes, que es un periódico con lectores adultos, un periódico para la tercera edad y que los lectores llaman para reclamar por el crucigrama, que llaman porque Catón repitió un chiste; sabemos que los lectores están pendientes, cómo explicar que no tenemos una página de internet, un suplemento cultural, que no tenemos penetración entre los jóvenes y muchas cosas, y a pesar de eso estamos compitiendo contra puras agencias nacionales y estemos vendiendo más o que tenemos más penetración o que Noticias sea un referente o que la gente nos prefiera por los contenidos... es un fenómeno...”

Luis Montes de Oca opinó que internet ha modificado la práctica y la manera de cómo hacer periodismo impreso; específicamente cuando se trata de definir qué se publicará al día siguiente como la ‘nota de ocho columnas’, ya que los temas de mayor interés, quizá, ya se hayan publicado en internet, en radio y en televisión.

Por otra parte, el jefe de información considera que la dinámica de vida diaria invita a que haya más lectores de medios digitales, debido a la inmediatez del medio. “¿Sería posible que hubiera lectores que emigraran de lo impreso a lo digital?”:

“Si muchos, de hecho prefieren hacerlo... hay gente que cuando sale de su casa, ya leyó las cabezas de los periódicos, por lo menos, ya sabe cuál es la nota principal (...) y en el transcurso del día, te vienes enterando, de a poquito, y prendes tu computadora y te sigues enterando, en nuestro caso usamos las agencias, internet, Yahoo o lo que sea y

lees sus noticias, los celulares también ya te mantienen al tanto, te mandan información pero todo es de poquito, son capsulas y la opinión pública también se va encapsulando porque todo es en base a esas pequeñas capsulitas y no en base a un análisis profundo”.

Sin embargo, de la respuesta anterior, dada por Luis Montes de Oca, destaca su opinión al respecto de que la opinión pública se ‘encapsula’, ya que la información que recibe el lector de los medios digitales es en pequeñas proporciones y sin un análisis profundo.

7.6 *Inqro*, el primer paso al periodismo digital en Querétaro.

Inqro generó 211 publicaciones a lo largo de diez días de monitoreo, lo que representó un promedio de 21 notas informativas y entrevistas diarias en su sitio *web*.

Tabla 43

***Inqro*, cantidad de publicaciones.**

Cantidad de publicaciones	
Fecha	Digital
20/09/2010	21
21/09/2010	21
22/09/2010	21
23/09/2010	21
24/09/2010	21
27/09/2010	20
28/09/2010	21
29/09/2010	21
30/09/2010	23
01/10/2010	21
TOTAL	211

Fuente: Elaboración propia

De estas publicaciones resaltó el carácter impersonal de la información que se produce en *Inqro*; es decir, en el 100 por ciento de los casos, el portal de internet no incluye el nombre del reportero que escribe la nota informativa.

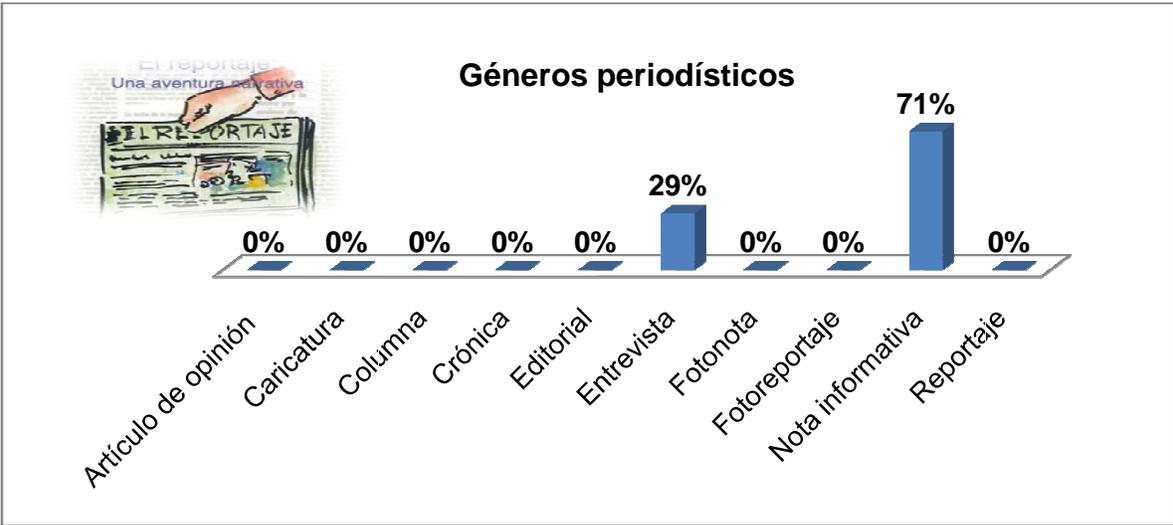
Tabla 44
***Inqro*, autor.**

Autor		
Autor	Código	Digital
Sin autor	0	211
Total general		211

Fuente: Elaboración propia

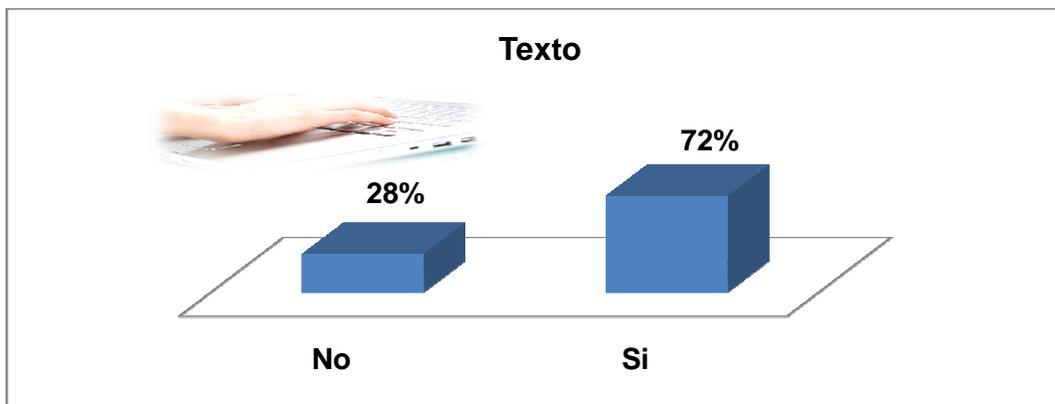
Inqro dio prioridad, al igual que otros medios de comunicación, a la nota informativa con el 71 por ciento, mientras el 29 restante incluyó a la entrevista; el resto de los géneros periodísticos queda del lado en el trabajo de este medio de comunicación.

Gráfica 12
***Inqro*, géneros periodísticos.**



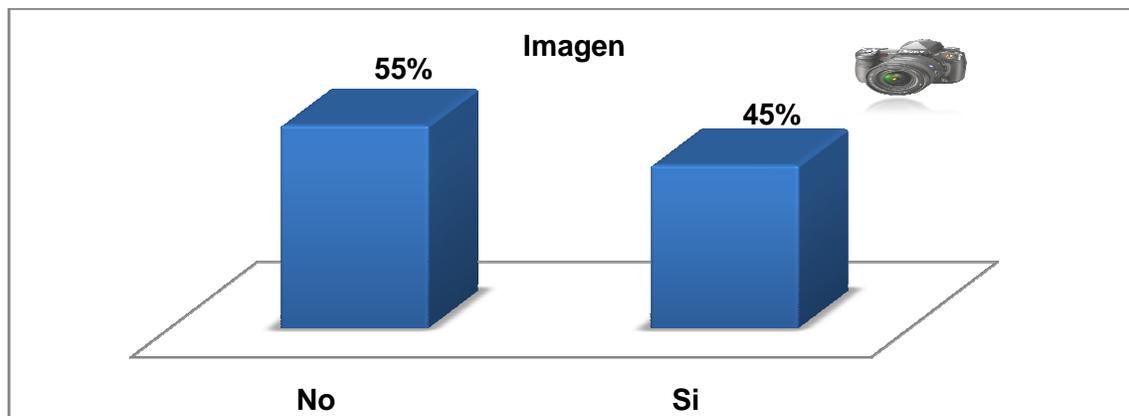
En cuanto a los soportes con los que *Inqro* publicó la información, se visualizó que el 72 por ciento de las publicaciones tienen un soporte en texto, mientras los 28 puntos restantes carecen del uso de datos escritos.

Gráfica 13
Inqro, texto.



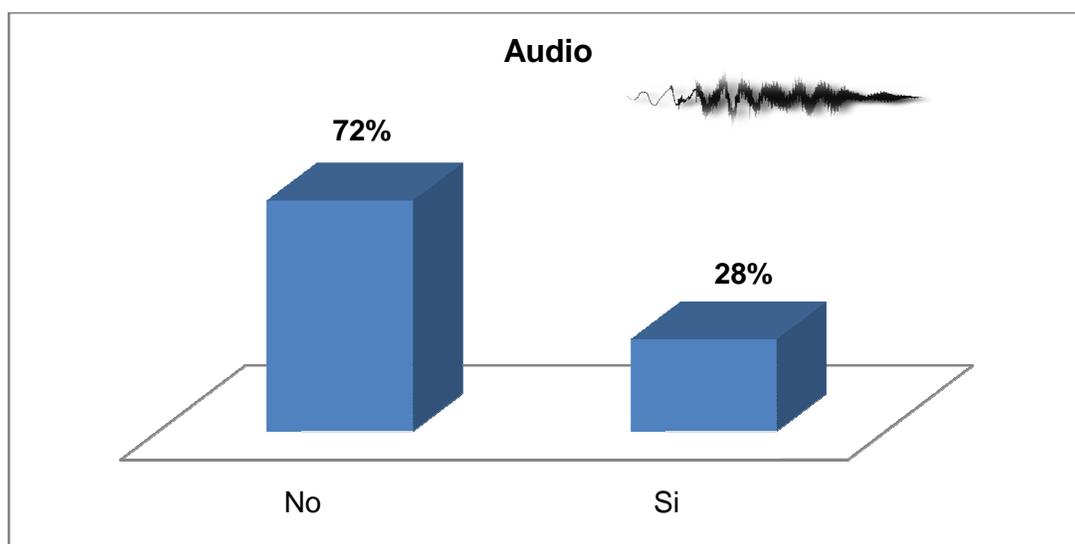
El uso de fotografías en apoyo a la información difundida por Inqro se presentó en el 45 por ciento de las notas informativas o entrevistas.

Gráfica 14
Inqro, imagen.

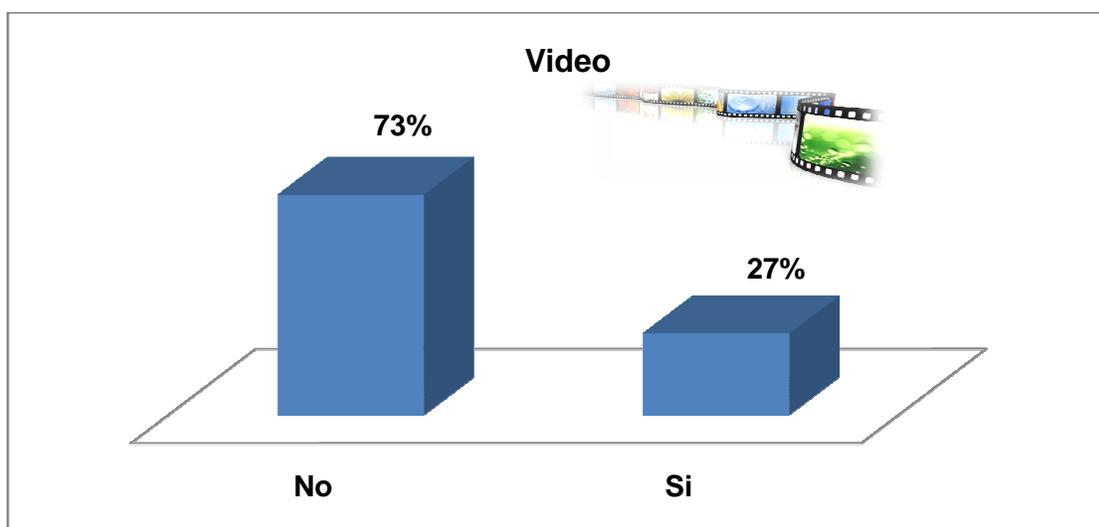


El 28 por ciento de la información producida por Inqro tuvo un soporte en audio; al mismo tiempo, el 27 por ciento de las notas informativas se distinguieron por su formato de video.

Gráfica 15
***Inqro*, audio.**



Gráfica 16
***Inqro*, video.**



En el trabajo de *Inqro* resalta que es el medio que explota en mayor proporción las distintas herramientas digitales (audio, video, texto e imagen) para la producción de información, en comparación con los demás medios digitales que no utilizan el audio o el video, principalmente, para sus contenidos en internet.

Respecto a la entrevista hecha a Mauricio Villalón Renaud, fundador de *Inqro*, se pueden resaltar los siguientes puntos.

Mauricio Villalón Renaud habló al respecto de la manera en cómo surgió *Inqro*, cuya fundación fue en septiembre de 1998; sin embargo, esta página de internet con carácter de agencia de información fue el resultado de años en los que el periodista intentó consolidar una empresa digital informativa.

Primero, a comienzo de los 90's, Mauricio Villalón Renaud creó la empresa *Digital Ask*; después, surgió *Soft Magazine* para continuar con *Inqro*:

“En 1991 yo hice una compañía Digital Ask SA de CV que en un disquete te presentábamos toda la información comercial de Querétaro; tu abrías en tu computadora y podías navegar y ver ofertas comerciales. Después, hicimos una revista que se llamó SoftMagazine en donde entregábamos un disco y podías ver artículos, fotos, casas... pero era complicado porque por máximo el disco duro de las computadoras era de doce megas... ¡imagínate!.. de que siempre traje la idea de la computación, de la informática más que nada pero con imagen comercial y como yo me dediqué desde el 83 a escribir artículos... no siempre...pero sí escribía unos para el Diario de Querétaro... pues siempre... el periodismo siempre estuvo conmigo, yo soy contador público titulado por la UAQ; trabajé algunos años como contador, pero siempre traje la idea de escribir artículos; siendo estudiante de contabilidad, siempre escribí artículos para el Diario de Querétaro por eso es que lo dejé un tiempo...

“En 94 regresé al Diario con una columna que se llamó Notiverso duró muchos años y después estuve haciendo radio... ahí conocí a más periodistas hasta que un día supe... vi en un puesto de revistas que decía ‘Súper carretera de la información; internet’ y dije yo ya lo conozco porque la compañía que hicimos entregaba discos y tú podías navegar y ver información... de hecho hasta vendimos una franquicia en Mérida y la idea era crear una red que todo el país estuviera conectado... que tú pudieras navegar y ver cosas que pasaban en Toluca o en Ciudad Juárez; entonces, cuando yo veo que existe internet me clavé mucho con internet y logré tener un navegador en una computadora y empecé a

navegar y me di cuenta que CNN tenía su página... entonces dije pues yo voy a hacer una, pero hice un semanario que se llamaba isq.com.mx y como no podía diario lo hacía cada semana... continuando me facilitaban información, de hecho Multimundo tenía un semanario que se llamaba 'Semnario para continuar' y lo hermanamos le pusimos el dominio al impreso y era como una alianza con ellos...

"Después compro Inqro y compré un programa que se llama Prompace... y me salía muy caro mandarlo hacer... me costaba mil pesos cada semana y pues yo dije diario me va a salir peor... y aprendí a hacer páginas yo con un diseño medio 'churro' el primero y de ahí fue aprendiendo de cómo funcionaba el Prompace, luego vinieron las cámaras digitales, después los reporteros y de ahí para 'el real' nos hemos ido desempeñando en el periodismo digital pero la idea surgió de ver que CNN lo tenía y que lo hacía en tiempo real... y que los periódicos iban para allá; entonces fue cuando dije en Querétaro no lo hay... y me dio mucho gusto muchas cosas porque a veces pasaba una hora y ya teníamos en la página el evento... y la gente lo empezó a ver digamos que el pequeño círculo de la información".

Para el fundador de *Inqro* crear la empresa informativa también puede deberse a su gusto por el periodismo, por lo digital y por la contabilidad, y al mismo tiempo, define al medio como 'una herramienta informativa' para las demás empresas de comunicación en el estado con un mercado y lectores definidos a los que ve como clientes potenciales.

"Nosotros somos más una herramienta informativa... a Cablevisión 10 le damos video; a Multimundo, audio; en cuanto a los portales, todos dicen que son los que más visitan la gente... pero nosotros vamos a un mercado diferente... todos los medios han usado nuestra información porque es muy fácil... fácilmente puedes meterte a la página, bajar el audio, el texto y hacer tu nota... y hemos visto nuestro material en otros medios... gente de radio se vuela los audios y me dicen deberías hacer algo pero no porque nosotros podemos venderle a un cliente potencial".

Mauricio Villalón también relató que, a lo largo del tiempo en el que ha trabajado con la información digital, se ha encontrado con personas que conocen desde sus

primeros trabajos, lo que le lleva a pensar que el proyecto fue aceptado, poco a poco, entre la población, al tiempo en el que *Inqro* se fue desarrollando económica y profesionalmente.

Al respecto del perfil de los lectores de *Inqro*, aunque el medio carece de un estudio al respecto, el fundador del sitio *web* considera que atrae a estudiantes de periodismo y al círculo político de la entidad.

Sobre la definición que Mauricio Villalón otorgó al periodismo digital, se pueden señalar algunas características que otros reporteros que han sido objeto de este estudio han encontrado en el periodismo digital como la inmediatez, principalmente, y recalca que el periodismo impreso debe publicar ya no la nota informativa de un hecho sino las reacciones y consecuencias del mismo:

“Yo defino al periodismo digital como algo que se adelantó al periodismo impreso, al periodismo tradicional, y al cual el periodismo tradicional tiene que adaptarse, por ejemplo, ‘Libre Diego Fernández de Cevallos’, internet ganó la nota, al día siguiente los periódicos no salieron diciendo ‘Fue liberado Diego’ sino con alguna reacción... y muchos lo medimos y sólo dos medios nacionales entre ellos ‘La Prensa’ y no recuerdo cuál fue el otro dijeron ‘Liberan a Diego’ los demás ya salieron con reacciones sociales y ya están entendiendo cómo es la tendencia ahorita el periodismo digital es informar qué es lo que está pasando en ese momento y el periodismo impreso es ya darte una reacción de eso que pasó”.

Mauricio Villalón destacó discrepancias entre el periodismo digital y el impreso relacionadas con la velocidad en la manera de trabajar, al mismo tiempo señaló la importancia de que el reportero comience a especializarse en un proceso específico para la producción de información. A la pregunta ¿qué diferencias encuentras entre el periodismo digital y el impreso?, el fundador de *Inqro* respondió:

“Totalmente distinto porque el periodista o el reportero del periódico llegaba a la redacción a las cuatro de la tarde, se comía su torta, hacía sus notas, se echaba su cerveza y a las siete entregaban todo y el periodismo digital es trabajar en el momento, nada más que no se puede porque tendríamos que ser un súper dotado, lo que sí podemos hacer o lo que la mayoría de los sitios es traer un reportero ‘multitasking’ que te grabe audio, que te tome foto y que grabe video al mismo tiempo...”

“... pero la manera en que nosotros trabajamos es que ellos suben la información en audio, en foto y nosotros en una oficina bajamos la información, hacemos la nota y la publicamos, pero en sí ellos sólo publican la entrada principal, en la oficina trabajamos la información en un proceso que lleva máximo en cinco o seis minutos... lo que acaba de pasar ya lo hicimos una nota, y la idea que traemos es, con el tiempo, darle formato a la página de radio y televisión...”

“Que ya tengamos una nota, después de quince minutos que ocurrió el evento en formato televisión pero eso sólo se puede con trabajo en equipo, debe de haber quién recoja la información, el que la procese, el que la edite, el que la publique y con esto se supera al reportero de radio... porque el reportero de radio primero busca la información, el audio, después la baja, después graba, la edita, y nosotros qué hacemos; uno consigue el audio, bajamos el audio, otra persona lo transcribe, otra la procesa y en menos tiempo ya tenemos una nota, como en cinco minutos ya está en la red cuando a un reportero le puede llevar treinta minutos. El periodismo digital en resumen es la información al momento y el tradicional ya debe hacer el análisis de lo que pasa”.

En la descripción que ofreció Mauricio Villalón señaló que el proceso para la producción de información de *Inqro* sigue los siguientes pasos que se realizan por un reportero diferente: recogida de información; subirla a la *web*; procesarla y publicarla con este procedimiento, este medio puede publicar desde 15 hasta 34 notas diarias, las que se jerarquizan de acuerdo al tiempo u horario en el que se dieron los hechos, además las publicaciones de *Inqro* se caracterizan por su sentido impersonal, debido al carácter de agencia informativa con la que se maneja el sitio *web*.

Ante el cuestionamiento “¿Cómo es la dinámica... se modifica todo el día el portal?”, Mauricio Villalón contestó : *“Si... todo el día se modifica y de acuerdo a la importancia de los hechos se sube la nota... cómo jerarquizamos, con tiempo; o sea, desafortunadamente, la nota de ocho se puede modificar si a las nueve de la mañana vino Diego y dio entrevistas a esa hora la publicamos, pero si después llega una manifestación, la publicamos y queda en menor importancia lo de Diego... por qué porque ahora el ciclo de vida de la noticia es muy corto, aunque nos dé para mucho análisis una nota, el tiempo, que es con el que más trabajamos, ya la nota va a menor importancia... Una nota importante puede perderse de la portada, pero si entras al resumen de noticias ahí la vas a encontrar, te despliega un menú de notas y ahí la encuentras”*.

A pesar de los datos que ofrecen algunos servidores, Mauricio Villalón no contó con datos certeros sobre el número de personas que visitan el sitio web; las cifras de los lectores van desde las 4 mil direcciones únicas de internet hasta las 7 mil únicas en Estados Unidos, y destaca que existe una visita, cuyo origen es Sri Lanka.

Aunque no existen datos exactos sobre el número de lectores de *Inqro*, Mauricio Villalón recalcó que internet ha superado a los medios impresos; *“... en términos generales creo que sí (tenemos más visitas) que cualquier impreso porque un impreso por mucho publicará cuatro mil... yo creo que el internet ya le ganó al impreso en Querétaro y en todas partes y no Inqro sino otros portales informativos”*.

Sin embargo, a pesar de que el fundador de *Inqro* no encontró limitaciones para ejercer el periodismo digital más que los ‘caprichos de la tecnología’, sí explicó que es necesaria la medida al momento del ejercicio periodístico para evitar errores en la información.

“En el caso del periodismo digital hay que tener mucha medida en casos especiales cuando el secuestro de Diego Fernández de Cevallos; aquí en Querétaro, dos medios digitales subieron a sus portales ‘Aparece cuerpo de Diego’ y al rato lo tuvieron que bajar con la pena... otro caso es que un reportero subió ‘Da la razón TRIFE a la Legislatura’ cuando apenas se acababa de leer el dictamen... entonces hay que tener mucha prudencia. Yo tengo una frase que dice ‘No hay que twittear primero sino hay que saber

twittear'... entonces hay que ser prudentes y a veces no conviene ganar la nota si después te vas a disculpar..."

También, Mauricio Villalón explicó que, a pesar de que *Inqro* ofrece en su mayoría notas informativas a los lectores, el periodismo digital sí puede explotar otros géneros periodísticos e incluso profundizar en temas de mayor relevancia.

"Yo creo que si se puede profundizar en un tema porque el periodismo digital no nada más es lo informativo sino también lo analítico pero no tan rápido. Por ejemplo, yo te doy una nota pero hasta una hora después te doy un análisis de lo que pasó pero en mi caso como somos agencia de noticias, yo te informo y tú interpretas".

"¿Hay posibilidad de que *Inqro* empiece a experimentar con otros géneros periodísticos?", ante tal cuestionamiento, Mauricio Villalón respondió afirmativamente pero expuso que él confía en que es posible trabajar, a futuro, en un periodismo intuitivo que ofrezca al lector, de manera inmediata, sólo lo que él quiera leer.

"Yo creo que el periodismo digital... eh... si ahorita vamos a la velocidad de la luz, la va a duplicar... las redes sociales nos han enseñado algo, me sorprende si yo quiero saber las tarifas de viaje a Acapulco, lo escribes en Google y te despliega una lista y ya viene Acapulco es como si ya supiera qué es lo que quieres... Entonces yo creo que lo que vamos a experimentar es darte la noticia que tú quieres..."

A la pregunta "¿en qué situación crees que esté el periodismo impreso frente al periodismo digital?", el reportero aseguró que existe desventajas, debido a que las nuevas generaciones se van adaptando a las facilidades que otorga la tecnología respecto a la inmediatez con la que puede circular una nota informativa.

"En desventaja, yo creo que está en desventaja... porque a algunos todavía no les 'cae el veinte'... medios que tienen su portal no quieren 'matar a su impreso' y publican muy poquito en su portal para que después compres el impreso... tenemos un slogan de

broma en el que decimos 'lo que para nosotros es historia para los demás es nota' y es verdad porque hoy tú lees una nota de los medios impresos y ya pasó, fue ayer".

Por tales circunstancias, Mauricio Villalón ve necesario que los medios impresos comiencen a introducirse a internet con el fin de responder a las necesidades de las nuevas generaciones de lectores:

"Yo lo que sugiero es que los periódicos se claven en internet, que trabajen en su portal la nota al instante y que en sus impresos publiquen las reacciones porque no es posible que ya lo que la gente vio en Twitter o en cualquier página de internet se vea en el impreso. Creo que ya tenemos que 'tabletizar' el periodismo, hay muchas generaciones que aún gustamos de leer el periódico pero las nuevas generaciones lo verán en pantallas, se trata de una nueva generación que ya no te va aceptar el periodismo impreso sino que querrá verlo digitalizado.... Yo creo que hay una convergencia de tiempos interesantes, yo le daría unos veinte años, o quizá me voy muy lejos, para que todo comience a digitalizarse, todo".

En esta línea de ideas, para el fundador de *Inqro* la tendencia futura es que el periodismo digital le gane espacio al impreso, de tal forma que puede plantearse la desaparición de los periódicos en papel.

"¿Piensas que el periodismo impreso se va acabar?": "Pues por varias razones, por principio, por la ecológica, a mí me gusta leer el periódico, comprar revistas pero a las nuevas generaciones que no están acostumbradas a eso yo creo que va a gustarles más ver el periodismo en una pantalla".

7.7 Periodismo digital para los municipios queretanos, *Rotativo*.

Rotativo difundió 172 publicaciones, a lo largo del monitoreo, lo que representó 17.2 notas informativas u otros géneros periodísticos producidos al día.

Tabla 45

Rotativo, cantidad de publicaciones.

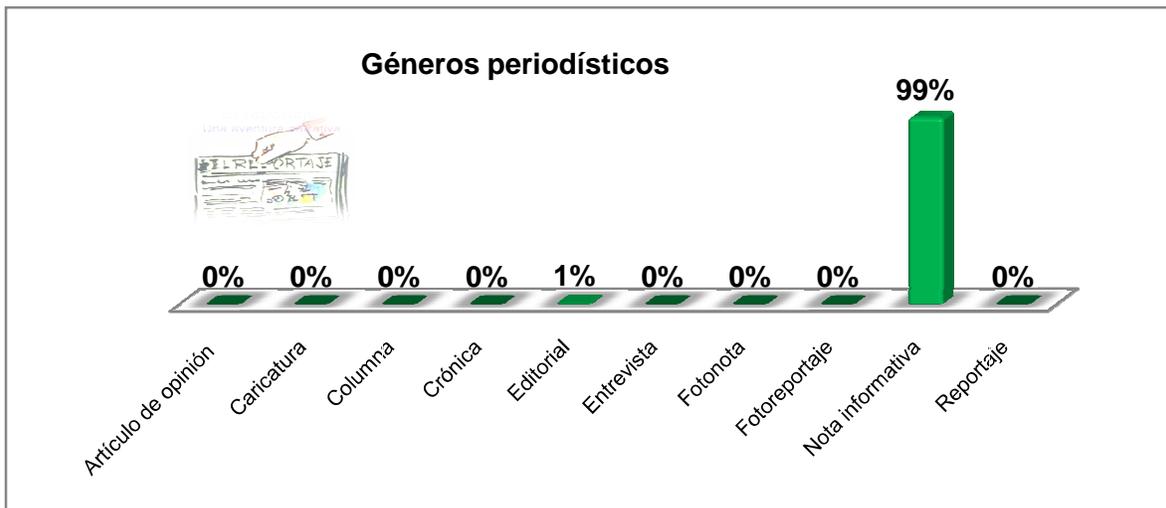
Cantidad de publicaciones	
Fecha	Digital
20/09/2010	17
21/09/2010	19
22/09/2010	14
23/09/2010	21
24/09/2010	15
27/09/2010	18
28/09/2010	23
29/09/2010	18
30/09/2010	13
01/10/2010	14
TOTAL	172

Fuente: Elaboración propia

De esta suma de publicaciones, *Rotativo* publicó en el 99 por ciento de los casos notas informativas y en el punto restante lo dedicó a editoriales.

Gráfica 17

Rotativo, géneros periodísticos.



Asimismo, se identificó que el cien por ciento de la información que ofreció este medio digital usó el texto como soporte.

Tabla 46

Rotativo, texto.

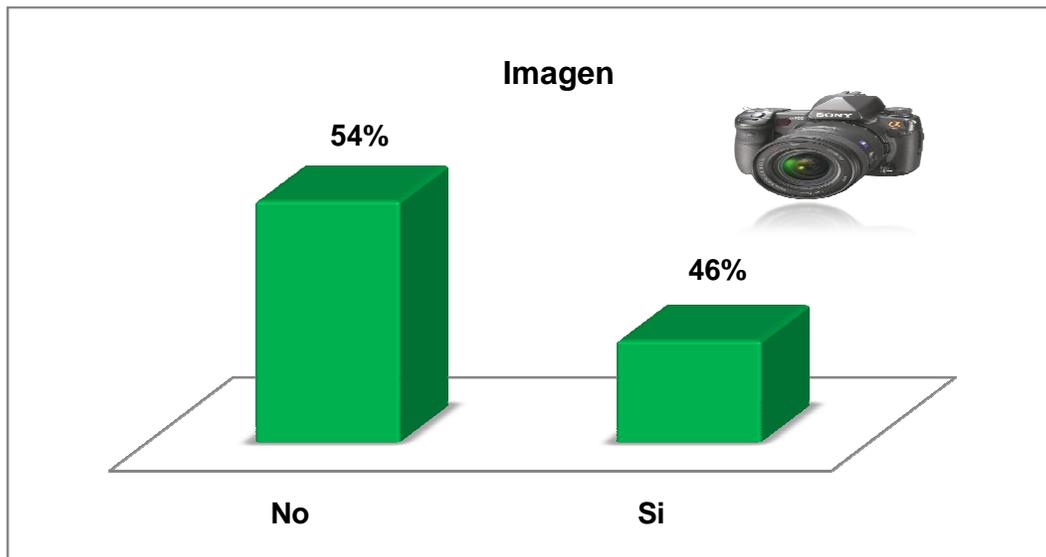
Texto			
Texto	Código	Digital	Porcentaje
No	0	0	0%
Si	1	172	100%
TOTAL		172	100%

Fuente: Elaboración propia

Rotativo no incluyó en el 54 por ciento de sus publicaciones imágenes; es decir más de la mitad de las notas informativas no se apoyaron en la fotografía.

Gráfica 18

Rotativo, imagen.



Respecto al uso de otras herramientas multimedia como el audio o el video, *Rotativo* no incluyó el audio en sus publicaciones.

Tabla 47

Rotativo, audio.

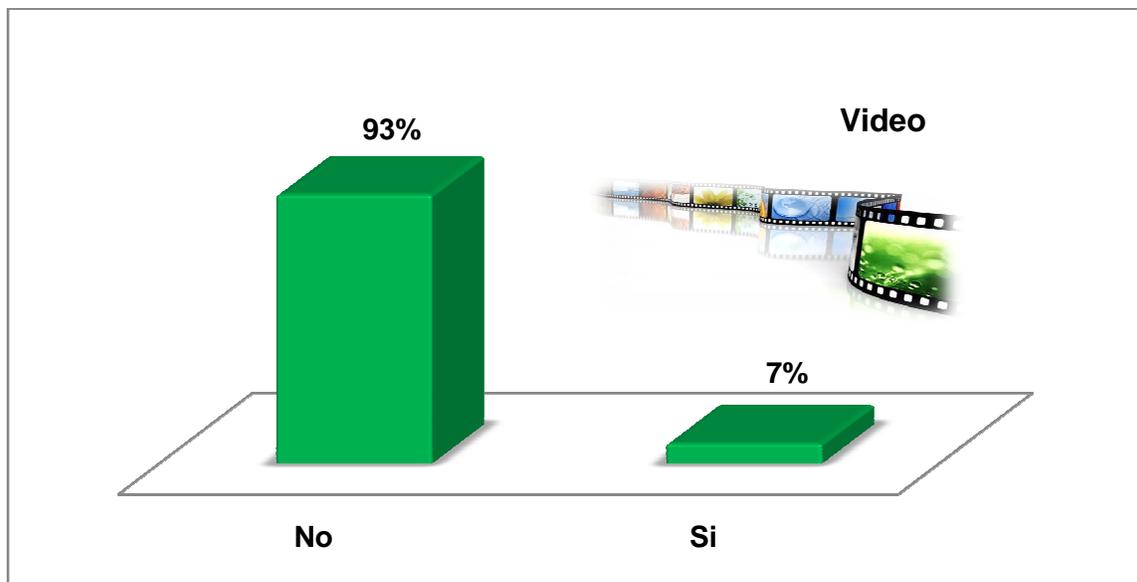
Audio			
Audio	Código	Digital	Porcentaje
No	0	172	100%
Si	1	0	0%
TOTAL		172	100%

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, sí utilizó en un 7 por ciento de la información publicada el video como herramienta para la nota informativa.

Gráfica 19

Rotativo, video.



En el caso de *Rotativo*, se entrevistó a Guadalupe Arcos, reportera con un año de experiencia en la producción de información para medios digitales.

Para Guadalupe Arcos, el periodismo digital se caracteriza por su inmediatez y la capacidad de ser leído por miles de personas; en este sentido, internet permite la eliminación de fronteras y consideró que las redes sociales en la *web* permiten ampliar el concepto de periodismo digital en relación al uso que se les dé a éstas.

“El periodismo es la actividad que hacemos para darle a conocer a las personas hechos de la vida real, de la vida cotidiana que son de interés para la gente en general; dar a conocer una información de interés en general, entonces ya agregándole lo digital es como tener el periodismo para darlo a conocer a través de un medio que puede llegar al mundo... Hay gente de muchos estados de la República e incluso en muchos lugares del mundo que te pueden estar leyendo...”

“A lo mejor de un hecho que es de interés local, pero por azares del navegador, por azares del tema pues lo está leyendo... entonces... es como la diferencia que tiene el periodismo tradicional a un periodismo digital. Y además ya con tantas cosas que hay en la tecnología también se puede ampliar todo este concepto, ya con eso del Twitter, del Facebook pues forman parte de lo que es el periodismo digital, ya te van ampliando ese panorama y van haciendo que lo que tú estás trabajando no se quede solamente en una esfera más pequeña sino que ya se amplía al mundo entero”.

No obstante, a pesar de que Guadalupe Arcos planteó que el periodismo digital tiene características distintivas de los diarios impresos, reflexionó que a la vez pueden ser puntos débiles en la producción de información, por ejemplo el sentido de inmediatez y el peligro de no sustentar la información, debido a esta característica.

“La inmediatez de la información, aunque es una característica del periodismo digital, depende de las personas y de cómo hagas tu periodismo como te digo en Rotativo no mandamos una nota hasta que no tenga citas que la sustenten... hasta que no tengamos la información bien armada, pero por ejemplo en Twitter te metes y ves un rumor y puedes ‘Twitearlo’ y ya está arriba y aunque después lo bajas porque es sólo un rumor pues el mundo ya lo vio y cómo te retractas. Entonces, sí hay riesgo por la inmediatez del mensaje (...) y eso obliga a que haya reporteros que están en el evento, están reportando y ya lo están subiendo la información a sus páginas... pero –a veces- no se corroboran bien los datos y ‘malinformas’... a mi punto de vista, hay que cuidar si la inmediatez pero también las fuentes de información porque si te equivocaste, cómo desmientes (...) lo que ocurrió en el caso de Diego Fernández de Cevallos”.

Para la reportera de *Rotativo*, el periodismo digital en Querétaro apenas comienza con páginas de internet precarias pero con el empleo del audio, el video, el texto y la imagen, lo que la lleva a concluir que los medios de comunicación en internet sólo están haciendo uso de herramientas multimedia, pero sin un sentido periodístico.

En este orden de ideas, Guadalupe Arcos opinó que cada medio digital también está realizando su trabajo de acuerdo a determinados intereses, políticos o comerciales, y de acuerdo a esos objetivos propios se define su actividad periodística.

A la pregunta “¿en qué situación crees que se encuentre el periodismo digital en Querétaro?”, la reportera respondió *“todavía le falta mucho... No hay tanto avance (...) tan sólo para la página que yo trabajo, aún la página está muy precaria, muy en los inicios, le faltan muchas cosas (...) y esa situación prevalece con todos (...) porque a lo mejor nada más nos estamos yendo por los avances tecnológicos pero ni siquiera estamos capacitados para saber que el periodismo implica ciertas características y debemos adaptarlo de la mejor manera...”*

“También, cada medio tiene lo suyo, por ejemplo en Rotativo; nosotros tenemos como nuestras ventajas; a lo mejor no somos el medio que sube la nota al segundo de que el funcionario terminó de hablar pero tratamos de que por lo menos la publicación tenga algo que la esté respaldando (...) aunque también por otro lado nos faltan trabajar con herramientas multimedia. Entonces, en cuanto a los medios digitales a todos les falta, todos carecen... a otro le sobra, son cosas que se tiene que empatar para hacer un medio rescatable... cada medio en internet está experimentando por su lado o cada uno trae su propia idea, además de su propia idea, sus propios intereses”.

De acuerdo a la situación en la que se encuentra el periodismo digital en Querétaro, fase de experimentación, para la reportera de *Rotativo* es posible llegar a un desarrollo más profesional no sólo en el estado sino en todo el país, además

éste tendrá que ir de la mano con los cambios que sufra la sociedad. Al mismo tiempo, el reportero deberá ir adecuándose a estos cambios.

“¿Qué futuro le ves a la prensa digital en Querétaro?”: “Creo que no en Querétaro sino en todo el país... el periodismo digital tiene que ir evolucionando, quizá como lo está haciendo en Querétaro, en experimentos... pero tiene que evolucionar por obligación y por la misma evolución de la sociedad... o sea no puedes decir... en Querétaro no va evolucionar porque se evoluciona conforme a las cosas que van saliendo... por ejemplo yo me acuerdo que cuando estuve en la universidad, que no fue hace mucho tiempo, pues no había Twitter o Facebook y a mí nunca me enseñaron en la universidad cómo dar una nota por Twitter, por ejemplo, a mí no me tocó, y salí hace un año... en la vida nunca tuve una clase en la que me dijeran cómo hacerlo... simplemente te tienes que adaptar y evolucionar... yo tuve Twitter desde hace menos de un año y lo aprendí a utilizar en experimentos, a tientas, así como se está desarrollando el periodismo digital en Querétaro”.

La adaptación del periodista a las nuevas necesidades de información corresponde a la academia pero en gran parte también al reportero y su iniciativa por actualizarse a las nuevas tecnologías de información y comunicación, sin quitar responsabilidad a las empresas.

“¿En la academia hay que ir formando periodistas digitales?”: “Claro... porque debes ir evolucionando... es como si en la universidad no te hubieran enseñado a hacer notas para radio... que también me pasó... yo lo que sé de radio es por lo que he trabajado... sólo tuve un taller de radio y no fue la gran cosa... la universidad tiene mucho que ver porque si hace falta que le enseñes a los chavos cómo se usan las cosas... y digo con el paso del tiempo si se puede ir viendo, aprovechando, en las mismas empresas ir capacitando a los reporteros, por ejemplo no me voy a regresar a primer semestre a que me enseñen a usar el Twitter para hacer notas informativas... también es responsabilidad de los dueños si quieren que sus empresa salga adelante y pueda competir... hay que invertirlo... hay que capacitar a los periodistas... ahorita un periodista está obligado a tener Facebook y Twitter, está obligado... obligado... si vas a informar a la gente es

imposible que no tengas un Facebook o Twitter y no por eso vas a dejar de leer libros... no porque como periodista debes saber un poquito de todo...

“También creo que los medios tradicionales como la radio, la televisión o la prensa deben ir de la mano de un periodismo cibernético, de un periodismo digital... muchos se están quedando atrás por ejemplo Noticias... no es posible que no tenga una página de internet... y se está estancando... pero la culpa también es del reportero por no buscar actualizarse... un periodista lo primero que debe hacer es actualizarse en todos los ámbitos...si la sociedad va caminando, tú debes ir corriendo... el periodista siempre debe ir un paso adelante... no te puedes quedar a tras... no concibo un periodista como Manuel Paredón... y digo no por qué esté mal pero digo cuántas cosas hay en internet que están pasando y tú no te estás enterando... por otra parte está la empresa... son bastantes cosas... también la tecnología nos ha agarrado por sorpresa”.

Respecto al trabajo en *Rotativo*, la reportera aceptó que no recibió capacitación alguna para comenzar a trabajar para internet. A pesar de dicha situación, Guadalupe Arcos dijo que siempre y cuando se sepa hacer periodismo puede resultar fácil adaptarse a los distintos medios de comunicación.

“No... yo me las ingenie como pude. Me dijeron... sabes qué, ya empiezas a trabajar. De hecho cuando yo inicié en Rotativo el dueño sólo me pidió que le enviara algunas notas, él las revisó y le pareció bien mi trabajo. Sólo me hizo algunas observaciones en la redacción para que fueran más concisas pero nada de capacitación”.

“¿Encontraste algún reto al comenzar a trabajar para un medio digital?”: “Pues fíjate que no... yo creo que sabiendo hacer periodismo, puedes adaptarte a cualquier medio de comunicación porque finalmente el periodismo es el mismo lo único que va a cambiar es la herramienta por la que vas a transmitir la información. Yo trabajé con el radio y lo que tienes de ayuda es tu voz, es el audio pero la información es la información, y en el periodismo digital pues ya trabajas frente a la computadora”.

Sobre los contenidos de *Rotativo*, la profesional de la información comenta que no parece haber interés alguno por comenzar a trabajar con otros géneros

periodísticos, además de la nota informativa y la columna; esto, en su opinión, al poco interés de las empresas por el periodismo de investigación y de calidad.

“En Rotativo no hay reportaje (...) el dueño de la página no tiene a alguien especializado (...) a las chicas que trabajamos ahí sólo se nos asignan las fuentes (...) muchas tenemos doble trabajo... hacemos sólo notas y ya él se encarga de otras cosas, a lo mejor es algo malo en lo que caemos... hacemos para lo que nos pagan y creo que esa es una visión, hasta a veces, en cierto punto rayando en mediocre del periodista porque dicen ‘por qué no sales’, ‘por qué no buscas’... pero también está el lado criticable de las empresas porque no le invierten al periodismo de investigación...”

“pero, de lo contrario, cómo le dices a un periodista que te hace cinco notas para un medio, cinco notas para otro y aparte hazme un reportaje (...) si no hay un salario decente, no te dicen te doy dos días para que hagas un reportaje, te dicen dame tus notas y aparte un reportaje....”

“... y eso pasa en radio, en periódicos, en todos los medios... y creo que los reporteros terminamos entregando sólo ‘notas cajoneras’ (...) hace falta invertirle más al periodismo de calidad, al periodismo de investigación pero en el campo laboral no tenemos las condiciones (...) la mismas empresas como que te absorben, te agotan y no puedes dar más... si revisas todos los medios digitales no hay periodismo de investigación... no hay... son varias las cuestiones por la que creo que no se le ha apostado al periodismo de calidad en Querétaro”.

De acuerdo a Guadalupe Arcos, *Rotativo* aún no comienza a explotar herramientas digitales como el audio o el video porque apenas se encuentra en el comienzo del desarrollo de medios digitales: *“Rotativo, a mi punto de vista, todavía está retrasado en ese aspecto porque está más metido en publicar la nota sin nada más, todavía no hay esa posibilidad de subir fotos, video, como Inqro, que también sube el pedacito de audio importante. Yo creo que le hace falta mucho, es algo como se puede decir... como el inicio de lo que fueron las páginas de internet; me imagino que es por eso que aún no se usen más herramientas multimedia porque de hecho si entras a la página,*

es muy sencilla pero sólo ves las notas y algunas tienen foto pero muchas otras no, es algo muy sencillo”.

Según el relato de Guadalupe Arcos, *Rotativo* aún no genera información instantánea sino que publica notas informativas antes de los noticieros de las dos de la tarde con el fin de tener la información antes que otros medios informativos, pero sin un sentido preciso por la inmediatez, a causa de que carecen del equipo o de los recursos materiales para hacerlo.

“No... para *Rotativo* pues las notas tienen que estar listas antes de que inicien todos los noticieros de la tarde. Tiene que ser no al instante porque no tenemos el equipo para hacerlo, nosotros todavía trabajamos más las notas y mandamos una nota bien redactada con sus citas y con todo y eso conlleva más tiempo, entonces... es de vas entrevistas, en lo que transcribes, redactas y subes la nota antes de las dos de la tarde”.

7.8 Ciudad y Poder hacia la evolución del periodismo digital.

En total, fueron 175 las publicaciones de *Ciudad y Poder* en internet, es decir produjo, en promedio, 17.5 notas informativas al día.

Tabla 48

***Ciudad y Poder*, cantidad de publicaciones.**

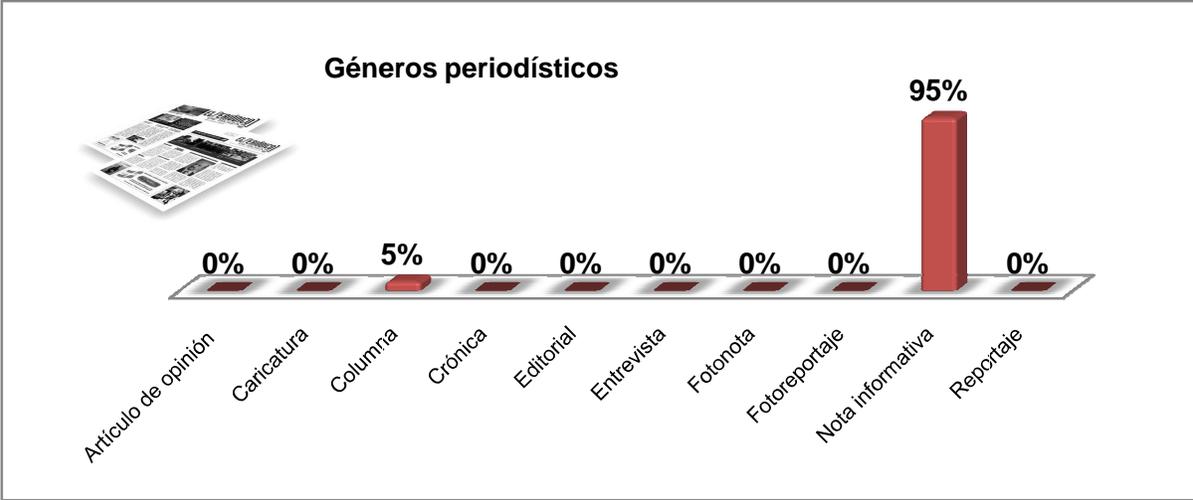
Cantidad de publicaciones	
Fecha	Digital
20/09/2010	13
21/09/2010	12
22/09/2010	26
23/09/2010	14
24/09/2010	16
27/09/2010	15
28/09/2010	17
29/09/2010	29
30/09/2010	19
01/10/2010	14
TOTAL	175

Fuente: Elaboración propia

De estas, el 95 por ciento correspondieron a notas informativas, mientras que el cinco por ciento restante integró a las columnas publicadas en la página de internet, durante el monitoreo.

Gráfica 20

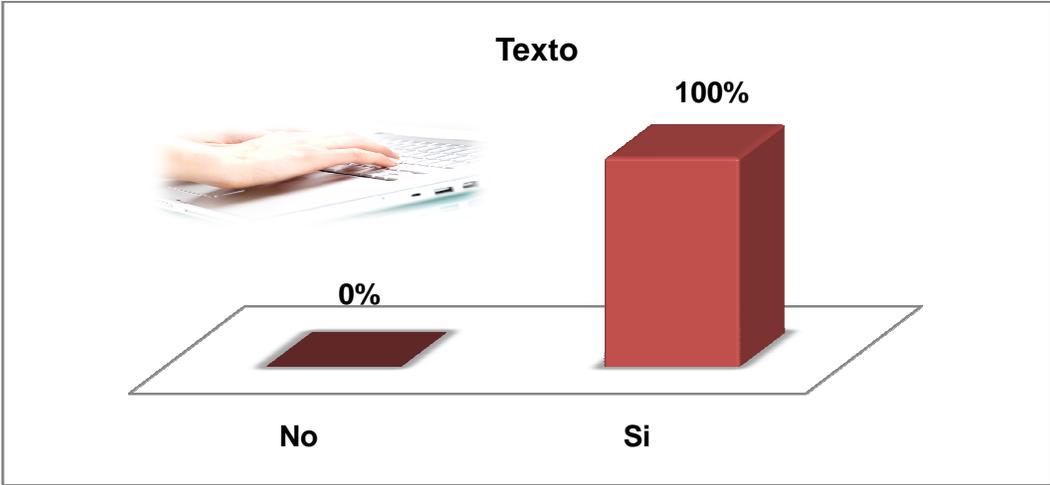
Ciudad y Poder, géneros periodísticos.



Respecto al uso de herramientas digitales, *Ciudad y Poder* privilegió al texto en un cien por ciento, lo que quiere decir que todas las publicaciones del medio se apoyan en la redacción.

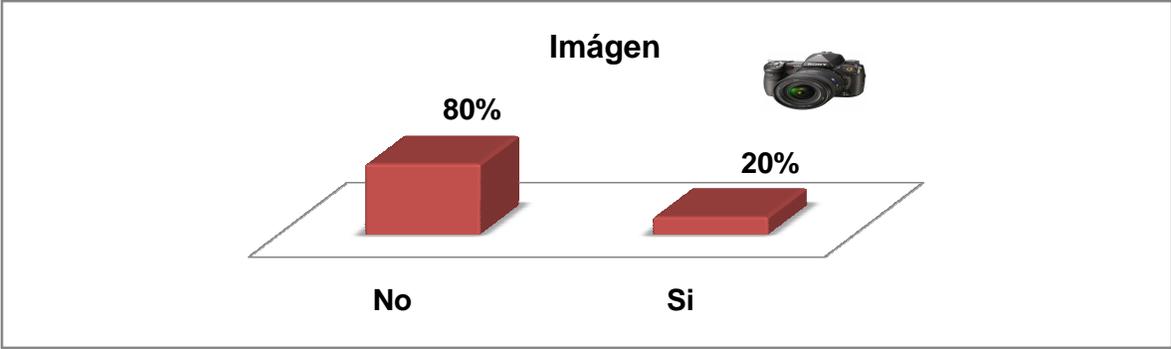
Gráfica 21

Ciudad y Poder, texto.



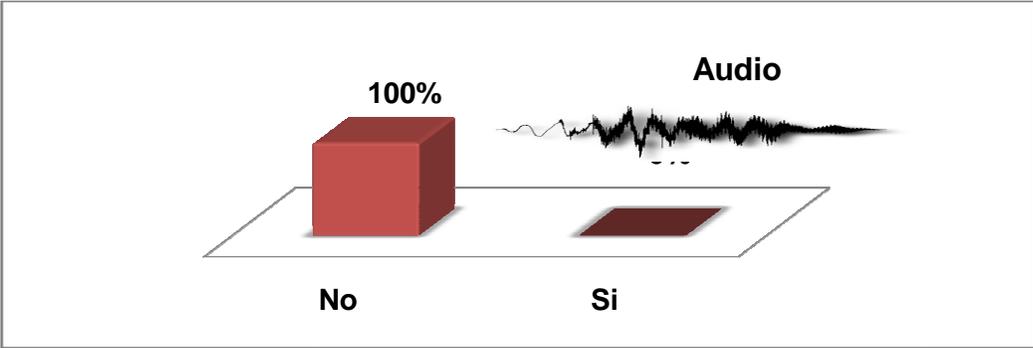
Mientras, se destacó que del total de la información publicada por *Ciudad y Poder*, el 80 por ciento no tuvo respaldo en la fotografía y sólo el 20 por ciento si incluyó algún tipo de imagen que apoyara los contenidos.

Gráfica 22
***Ciudad y Poder*, imagen.**



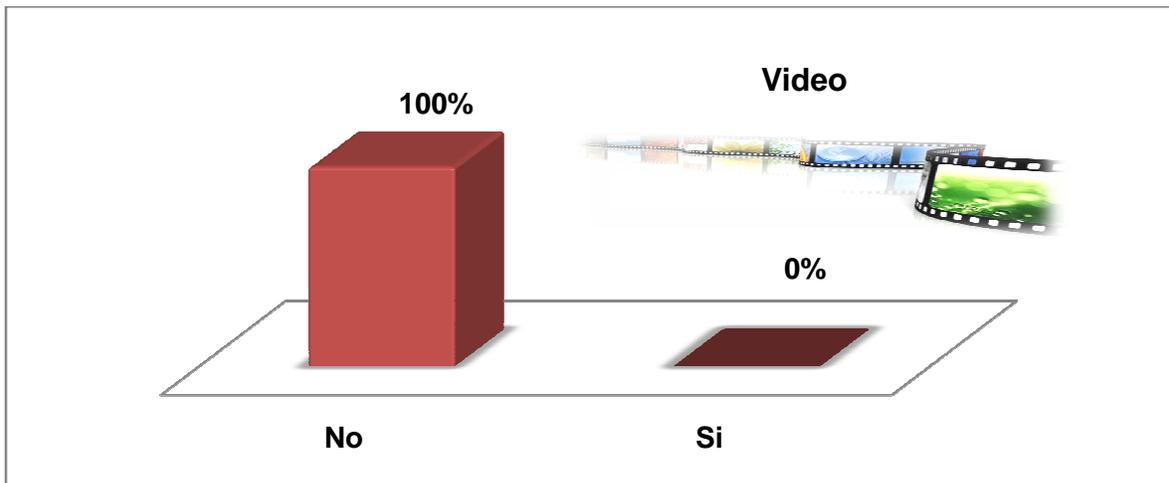
A pesar de que *Ciudad y Poder* es una página en la que se incluye la transmisión de radio, al mismo tiempo que se televisan programas radiofónicos o existen anuncios publicitarios en video; el medio careció de información periodística, ajena al radio, que se encuentre en soporte de audio o video. Es decir, no se encontraron notas informativas en la sección de 'Noticias locales' que incluyeran las mencionadas herramientas digitales.

Gráfica 23
***Ciudad y Poder*, audio.**



Gráfica 24

Ciudad y Poder, video.



De *Ciudad y Poder*, se realizó entrevista a Luis Gabriel Osejo, fundador y director de este medio digital.

El proyecto comenzó el 3 de noviembre de 2003, primero con el nombre de Querétaro Semanal, con el correr de los años ha adoptado varios nombres hasta que en 2005 se convirtió en *Ciudad y Poder*.

Según, Luis Gabriel Osejo, iniciar el proyecto de un medio digital marcó también un problema relacionado con las habilidades y conocimientos que él tenía como periodista: *“tuve que enfrentarme a un problema como periodista, aunque soy abogado, pero me enfrenté a un problema que fue que yo no podía manejar páginas de internet, y contraté a una persona que manejara la página hasta que yo aprendí fue cuando comencé a verlo como negocio, inclusive, pero si fue el reto”*.

No obstante, aunque Luis Gabriel Osejo es el fundador y director de un medio digital expresó que los periodistas de medios impresos juzgan a internet de manera que no se le considera un medio de comunicación, sumado a que la web mantiene lagunas legales, éticas y morales, el periodista reflexionó que la profesión periodística en internet, aún es confusa.

“Como el internet es muy confuso, hay una laguna, inclusive, legal, si te enfocas al periodismo digital hay hasta una laguna ética, de valores... yo creo que, lo tradicionalistas del periodismo no reconocen como periodismo el que uno hace en internet, ellos son muy cuadrados en este sentido; entonces, yo no me atrevería a decir qué es el periodismo como antaño; insisto, internet es muy confuso, no sólo para el periodismo, es muy nuevo, es como cuando inventaron la rueda, no sabes cómo usarlo bien... cómo experimentar sin equivocarse, entonces yo más bien creo que es con todas las letras medio de comunicación, es cómo lo reconozco el internet aplicado al periodismo es un medio de comunicación, donde inclusive no se tienen reglas, no se tienen los formalismos del periodismo tradicional”.

Entre el periodismo digital y el impreso, Luis Gabriel Osejo planteó diferencias como la inmediatez del primero, que produce que el segundo modifique sus prácticas y contenidos y que se encuentre en desventaja.

“Nosotros podemos tener de inmediato la información, cinco minutos, dos minutos, tres minutos, después de que el hecho ocurre. Te pongo un ejemplo con la liberación del exsenador panista y candidato presidencial, Diego Fernández de Cevallos, recuerdo que se da el rumor de su liberación por los redes sociales a las siete de la mañana, y es cuando entra por ahí de las 9 o 10 de la mañana, entra López Dóriga con Mario Beteta... da la noticia de que se comunicó con él...”

“A partir de ahí, que todos los que manejamos medios de internet, nos enteramos y traíamos ya la liberación de Diego, las reacciones, el análisis político de la liberación de Diego, traíamos un cúmulo de información, que de esta nota se genera desde las siete de la mañana hasta las siete de la mañana del día siguiente. Y el ejemplo, cómo es que vamos súper adelantados, respecto de los medios impresos es que ellos salen con la noticia ‘Liberan a Diego’, a casi veinticuatro horas después cuando ya lo habías publicado, ya se había manejado en internet, en las redes sociales y entonces salen con una gran desventaja... (internet) es para nosotros un elemento que nos permite llegar antes a la noticia y pasarla con antelación, ahí está en desventaja”.

Para el periodista, los medios digitales también están superando en alcance a los periódicos impresos: *“ahora también otra de las reflexiones, que aquí en Querétaro, el periodismo que más vende... es de cinco mil ejemplares y este... tiene que hacer una red de distribución con voceadores, con puestos de revistas... mientras que en internet te voy a decir que en Ciudad y Poder tenemos 5 mil 700 visitas al día de personas diferentes o computadoras que es lo que cuantificamos, direcciones IP, para nosotros estamos superando la audiencia de los medios de comunicación pero es algo que todavía no han comprendido los propios dueños.... Tú sabes que el periódico más viejo del mundo, que es un periódico londinense... cerró su edición impresa y ahora solamente se puede encontrar por internet... entonces tenemos una gran ventaja en la cuestión digital”.*

A pesar de las posibles desventajas en las que se encuentra el periodismo impreso frente al digital, Luis Gabriel Osejo opinó que pueden complementarse, aunque si los dueños de los medios de comunicación no lo consideran de ésta manera perderán audiencias.

“Se pueden complementar, no tiene por qué ser una amenaza, pero yo creo que... cuando yo inicio este periodismo, la gente no tenía fe, ni los comerciantes, las personas que podían publicarse no le tenían fe... a la gente le gustaba tener algo en las manos, que le manchara, que fuera como el periódico... yo creo que los periodistas tradicionales o los empresarios del periodismo tradicional no comprenden que el internet es un aliado... y no podrán dar un paso que ya tímidamente ha dado el Diario de Querétaro, digo tímidamente porque les falta mucho... ellos anteponen su versión impresa a la de internet, el Diario de Querétaro también dio un paso pero se quedan ahí y ya no van más allá... como que les tienen el temor... por eso insisto, mientras no entiendan los empresarios del periodismo tradicional que internet es su aliado, van a seguir perdiendo audiencias y ventas.”

Luis Gabriel Osejo describió que los reporteros de *Ciudad y Poder* se encargan de generar la información con ayuda de la tecnología para que el medio sea el primero en tener la nota; en este orden de ideas, el periodista destacó la importancia de contar con personal especializado en el uso de internet, ya que el reportero no está preparado para enfrentar la *web* o, en su caso, el profesional de

la información que se dedique a laborar en medios digitales deberá contar con conocimientos de herramientas multimedia.

“Lo que aquí importa es la inmediatez, es ganar la nota, y lamentablemente en la provincia sigue siendo muy limitado el periodismo... pues se cubren fuentes y quienes dan la noticia son los actores políticos, no los periodistas que investigan... es un periodismo de declaracionitis, lamentablemente. Entonces, estamos muy limitados en cuanto al manejo de información, no hay periodismo de investigación, comprendiendo esto, aquí si tienes que ser el primero en sacar la exclusiva, el primero que la publique...”

“Yo lo que hago es dotar a mi reportero de una laptop con conexión a internet y se van hacer la nota a donde hayan sido convocados, al evento, a la rueda de prensa, a un acto público ... y es gracias a un Software que ha desarrollado un ingeniero... porque también tienes que contar con una persona que sepa... el periodista no tiene la herramienta, tienes que tener una persona que te dé todo el soporte para poder realizar de manera súper sencilla y que hasta un niño de siete años pueda hacer uso de esas herramientas...”

“Nuestro ingeniero Aldo Bautisa ha desarrollado un Software de tal suerte que nuestros reporteros abren un portal para ello, cortan su nota de Word, la pegan, le dan subir y ya sale la nota; también se ha implementado un método muy sencillo para obtener fotografías de teléfono móvil, tomas la foto y la mandas desde tu mismo celular o correo electrónico... mandas al sitio la información y sube la fotografía. Es mucho... el periodista que quiera dedicarse a esto debe estar imbuido en la tecnología o tener a personas que estén metidísimas en la tecnología, de otra manera no podríamos tener la inmediatez”.

Ciudad y Poder, a consideración de Luis Gabriel Osejo, es el primer medio de comunicación que trabaja con la transmisión de programas de radio televisados por internet, en el ámbito local, lo que a su parecer puede también definir una faceta de nuevo periodismo.

“Ahí nosotros somos puntales en Querétaro... si yo quisiera transmitir esta entrevista basta un teléfono... lo pongo y están transmitiendo en línea. Entonces, lo que hacemos es que cuando vamos a cubrir un evento, si nos atrae la información... nosotros podemos

estar transmitiendo en audio y video desde el lugar en noticias y es lo que nos ha ocurrido con conferencias y algún evento, un accidente, el reportero prende y comienza a pasar la nota en formato de video... y en tiempo real y ese es el nuevo periodismo”.

Respecto a los contenidos publicados en el medio digital, Luis Gabriel Osejo explicó que si bien en *Ciudad y Poder* predominan géneros informativos como la nota informativa o la columna, se debe a la formación académica de los reporteros y en este sentido, no le compete al empresario alentar a la generación de periodismo de investigación. Además, explicó que el uso mayoritario de la nota informativa se debe también a las condiciones laborales del reportero.

“Eso no nos compete a nosotros como empresarios del periodismo, le compete a las escuelas... por ejemplo, yo no soy periodista de carrera... tengo 25 años dedicándome al periodismo, pero a mí me parece que son las escuelas las que deben formar y dar las herramientas a los periodistas y esa es la crítica que hago con toda la buena intención, es que hoy las escuelas de periodismo están enseñando a sus alumnos con veinte años de retraso y que este retraso es más evidente en la provincia donde tenemos unos medios de comunicación supeditados al poder público... tu sabes que ningún medio de comunicación sobrevive sin la publicidad oficial y bueno... estamos muy supeditados, sobre todo en provincia. En el DF y en Monterrey y en Guadalajara están los grandes capitales de México y es otro periodismo... pero Querétaro sigue siendo un estado y una ciudad con un bajo nivel en el periodismo...”

“Yo con toda sinceridad te digo, yo me someto a lo que quiera la gente, a lo que pueda hacer la gente, pero yo no me puedo detener en hacer reportaje, que si se lo pido... pero hoy el periodismo en la provincia es así de declaración, rueda de prensa, no hay investigación porque al periodista se le explota mucho, uno de los profesionistas con título y cédula que menos gana si lo comparas es infinitamente superior el ingreso que tiene hasta un obrero calificado que un periodista titulado que estuvo cuatro años estudiando... los medios de comunicación hemos contribuido a eso, yo aquí no lo tengo, pero en los medios que yo he trabajado se contribuye a esta limitación periodística. Primero, el empresario quiere quedar bien con quien paga la publicada... ¿quién paga? Los gobiernos, los diputados... así que hay que hacer información a su medida para los

patrones o patrocinadores pero luego el propio medio obliga al reportero a cubrir cierta cantidad de notas...

“Por ejemplo, el que menos te pide son cuatro notas y los salarios van de 4 mil pesos, si bien dos mil o tres mil pesos... creo que el mejor gana, debe ganar en los seis o siete mil pesos y es porque ya tiene muchos años trabajando en esto, entonces los empresarios cuando obligan al reportero a cubrir cierto número de notas, los periodistas trabajan en desventaja y bueno en cualquier profesión si yo te pido que cubras una cuota grande, que exceda tus posibilidades y a tu tiempo pues me vas a dar un mal trabajo, esto no es cuestión única del periodismo, pero se nota más en estas circunstancias de que se les pide cierto número de notas y a dónde vamos a las fuentes, aquí está mal organizado en ese sentido el periodismo, pero no nos corresponde a nosotros como empresarios, me asumo como empresario, revertir esto, yo trato de hacerlo, yo no les pido notas, una cuota de notas... yo siempre les he dicho aunque me traigan una nota, pero que sea buena, además de que le den un enfoque distinto, el papel de las escuelas es revertir esto”.

El fundador y director de *Ciudad y Poder* halló en las redes sociales por internet aliados importantes para el desarrollo y éxito de un medio digital.

“Tenemos un internet deficiente pero nuestros programas se pueden ver, es decir no hay necesidad de más banda ancha para que nuestros programas se vean o se escuchen... cómo hacer para que nos oigan, yo le he apostado mucho a las redes sociales, yo creo que Ciudad y Poder le debe el éxito de los últimos años a las redes sociales, habló en particular de Facebook y para el 2010 de Twitter; son indispensables, por ejemplo tú tienes un programa y convocas a tus ciberescuchas a través de las redes sociales... se está generando la cultura del internet para también generar una comunidad... te digo, le he apostado mucho a las redes y logramos tener programas que rebasan los 120 ciberescuchas, pero tenemos conflicto con el concepto, pero yo te doy el micrófono pero tú te encargas de ampliar tu auditorio y significa también ventas para mí”.

Para Luis Gabriel Osejo, el periodismo digital en Querétaro se ubica en una etapa de evolución, desde la aparición de *Inqro* con esfuerzos de Mauricio Villalón; sin

embargo, el fundador de *Ciudad y Poder* ubicó en los periodos electorales la existencia de avances importantes en cuanto al desarrollo periodístico en la *web*.

“Mira yo creo que el gran esfuerzo lo inicia Mauricio Villalón con Inqro. Mauricio Villalón es el que le apuesta primero a hacer esta agencia, es la primera en Querétaro, yo lo reconozco a él como el pionero. A mí me tocó y a Ciudad y Poder le tocó evolucionar, si tú te metes a Ciudad y Poder es una página con mucho gráfico, mucho diseño y mucho movimiento... y te vas a otras páginas son muy limitadas en cuanto a su diseño... en este momento en qué se encuentra, yo creo que somos una bola de nieve, pero que a partir del 2010, perdón a partir del 2009 sobre todo con el tema político comenzó a tomar un nuevo impulso, yo veo que para el 2012 el boom de los medios digitales, el boom de los medios en internet, sobre todo por las campañas presidenciales y... este dominio de las redes sociales, es decir, nosotros comenzamos muy lento, comenzamos en un nivel...

“Por ejemplo, Ciudad y Poder tenía doscientas visitas hace tres años, cuatro años... doscientas visitas y hoy estamos hablando de mil personas que lo visitan al día, entonces cómo veo... yo creo que en sus primeros años, de 1997 con Inqro hasta el 2004... 2005 fue un largo penar pero a partir del 2006, de la elección del 2006, comenzó a tomar fuerza, se ha comenzado a consolidar a partir de 2009 pero en el 2012 va ser el boom... ahora la gran ventaja es que cualquiera puede tener un medio de comunicación... cuando yo soñaba en tener una estación de radio o televisión tenía que ponerme al nivel de Azcárraga o de Salinas Pliego... hoy cualquiera con un menor conocimiento de programas para el manejo de páginas de internet se puede dar el lujo de tener una estación y eso nos permite poder igualar la información...

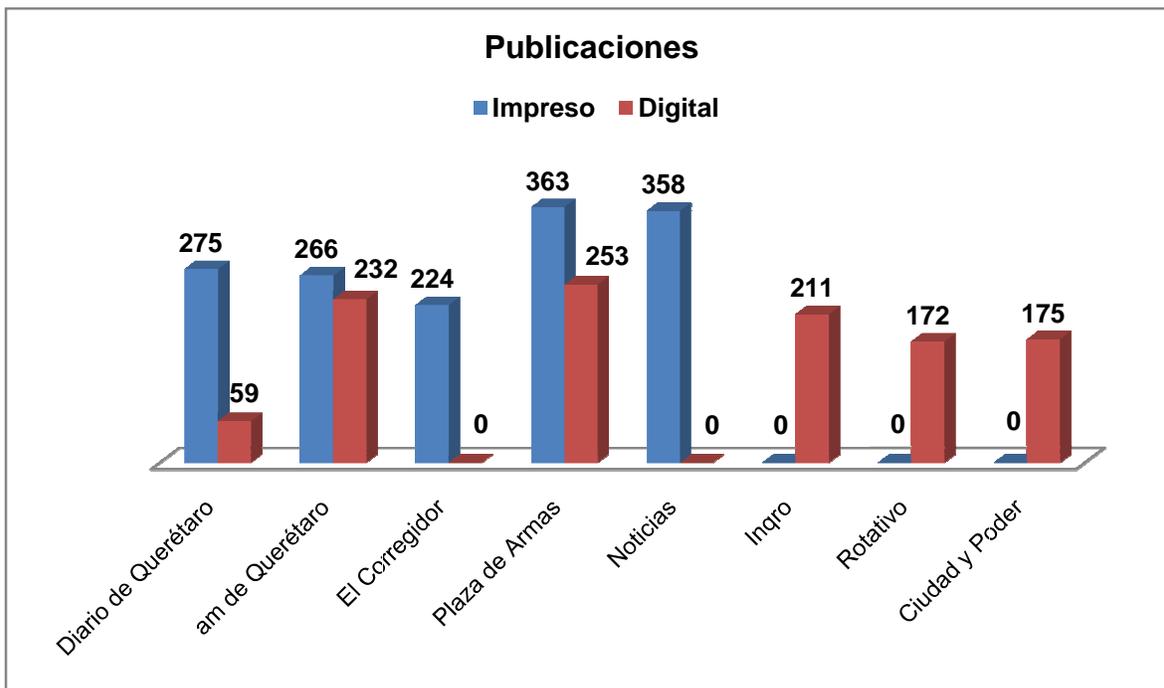
“Nuestra empresa es una que no debe tener en inversión más allá de un millón de pesos, sin embargo le damos guerra a empresas que tienen una inversión de cien millones de doscientos millones, eso estamos hablando de una igualdad informativa muy importante y eso creo que va a generar el boom”.

Capítulo 8. Contenidos y características del periodismo digital queretano (Resultados generales a partir del monitoreo).

A manera de resultados generales, se concluye que el medio impreso que más notas informativas u otros géneros periodísticos publica es *Plaza de Armas* con 363, seguido de *Noticias* con 358, *Diario de Querétaro* con 275, *am de Querétaro* con 266 y *El Corregidor* con 224; esto en relación a la producción de información de carácter local, en específico de temas políticos; es decir, se deja de lado aquellos contenidos relacionados con nota roja, deportes, sociales, espectáculos, cultura, etcétera.

En cuanto a los medios digitales, se encuentra que *Inqro* es el medio que produce más información en relación con *Rotativo* y *Ciudad y Poder*. En otras palabras, *Inqro* incluyó 211 publicaciones, seguidas de 172 y 175, de los otros medios.

Gráfica 25
Resultados generales, cantidad de publicaciones.



Por otra parte, los medios impresos con espacios en la *web* carecen de un común denominador en cuanto al promedio de contenidos publicados en internet respecto de su formato impreso. *Diario de Querétaro* publica el 21 por ciento de sus contenidos en su soporte digital, continúan *Plaza de Armas* y *am de Querétaro* con el 70 por ciento y el 87 por ciento respectivamente.

En otras palabras, *am de Querétaro* privilegia en mayor proporción su espacio en la *web* en comparación con los demás medios impresos, aunque es importante considerar que en el correr del monitoreo *El Corregidor* y *Plaza de Armas* tuvieron fallas técnicas con sus portales en internet.

Tabla 49
Resultados generales, contenidos publicados en internet.

Medio	Impreso	Digital	Porcentajes
Diario de Querétaro	275	59	21%
am de Querétaro	266	232	87%
El Corregidor	224	0	0%
Plaza de Armas	363	253	70%
Noticias	358	0	0%
Ingro	0	211	100%
Rotativo	0	172	100%
Ciudad y Poder	0	175	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los contenidos de los distintos medios de comunicación se encuentra que todos, tanto periódicos impresos como digitales, privilegian en sesenta por ciento o más sus contenidos con la nota informativa y en menor grado los demás géneros periodísticos.

Por ejemplo, el artículo de opinión sólo representa al 1% de los contenidos publicados por el periódico *Plaza de Armas* en su formato digital, mientras los demás medios informativos carecen de este tipo de género de opinión.

Tabla 50

Resultados generales, artículo de opinión.

Artículo de opinión		
Medio	Impreso	Digital
Diario de Querétaro	0%	0%
am de Querétaro	0%	0%
El Corregidor	0%	0%
Plaza de Armas	0%	1%
Noticias	0%	0%
Inqro	0%	0%
Rotativo	0%	0%
Ciudad y Poder	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

La caricatura llega a representar el 6% de la información de *Diario de Querétaro*, el porcentaje más alto en comparación con los demás medios impresos; *El Corregidor* con el 4%, seguido de *Plaza de Armas* y *Noticias* con el 3%, mientras *am de Querétaro* en su formato impreso y digital, así como en los demás espacios en la *web* no incluyen a este género periodístico en sus contenidos.

Tabla 51

Resultados generales, caricatura.

Caricatura		
Medio	Impreso	Digital
Diario de Querétaro	6%	0%
am de Querétaro	0%	0%
El Corregidor	4%	0%
Plaza de Armas	3%	0%
Noticias	3%	0%
Inqro	0%	0%
Rotativo	0%	0%
Ciudad y Poder	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

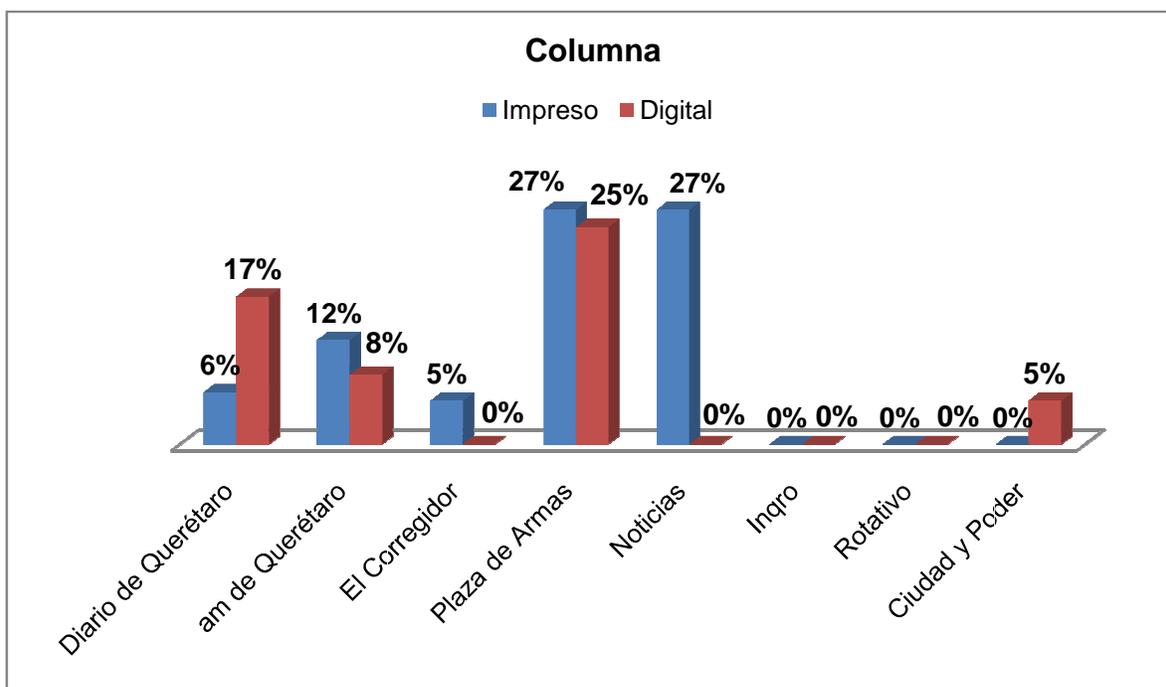
La columna resulta un género periodístico privilegiado en los distintos medios informativos. En *Plaza de Armas* y *Noticias* representa al 27 por ciento de los

contenidos, seguido de *am de Querétaro* con el 12 por ciento, *Diario de Querétaro* y *El Corregidor* con el 6% y 5%, respectivamente, en cuanto a sus formatos impresos.

En la *web* el medio que privilegia en mayor proporción a la columna es *Plaza de Armas* con el 25%, continúa *Diario de Querétaro* con 17 puntos, *am de Querétaro* y *Ciudad y Poder* con el 8% y 5%.

Es decir, el medio digital, surgido a partir de la *web*, que más espacio da a la columna es *Ciudad y Poder*, mientras *Rotativo* e *Inqro* carecen de este tipo de publicación en sus espacios.

Gráfica 26
Resultados generales, columna.



En *Noticias* la crónica en las secciones de información local sólo representa al 1%, en contraparte, los demás medios impresos y digitales no se ocupan de este género periodístico.

Tabla 52

Resultados generales, crónica.

Crónica		
Medio	Impreso	Digital
Diario de Querétaro	0%	0%
am de Querétaro	0%	0%
El Corregidor	0%	0%
Plaza de Armas	0%	0%
Noticias	1%	0%
Inqro	0%	0%
Rotativo	0%	0%
Ciudad y Poder	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

Por su parte, la editorial sólo se presenta en el 3% de los contenidos de *Noticias* y en el 1% en los contenidos de *Rotativo*, lo que significa que los demás medios dejan de lado la producción de este género de opinión.

Tabla 53

Resultados generales, editorial.

Editorial		
Medio	Impreso	Digital
Diario de Querétaro	0%	0%
am de Querétaro	0%	0%
El Corregidor	0%	0%
Plaza de Armas	0%	0%
Noticias	3%	0%
Inqro	0%	0%
Rotativo	0%	1%
Ciudad y Poder	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

Inqro supera a los medios digitales e impresos en cuanto a la generación de entrevistas con el 29 por ciento, continúa *Diario de Querétaro* en su formato digital e impreso con el 2% y 1%, respectivamente, seguido de *El Corregidor* (impreso) con el 1%. Los demás espacios informativos carecen de la publicación de entrevistas en las secciones relacionadas con contenidos de carácter local.

Tabla 54

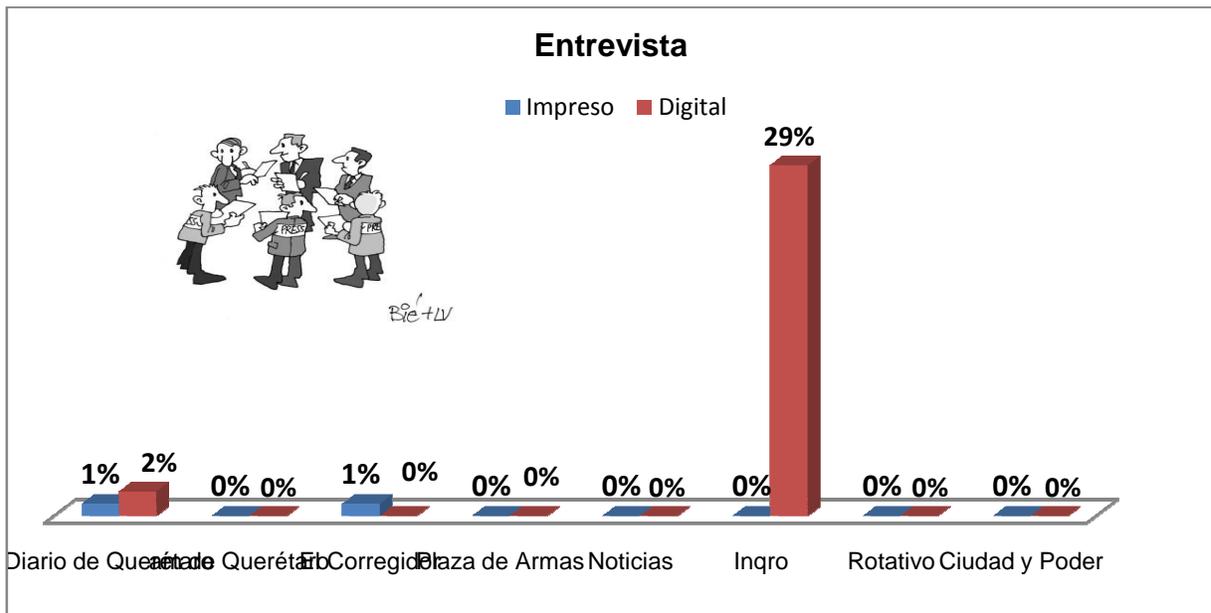
Resultados generales, entrevista.

Entrevista		
Medio	Impreso	Digital
	1%	2%
am de Querétaro	0%	0%
El Corregidor	1%	0%
Plaza de Armas	0%	0%
Noticias	0%	0%
Inqro	0%	29%
Rotativo	0%	0%
Ciudad y Poder	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

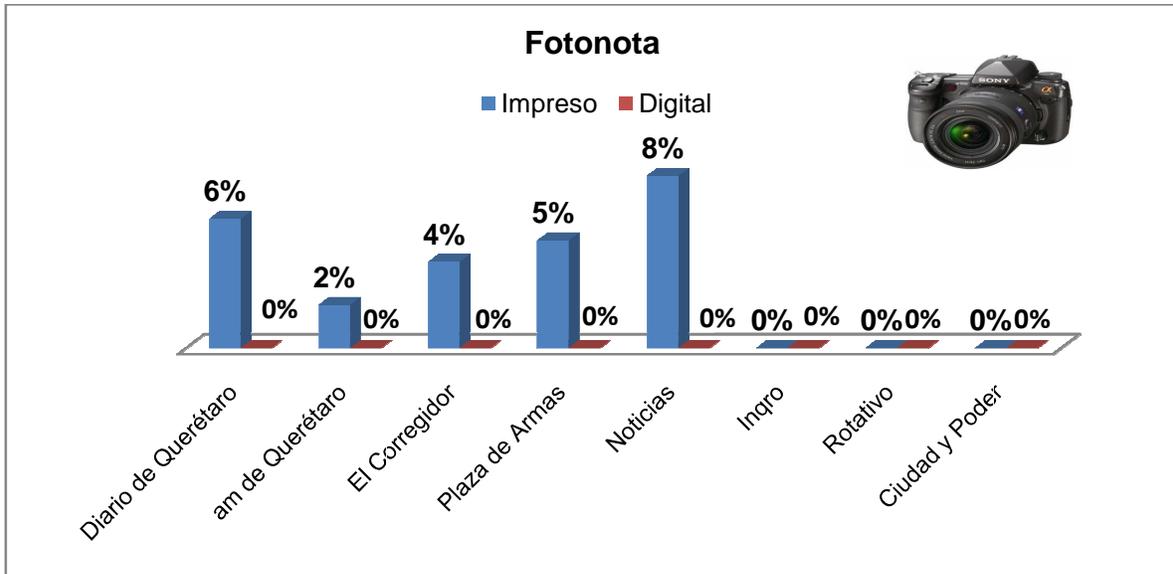
Gráfica 27

Resultados generales, entrevista.



La fotonota se encuentra privilegiada en los periódicos impresos: *Noticias* con el 8%, *Diario de Querétaro* con el 6%, seguido de *Plaza de Armas*, *El Corregidor* y *am de Querétaro* con 5%, 4% y 2%. Mientras en sus formatos digitales y en los medios en internet la fotonota aún no es explotada como género periodístico.

Gráfica 28
Resultados generales, fotonota.



El fotoreportaje representa sólo el 1% de los contenidos de *El Corregidor*, mientras en los demás medios de comunicación monitoreados, éste carece de publicaciones.

Tabla 55
Resultados generales, fotoreportaje.

Fotoreportaje		
Medio	Impreso	Digital
Diario de Querétaro	0%	0%
am de Querétaro	0%	0%
El Corregidor	1%	0%
Plaza de Armas	0%	0%
Noticias	0%	0%
Ingro	0%	0%
Rotativo	0%	0%
Ciudad y Poder	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

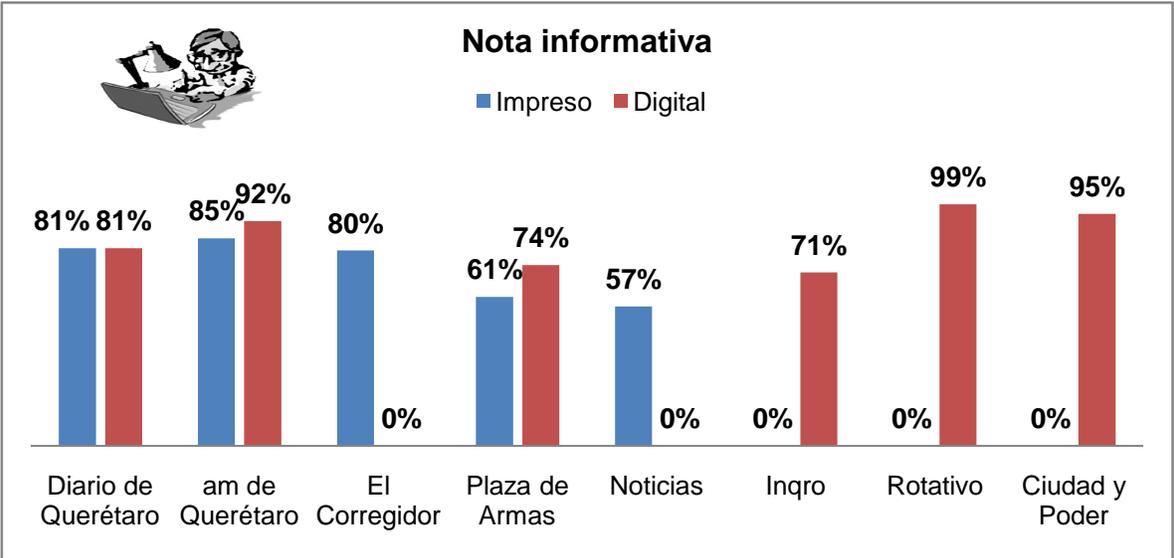
La nota informativa es el género periodístico por excelencia en los distintos medios de comunicación impresos y digitales. Generalmente, representa del 57% en adelante los contenidos de los distintos medios monitoreados.

Noticias es el periódico que menos explota la nota informativa con el 57%, así continúa *Plaza de Armas* con el 61%, seguido de *El Corregidor*, *Diario de Querétaro* y *am de Querétaro* con el 80%, 81% y 85%. Es decir los dos primeros, *Noticias* y *Plaza de Armas* son los medios que en sus formatos impresos ofrecen mayor variedad de los géneros periodísticos.

No obstante, en sus formatos digitales, *Plaza de Armas* privilegia la información con el 74%; en orden ascendente sigue *Diario de Querétaro* y *am de Querétaro* con el 81% y 92%.

En cuanto a los medios digitales, el 99 por ciento de los contenidos de *Rotativo* tienen que ver con la nota informativa, mientras el 95% y 71% representan las publicaciones de *Ciudad y Poder*, respectivamente. En otras palabras, el medio digital que más explota los distintos géneros periodísticos es *Inqro*.

Gráfica 29
Resultados generales, nota informativa.



Los géneros periodísticos de investigación son los menos explotados de los distintos medios de comunicación; tan sólo en *am de Querétaro* (impreso), *Plaza de Armas* (impreso y digital) y *Noticias*, el reportaje representa el 1% de los contenidos, mientras los demás medios no incluyen este género en sus publicaciones.

Tabla 56
Resultados generales, reportaje.

Reportaje		
Medio	Impreso	Digital
Diario de Querétaro	0%	0%
am de Querétaro	1%	0%
El Corregidor	0%	0%
Plaza de Armas	1%	1%
Noticias	1%	0%
Ingro	0%	0%
Rotativo	0%	0%
Ciudad y Poder	0%	0%

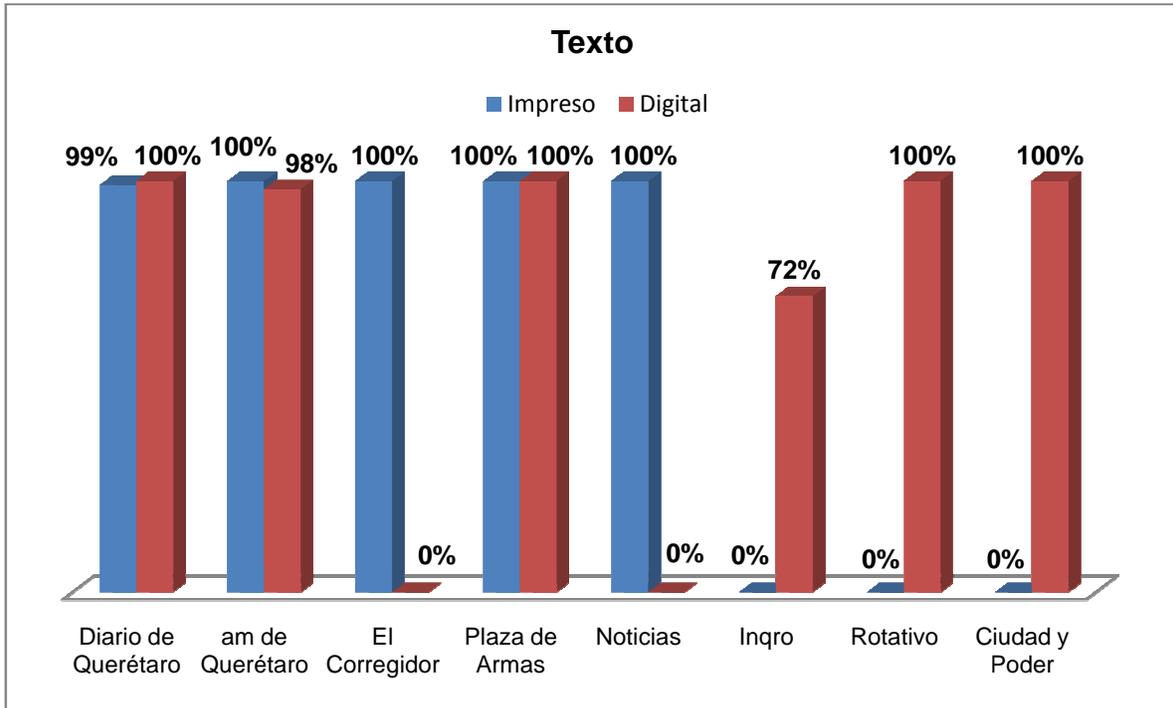
Fuente: Elaboración propia

Sobre los soportes utilizados, el uso del texto se encuentra presente en todos los medios por encima del 70 por ciento.

Ingro ofrece el 72 por ciento de sus contenidos con soporte en el texto, mientras que *Diario de Querétaro* (impreso) ofrece el 99% de su información con este soporte y el 98% de los contenidos de *am de Querétaro* (digital) tiene esta característica. Mientras que el resto de los medios en sus formatos *web* y en papel utilizan en el 100 por ciento de su información el texto.

Es decir, el medio que emplea además de la escritura otras herramientas multimedia es *Ingro* con el 72 por ciento, en comparación con *Rotativo* y *Ciudad y Poder* que en el total de sus contenidos utilizan el texto.

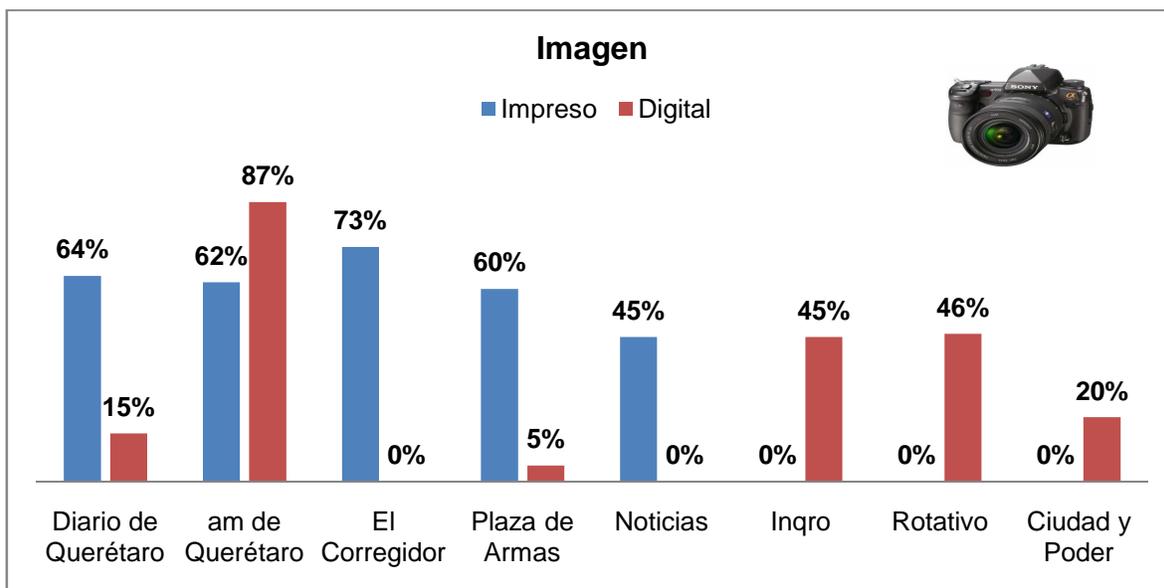
Gráfica 30
Resultados generales, texto.



El uso de la imagen, en específico de la fotografía, se presenta en mayor proporción en *El Corregidor* con el 73%, seguido de *Diario de Querétaro* (64%), *am de Querétaro* (62%), *Plaza de Armas* (60%) y en último lugar *Noticias* (45%). En otras palabras, éste último es el periódico impreso con menos elementos gráficos.

En cuando a los medios digitales, *am de Querétaro* incluye en el 87% de sus contenidos a la imagen, sigue *Rotativo* (46%), *Inqro* (45%), *Ciudad y Poder* (20%), *Diario de Querétaro* (15%) y *Plaza de Armas* (5%). Lo que significa que el medio de información digital que más emplea la imagen es *am de Querétaro*, caso contrario a *Plaza de Armas*.

Gráfica 31
Resultados generales, imagen.



Inqro es el único medio de información digital que ofrece a los lectores contenidos en audio; es decir, el 28 por ciento de los contenidos de este sitio *web* incluyen al audio como soporte. Mientras el resto de espacios en internet carecen del uso de esta herramienta multimedia.

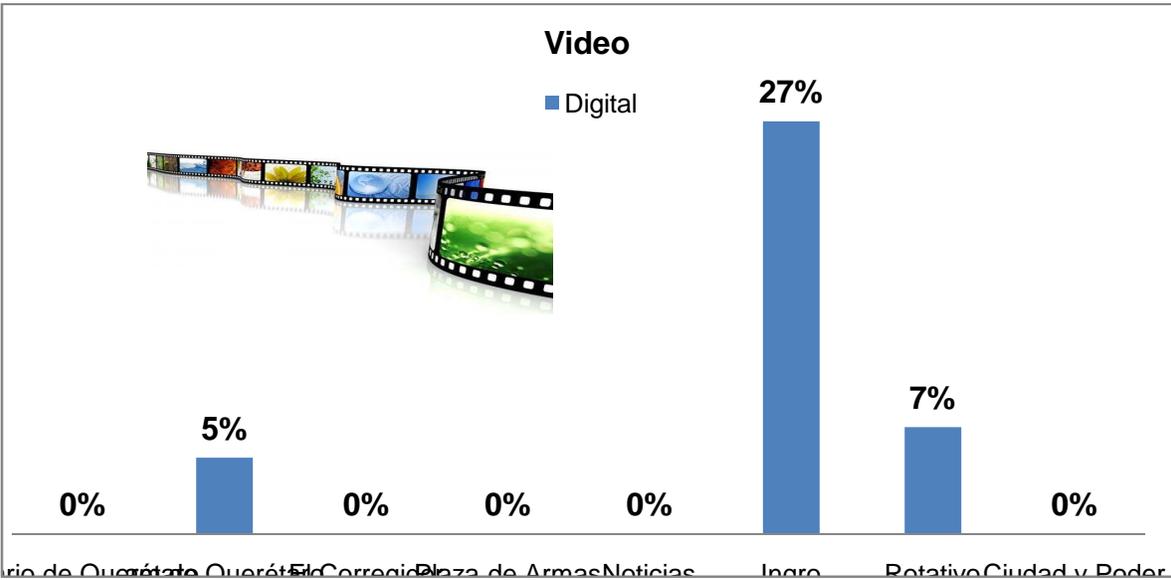
Tabla 57
Resultados generales, audio.

Audio	
Medio	Digital
Diario de Querétaro	0%
am de Querétaro	0%
El Corregidor	0%
Plaza de Armas	0%
Noticias	0%
Inqro	28%
Rotativo	0%
Ciudad y Poder	0%

Fuente: Elaboración propia

El 27% de la información que publica *Inqro* tiene soporte en video; continúa *Rotativo* con el 7% y *am de Querétaro* con el 5%. Lo que significa que éste último es el único medio de información con soporte en papel y en internet que utiliza el video. Por su parte, *Inqro* es el medio digital que emplea en más de la cuarta parte de sus publicaciones dicha herramienta, tan sólo con veinte puntos menos se encuentra *Rotativo*.

Gráfica 32
Resultados generales, video.



Capítulo 9. Distintas vertientes y aplicaciones del periodismo digital queretano (Resultados generales a partir de las entrevistas a reporteros).

De las entrevistas a reporteros se detectaron que comparten preocupaciones, opiniones semejantes o puntos de vista al respecto de un tema con disparidades que también permiten un acercamiento al periodismo digital queretano: la inmediatez de la información, el tratamiento de los contenidos, la superficialidad de las publicaciones, las diferencias entre lo impreso y lo digital, la manera en cómo internet ha modificado las rutinas de generación de información para los contenidos de los medios impresos, son algunas de las temáticas a debate en las salas de redacción.

9.1 La inmediatez de la información sin fronteras.

Con las entrevistas a los distintos profesionales de la información se pudo obtener un panorama sobre el desarrollo y aplicación del periodismo digital en Querétaro, de acuerdo a sus perspectivas, opiniones y experiencias.

A la pregunta ¿qué es el periodismo digital? los entrevistados distinguen esta actividad informativa por su inmediatez e identifican la necesidad de que los medios impresos complementen sus contenidos en su edición en papel con los publicados en internet lo que no implica la modificación de las bases periodísticas como el código de ética, sino solamente pensar en otro lenguaje que permite el uso de herramientas multimedia así como la explotación de las redes sociales como vía de difusión y comunicación.

“El periodismo digital sigue los mismos principios de calidad que sigue, digamos, el periodismo tradicional, pero con la gran diferencia de que se apoya en la tecnología y se apoya en los nuevos medios de comunicación como portales, redes sociales, Facebook, Twitter... para comunicar para hacer de una manera eficiente que llegue un mensaje; es llevar las normas, el código de ética, los manuales de estilo de un medio de comunicación

a trabajar para un medio que ya existe en el ciberespacio” (Daniel Martínez, reportero am de Querétaro, 2011).

“El periodismo digital es una herramienta versátil, oportuna que lo mismo utiliza internet como vía de comunicación o en su caso a las redes sociales, debe ser inmediato y cercano a publicar información en tiempo real” (Yoheme Pomares, reportero de El Corregidor, 2011).

Aunque, para Teresa Moreno, jefa de información del periódico *Plaza de Armas*, el periodismo digital no se ejerce como tal en Querétaro ni se emplean -a su máxima capacidad- las herramientas multimedia y las virtudes de internet.

“No es exactamente lo que se está aplicando, el periodismo digital es una herramienta multimedia, no se trata de subir notas a internet; el periodismo digital debe incluir, además del uso de todas las herramientas digitales, video, presentaciones, un material diferente que aporte y le dé un plus, que además tiene que cumplir con todos los elementos de un texto trabajado de manera periodística, ahí está el reto” (Teresa Moreno, jefa de información de Plaza de Armas, 2011).

Además del carácter de inmediato, el periodismo digital también goza de la eliminación de fronteras y de representar un avance en cuanto a la libertad de expresión.

“El periodismo es la actividad que hacemos para darle a conocer a las personas hechos de la vida cotidiana que son de interés para la gente en general... entonces, ya agregándole lo digital es como tener el periodismo pero darlo a conocer a través de un medio que puede llegar al mundo” (Guadalupe Arcos, reportera de Rotativo, 2011).

“Respeto a la libertad de expresión, el periodismo digital es un paso gigante; las redes sociales que les llaman es Facebook y el Twitter y otras, no sé cuántas haya, te facilitan el poder comunicar en mensajes breves, te permiten esa facilidad y el mismo uso de la internet” (Luis Montes de Oca, jefe de información de Noticias, 2011).

9.2 Secuestro de Diego Fernández de Cevallos, nota para la medida en el periodismo digital.

Sin embargo, la característica que, según los entrevistados, distingue a la actividad periodística en internet –la inmediatez- es a la vez el principal riesgo para la profesión ya que puede resultar en falsos contenidos, así como poco tiempo para el análisis y la reflexión.

“Es un periodismo muy riesgoso por la manera en cómo se está manejando la información, en cuestión de un minuto ya es una nota demasiado vieja para las agencias nacionales e internacionales, para los medios electrónicos. Y los espacios que se dan para su lectura son de treinta, cuarenta segundo o menos y no hay tiempo para hacer análisis de tal forma que la información se entrega de una manera rápida sólo con la intención de llegar a la inmediatez, pero se pierde el sentido de la información y es muy riesgoso con la velocidad de una nota” (Luis Montes de Oca, jefe de información de Noticias, 2011).

A los riesgos por la inmediatez de la información, Luis Gabriel Osejo agregó que a pesar de que internet es un medio de comunicación, existe en éste lagunas legales y éticas que existen en internet y que dañan a la profesión periodística y para los reporteros de medios impresos resulta como un falso espacio para la información.

“Como internet es muy confuso, hay una laguna, inclusive, legal, si te enfocas al periodismo hay hasta una laguna ética, de valores... yo creo que los tradicionalistas del periodismo no reconocen como periodismo el que uno hace en internet...ellos son muy cuadrados, en este sentido; entonces, yo no me atrevería a decir que es el periodismo como de antaño, es muy nuevo... no sabes cómo usarlo bien... cómo experimentar sin equivocarse... es con todas las letras medio de comunicación, donde no se tienen reglas ni los formalismos del periodismo tradicional” (Luis Gabriel Osejo, director y fundador de Ciudad y Poder, 2011).

Sobre los riesgos en los que puede recaer el periodismo digital frente a la inmediatez, el ejemplo más citado por los reporteros entrevistados fue el secuestro de Diego Fernández de Cevallos: el manejo de la información, a veces errónea y la manera en cómo los medios en internet modificaron la actividad de los periódicos impresos. Esto como una verbigracia más de la forma en que la web también ha influenciado las prácticas periodísticas de espacios impresos.

Héctor Ayala también sugirió que *“el periodismo digital a veces se usa para rumorar, especular y para dar notas sin sustento”*, riesgo que puede evitarse con medida y prudencia.

“En el caso del periodismo digital hay que tener mucha medida en casos especiales; cuando el secuestro de Diego Fernández de Cevallos; aquí en Querétaro, dos medios digitales subieron a sus portales ‘Aparece cuerpo de Diego’ y al rato lo tuvieron que bajar con la pena... entonces hay que tener mucha prudencia... y a veces no conviene ganar la nota si después te vas a disculpar” (Mauricio Villalón, fundador y director de *Inqro*, 2011).

“Nosotros (los medios digitales) podemos tener de inmediato la información, cinco minutos, dos minutos, tres minutos después de que el hecho ocurre. Te pongo ejemplo un ejemplo con la liberación del exsenador panista y candidato presidencial, Diego Fernández de Cevallos. Recuerdo que se da el rumor de su liberación por las redes sociales a la siete de la mañana, y es cuando por ahí de las 9 o 10 de la mañana, entra López Dóriga con Mario Beteta... da la noticia de que se comunicó con él... y a partir de ahí, que los que manejamos medios de internet, nos enteramos y traíamos la liberación de Diego, traíamos un cúmulo de información que de esta nota se genera... cómo es que vamos súper adelantados respecto de los medios impresos, es que ellos salen con la noticia ‘Liberan a Diego’, a casi veinticuatro horas después cuando ya lo habías publicado... entonces salen con una gran desventaja” (Luis Gabriel Osejo, director y fundador de *Ciudad y Poder*, 2011).

*“Yo defino al periodismo digital como algo que se adelantó al periodismo impreso, al periodismo tradicional, y al cual el periodismo tradicional tiene que adaptarse. Por ejemplo, ‘Libre Diego Fernández de Cevallos’; internet ganó la nota, al día siguiente los periódicos no salieron diciendo ‘Fue liberado Diego’ sino con alguna reacción... ahorita el periodismo digital es informar qué es lo que está pasando en ese momento y el periodismo impreso es ya darte una reacción de eso que pasó” (Mauricio Villalón, fundador y director de *Inqro*, 2011).*

Internet no sólo facilita la velocidad de la publicación de información sino que también provoca la modificación de las prácticas del periodismo impreso en cuanto a sus contenidos.

*“Para empezar qué sales a gritar al otro día... con qué vas a abrir si ya lo dijeron todas las estaciones de radio... lo dijeron en el noticiero de las dos de la tarde, en los noticieros de las tres de la tarde, en los noticieros de la siete de la noche, en los noticieros de las diez de la noche... para los desvelados en los programas de noticias nocturnos, ya se dijo todo el día la noticia más importante, con qué vas a salir al otro día... ya está puesto en internet... ya te lo desglosaron, ya pusieron opiniones de mil gentes” (Luis Montes de Oca, jefe de información de *Noticias*, 2011).*

9.3 La complementación de lo digital y lo impreso.

En esta modificación del ejercicio y los contenidos periodísticos que conlleva internet en los medios de comunicación impresos, los reporteros entrevistados destacan diferencias entre el periodismo en internet y el de papel que permiten encontrar ‘visiones integradas’, es decir, puntos de vista a favor de la actividad informativa digital y que por el contrario, no consideran a ésta una amenaza sino una complementación a las ediciones de los periódicos impresos.

“Son complementarios (el periodismo digital e impreso) y yo veo más al periodismo digital como una oportunidad más que como una amenaza, en realidad... yo no creo que el

periodismo digital haga que los periódicos impresos ya no existan; no comparto esa idea... tampoco creo que el periodismo digital se coma a los periódicos impresos, más bien simplemente un periodismo con más herramientas sin límites; los límites que tienes en lo impreso como el espacio, el tiempo o la geografía se borran con el ciberespacio y esto es una gran oportunidad” (Daniel Martínez Sahagún, reportero de am de Querétaro, 2011).

El periodismo digital y el impreso son complementarios, de acuerdo a sus características y a los contenidos que pueden ofrecer a sus lectores.

“Que como medio impreso tengas una página de internet es importante, así que si tienes el impreso, la página de internet debe ser un plus y que no sea únicamente el periódico en internet, me parece que eso es lo más importante y la manera en la que afronta una empresa ese reto es la forma en cómo se diseña su página en internet y su contenido” (Teresa Moreno, jefa de información de Plaza de Armas, 2011).

Para Luis Gabriel Osejo, las dos formas de ejercer el periodismo *“no tienen por qué ser una amenaza”, aunque planteó que en Querétaro “los periodistas tradicionales o los empresarios del periodismo tradicional no comprenden que el internet es un aliado... y no podrán dar un paso que ya tímidamente ha dado el Diario de Querétaro, digo tímidamente porque les falta mucho... ellos anteponen su versión impresa a la de internet”*.

9.4 1991: comienzos de la prensa digital en Querétaro.

Con los relatos de cada uno de los reporteros entrevistados puede esbozarse el borrador sobre la historia de la prensa digital en Querétaro y observar un panorama de experimentación que ha permitido legitimar la actividad periodística en la web, desde el ámbito nacional –a través de una descripción general- hasta el territorio local con las experiencias de quienes iniciaron dichos proyectos.

De acuerdo a su experiencia en la profesión, Héctor Ayala recordó los comienzos de la prensa digital a nivel nacional; desde los *blogs*, las primeras páginas estáticas de los periódicos e incluso aquellas que ya utilizan la transmisión de televisión en vivo.

“En el 2001 (...) los medios por internet eran precarios (...) muy estáticos en sus contenidos y sólo se publicaban las notas del ejemplar impreso (...) pero, ahora es tal la información que a los quince, veinte minutos puedes ver la nota en internet, dependiendo también la importancia del tiempo y cuánto tiempo tienes para dar la primicia en el medio de comunicación (...) de manera que ahora los espacios informativos en internet son mucho más dinámicos y ahora te encuentras en ellos video, audio...” (Héctor Ayala, jefe de información de *Diario de Querétaro*, 2011).

De acuerdo a Héctor Ayala, la evolución común en todos los sitios informativos en internet pasa por el siguiente proceso: primero, las páginas estáticas y el periodismo *on-line*, cuyos contenidos se asemejan a su formato en papel; segundo: la publicación de notas informativas a lo largo del día, además de los contenidos del impreso; tercero, el uso de herramientas multimedia para generar información al minuto.

A nivel estatal, en Querétaro el primer paso que apostó por el periodismo en los soportes informáticos se da en Querétaro durante la década de los 90's cuando en 1991, Mauricio Villalón Renaud fundó la empresa *Digital Ask SA de CV*, cuyos objetivos eran la presentación de información con el auxilio de herramientas tecnológicas. Más tarde, el reportero y contador público, creó la revista *SoftMagazine*, en la que se incluía en un disco duro artículos y fotos para continuar con el proyecto semanal *isq.com.mx*, que tuvo alianzas con otros espacios informativos hasta que en 1998 se crea *Inqro* como tal.

“En Septiembre de 1998 se compró el dominio www.inqro.com (...) porque representa a la i de internet, n de noticias y qro de Querétaro (...) más tarde, por razones económicas, adquirimos inqro.com.mx (...) el proyecto nació poco a poco y primero se presentaban las

noticias al día siguiente, ya posteriormente comenzamos a trabajar de manera tal que subiéramos en el mismo día las cosas que habían pasado” (Mauricio Villalón, director y fundador de Inqro, 2011).

Para Luis Gabriel Osejo, *Inqro* es el primer paso de periodismo digital en el estado y a partir de este medio la pauta para el comienzo de medios de comunicación en internet, en el caso de *Ciudad y Poder* inició en 2003 con el nombre de *Querétaro Semanal* y fue dos años más tarde, en 2005 cuando se convirtió en el medio digital que es en la actualidad. Aunque el periodista enmarcó una alianza firme entre el desarrollo de la profesión periodística digital con periodos electorales:

“El esfuerzo lo inicia Mauricio Villalón con Inqro (...) yo lo reconozco a él como el pionero. A mí me tocó y a Ciudad y Poder le tocó evolucionar, si tú te metes a Ciudad y Poder es una página con mucho gráfico, mucho diseño y mucho movimiento... y te vas a otras páginas son muy limitadas en cuanto a su diseño... yo creo que somos (los medios digitales) una bola de nieve, pero que...

“... a partir del 2009, sobre todo con el tema político, comenzó a tomar un nuevo impulso, yo veo que para el 2012 el boom de los medios digitales, el boom de los medios en internet, sobre todo por las campañas presidenciales”, (Luis Gabriel Osejo, director y fundador de Ciudad y Poder, 2011).

Según Daniel Martínez Sahagún, el periodismo digital queretano se ha desarrollado en los últimos años a manera de Darwinismo e *Inqro* es ejemplo del comienzo de la profesión periodística en la *web*, en cuanto al ámbito local.

“Ya se ha tenido un desarrollo en el periodismo digital. Inqro inició como una página sin interacción, subían una nota, una foto... pero han ido evolucionando. Inqro creo que es un ejemplo grande y de cómo es el Darwinismo en el ciberpesacio; te adaptas, evolucionas o te quedas fuera; creo que ya nadie leemos páginas estáticas de esas de hace cinco años que traen toda la plana de texto, que no traen diseño, que no traen infografía ni foto ni video ni audio” (Daniel Martínez, reportero de am de Querétaro, 2011).

9.5 Hacia el periodismo digital.

Para Querétaro, puede establecerse la siguiente línea del tiempo que busca representar cómo se desarrollaron los distintos proyectos informativos en internet desde los 90's con las iniciativas de Mauricio Villalón.

Tabla 58

Línea del tiempo.

Fecha	Acontecimiento
1990's	Convergencia de medios impresos nacionales a internet. Mauricio Villalón Renaud funda la compañía Ask SA de CV. Su objetivo es la difusión en disquete de información comercial.
1991	Mauricio Villalón funda la revista SoftMagazine, cuyo objetivo es la difusión de artículos y fotos en disco. En este lapso de tiempo también crea el semanario digital isq.com.mx
1992-1997	Mauricio Villalón adquiere el dominio www.inqro.com en el que presenta notas informativas un día después que el hecho ocurriera hasta generar la información al instante.
1998	Mauricio Villalón adquiere el dominio www.inqro.com en el que presenta notas informativas un día después que el hecho ocurriera hasta generar la información al instante.
2000 -2002	Diario de Querétaro comienza a publicar sus contenidos en internet.
2003	Luis Gabriel Osejo crea en internet 'Querétaro semanal'.
2005	Ciudad y Poder se crea en internet, por iniciativa de Luis Gabriel Osejo.
2006	Rotativo comienza sus actividades como medio digital, por iniciativa de Martín García Chavero.
2009	Mauricio Villalón adquiere el dominio www.inqro.com.mx
2010	Plaza de Armas surge en internet el 21 de enero de 2010.
	Julio- agosto de 2010, am de Querétaro inicia sus actividades en internet.

Fuente: Elaboración propia

A la par que a nivel nacional, los periódicos comienzan a fundar sus sitios digitales; en la entidad, Mauricio Villalón Renaud experimenta con distintas empresas informativas (de contenidos comerciales y periodísticos) con soportes

en herramientas informáticas hasta lograr emplear distintas herramientas multimedia como el texto, la imagen, el audio y el video.

Al mismo tiempo, surgen otras empresas informativas a partir de internet: *Rotativo* y *Ciudad y Poder*, así como los formatos digitales de los periódicos *Diario de Querétaro*, *El Corregidor*, *Plaza de Armas* y *am de Querétaro*.

9.6 El periodismo de la experimentación.

Los profesionales de la información entrevistados para este estudio relataron que el periodismo digital se encuentra en una fase de desarrollo y que a pesar de los distintos proyectos que existen al respecto, aún la *web* contiene potenciales que aún no han sido explotados.

Para Héctor Ayala, la profesión periodística llevada a lo digital apenas está desarrollándose: *“Va empezando... creo que los medios digitales que existen en Querétaro son pocos... a penas se están echando mano para poderse hacerse fuerte en este campo, en el medio digital, es decir creo que todavía le falta mucho a Querétaro”*.

Para Daniel Martínez Sahagún, los medios digitales en Querétaro enfrentarán una evolución en los próximos años cuando los profesionales de la información opten por la especialización para emplear las herramientas multimedia y las virtudes de internet.

*“Pero creo que estamos en la fase de la experimentación, del empirismo... pues lo que hago en lo escrito, también lo hago en lo digital. Falta realmente la especialización, en el *am* faltaría decir... va haber tres periodistas dedicados a la página web y los otros ocho para la edición impresa y con el tiempo se va a revertir esa proporción... pero este es como el tiempo de los ejercicios, de ver qué funciona qué no, si capta la gente”* (Daniel Martínez, reportero de *am de Querétaro*, 2011).

“Como es algo relativamente nuevo, por decirlo de alguna forma, no se han explotado en Querétaro todas las posibilidades que ofrece internet. Entonces requiere de una infraestructura totalmente diferente porque no todos los contenidos del espacio web deben ser iguales al del impreso. Hacer una página... requiere de sus propios editores, diseño, reporteros... (ya) ha habido muchos esfuerzos (pero) es un periodismo que va llegando a Querétaro. En Plaza de Armas hacemos el esfuerzo... faltan muchas cosas pero es una prueba-error para ver qué está funcionando y qué no”. ” (Teresa Moreno, jefa de información de Plaza de Armas, 2011).

9.7 Las redes sociales, altavoces en internet.

A los principios de desarrollo, que los periodistas determinaron para la profesión digital, se sumó la búsqueda constante de la legitimación de los espacios en internet como medios de comunicación, además del uso de las redes sociales (como *Facebook* y *Twitter*) para este objetivo.

“Cómo hacer para que nos oigan, yo le he apostado mucho a las redes sociales... Ciudad y Poder le debe el éxito de los últimos años a las redes sociales, habló en particular de Facebook y para el 2010 de Twitter, son indispensables, por ejemplo tienes un programa y convocas a tus ciberescuchas a través de las redes sociales” (Luis Gabriel Osejo, director y fundador de Ciudad y Poder, 2011).

Además, las redes sociales también permiten la interacción con los lectores, su participación y toma de decisiones en cuanto a los contenidos que se publicarán en *Plaza de Armas*.

“Todos los editores deben tener una cuenta de Facebook y de Twitter... un ejemplo de cómo nos sirven las redes sociales, por ejemplo Ráfagas, que es deportes, regala boletos a través de Facebook, anuncia primicias, hace promociones. En la Rosa, ahora que fue el 14 de febrero, hicimos un especial de historias de amor, entonces se convocó a los lectores a través de Facebook para que nos compartieran sus historias; se ‘posteó’ la

convocatoria... (Además) publicamos el 'Twit' del día en la parte superior de la primera plana", (Teresa Moreno, jefa de información de *Plaza de Armas*, 2011).

9.8 Ejercicio sin capacitación.

Por otra parte, fue notorio el reclamo de los reporteros que volcaron la profesión a la *web* por la nula capacitación que recibieron, por parte de las empresas, para comenzar a generar información dirigida a lectores digitales, así como el mismo salario por la ejecución de más actividades en horarios de trabajo.

"(En los medios de comunicación) no te capacitan para ejercer el periodismo digital (...) por otro lado, no hay un incentivo económico si se entiende que se está trabajando para dos medios, tanto el impreso como el digital", (Daniel Martínez Sahagún, reportero de *am de Querétaro*, 2011).

Para Guadalupe Arcos es común que los reporteros de medios impresos se enfrenten a internet sin un conocimiento o capacitación previa por parte de las mismas empresas de comunicación.

"No (recibí capacitación para comenzar a trabajar en Rotativo) yo me las ingenié como pude. Me dijeron... sabes qué... ya empiezas a trabajar. De hecho cuando yo inicié el dueño sólo me pidió que le enviara algunas notas, él las revisó y le pareció bien mi trabajo. Sólo me hizo algunas observaciones en la redacción para que fueran más concisas pero nada de capacitación", (Guadalupe Arcos, reportera de *Rotativo*, 2011).

"Ahora, los reporteros deben estar capacitados para trabajar con herramientas multimedia y con internet... pero el problema es que en los medios no te dan esa capacitación... y tampoco te dicen que el lenguaje de internet es diferente, debe ser claro, conciso, diferente del impreso". (Teresa Moreno, jefa de información de *Plaza de Armas*, 2011).

Ante este panorama, para los reporteros entrevistados, las nuevas generaciones de periodistas deberán contar con el conocimiento para el uso de herramientas multimedia que les permita emplear el audio, el video, el texto y la imagen en la web, así como estar inmersos en la tecnología para convivir, a diario, con las virtudes de internet.

“El periodismo digital es trabajar al momento, nada más que no se puede porque tendríamos que ser un superdotado, lo que sí podemos hacer es tener un reportero multitasking que te grabe audio, que te tome foto y que grabe video al mismo tiempo” (Mauricio Villalón, director y fundador de *Inqro*, 2011).

9.9. La superficialidad de la información.

La condición de inmediatez de la información en el periodismo digital, según los entrevistados, es proporcional a lo superficial de la información, debido a la velocidad en la que debe publicarse una nota informativa en los distintos sitios digitales de comunicación.

Daniel Martínez Sahagún distingue la información de *am de Querétaro* impreso y digital, de acuerdo a los datos que conforman la publicación que, a su parecer, peca de superficial pero que a la vez le permite la publicación de contenidos en internet:

“Si (la información para el soporte digital es más superficial que la impresa)... es una primera vista... es un primer flashazo... es lo primero que sucedió pero como que no ha habido tiempo para mesurar, para poder dejar que las aguas se calmen y ya poder decir qué es lo que sucedió realmente y para que a la gente le ofrezcas un análisis más prudente, más a la distancia”, (Daniel Martínez Sahagún, reportero de *am de Querétaro*, 2011).

Esta superficialidad que Daniel Martínez Sahagún observa es semejante a las ‘capsulas informativas’ que describe Luis Montes de Oca como atenuante del periodismo digital, la actividad que permite que la gente se informe en medio del ajetreo de la vida diaria.

“Hay gente que cuando sale de casa, ya leyó las cabezas de los periódicos, por lo menos, ya sabe cuál es la nota principal... sales a las siete, ocho de la mañana y haces cuarenta minutos al trabajo... y te vienes enterando de a poquito y prendes tu computadora y te sigues enterando... los celulares también te mantienen al tanto, te mandan la información pero todo es de poquito, son cápsulas y la información pública también se va encapsulando porque todo es en base a esas pequeñas capsulitas y no en base a un análisis profundo”, (Luis Montes de Oca, jefe de información de Noticias, 2011).

Capítulo 10. El desarrollo del periodismo digital supeditado a intereses de cada empresa informativa.

Al parecer, si bien ya se han comenzado los primeros pasos de la prensa digital en Querétaro, cada uno de los medios de comunicación lo ha hecho a su manera y de acuerdo a objetivos particulares; desde aquellos con fines periodísticos y destinados a la generación de información hasta los que consideran a los contenidos noticiosos como mercancía.

10.1 El periodismo común de la OEM.

El ejercicio periodístico digital de *Diario de Querétaro* se distingue por la publicación de contenidos de primera plana del impreso, así como las notas principales de las secciones “Policía”, “Deportes local” y “Sociedad”, los demás apartados del medio pueden contener también información de carácter local pero su actualización no es constante.

Sin embargo, las publicaciones corresponden a contenidos del formato impreso de *Diario de Querétaro*, dicha rutina se debe, como explicó Héctor Ayala, a que el medio de comunicación forma parte de la Organización Editorial Mexicana (OEM), de tal forma que el avance en el ejercicio periodístico digital es igual al de los medios de la OEM.

“Vamos iniciando en este tipo de medio (digital) no porque nosotros no queramos tenerlo sino porque nosotros nos regimos a través de una organización, la Organización Editorial Mexicana; todos los periódicos de OEM tienen una misma política, una misma visión y misión, entonces sobre eso todos debemos seguir la misma línea. Hasta hace poco... empezamos a actualizar la página, igual a nivel nacional, y que todos los periódicos envíen, vía correo electrónico, hacia el Sol de México que es el que crea la página de internet de la OEM, mandamos la información que se va generando en el día, entonces ya crearon un espacio dentro del portal; ‘Al minuto’ de la información...”

“... entonces *Diario de Querétaro* si estaba como un poco rezagado en ese sentido, pero ya se busca darle impulso a la información y bueno la gente ya puede checar que ya hay información actualizada de lo que va surgiendo a lo largo del día en la página de OEM, la de *Diario* como tal aún no. Para *Diario de Querétaro* se publica como tal la portada en internet y las noticias más importantes dentro de la portada, de ahí te puede dar la liga a la página de OEM donde puedes verificar la noticia donde puedes ver las noticias más importantes de Querétaro porque bueno es como el cúmulo de todos los periódicos” (Héctor Ayala, jefe de información de *Diario de Querétaro*, 2011).

En otras palabras, *Diario de Querétaro* aún no apuesta por la información al instante y por generar información específica para su página de internet.

10.2 La apuesta por la generación de información, *am de Querétaro*.

De acuerdo a Daniel Martínez, la página digital de *am de Querétaro* se diferencia por publicar notas informativas durante el transcurso del día y por difundir parte de los contenidos de su formato impreso que incluye a los suplementos, este trabajo resulta de las siguientes rutinas.

El reportero, que se encuentra frente a un hecho, toma una fotografía a través del *Iphone*, y mediante una aplicación otorgan un título, sumario y texto, no mayor a un párrafo que acompañe a la nota informativa y se publica directamente en la página de internet de *am de Querétaro*. En este proceso la plantilla de reporteros es la misma para los dos formatos del medio de comunicación, a diferencia de dos coeditoras del portal en internet que supervisan las publicaciones del periódico en la *web*.

Dichos avances informativos que se generan, durante el día, son el principio de las notas u otros géneros periodísticos que se publicarán al día siguiente en la edición impresa de *am de Querétaro*.

“Las notas que mando, a través de la aplicación, son como la semilla de mi nota, a profundidad para el día siguiente. Entonces, prácticamente cada nota que mandé a la página se va a convertir en una nota en la edición impresa; en una nota a profundidad con otros detalles, con contexto, con más cifras, con otras versiones, pero en la edición impresa” (Daniel Martínez Sahagún, reportero de *am de Querétaro*, 2011).

10.3 El paralelismo de la información, *El Corregidor*.

El Corregidor, a pesar de los descuidos a su espacio web por algunos lapsos de tiempo, ofrece a los lectores los mismos contenidos en su formato impreso; en otras palabras no genera información específica para su sitio en internet:

*“En general se publica en internet la información del impreso, no funge como una agencia de noticias que esté compitiendo todo el día... pero en el caso de *El Corregidor* y otros portales lo que hacen es tener la información igual a la del impreso ya en la tarde y a veces la tienen hasta el día siguiente, mientras los otros medios son un poquito más movidos pero se dedican a eso principalmente... a diferencia de los (espacios en internet) de otros periódicos, no todos, que la información se queda ahí... que es como el no afectar mi venta de periódicos... o sea si lo saco antes, la gente la puede ver así que o la saco más tarde o al día siguiente”* (Yoheme Pomares, reportero de *El Corregidor*, 2011).

10.4 El periodismo digital una vía para el posicionamiento, *Plaza de Armas*.

Plaza de Armas es el primer medio de comunicación en Querétaro que surgió, en enero de 2010, a partir de internet para después volcarse al impreso. En su espacio digital, la empresa informativa genera contenidos en varios procesos: la publicación de parte de las notas del formato impreso, de la información exclusiva y aquella que se genera en el transcurso del día.

Plaza de Armas utilizó al periodismo digital como vía para el posicionamiento de una empresa en el mercado. *“Es parte de una estrategia para posicionar al medio”* (Teresa Moreno, jefa de información de *Plaza de Armas*, 2011).

Además, a pesar de esta estrategia de mercado, según la jefa de información de *Plaza de Armas*, el medio está situado en un proceso de prueba-error para determinar qué esquemas funcionan para obtener dicho posicionamiento, y a este esfuerzo se suman las redes sociales en internet.

10.5 La información como mercancía, *Inqro*.

Inqro es el primer sitio de internet que apostó por generar contenidos informativos, pero con el carácter de agencia informativa; en este sentido, esta empresa de comunicación visualiza la actividad periodística como un ejercicio comercial en el que las notas informativas son iguales a la mercancía y los lectores son semejantes a clientes potenciales.

“Nosotros somos más una herramienta informativa... a Cablevisión 10 le damos video; a Multimundo, audio; en cuanto a los portales, todos dicen que son los que más visita la gente... pero nosotros vamos a un mercado diferente... todos los medios han usado nuestra información porque es muy fácil y hemos visto nuestro material en otros medios y me dicen deberías hacer algo pero no porque nosotros podemos venderle a un cliente potencial” (Mauricio Villalón, fundador y director de *Inqro*, 2011).

Por otra parte, *Inqro* genera sus contenidos informativos, a través de procesos distintos a cómo los realizan los demás medios de comunicación digitales en los que cada reportero genera sus notas periodísticas.

Los periodistas de la agencia informativa se especializan en una etapa específica del proceso que incluye: recogida de información, envío de esta al servidor, proceso de la información y publicación de la nota o entrevista.

A parecer de Mauricio Villalón, este proceso le lleva a un reportero común más de quince minutos, mientras a *Inqro* sólo cinco, que en suma ayuda a generar de 15 hasta 34 notas informativas al día que se jerarquizan de acuerdo al horario en el que se desarrollaron los hechos.

10.6 Los municipios queretanos como espacios para la generación y lectura de la información, *Rotativo*.

Rotativo se diferencia por sus contenidos de carácter regional y por publicar información horas antes del comienzo de los noticieros radiofónicos o televisivos vespertinos.

“Nosotros tenemos nuestras ventajas (Rotativo), a lo mejor no somos el medio que sube la nota al segundo de que el funcionario terminó de hablar pero tratamos de, por lo menos, cuidar que la publicación tenga algo que la esté respaldando, por lo menos una cita... y que esa información esté disponible antes de que inicien los noticieros de la tarde” (Guadalupe Arcos, reportera de *Rotativo*, 2011).

Para Guadalupe Arcos, a diferencia de los demás sitios digitales de información, *Rotativo* presta mayor atención a la información generada en los municipios de Querétaro. *“A Rotativo le interesa mucho lo que está haciendo San Juan del Río... o los municipios y no se enfoca tanto a lo que está haciendo gobierno del estado”* (Guadalupe Arcos, reportera de *Rotativo*, 2011).

10.7 Medio digital impulsado por los procesos electorales, *Ciudad y Poder*.

Ciudad y Poder es el medio de información que integra al ejercicio periodístico escrito, radiofónico y televisivo. No obstante, de acuerdo al que compete este

estudio, el primero de éstos, se caracteriza por su soporte en texto e imagen y porque su publicación se realiza en el transcurso del día.

De acuerdo a de Luis Gabriel Osejo, fundador de *Ciudad y Poder*, el medio compite por ganar la nota a los demás sitios *web* informativos, para ello el reportero acude al lugar donde ocurrió el hecho noticioso, captura la información, la procesa y la publica en el espacio digital.

Además, como característica distintiva, para *Luis Gabriel Osejo* existe relación entre el desarrollo de *Ciudad y Poder* y los procesos electorales; en otras palabras, cada vez que existen jornadas para elección de funcionarios públicos, este medio digital localiza una plataforma para impulsarse, ganar lectores y patrocinadores:

“A partir de 2009 (Ciudad y Poder) comenzó a tomar un nuevo impulso, yo veo que para el 2012 el boom de los medios digitales... sobre todo por las campañas presidenciales” (Luis Gabriel Osejo, fundador y director de *Ciudad y Poder*, 2011).

Hecho que también resultó en un avance en las elecciones del 2006 que, según Luis Gabriel Osejo, ayudaron –en su momento- a consolidar los medios de comunicación por internet.

10.8 La reivindicación de la actividad periodística impresa.

Diario de Querétaro, *am de Querétaro*, *El Corregidor*, *Plaza de Armas*, *Inqro*, *Rotativo* y *Ciudad y Poder*, por su ejercicio periodístico en internet, pueden clasificarse como medios de comunicación integrados a los avances tecnológicos; en contraparte, el periódico *Noticias* se mantiene ajeno a dichas innovaciones, debido a causas económicas, de personal y técnicas, de acuerdo a los comentarios de Luis Montes de Oca.

“Se han hecho varios intentos (de que Noticias tenga su formato web), existe la dirección... tenemos el espacio, pero Noticias es una pequeña empresa y lo aquí se hace lo hacemos entre todos; enfrentamos en Noticias un problema muy severo que es enfrentar las nuevas tecnologías con personal ya muy viejo... y ese paso del tiempo nos ha costado mucho trabajo en el área del periodismo e irnos adaptando a las nuevas tecnologías a las viejas generaciones a las que aprendimos el periodismo, a los que aprendimos de aquí para allá...” (Luis Montes de Oca, jefe de información de Noticias, 2011).

Además, de acuerdo a Luis Montes de Oca, los costos económicos limitan el acceso de Noticias a internet, además de que el rediseño del periódico implicaría, también, modificaciones en el personal.

“Necesitamos una redacción alterna para poder aterrizar el proyecto que tenemos... pero implica mucho dinero... para poder invertir desde el diseño de la página”, (Luis Montes de Oca, jefe de información de Noticias, 2011).

No obstante, a pesar de las limitantes tecnológicas, para Luis Montes de Oca Noticias no se encuentra en desventaja alguna e incluso que le periódico está por encima de los demás medios impresos y digitales en cuanto a ventas y número de lectores:

“Qué curioso... son fenómenos sociales... hasta los últimos estudios que tuve, mandados hacer por esta Casa Editorial, por cada cien periódicos que vende Noticias, el Diario anda vendiendo 90 o 95, el am está vendiendo 7, El Corregidor uno y varía en Plaza de Armas de tres a cuatro; esa es la proporción... aún con todos los errores que tenemos diario, aún con las deficiencias que existen... hay constantemente el error, es muy difícil por lo que platicábamos... los chavos llegan y se adaptan más fácil a lo viejo yo les dije a los jóvenes pues escriban como chavos, usen su lenguaje, den sus ideas, busquen sus temas de interés... que presenten su propuesta... en la jefatura de información que me toca ejercer yo no espero que me vengan a platicar sino que hagan las cosas... adelante ahí esta...”

“...Entonces tenemos errores, broncas, reconocemos que es un periódico que no tiene penetración entre los jóvenes, que es un periódico con lectores adultos, un periódico para la tercera edad y que los lectores llaman para reclamar por el crucigrama, que llaman porque Catón repitió un chiste entonces sabemos que los lectores están pendientes... cómo te explicas que no tenemos una página de internet, un suplemento cultural, que no tenemos penetración entre los jóvenes y muchas cosas y a pesar de eso cómo te explicas que estemos compitiendo contra puras agencias nacionales y estemos vendiendo más o que tenemos más penetración o que Noticias sea un referente o que la gente nos prefiera por los contenidos...”, (Luis Montes de Oca, jefe de información de Noticias, 2011).

Capítulo 11. Conclusiones: Los Usos Sociales de las máquinas de comunicar, el Darwinismo digital y los cambios de paradigmas.

Tal como lo establece la teoría de Usos Sociales de las máquinas de comunicar, de Patrice Flichy (1993), una invención tecnológica, cualquiera que sea, para poder encontrar un lugar privilegiado en la sociedad debe contener tres características: la teoría, la técnica y el uso social; además de que su inventor debe pensar en términos de desplazamiento y no de sustitución.

El periodismo digital, visto desde esta perspectiva, debe contemplar las tres condiciones para poder prosperar en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Debe contener su propia teoría, su técnica y su uso social, características que pueden contemplarse desde las universidades, el ejercicio profesional y las empresas, así como desde el uso social que los ciudadanos y el mismo medio informativo le otorguen a este nuevo formato periodístico.

En cuanto al término de desplazamiento y no de sustitución, el periodismo digital debe diferenciarse del periodismo impreso, de acuerdo a sus características de contenido, soporte, inmediatez, profundidad, de tal manera que se evite considerar que uno provocará la extensión del otro.

En Querétaro, esta innovación tecnológica (el periodismo digital) enfrenta condiciones adversas: la teoría es escasa en las aulas universitarias, tan sólo hasta hace un par de años, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la Universidad Autónoma de Querétaro, comenzó a impartir la materia de Periodismo digital y otra asignatura relacionada con las Nuevas Tecnologías.

Por otra parte, en cuanto a la técnica, los propios periodistas han tenido que ejercer la profesión informativa en la *web* sin capacitación alguna, no sólo desde las universidades sino también desde sus propias empresas informativas que han tenido que desplazar sus contenidos del papel a lo digital sin conocimiento previo

de las exigencias de un lenguaje multimedia y del uso de las tecnologías comunicativas (*iphone, ipad, etc.*).

Y en cuanto al uso social, este nuevo formato periodístico se encuentra con la enorme brecha digital que separa a la población mexicana; según datos del INEGI, en el país, alrededor del 30% de la población tiene acceso a internet. Además, el periodismo digital ha tenido que responder a las distintas necesidades y objetivos de sus propietarios, ya sean económicas, políticas o comerciales.

Aunque las condiciones pueden parecer adversas, el periodismo digital en Querétaro se ha caracterizado por medios impresos que han abierto sus espacios en internet como es el caso de *Diario de Querétaro*, *am de Querétaro* y *El Corregidor*; otras han surgido a partir de la *web*, *Rotativo*, *Inqro* y *Ciudad y Poder*, son ejemplo de ello. *Plaza de Armas* nació primero en internet y más tarde se volcó al impreso. A la par, existen medios que se han mantenido ajenos a la información digital como es el caso del periódico *Noticias*.

En este panorama, que incluye otros espacios informativos que quedaron fuera del trabajo de investigación, es notorio un proceso de constante experimentación en el cual, los contenidos han ido desde las páginas estáticas en las que predominaba el texto y la imagen hasta lograr que en los espacios informativos exista el video y el audio que dan un carácter dinámico al medio de comunicación.

A la par, internet y la consecuente creación del periodismo digital han modificado las rutinas del periodismo impreso, de forma tal que los contenidos de éste debe profundizar aún más en la noticia para que el lector pueda encontrar rasgos distintos entre uno y otro que, incluso, ya ha presentado la información desde el momento inmediato en el que ocurrió el hecho.

Si bien, internet llegó para modificar al periodismo impreso (en cuanto a rutinas, generación de información, contenidos, etc.) y para ofrecer a los reporteros y a los

lectores un nuevo formato de ejercer y ver la profesión informativa, también trajo consigo un momento de incertidumbre en cual se auguró la posible desaparición de las rotativas, mientras el periodista se vio en la necesidad de reemprender la profesión para responder a la necesidad de los nuevos lectores.

Lo anterior marca que existe una clara evolución de la profesión periodística en internet; por ejemplo, aquellos espacios que han quedado sólo en la explotación de algunas de las herramientas multimedia desaparecen o se rezagan; en otras palabras, los periódicos queretanos en la *web* se encuentran bajo el 'Darwinismo digital'.

Puede establecerse que los espacios informativos digitales, con el correr de los años, se orientarán a perfeccionar el lenguaje de internet tal y como lo han hecho los periódicos de circulación nacional en sus formatos para la *web*.

Este proceso de evolución del periodismo digital tiene sus bases en el uso social de las nuevas tecnologías. Internet responde a la necesidad de información de las generaciones más jóvenes de entre la población, a los círculos políticos y aquellas personas interesadas por la inmediatez de la información.

La historia del periodismo digital en Querétaro permite encontrar que, tal cual lo establece la Teoría de Usos Sociales de Patrice Flichy (1993), su evolución va de acuerdo con tres factores: el uso social, la teoría y la técnica, y que conforme a estos se explotan, el periodismo digital perfecciona el uso de las herramientas multimedia, codifica la información al lenguaje de internet y el periodista se especializa en esta nueva forma de ejercer la profesión.

Al mismo tiempo, el periodismo digital ha tenido avances de acuerdo a sus objetivos económicos, a los periodos electorales y al interés de los lectores por los espacios informativos en internet, cuyos contenidos son de carácter local. Es decir, su desarrollo va de la mano con procesos económicos, políticos, entre otros.

En Querétaro, estos impulsos sociales (económicos, políticos u otros) también reflejan visiones distintas para el ejercicio del periodismo digital en las diversas empresas de comunicación.

Internet no sólo ha sido plataforma para la apertura de nuevos espacios informativos, sino que además ha traído consecuencias importantes en las formas de llevar a cabo la profesión periodística impresa, que además ha sido enfrentada sin capacitación o formación alguna, además de traer consigo nuevas implicaciones como formas de generar información. Entonces, cabe el cuestionamiento sobre si ¿la profesión periodística en Querétaro se enfrenta a un nuevo paradigma? Que si bien, ya ha sido estudiado en otras zonas geográficas en la entidad apenas tiene sus primeros pasos.

Sin lugar a duda, la respuesta es afirmativa. Según Thomas Kuhn (2004) el periodo anterior al paradigma está marcado por debates frecuentes y profundos, sobre métodos, problemas y normas de soluciones aceptables, aun cuando esas discusiones sirven más para formar escuelas que para producir acuerdos. En el gremio periodístico local, aún persiste la idea de que el periodismo digital es una pseudo- profesión poco leída.

En esta problemática para el establecimiento del periodismo digital en Querétaro, el gremio periodístico deberá pasar por el proceso que establece Kuhn (2004): establecimiento de un paradigma; ciencia normal; crisis; revolución científica; establecimiento de un nuevo paradigma.

Para Thomas Kuhn, en su libro *La estructura de las revoluciones científicas* (2004), los paradigmas son "realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica" (Kuhn, 2004: 13).

De tal forma que el surgimiento de un nuevo paradigma provoca cientos de cambios en la forma de percibir un hecho en particular, en este caso el periodismo:

"El surgimiento de un paradigma afecta a la estructura del grupo que practica en ese campo. En el desarrollo de una ciencia natural, cuando un individuo o un grupo produce, por primera vez, una síntesis capaz de atraer a la mayoría de los profesionales de la generación siguiente, las escuelas más antiguas desaparecen gradualmente. Su desaparición se debe, en parte, a la conversión de sus miembros al nuevo paradigma. Pero hay siempre hombres que se aferran a alguna de las viejas opiniones y, simplemente, se les excluye de la profesión que, a partir de entonces, pasa por alto sus trabajos. El nuevo paradigma implica una definición nueva y más rígida del campo (Kuhn, 2004: 45, 46)".

De acuerdo a ello, las empresas periodísticas en Querétaro, a pesar de mantener sus ejemplares impresos, deberán orientarse hacia lo digital por varias razones tanto económicas, políticas y sociales, de no hacerlo estarán condenadas a desaparecer, a quedar fuera del paradigma nuevo que permite entender a la profesión periodística en internet o en otras palabras, se someterán al proceso semejante de selección natural ubicado en el 'Darwinismo digital', aunque esto no supone que el medio de información desaparezca a su formato impreso.

En estos procesos, tanto de establecimiento de nuevos paradigmas como el del 'Darwinismo digital', el periodista –tanto en el ejercicio como en la teoría- debe replantear la profesión informativa pero sin que se modifiquen sus valores naturales como la veracidad, objetividad, su compromiso social, etcétera; lo que permitirá, en primer lugar, que el ejercicio informativo en internet reciba, sin duda, el nombre de 'periodismo digital' que permita también determinar su propio lenguaje, sus contenidos y el mejor uso a las herramienta multimedia con las que cuenta.

No obstante, que en la actualidad el profesionista carezca de capacitación por parte de las empresas de comunicación para ejercer en internet, que aprenda con experimentación el lenguaje de la *web* y las nuevas tecnologías, no significa que el

periodismo digital no logre desarrollarse sino que el reportero está frente a una nueva etapa en la que debe reaprender la actividad periodística y así conformar la teoría, aunque esto puede lograrse si la academia, el reportero y las empresas de comunicación hacen lo propio para lograrlo.

Por otra parte, el periodismo digital, apoyado en necesidades reales de los lectores, encontrará un sitio privilegiado y legítimo en una Sociedad de la Información y la Comunicación, que requiere también de la convergencia de los espacios públicos de debate a las redes sociales en la *web* y en los que la circulación y acceso a la información son igual de necesarias para la construcción de sociedades democráticas.

Bibliografía.

Alberich J. & Cárdenas M. (2007, febrero-marzo). Direcciones Cambiantes en el Periodismo. Digitalización y redefinición de los diarios impresos. *Razón y Palabra*. Recuperado el 11 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n55/alberichcardenas.html>

Arcila, C. (2003, octubre-noviembre). Construcción de un Medio de Comunicación Digital. De los Archivos Estudiantiles a las Publicaciones Online. *Razón y Palabra*. Recuperado el 11 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n35/carcila.html>

Avogadro, M. (2004, junio-julio). Periodismo on – line: una Nueva Modalidad de Ejercer la Profesión. *Razón y Palabra*. Recuperado el 5 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/julio.html>

Barrios, A. (2006, febrero-marzo). Ciberperiodismo e identidad cultural, oportunidad y desafío. *Razón y Palabra*. Recuperado el 5 de mayo de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n49/bienal/Mesa%209/arturobarrios.pdf>

Bueno, M. (2005, junio-julio). La Repercusión de las Nuevas Tecnologías en el Trabajo del Periodista. *Razón y Palabra*. Recuperado el 12 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n45/mbueno.html>

Buitrón, D. (2005, mayo). Seis reflexiones sobre periodismo impreso. *Sala de Prensa*. Recuperado el 27 de septiembre de 2009 desde www.saladeprensa.org/art606.htm

Castelló, E. & Domingo, D. (2006, febrero-marzo). Producción ciberperiodística: nuevos retos y oportunidades para la investigación. *Razón y Palabra*. Recuperado

el 5 de octubre desde <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/Mesa%2010/enricastello.pdf>

Cardoso, J. (2006, febrero-marzo). Extremadura y Alentejo: el avance del periodismo digital transfronterizo en dos de las regiones más pobres de la Unión Europea. *Razón y Palabra*. Recuperado el 5 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/Mesa%201/CardosoCaballoTRANSFRONTERIZADO.pdf>

Cobos, T. (2010, agosto-octubre). Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos. *Razón y Palabra*. Recuperado el 5 de octubre desde http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/Varia73/33Cobos_V73.pdf

Crovi, Delia. (2006) *Periodismo digital en México*. México: Universidad Autónoma de México.

Da Silva, J. (2002-2003, diciembre-enero). La Homogeneidad de la Cobertura Periodística en Línea. Un Estudio de Caso de Tres Portales Brasileños. *Razón y Palabra*. Recuperado el 11 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n30/adasilva.html>

Darias, I. (2002). ¿Hacia dónde va la prensa digital cubana?. *Sala de Prensa*. Recuperado el 8 de noviembre de 2010 desde www.saladeprensa.org/art371.htm

Díaz, J. (2005-2006, diciembre-enero). Hipertexto y redacción periodística ¿un nuevo campo de investigación? *Razón y Palabra*. Recuperado el 5 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n48/bienal/mesa6.pdf>

Díaz, J., Meso, K., Larrondo, A., Salaverría, R. & Sabada, M. (2007). Presencia y uso de Internet en las redacciones de los diarios regionales vascos y navarros.

Infoamérica. Recuperado el 29 de noviembre de 2009 desde <http://www.euskonews.com/0383zbnk/gaia38301es.html>

Eco, Umberto (1981). *Apocalípticos e integrados*. España: Editorial Lumen.

Esquivel, J. (2008, abril-mayo). El futuro de la prensa en *Revista Mexicana de Comunicación*. Recuperado el 24 de octubre de 2010 desde http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc110_12.htm

Esquivel, José Luis, (2008, octubre). Periodismo analógico frente a periodismo digital en *Revista Mexicana de Comunicación*. Recuperado el 29 de noviembre de 2009 desde <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/analogocontradigital.htm>

Federación Internacional de periodistas. (2003). Periodismo de calidad para la era de la información. *Infoamérica*. Recuperado el 23 de noviembre de 2009 desde http://www.infoamerica.org/selecciones/pdf/fij_02.pdf

Fernández, H. & Contreras F. (2002, junio-julio). Periodismo digital y discurso científico: nuevos modelos para el siglo XXI. *Razón y Palabra*. Recuperado el 14 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/fcontreras.html>

Flichy, P. (1993). *Una historia de la comunicación moderna*. México: Ediciones G. Gili

Flichy, P. (2003). *Lo imaginario de Internet*. Madrid: Tecnos.

Fogel, J & Patiño B. (2008). *La prensa sin Gutenberg*. España: Punto de Lectura.

Fowks, J. (2002, abril-mayo). Ciberperiodismo: entre el tiempo y las emociones. *Razón y Palabra*. Recuperado el 11 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/jfowks.html>

Franco, G. & y Guzmán, J. (2004, abril). Encuesta sobre periodismo de Internet en Latinoamérica. *Sala de Prensa*. Recuperado el 8 de noviembre de 2009 desde www.saladeprensa.org/art551.htm

FNIP (2005). *El futuro del periodismo y el desarrollo profesional de periodistas de América Latina*. Memorias del seminario convocado por La CAF y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Cartagena de Indias, Colombia.

García, C. (2004). La formación académica de los comunicadores multimediáticos en México. *Sala de Prensa*. Recuperado el 14 de noviembre de 2009 desde www.saladeprensa.org/art520.htm

Gil, Q. (1999, noviembre). *Sala de Prensa*. Recuperado el Noviembre de 2009 desde <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>

Gómez, C. (2002). Los usos sociales de las tecnologías de la información y comunicación, fundamentos teóricos en *Los materiales*. Avance de la tesis doctoral en Comunicación que realizaba autora bajo el tema: "La construcción de la sociedad informacional en México. Los usos sociales de internet en dos comunidades mexicanas de escasos recursos". Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. Universidad Iberoamericana.

Gómez, C. (2004, agosto). El periodismo electrónico y de investigación: Nuevos paradigmas para la profesión. *Revista Mexicana de Comunicación*. Recuperado el 27 de septiembre de 2009 desde <http://www.comminit.com/en/node/149730/37>

Gómez, C. (2005). Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación en México. En J. C. Lozano, *La comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos* (pág. 303-325). San Luis Potosí, México: CONEICC-ITESM.

Hernández, T., Pereira, X., Villanueva, J. & García, X. (2005). El ciberperiodismo en Galicia. *Sala de prensa*. Recuperado el 27 de septiembre de 2009 desde www.saladeprensa.org/art632.htm

Irigaray, F. Ceballos D & Manna M. (2008). *Nuevos Medios, Nuevos Modos, Nuevos Lenguajes*. 1° Foro Digital de Rosario. Universidad Nacional de Rosario. Argentina.

Islas, O. (2007). "Cuando los medios desplazan a los electores". *Chasqui, revista latinoamericana de comunicación* .

Islas, O. & Gutiérrez F. (2003, agosto-septiembre). Internet, el Medio que Cambió a la Comunicación. *Razón y Palabra*. Recuperado el 5 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/2003/septiembre.html>

Islas, O., Gutiérrez, F., Albarrán, G., Camarena, S. & Fuetes, R. (2002). *Explorando el ciberperiodismo iberoamericano*. México: CECSA

Islas, O., Arribas, A. (2011, marzo). Principales estadísticas de internet en México, 2010. *Etcétera*. Recuperado el 27 de octubre de 2011 desde <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=6978>

Kuhn, Thomas (2004). *La estructura de las Revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica, 8° Reimpresión, México.

López. A. & Mellado C. (2006, febrero-marzo). Periodistas atrapados en la Red: rutinas de trabajo y situación laboral. *Razón y Palabra*. Recuperado el 5 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%201/AntonioyClaudiaRUTINAS.pdf>

López, G. (ed). (2008). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en internet: Cibermedios, confidenciales y weblogs*. Valencia, España: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

López. X (2004, octubre-noviembre). Ciberperiodismo: un Camino a la Innovación Marcado por Luces y Sombras. *Razón y Palabra*. Recuperado el 11 de octubre desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/xlopez.html>

Lozano, C. (ed). (2005). *La comunicación en México: Diagnósticos, balances y restos*. San Luis Potosí, México: CONEICC e ITESM.

Luján. J. (2002-2003). Periodismo Digital y la Relación con los Usuarios en la Era Digital. *Razón y Palabra*. Recuperado el 14 de octubre desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n30/jlujan.html>

Mahugo, S. (2010, agosto-octubre). Reinventar el periodismo: medios necesariamente más participativos para una sociedad más democrática. *Razón y Palabra*. Recuperado el 5 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/13-M73Mahugo.pdf>

Maldonado, Norma. (2002). *Horizontes comunicativos en México*. México: AMIC

Marín, C. (2005). *Manual de periodismo*. México: Grijalbo

Martínez, A. (2003, septiembre). Los retos del periodismo local en la red: hacia una definición del espacio local en la Era global. *Sala de Prensa*. Recuperado el 14 de noviembre de 2009 desde www.saladeprensa.org/art483.htm

Martínez, Lourdes. (2004-2005, diciembre-enero). El Periodista en Transformación en el Ciberespacio: la Reivindicación del Periodista como Periodificador en la Red. *Razón y Palabra*. Recuperado el 11 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n42/lmartinez.html>

Mattelart, A. & Mattelart M. (2008). *Historia de las teorías de la comunicación*. España: Paidós.

Méndez, M. (2005, febrero-marzo). *Razón y Palabra*. Recuperado el 2 de diciembre de 2009, de *Razón y Palabra*: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n43/mmendez.html>

Montiel, M. & Villalobos, F. (2006, febrero-marzo). La enseñanza del periodismo en el siglo XXI: un desafío entre lo impreso y lo digital. *Razón y Palabra*. Recuperado el 5 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2013/ponenciamontiel.pdf>

Navarro, L. (2001, agosto). Los periódicos *on line*: sus características, sus periodistas y sus lectores. *Sala de Prensa*. Recuperado el 14 de noviembre desde www.saladeprensa.org/art253.htm

Navarro, L. (2002-2003, diciembre-enero). El Periodismo on-line en México. *Razón y Palabra*. Recuperado el 11 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n30/lnavarro.html>

Navarro, L. (2004). 1994-2004: *Diez años del periodismo on line. Desde las primeras experiencias hasta el éxito de algunos medios y el fracaso de la mayoría*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México). Este trabajo forma parte del Proyecto de Investigación titulado: El periodismo digital. Organismo: Promep, de la Secretaría de Educación Pública en México. Fecha de la investigación: Desde diciembre del 2001. Colaboradores: Técnico Académico Carla Olivia López Reynoso e Ing. Ricardo Silva

Orihuela, J. (2000, noviembre). Promesas de la era digital. *Sala de Prensa*. Recuperado el 14 de noviembre desde www.saladeprensa.org/art170.htm

Ortiz, G. (2006, abril-mayo). ¿Qué se ha Escrito sobre la Red Internet? Recorrido en la Web: Razón y Palabra 1996-2006. *Razón y Palabra*. Recuperado el 14 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n50/gortiz.html>

Paez A. & Iribarren C. (2002-2003, diciembre-enero) Ciberperiodismo y Gobierno Electrónico. *Razón y Palabra*. Recuperado el 11 de octubre de 2010 desde <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n30/apaez.html>

Ramonet, I. (2009). La prensa diaria se muere. *Le Monde diplomatique en español*. Recuperado el 14 de noviembre de 2009 desde http://www.medelu.org/IMG/pdf/EDITORIAL_OCTUBRE09.pdf

Rivera, D. (2010, febrero-abril). Evolución del ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja. *Razón y Palabra*. Recuperado el el 5 de octubre de 2010 desde http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/11%20RIVERA_REVISADO.pdf

Serrano, A. & Martinez, E. (2003). *La brecha digital: mitos y realidades*. Baja California, México: Universidad Autónoma de Baja California.

Solís, E. (2002). Análisis del consumo de periódicos en línea. *CC-doc*. Recuperado el 25 de noviembre de 2010 desde <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=3941>

Trejo, R. (1997, septiembre-diciembre). Lengua y periodismo en el kiosko electrónico (prensa digital) en *Comunidad y Sociedad*. (175-213). Universidad de Guadalajara.

Zamora, L. N. (Agosto de 2001). *Sala de prensa*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2009 desde <http://www.saladeprensa.org/art253.htm>

Hemerografía.

am de Querétaro. (2010, septiembre-octubre). Querétaro, México. Año. 8 No. 2651-2655 y 2658-2662

Diario de Querétaro (2010, septiembre-octubre). Querétaro, México. Año XLVIII No. 17,827- 17,831 y 17,834-17,838

El Corregidor (2010, septiembre-octubre). Querétaro, México. Año 05. Época 1. No. 1905-1914

Landeros, M. (2009). Impulsan alianza de periodismo digital. *El Universal*. p. A7

Lichfield, G. (2009, julio). El futuro del periodismo. *Letras Libres* , p. 28

Noticias (2010, septiembre-octubre). Querétaro, México. Año XXXVIII. No. 13453-13457 y 13460-13464

Pérez, M. (2009). Periodismo de calidad en tiempos de crisis. *El País*. p. 31 y 32

Plaza de Armas. (2010, septiembre-octubre). Querétaro, México. Año. 1. No. 64-68, 71-75.

Sitios web.

<http://www.amqueretaro.com/>

<http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=about>

<http://www.ciudadypoder.com.mx/index.php>

<http://www.elcorregidor.com.mx/>

<http://www.infoamerica.org/>

<http://www.inqro.com.mx/>

<http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/>

<http://www.monde-diplomatique.es/>

<http://www.oem.com.mx/diariodequeretaro/>

<http://www.plazadearmas.com.mx/>

<http://www.razonypalabra.org.mx/>

<http://rotativo.com.mx/>

<http://www.saladeprensa.org>

<http://www.inegi.org.mx/default.aspx?>

Entrevistas.

Daniel Martínez Sahagún, Reportero de am de Querétaro, impreso y digital
<http://www.amqueretaro.com/>

Guadalupe Arcos, Reportera de Rotativo <http://rotativo.com.mx/>

Héctor Ayala, Jefe de información de Diario de Querétaro impreso y digital
<http://www.oem.com.mx/diariodequeretaro/>

Luis Gabriel Osejo, Fundador de Ciudad y Poder
<http://www.ciudadypoder.com.mx/index.php>

Luis Montes de Oca, Jefe de información de Noticias.

Mauricio Villalón, Fundador de Inqro <http://www.inqro.com.mx/>

Teresa Moreno, Jefa de información de Plaza de Armas, impreso y digital
<http://www.plazadearmas.com.mx/>.

Yoheme Pomares, Reportero de El Corregidor impreso y digital
<http://www.elcorregidor.com.mx/>

Anexos.