

UN MODELO PERIODÍSTICO. INTERRELACIÓN TEÓRICA DEL NUEVO PERIODISMO ELECTRÓNICO Y LA PLATAFORMA TWITTER, EN EL ESCENARIO MEDIÁTICO LATINOAMERICANO

Lic. Enrique Pérez Fumero

Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba

enriquepf@uo.edu.cu

Dra. Yamile Haber Guerra

Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba

yhaber@enet.cu

Dr. José Raúl Díaz López

Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba

jrdiaz@uo.edu.cu

Dra. Larisa Zamora Matamoros

Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba

larisa@uo.edu.cu

Recibido el 10 de diciembre de 2016

Aceptado el 27 de junio de 2017

Resumen

La presente investigación se enfoca en el ejercicio periodístico que realizan los medios institucionales, los nuevos medios sociales y las audiencias creativas en procesos políticos de alto perfil, desde plataformas de redes sociales como Twitter. Proponemos un modelo periodístico desde la interrelación teórica entre el Nuevo periodismo electrónico y el servicio de *microblogging*, inscrito en el escenario mediático latinoamericano. Este modelo aporta nuevas ideas para articular mejor las relaciones comunicacionales, permite mayor independencia y participación ciudadana, y se encamina hacia la soberanía y democratización discursiva en la red de Internet.

Palabras clave: modelo periodístico, Nuevo periodismo electrónico, Twitter, escenario mediático latinoamericano.

A JOURNALISTIC MODEL. A THEORETICAL INTERRELATIONSHIP OF NEW ELECTRONIC JOURNALISM AND TWITTER PLATFORM IN THE LATIN AMERICAN MEDIA LANDSCAPE.

Abstract

This research focuses on the practice of journalism carried out by the institutional media, new social media and creative hearings in high-profile political processes, from social networking platforms like Twitter. We propose a journalistic model from the theoretical relationship between the New electronic journalism and microblogging service, registered in the Latin American media landscape. This model brings new ideas to better articulate the communication relationships, allows greater independence and citizen participation, and heads towards sovereignty and discursive democratization in the Internet.

Keywords: Journalistic model, New electronic journalism, Twitter, Latin American media landscape

Como citar este artículo:

Pérez-Fumero, E., Haber, Y., Díaz, J., Zamora, L. (2017). "Un modelo periodístico. Interrelación teórica del Nuevo periodismo electrónico y la plataforma Twitter, en el escenario mediático latinoamericano", en *Perspectivas de la Comunicación*, Vol 10, n° 1. pp. 157-186.

Introducción

Latinoamérica es un escenario físico y mediático constantemente abatido por procesos políticos de alto perfil de polarización, donde participan los medios de comunicación masiva, los nuevos medios sociales¹, los periodistas y las audiencias creativas (Berger y Milkman, 2011; Illuminati Lab, 2012; Pérez, Haber, Sánchez y Sosa, 2015). La convergencia² cultural que se produce entre el sistema mediático y el creciente flujo informativo *big data* desde plataformas de redes sociales como Twitter (Manovich, 2012; Barrera, 2013), ha evolucionado las formas de pensar lo político, de establecer legislaciones públicas de comunicación (Badillo, Mastrini y Marengi, 2015), de analizar las tendencias y comportamientos de las personas (Hobbs, 2014) y de advertir el valor e impacto de sus contenidos (Martínez y Lara, 2015; Bansal y Kagemann 2015; Blázquez, 2016; Schrock, 2017).

Aquí presentamos un modelo periodístico dirigido a redimensionar las competencias profesionales de los periodistas, a partir del examen de una participación coherente en contextos neurálgicos de la comunicación en nuestras sociedades actuales. Para ello, la interrelación teórica entre el Nuevo periodismo electrónico y el servicio de *microblogging*, se basa en tres cuestiones fundamentales: la función social de los medios digitales y las plataformas de redes; la ordenación y construcción simbólica de la realidad social, y los procesos de enmarcamiento e interpretación de mapas mentales, desde la definición de roles y abstracciones de los participantes en la comunicación.

Aproximaciones al Nuevo periodismo electrónico

En los últimos quince años los estudios sobre el periodismo atendiendo a la digitalización de su soporte, el contenido hipermedia³ y la interactividad⁴, denotan

¹ Aunque reciente, la investigación sobre los nuevos medios sociales reconoce cómo ellos han provocado un cambio de paradigma comunicacional (Blumler y Coleman, 2013). Otros estudios relacionan la presencia de las audiencias (Bowman y Willis, 2003), (Gillmor, 2004), y profundizan en la relación entre los medios de comunicación y los nuevos medios sociales, identificando las plataformas de redes sociales como ecosistemas periodísticos (Cerezo, 2008; Flores, 2009; Overholser, 2009).

² Según Henry Jenkins, convergencia describe los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en la circulación de los medios en nuestra cultura. Entre las ideas comunes a las que se refiere el término figuran el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la búsqueda de nuevas estructuras de financiación mediática que caen en los intersticios entre los viejos y los nuevos medios y el comportamiento migratorio de las audiencias.

³ El hipermedia, o los "sistemas hipermedio", pueden definirse como una 'organización de información textual, visual, gráfica y sonora a través de vínculos que crean asociaciones entre información relacionada dentro del sistema (Landow, 2009; Díaz, 2011).

una amplitud de aportaciones que manifiestan la velocidad con la cual se ha difundido el objeto de estudio. Sin embargo, más allá de las valoraciones, hay una idea inminente: la capacidad de mantener activo durante tanto tiempo semejante abanico de similitudes y contradicciones, manifiesta la importancia de este *corpus* en el campo de la comunicación, las ciencias sociales, informáticas y de la información.

Si bien cantidad no es sinónimo de calidad, los conceptos y modelos periodísticos hallados confluyen desde los soportes digitales o tecnológicos. Ciertamente, brindan posibilidades de acceso y aportan un marco estructural en las relaciones entre los medios y la sociedad, pero necesitan ser asumidos con un riguroso ejercicio de vigilancia epistemológica, para no quedarnos en la epidermis del fenómeno.

El investigador portugués João Canavilhas (2007), resume algunas de las principales taxonomías más utilizadas: periodismo *on line* (De Wolk, 2001; Hall, 2001; Ward, 2002); periodismo electrónico (Bastos, 2000; Díaz, 2001); periodismo digital (Machado y Palacios, 2003; Barbosa, 2005); periodismo multimedia (Pérez, 2003; Deuze, 2004); periodismo cibernético (Gómez y Méndez y Gil, 2001); ciberperiodismo (Díaz y Salaverría, 2003; Salaverría 2005; Parra y Álvarez, 2004)

Otro grupo de analistas se inclina más hacia el periodismo cívico, 3.0, o ciudadano⁵ (Espiritusanto, 2010; Chillón, 2010; Calvo, 2012) y existen aportes desde un punto de vista cibercultural y de la convergencia (Jenkins, 2008). También aparecen en artículos y tesis doctorales los análisis al ciberperiodismo o periodismo *transmedia* (Porto y Flores, 2012; Irala, 2014); periodismo móvil (Cebrián y Flores, 2012); periodismo de medios sociales (Martínez, 2013; Dieste, García y Pérez, 2014; Salzman, 2015); periodismo post industrial (Anderson, Bell y Shirky, 2013), periodismo abierto⁶ y de código libre (Sampedro, 2014); *crowdsourced*, *global journalism* (Aitamurto, 2015; Zhang & Hellmueller, 2016) y Nuevo periodismo electrónico (Pérez, 2015; Pérez, et al., 2016).

⁴ La interactividad le entrega la capacidad de determinar el ritmo de revisión a quien consume los datos. El usuario decide el orden en que accede a la información (Camus, 2009).

⁵ Sitios alternativos como: <http://www.globalvoices.com> , <http://www.witness.org> y <http://www.zh-criança.com> son ejemplos de organizaciones internacionales que compilan, conservan y amplifican la conversación global en línea, publicando historias de lugares y personas locales que otros medios ignoran.

⁶ En términos de periodismo abierto, los responsables de los medios de comunicación interactúan con sus lectores permitiéndoles establecer un canal de participación. Nos referimos a las opciones que el medio confiere para crear bitácoras, mantener polémicas con los periodistas y participar de foros.

En Europa han florecido cientos de proyectos conocidos como microperiodismos (Domínguez y Pérez, 2013), es decir, pequeñas empresas periodísticas que apuestan por el emprendimiento, aunque en un plano ideológico resultan interesantes iniciativas como la Fundación Civio situada en la cabeza del Ranking de Innovación Periodística de 2014⁷. Esta pluralidad de conceptos cohabita en un ecosistema digital cíclico, anclado en un contexto político y social que para algunos pudiera estar en crisis (McChesney & Nichols, 2010; Grueskin, Seave, Graves, 2011), aunque no necesariamente se refleja en el periodismo, ni el desempeño de su ejercicio (Van der Haak, Parks & Castells, 2012; Hellmueller & Mellado, 2016; Usher, 2017).

La discusión teórica actual sobre modelos y empresas periodísticas también enfrenta la convergencia entre el periodismo ciudadano, el impulso de las audiencias creativas (Pere y Jaume, 2014; Peters & Witschge, 2015; Masip, 2016; Nah & Chung, 2016), la narrativa *transmedia* (Jenkins, 2009; Renó & Renó, 2013; Arrojo, 2015) y el flujo informativo de *social media data* (Hobbs, 2014; Martínez y Lara, 2015). Sin embargo, hay que distinguir entre el periodismo 3.0 como dinámica de participación propuesta por los medios de comunicación y el periodismo cívico cuya participación corre a cuenta de los ciudadanos, algunos de ellos nativos digitales⁸, para quienes la exposición, uso y convivencia con los medios y la tecnología no supone el desarrollo de la competencia digital⁹.

Es esencial además, el debate sobre la función de las audiencias, al reconocer el intercambio con contenidos vinculados con noticias o asuntos de interés general (Newman, Dutton y Blank, 2012; Nielsen y Schrøder, 2014; Almgren y Olsson, 2015). Estas dinámicas discursivas amplían el alcance de la esfera pública en la cual los usuarios ganan protagonismo (Papacharissi, 2015; Klinger y Svensson, 2015), al poner en entredicho la hegemonía de los periodistas y medios de comunicación como *gatekeepers* de los temas de interés público (Suau, 2015; Suau y Masip, 2015).

⁷ El Ranking de Innovación Periodística de 2014, relaciona los casos que han innovado en los contenidos, en los nuevos usos de la tecnología, en las relaciones con los usuarios, en las iniciativas de marketing o en los modelos de negocio. Revisado el 23/01/2016 desde: <http://mip.umh.es/ranking/>

⁸ Muchos términos se han acuñado para referirse a este grupo poblacional desde que Prensky (2001) mencionara a los nativos digitales, entre los que encontramos, tal y como relatan Fernández y Fernández (2016), la Generación Z, la Generación V (por virtual), Generación C (por comunidad o contenido), Generación Silenciosa, Generación de Internet o incluso, Generación Google, cuyo nexo común es su tecnofilia y la incorporación de las TIC en el desenvolvimiento de su vida cotidiana.

⁹ Se suscribe la premisa apuntada por diferentes autores (Cabra-Torres & Marciales-Vivas, 2009; Cobo & Moravec, 2011) que hablan de la falacia del nativo digital. Este concepto implica que esta generación tiene acceso y convive con las TIC, no que sepa utilizar las tecnologías digitales.

En los últimos años se ha jerarquizado la relación de los medios y las audiencias. Numerosos trabajos han estudiado los mecanismos de participación impulsados por los medios (Hermida y Thurman, 2008; Suau, 2015) y han monitorizado el uso que estos realizan de los servicios de redes sociales (García-De-Torres *et al.*, 2011), destacando el componente élite de Twitter (Engesser & Humprecht, 2015), una plataforma en la cual periodistas y políticos son especialmente activos.

En resumen, autores como (Curran, Fenton y Freedman, 2012; Klinger y Svensson, 2015) valoran la participación de las audiencias como positiva al producir contenidos y compartirlos con los periodistas (Jenkins y Carpentier, 2013). En cambio, otros estudiosos califican a las audiencias de menos activas (Bergström, 2008; Van-Dijk, 2009; Suau, 2015; Guallar *et al.*, 2016), especialmente cuando la participación exige un mayor grado de compromiso¹⁰.

Para los límites de la presente investigación, se determina la función de las audiencias creativas por su protagonismo en el proceso informativo, al trascender el hecho de ser fuentes y al aportar experiencias y conocimientos al quehacer de los periodistas, pero no para sustituirlos (Masip *et al.*, 2015), (Suau, 2015), (Borger *et al.*, 2016). Desde la perspectiva del NPE que se propone, el acceso a los contenidos de los medios a través de las plataformas de redes sociales amplía el espectro de las líneas editoriales que consumen las audiencias, dado que dejan de leer sólo un periódico, escuchar una radio o ver una televisión, para entrar en contacto con las piezas que despiertan el interés de sus seguidores.

Este ejercicio periodístico a través de servicio de redes sociales como Twitter permite que los periodistas y las personas jerarquicen otras dinámicas discursivas para difundir su información (Mancera y Pano, 2013), les agreguen valor y personalicen los contenidos para interactuar en escenarios donde se sienten más cómodos, en relación con lo que dicen los medios, considerados hegemónicos respecto de los poderes fácticos.

Sin embargo, a medida que se ha visto un auge de los nuevos medios sociales, también han aparecido otros centros de poder ideológico. Su uso en la representación de la esfera pública, siguiendo a Jesús Martín Barbero (2002: 13) produce "cambios en los mapas mentales, en los lenguajes y los diseños de políticas, exigidos todos ellos por las nuevas formas de complejidad que revisten las reconfiguraciones e hibridaciones de lo público y lo privado".

¹⁰ Hoy se precisan estudios que superen las métricas burdas y que aporten información relevante para los medios de modo que éstos puedan alinear su línea editorial y su función democrática con los intereses de los lectores. El número de visitas de una noticia no debe ser traducido como el número de lecturas, ni como las noticias que más valoran los lectores. Las cifras de visitas, comentarios o *likes* son indicadores de valor de entretenimiento, pero no de periodismo (Costera-Meijer, 2013).

Una consecuencia de este hecho, es la pérdida de la hegemonía que ostentaron los medios masivos de comunicación durante la Sociedad Industrial, tal y como demuestran Theodor Adorno y Max Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración* (1998)¹¹, texto referencial de la Escuela de Frankfurt. Otra de las consecuencias, es el aumento de las tensiones dentro de la estructura dominante, porque los nuevos medios sociales han socavado el control jerárquico del conocimiento social, al saltarse las agencias mediadoras y distribuir información prohibida o de acceso restringido (Scolari, 2008; Smith, 2010; Martínez, 2013).

Tres principales hackers que han demostrado con un costo altísimo que se puede hacer periodismo con los nuevos medios son: Julian Assange¹², Chelsea Elizabeth Manning¹³ y Edward Snowden¹⁴, al filtrar información que muchos actores querían mantener oculta. Los tres han provocado un cortocircuito a las industrias periodísticas actuales en dos sentidos: el primero, reclamando periodistas más que estrellas mediáticas y el segundo, reconociendo la ética, con noticias basadas en hechos¹⁵ y herramientas informáticas libres; buscando la credibilidad que funda el prestigio; y en un contexto que proteja la creación independiente (Sampedro, 2014; Lynch, 2014; Wahl-Jorgensen, 2014; Wahl-Jorgensen, Bennett, & Taylor, 2017; Hintz & Brown, 2017).

En consecuencia, el reto fundamental en relación con los nuevos modelos periodísticos y la información en el ecosistema digital actual, estriba en que estos mecanismos dinamicen la vida política y mejoren los canales para que sirvan eficazmente a las instituciones democráticas pendientes de los problemas de la

¹¹ En este texto se afirma que los medios masivos de comunicación no eran otra cosa que instrumentos de dominación, una suerte de sistema que eliminaba la autonomía y la individualidad del ser humano y lo reducía a su condición de puro consumidor alienado.

¹² Julian Assange es el director de WikiLeaks, herramienta que ha permitido conocer miles de documentos y que ha desarrollado un código de encriptación para poder transmitir información manteniendo el anonimato. Assange permanece todavía refugiado en la embajada ecuatoriana de Londres, después de ser perseguido por una acusación por violación.

¹³ Chelsea Elizabeth Manning —antes Bradley Edward Manning—, fue condenada a 35 años de cárcel por develar la mayor cantidad de documentos sobre las guerras de Irak, Afganistán y las actuaciones de las embajadas norteamericanas. El 17 de enero de 2017, el presidente Barack Obama, en sus últimos días antes de abandonar la Casa Blanca, conmutó el resto de la pena de prisión de Manning, quien salió de prisión el 17 de mayo de 2017.

¹⁴ Edward Snowden, se halla asilado en Rusia huyendo de la persecución americana, pues filtró a cuatro periódicos en 2013, que la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos, accedía a los registros telefónicos y de Internet de millones de usuarios en ese país y en todo el mundo.

¹⁵ Así afirma un famoso principio periodístico: los hechos son sagrados, las opiniones, libres.

sociedad. Pero también, depende que las audiencias reconozcan la necesidad que tienen similares plataformas para ponerle voz a sus preocupaciones, denunciar, disentir y argumentar sus juicios y encontrar ahí una respuesta inmediata de los responsables políticos.

Si bien las aproximaciones teóricas al fenómeno de la comunicación y el periodismo en la web 2.0 expuestas hasta aquí son amplias y denotan un crecimiento progresivo, sobresale la necesidad de este campo de constituirse en paradigma científico, entendido como la articulación coherente de un conjunto de modelos, conceptos, conocimientos, hipótesis y valores (Khun, 2005), de modo que se pueda hacer frente a los cambios cualitativos y cuantitativos por ocurrir en el futuro. Con la emergencia de los nuevos medios en tan poco tiempo, los servicios de redes sociales como Twitter y Facebook, han favorecido la convergencia que exige un ajuste a la luz del periodismo como ciencia y por tanto la redefinición e implementación de un modelo teórico para analizar dinámicas discursivas, dimensionar competencias profesionales y generar inferencias sobre posibles comportamientos futuros.

Teniendo en cuenta las consideraciones precedentes, para los fines de esta investigación cuyo marco teórico esencial son las dinámicas discursivas, a partir de procesos políticos de alto perfil de polarización, y desde una perspectiva que supera la presencia de periodistas y asume la participación de ciudadanos, o usuarios desde plataformas de redes sociales como Twitter, se entenderá por Nuevo periodismo electrónico: aquellas prácticas informativas contentivas de las modernas dimensiones que asume el sistema de comunicación social, e involucra a personas (periodistas o no), para participar activa y políticamente dentro de la industria mediática (Pérez, Haber y Duvergel, 2016). Forman parte de estas prácticas las siguientes dimensiones:

- la redefinición de la profesión periodística y de los géneros periodísticos: más que géneros, devienen espacios plurales para la actuación y participación de las audiencias creativas en el discurso público y político de la sociedad, interactuando con contenidos (Díaz y Salaverría, 2003).
- la simbiosis del hipertexto y de los enlaces: siguiendo los modelos de pirámide tumbada (Canavilhas, 2007), e invertida horizontal (Franco, 2009), asume una retórica propia que aproveche las posibilidades interactivas de sindicación hipertextual como estructura no lineal de nodos y enlaces (Favaretto, 2011).
- las nuevas técnicas de producción, apropiación, recepción y transmisión de noticias y sentidos: capacidad progresiva que tienen los nativos digitales y ciudadanos-usuarios de construir y participar de la realidad por medio de selección y distribución de contenidos, y el uso que hacen los periodistas de las herramientas de las ciencias sociales y humanísticas.

- el redimensionamiento epistemológico, ético y deontológico del periodismo como bien social: conjunto de relaciones sociales, bidireccionales y dialógicas que tienen lugar dentro de la convergencia entre medios sociales, sistema político y audiencias creativas.

El ecosistema digital actual, no es solo la plataforma tecnológica de unas cada vez más ampliadas relaciones económicas, sino también un soporte de intercambio de formas simbólicas que contribuyen a conformar comunidades de sentido. El NPE, deviene práctica democrática dentro de los nuevos medios, y los servicios de redes sociales, nodo de múltiples relaciones internas y externas, producción y apropiación, en un contexto de importantes cambios económicos, políticos y sociales.

Al vincular un ejercicio periodístico profesional y democrático en servicios de redes sociales como Twitter, es lo que hace que algunos medios y periodistas hayan conseguido independencia respecto de los poderes fácticos y es en este punto, donde cambia todo, donde aparece lo "nuevo", del NPE. Como en la política moderna, en el nuevo periodismo los usuarios-lectores jóvenes se inclinan por los modelos de participación y transparencia y estos, salvo excepciones, se suelen mover en la franja ideológica del centro-izquierda y la izquierda.

Se identifican transformaciones en varios sentidos: el producto informativo, los roles de emisor y receptor, los soportes, las audiencias, la formación universitaria en las facultades de comunicación... El motor de cambio está simultáneamente activado en fuentes, medios, periodistas pero, además, se está produciendo una redefinición de las rutinas productivas que dirigen la demanda hacia un perfil de periodistas con especialización tecnológica polivalente en hipermedia y en la creación de empresas colaborativas.

Sin embargo, las etiquetas, digital o electrónica, no hacen a un medio mejor que otro, no implican apenas nada. En términos de comunicación 2.0 y nuevo periodismo, es imprescindible que esas marcas vayan acompañadas de otras como: innovación, transparencia, participación, compromiso, independencia y desarrollo cualitativo. Y que además, bajo esas taxonomías se pueda hacer un periodismo responsable, basado en fuentes solventes y sostenibles, que cuente buenas historias que conecten con el ciudadano, aprovechando el potencial de las nuevas narrativas.

Dinámicas en el escenario mediático latinoamericano

Como se ha demostrado anteriormente, la generalidad de las aportaciones teóricas en torno a modelos y empresas-negocios de periodismo provienen de Estados Unidos y Europa, donde se concentran la mayor parte de las investigaciones sobre la comunicación. Sin embargo, los pueblos de América Latina tampoco escapan a la necesidad de un modelo comunicativo más

transparente y democrático (Mellado, 2009), en sintonía con los cambios políticos y sociales que experimentan.

El año 2015 marcó las primeras dos décadas del ciberperiodismo en América Latina. En países como Argentina (Rost y Bergero, 2016), Bolivia (Banegas, 2014), Chile (Arriagada y Muñiz, 2016), Costa Rica (Arce y Morales, 2016), Ecuador (Rivera, 2011), El Salvador (Alas et al., 2008), México (Crovi, 2016), Nicaragua (Hopmann y Arce, 2011), Panamá (Hernández, 2016), Perú (Yezer'ska y Zeta, 2016) y Uruguay (Novarese, 2016), el primer medio digital se lanzó aproximadamente entre el primero de enero y el 31 de diciembre de 1995. Solo Brasil (Barbosa, 2013), vio aparecer medios digitales en 1994. En otras naciones como Colombia (Gutiérrez y García, 2016), Cuba (Darias y Suárez, 2016), Guatemala (Alas, 2016), Honduras (Perdomo, 2016), Paraguay (Ferreira, 2016), Puerto Rico (Sepúlveda, 2013), República Dominicana (Ortiz, 2016) y Venezuela (Rojano, 2008), los primeros medios digitales datan de 1996 (Salaverría, 2016).

El desarrollo del ciberperiodismo en América Latina, está directamente relacionado con el progreso de la infraestructura tecnológica y la evolución de la sociedad de la información. Solo desde los últimos años ha comenzado una estrategia latinoamericana en algunos medios digitales, que como Tele Sur¹⁶ desde Venezuela, optaron por ampliar su público objetivo a todo el continente. También ha habido algunos proyectos ciberperiodísticos transnacionales, como la Poderopedia¹⁷, una web de investigación y denuncia periodística impulsada inicialmente desde Chile, pero extendida a Venezuela y Colombia en 2014.

En el orden político y gubernamental, las estructuras políticas y sociales latinoamericanas fluctúan entre grupos de izquierda afianzados por siglos de historia y grupos de derecha que han implantado modelos económicos externos, vinculados con aperturas culturales que se subordinan a países hegemónicos. A falta de democracia, han resultado dictaduras militares que frenan el desarrollo y potencian las desigualdades sociales, de gestión y acceso a la información que hoy diferencian el nivel de crecimiento de algunos países del área.

Durante la primera década de este siglo han llegado al poder, partidos, movimientos y líderes en Latinoamérica, auto proclamados de izquierda, populistas o progresistas, que han reactivado los debates sobre la función del estado en relación con la economía, la sociedad y las políticas nacionales de comunicación (Becerra, 2014).

Este giro a la izquierda comenzó con la elección de Hugo Chávez en Venezuela en 1998. Le siguieron los gobiernos de Luis Inácio Lula da Silva (2003-2011) y Dilma Rousseff (desde 2011) en Brasil —ambos candidatos del Partido de los Trabajadores—; el de Evo Morales y el Movimiento al Socialismo en Bolivia (desde

¹⁶ Consúltese: <http://www.telesurtv.net>

¹⁷ Consúltese: <http://www.poderopedia.org>

2006); los de Ricardo Lagos (2000-2006) del Partido por la Democracia y Michelle Bachelet (2006-2010) del Partido Socialista, en Chile —ambos elegidos en el marco de la Concertación por la Democracia—; los de Tabaré Vázquez (2005-2010) y José Mujica (desde 2010) del Frente Amplio en Uruguay; los del matrimonio Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández (desde 2007) en Argentina que triunfaron bajo la lista del Frente para la Victoria dentro del peronista Partido Justicialista; el de Rafael Correa (desde 2007) y la Alianza país en Ecuador; el de Fernando Lugo (2008-2012) y la Alianza Patriótica para el Cambio en Paraguay; el de Daniel Ortega (desde 2007) con el Frente Sandinista de Liberación Nacional en Nicaragua, y por último, el de Mauricio Funes (desde 2009) y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional en El Salvador (Badillo, Mastrini y Marengui, 2015).

Estos gobiernos populistas o progresistas, durante la primera década del siglo XXI, han consolidado diversos procesos y generado otras situaciones indicativas: la alteración de los nexos entre política y medios; una estructura concentrada en la propiedad de los medios; facilidades para la expansión de la televisión multicanal; transformaciones tecnológicas en el marco de la digitalización audiovisual; la inexistencia de medios públicos no gubernamentales; los retos básicos ligados a la problemática de la libertad de expresión y los cambios regulatorios vinculados a una concepción del derecho a la comunicación (Badillo, Mastrini y Marengui, 2015). Hasta la actualidad hay otros problemas identificados: libre mercado, alta migración, problemas ambientales, demandas sociales insatisfechas, alta concentración económica y el crecimiento del *big data* informativo, donde la convergencia mediática y la función de los usuarios-consumidores, han cambiado los ritmos y los modos en que se producen los mensajes y las formas de expresión del periodismo.

¿No obstante, qué principios son necesarios para la elaboración de un modelo teórico de nuevo periodismo, conforme a los contextos específicos de los pueblos latinoamericanos? ¿Qué estrategias de integración políticas y en el orden comunicativo, deben implementar?

La adquisición y creación de contenidos propios, junto con estrategias de alianzas entre compañías privadas y nacionales, favorecerían el aumento de capacidades para el alojamiento de datos y el enrute de los mismos por canales que no pasen por Estados Unidos. Las posibilidades de conexión e independencia tecnológica de los satélites Simón Bolívar, en Venezuela, o Tupac Katari en Bolivia, no son suficientes, sino se garantiza un nuevo orden tecnológico, con condiciones que pudieran permitir mayor acceso al conocimiento, al intercambio y la construcción de saberes. Por suerte, desde los órdenes político y gubernamental, iniciativas latinoamericanas como MERCOSUR, UNASUR y CELAC, también se han preocupado por una infraestructura de redes, que garantice la sostenibilidad y la verdadera soberanía.

El futuro del periodismo en América Latina tiene que plantearse la propuesta de nuevas empresas de negocio viables, la actualización de su modelo profesional a

la luz de las demandas sociales de calidad informativa, el desarrollo de otros contenidos y formatos que aprovechen las potencialidades del contexto digital, y la incorporación al proceso periodístico, de las aportaciones de públicos cada vez más participativos. Es en este contexto donde el NPE tendrá que erigirse posibilitando la democracia, la independencia y la innovación a los periodistas, desde el uso de servicios de redes como Twitter.

Implementación del modelo teórico entre el Nuevo periodismo electrónico y la plataforma Twitter

El modelo teórico propuesto, tiene en cuenta las dinámicas discursivas del NPE asociadas a eventos políticos de alto perfil de polarización en el ecosistema mediático latinoamericano, y asume además, la plataforma de red social Twitter, desde la anticipación y seguimiento de temas del momento. Hay que partir del reconocimiento de la complejidad del mundo político y del ecosistema digital actual, que obliga a que las personas busquen alternativas para ordenar su existencia y acciones. Aquí convergen los medios digitales como seleccionadores y estructuradores de acontecimientos y significados, y los servicios de redes sociales, como mediadores entre los diferentes subsistemas de la sociedad.

Fusionados en un evento político desde Twitter, los usuarios aprovechan el hipermedia y la interactividad para llevar a cabo sus planteamientos discursivos, que implican la construcción de nuevos conocimientos, y los cambios en los modelos mentales socioculturalmente extendidos entre las comunidades, a causa de la influencia de los medios *on line* institucionales. A su vez las audiencias creativas logran re significar mensajes, responder a los abusos de poder a los que son sometidos, e iniciar el largo camino de la emancipación personal y el desarrollo cualitativo, desde las marcas y los contenidos.

Asumiendo la multiplicidad social y cultural de los pueblos latinoamericanos, estas audiencias creativas luchan desde plataformas de redes sociales como Twitter, para contrarrestar la influencia de los grandes monopolios que ya no solo intentan dominar los recursos naturales, sino que han encontrado en la información y en las comunicaciones, otras áreas para extender sus dominios. Sin embargo, una democratización latinoamericana tanto política como en la red, necesita de una infraestructura y una sostenibilidad tecnológicas inscritas en la región, para no depender de los servidores raíces anclados en Estados Unidos.

Todos estos planteamientos forman parte de la convergencia entre los sistemas mediático y político, cuyos límites se hacen difusos en la red y se inscriben en las sociedades del conocimiento y de la dignidad, donde es preciso participar con nuevos saberes, sin desdeñar la posibilidad de aspirar a una sociedad justa y equitativa desde los valores, y conquistas sociales que garantice a sus ciudadanos. Esta integración y potencial heurístico, ofrece claves hermenéuticas del proceso que estamos estudiando:

- Medir el carácter sistémico entre los medios, los servicios de redes y las personas y ofrecer una respuesta ante la ausencia de modos para articular esas relaciones, casi invisibles, pero determinantes en la organización de las sociedades.
- Acercarse a los juicios de valor, proposiciones y fundamento emocional de los mensajes emitidos por las audiencias, como factores a tener en cuenta para indagar en el porqué de las acciones.
- Detectar posibles tendencias y comportamientos.
- Aspirar a un potencial desarrollo de las comunidades desde la participación emancipadora y digna en el ecosistema digital actual, con las posibilidades reales de infraestructura y sostenibilidad tecnológicas.

El modelo que se propone está dirigido a analizar las competencias profesionales de periodistas, desde una participación coherente en contextos neurálgicos de la comunicación, para contribuir a un desarrollo cualitativo superior en las sociedades actuales. Entre sus objetivos se encuentran: ofrecer un constructo teórico que articule las relaciones comunicacionales actuales, en procesos políticos de alto perfil de polarización; dotar a los modelos periodísticos presentes en el escenario mediático latinoamericano, de nuevas herramientas que amplíen su participación, desde la diversidad económica, tecnológica, étnica y cultural de sus regiones y potenciar una democratización latinoamericana en red, desde las sociedades del conocimiento y de la dignidad.

Para la construcción del modelo de análisis periodístico, se empleó la dinámica de los sistemas, que es una metodología mediante la cual se pueden abordar los problemas donde la presencia de sistemas es dominante (von Bertalanffy, 1976). Esta metodología sigue los siguientes pasos: definición del problema, conceptualización, formalización, comportamiento, evaluación y explotación (Aracil, 1995; Drew, 1995; Schaffernicht, 2006). De esta forma se puede estudiar la complejidad cuantitativa del sistema por la cantidad de elementos constitutivos y sus potenciales interacciones, sin menospreciar la presencia del modelo, que reproduce el comportamiento del objeto, es decir, identifica, mensura y simplifica relaciones sistémicas complejas.

Una vez jerarquizados los principales modelos mentales, pasamos a la formalización, a través de un diagrama de causalidad que no es más que la representación del conjunto de las relaciones entre los elementos de un sistema, denominado como estructura del sistema (Aracil, 1995).

En el diagrama de influencias aparecen las variables identificadas y sus relaciones directas (lazos de reforzamiento), e inversas (lazos de control o balance). Aquí emerge la característica de retroalimentación del modelo, por su capacidad de recoger información sobre los efectos de sus decisiones internas en el medio. Se utiliza además la nomenclatura del signo negativo (-) para describir los procesos de auto regulación o morfostásis de un sistema, para mantener una organización,

o estado dado, también conocido como homeostasis, o retroalimentación negativa. En cambio, el signo positivo (+), describe la morfogénesis del sistema, o retroalimentación positiva, que indica una cadena de relaciones causales donde la variación de uno de sus componentes se propaga en otros, propiciando un comportamiento sistémico caracterizado por un auto reforzamiento de las variaciones.

Las variables identificadas para el diagrama de causalidad son las siguientes: NPE, dinámicas discursivas, procesos políticos de alto perfil, escenario mediático latinoamericano y la plataforma Twitter. A estas variables se sumarán progresivamente otras como infraestructura tecnológica, construcción del conocimiento, e hipermedia e interactividad, que forman parte de la gestión de desarrollo del modelo. A continuación se explican las interdependencias entre los elementos.

Existen dos relaciones directas entre la práctica del NPE y las dinámicas discursivas, dado por la amplia participación y uso de las audiencias creativas de los servicios hipermedia y las plataformas de redes sociales, lo que a su vez también permite otras asociaciones directas con los procesos políticos de alto perfil de polarización. En estas tres variables, se hallan dos lazos de reforzamiento.

La correspondencia morfogenética de los indicadores antes descritos participan de la evolución de las prácticas comunicativas, donde el periodismo además es un catalizador de las discusiones y los procesos de intercambio de información y re significación de mensajes. También es un ejemplo claro, de cómo los procesos políticos de alto perfil se implementan de manera tradicional y electrónica, y de cómo afectan a las personas a la hora de emitir un criterio, votar a favor o en contra del candidato de turno, o simplemente disentir del curso trazado por la política.

Entre las variables, NPE y escenario mediático latinoamericano, se halla una comunicación inversa, por causa de las diferentes características históricas, económicas, políticas, culturales y sociales que presentan las comunidades electrónicas de los pueblos latinoamericanos, y sus variadas formas de asumir y responder a los eventos comunicativos en donde participan. De manera similar ocurre entre el segundo indicador ya mencionado y la plataforma de red social Twitter, donde también aparece una interdependencia inversa.

Si bien existe una participación discursiva, hay que jerarquizar los contextos de producción y consumo de mensajes y tener en cuenta desde qué lado se emiten y analizan los argumentos y elementos semiótico-discursivos. Por otro lado, son decisivos los contextos políticos, sociales y lingüísticos que rodean a los eventos comunicativos, junto con los conocimientos que posean las comunidades virtuales y sus modos de responder a la dominación.

En cambio entre el servicio de *microblogging* y los procesos políticos de alto perfil existe un flujo directo, visto que las principales problemáticas y la forma de ejercer la política en las sociedades actuales, participan igualmente de la política 2.0 a

través de esta plataforma. En consecuencia, se genera un bucle de reforzamiento, alrededor de las variables analizadas hasta aquí.

Los vínculos morfostáticos o de retroalimentación negativa, entre el NPE, el escenario mediático latinoamericano, y la plataforma Twitter, están asociados a la infraestructura y sostenibilidad tecnológicas de la región. En cambio, las interdependencias indirectas entre las dinámicas, la infraestructura tecnológica, el escenario mediático, Twitter y directas con los procesos políticos y el NPE, generan un lazo de control o balance que permite alcanzar un estado de equilibrio.

Este análisis teórico trae a colación la gestión de los gobiernos por desarrollar económicamente sus territorios, de manera paralela a las acciones que se deben implementar para la ampliación de las comunicaciones. Aunque la retroalimentación positiva entre Twitter y los procesos políticos de alto perfil, manifiesta las luchas de las audiencias creativas por responder a los abusos de poder y la necesidad de una democratización latinoamericana en red, desde las sociedades del conocimiento y de la dignidad.

Se manifiestan además intercambios directos entre el NPE, las dinámicas discursivas y los procesos de construcción del conocimiento y cambio de mapas mentales que ocurren en las comunidades virtuales, porque son ellas quienes intentan contrarrestar la influencia de los medios institucionales, señalando a los responsables de las buenas y las malas acciones, y mostrando los rostros y los encuadres alternativos al discurso oficial. Similarmente sucede con el hipermedia y la interactividad de los contenidos que permiten las tecnologías de la información y las comunicaciones. Aquí se aprecia otro lazo de reforzamiento.

La circularidad o morfogénesis de estas asociaciones, están determinadas por la participación de periodistas y audiencias creativas en temas del momento, mediante el NPE y el servicio de plataforma social Twitter. Las interrelaciones de poder, ideología y de dominación están presentes en las formas en que los usuarios responden a dichas coherencias, y dejan entrever referencias ideológicas, políticas y culturales de *background*, que se manifiestan en el discurso que emplean los usuarios de Twitter, sin importar sus grados de abstracción. Son justamente las audiencias creativas quienes re significan los mensajes y aspiran a una emancipación personal y desarrollo cualitativo, desde su multiplicidad étnica y cultural.

Los efectos recíprocos de las variables estudiadas hasta el momento, ponen de manifiesto el crecimiento de la entropía en un sistema abierto —como el que hacemos referencia—, es decir, los aspectos que debe absorber selectivamente del ambiente para aumentar su estado de organización. En este sentido, las sociedades del conocimiento y de la dignidad en el escenario mediático latinoamericano, constituyen el área de sucesos y condiciones que influyen sobre el comportamiento del sistema.

El NPE, las dinámicas discursivas, los procesos políticos de alto perfil, y la plataforma Twitter como subsistemas, están en constante intercambio con el contexto ambiental, para lograr su viabilidad o equifinalidad, y de esta forma las audiencias creativas puedan aspirar a un desarrollo potencial. La jerarquía entre el conjunto de elementos y flujos que responden a estructuras y funciones especializadas dentro de un sistema mayor, está determinada por su variabilidad y teleología, de modo que se manifiestan las características sinérgicas propias de un sistema.

En resumen, después de haber explicado los flujos directos e inversos en el diagrama de influencias queda conceptualizado y formalizado el Modelo periodístico que se propone: Interrelación teórica del Nuevo periodismo electrónico y la plataforma Twitter, en el escenario mediático latinoamericano. Su funcionalidad es amplia para los medios institucionales, los periodistas y las audiencias creativas, toda vez que se pueda implementar y evaluar a corto, mediano y largo plazos, desde la descentralización de sus dimensiones y principios y la aplicación de una metodología específica para contextos neurálgicos de la comunicación.

Modelación teórica. Interrelación del NPE y la plataforma Twitter. Elaboración propia.

Teniendo en cuenta las variables enunciadas y examinadas anteriormente desde el diagrama de causalidad, el modelo propone una serie de dimensiones, características y principios que pueden ser evaluados y contribuyen además a la gestión, el enriquecimiento, la consolidación y el perfeccionamiento de los periodistas y audiencias creativas, en contextos neurálgicos de la comunicación en nuestras sociedades del conocimiento y de la dignidad. Este comportamiento se concibe desde el NPE por sus dimensiones sistémica, profesional, política y socio-discursiva.

- Dimensión sistémica: está basada en la ordenación y visualización de los eventos de alto perfil, fusionando los componentes políticos de la sociedad y los actores desde sus amplios grados de abstracción. Los procesos se estudian de manera integral como parte de la convergencia entre los sistemas mediático y político.
- Dimensión profesional: consiste en el necesario desempeño comunicacional, nacido a consecuencia de las sociedades del conocimiento y de la dignidad. También se tienen en cuenta las diferencias étnicas y culturales, así como la infraestructura y sostenibilidad tecnológicas, para el desarrollo de los eventos y temas del momento.
- Dimensión política: manifiesta el ejercicio político y los enfrentamientos de los medios digitales y las audiencias creativas, en busca de una verdadera democratización en los escenarios mediáticos de Internet.

Partidos, organizaciones, grupos de poder y otros sectores de la sociedad confluyen con los mismos derechos y deberes.

- Dimensión socio-discursiva: tiene en cuenta las dinámicas discursivas de las audiencias creativas que se suceden en los eventos comunicativos, y sus vínculos reales con la sociedad.

También desde la plataforma de red social Twitter y asumiendo los procesos políticos de alto perfil de polarización, el modelo concibe otros comportamientos que pueden ser evaluados por sus características de detección, de hipermedialización, de emancipación y de interacción social.

- Carácter de detección: radica en la posibilidad que brinda la plataforma Twitter como fuente periodística y material de análisis, para adelantarse a los acontecimientos y establecer posibles predicciones, gracias a los estudios de seguimiento de eventos, análisis de sentimientos y exámenes de polaridad discursiva.
- Carácter de hipermedialización: consiste en las posibilidades reales de construir un mensaje a partir de los nuevos medios sociales conectados a la red, y las disímiles formas de mostrar el texto, que van más allá de la restricción de 140 caracteres.
- Carácter de emancipación: tienen en cuenta la comunicación de manera horizontal, desde todos los lados y permite la participación de las audiencias creativas en los temas del momento, quienes les aportan nuevos significados a los hechos, responden a los abusos de poder y luchan por su desarrollo cualitativo.
- Carácter de interacción social: asume la participación activa e inteligente de los medios y las audiencias creativas en los eventos políticos de alto perfil, y favorece la construcción de nuevos conocimientos y los cambios en los mapas mentales establecidos por los medios institucionales.

Sin embargo, la gestión del modelo periodístico anclado en plataformas de redes sociales como Twitter, requiere de la generalización y examen de otros principios comunicacionales para el escenario mediático latinoamericano, como el desarrollo de la profesión, el perfeccionamiento tecnológico, la integración política y comunicativa, y la soberanía mediática.

- Principio de desarrollo y re definición de la profesión: requiere que los actores sociales del discurso, participen en la innovación y puesta en práctica de proyectos periodísticos cada vez más sostenibles ante las situaciones que puedan ocurrir en el ecosistema mediático.
- Principio de perfeccionamiento tecnológico: entiende la plataforma tecnológica no sólo desde sus amplias relaciones económicas, sino

también como un soporte de intercambio de formas simbólicas, que contribuyen a conformar comunidades de sentido.

- Principio de integración política y comunicativa: consiste en la adquisición y creación de contenidos propios, junto con estrategias de alianzas entre compañías privadas y nacionales, para favorecer el aumento de capacidades para el alojamiento de datos y el enrute de los mismos por canales que no pasen por monopolios capitalistas.
- Principio de soberanía mediática: es la intervención discursiva frente a las contiendas comunicativas que suceden en el ecosistema digital actual, para sobreponerse de algún modo a las carencias tecnológicas que enfrenta la región latinoamericana, en busca de una independencia comunicativa tradicional y en los entornos de la web 2.0.

El modelo teórico puede ser implementado en medios de comunicación digitales, grupos de periodistas o comunicadores, y otras organizaciones sociales. La modelación concebida, se sostiene sobre la base de redimensionar las competencias profesionales desde una participación más activa y coherente en procesos políticos de alto perfil de polarización, con vistas a generar inferencias, además de posibles tendencias y comportamientos.

En consecuencia, supone un cambio conceptual en términos periodísticos, informáticos, políticos y culturales, por lo que será preciso primero, una observación de la realidad y segundo, la preparación y capacitación de los actores sociales para lograr una aprehensión de los eventos comunicativos. Además, implica la utilización y dominio de nuevas herramientas que amplíen las funciones discursivas y la participación, desde la multiplicidad económica, tecnológica, étnica y social de los pueblos latinoamericanos, para potenciar una democratización y soberanía mediática de estas comunidades en la red.

Evaluación

El modelo conceptual formalizado en las páginas precedentes, es resultado de un largo proceso de construcción del conocimiento, donde participan las ciencias políticas, las psicológicas, las sociológicas, las computacionales y matemáticas; las informacionales y la teoría de la comunicación, y en virtud de lo cual se propone una transformación conceptual y práctica del periodismo, para actuar en procesos políticos de alto perfil de polarización. Cada uno de los resultados parciales y modelos mentales que constituyen el diagnóstico de esta propuesta, se han verificado mediante pruebas generalizadas. Para la verificación de una parte del modelo Interrelación teórica del Nuevo periodismo electrónico y la plataforma Twitter, en el escenario mediático latinoamericano y como otra prueba generalizada en los modos de referencia, se utilizó la simulación desde el *software Mention-Anomaly-Based Event Detection* (Guille, 2014).

Se partió de la selección de un tema político de alto perfil, como la cobertura realizada al fallecimiento del líder histórico de la Revolución cubana, Fidel Castro. Desde Twitter, se escogieron las etiquetas #Fidel, #FidelCastro, #HastaSiempreComandante, #PorSiempreFidel, #VivaFidel y #YoSoyFidel. Luego de realizar varias pruebas en diferentes intervalos de tiempo y con el uso de términos en idioma español e inglés, se obtuvo una lista con los eventos de mayor impacto entre los usuarios, que denotan los procesos de construcción del conocimiento y cambio de mapas mentales, y el uso de los recursos hipermedia para mostrar juicios alternativos al discurso de los medios institucionales. Además, esos eventos de más impacto contienen referencias ideológicas, políticas y culturales de *background*, que se manifiestan en los textos *twitteados* y *retwitteados*.

Otra conclusión destaca la retroalimentación del modelo y sus intercambios con el ambiente al aumentar progresivamente la participación activa e inteligente de periodistas y audiencias creativas con nociones y argumentos propios.

Por un lado y atendiendo los criterios expuestos, se valida una parte del modelo, dada por la ausencia de relaciones específicas que puedan articular los procesos políticos de alto perfil en el escenario mediático latinoamericano; la participación coherente de periodistas en estos temas del momento; la generación de posibles tendencias e inferencias desde servicios de redes sociales como Twitter, la escasa infraestructura tecnológica y la búsqueda de una democratización en red desde las comunidades del conocimiento y de la dignidad. Por otro lado, estos resultados permiten establecer predicciones sobre los posibles y probables comportamientos que asumirán los periodistas cuando se repitan las condiciones en torno a temas de alto perfil de polarización.

Conclusiones

América Latina ofrece un escenario mediático, político y discursivo bastante complejo, dada la pluralidad de actores que intervienen, la convergencia tecnológica, el protagonismo de gobiernos populistas en la gestión de los medios y el creciente flujo informativo *big data* desde plataformas de redes sociales como Twitter. Las nuevas regulaciones en torno a políticas de comunicación junto con la discusión social que las acompañan y la diseminación de dispositivos móviles conectados, amenazan la rutina mediadora tradicional de los medios de comunicación.

Si bien en este contexto resulta difícil establecer legislaciones sobre los nuevos medios, el proceso de una comunicación horizontal mediante el servicio de *microblogging* es útil y fundamental para los periodistas y no requiere además del desempeño de grandes estructuras empresariales que responden a proyectos hegemónicos y neoliberales como el modelo *broadcasting* o de comunicación de masas.

Frente al despliegue de códigos de intervención gubernamental en la esfera pública en un sistema mediático antagonista, a causa de la participación de nuevos actores sociales, el modelo teórico propuesto, concibe la interrelación del NPE y la plataforma Twitter para lograr una comunicación horizontal y democrática. Ofrece herramientas para analizar el desempeño de periodistas en procesos políticos de alto perfil, tiene en cuenta la detección y seguimiento de posibles tendencias discursivas para un mejor orden político y social de las sociedades y augura una mayor democracia y participación ciudadana.

A su vez, este modelo se construye desde las diferencias étnicas y culturales que se hallan en las comunidades de América Latina, favorece la construcción de nuevos conocimientos y re significación de mensajes y se proyecta hacia la búsqueda de una verdadera soberanía y democratización discursiva en la red. De esta manera el modelo teórico concebido, puede implementarse atendiendo a las características económicas, sociales y culturales de cada realidad y entronizando en los objetivos que mueven a un sector comunicacional, para buscar en el periodismo y los servicios de redes sociales como Twitter, nuevas ideas para un desarrollo cualitativo superior.

Referencias bibliográficas

- AITAMURTO, T. (2015): "Motivation factors in crowdsourced journalism: social impact, social change, and peer learning". *International Journal of Communication*, 9, pp. 3523–3543.
- ALAS, R. (2016): "Guatemala", en SALAVERRÍA, R: *Ciberperiodismo en ibeoramérica*, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.
- ALAS, V. I., PACAS, F. R., RIVAS, M. E., RODRÍGUEZ, S. (2008): *Del papel al píxel. El camino de los medios digitales de El Salvador. Trabajo de graduación. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA)*. Revisado el 13/02/2015 desde: <http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/investigaciones/tgraduacion/del-papel-al-pxel.pdf>
- ALMGREN, S. M., OLSSON, T. (2015): "Lets get them involved... to some extent: Analyzing online news participation". *Social media + society*, v. 1, n. 2. Revisado el 13/02/2016 desde: <http://dx.doi.org/10.1177/2056305115621934>
- ANDERSON, C. W., BELL, E., SHIRKY, C. (2013): "Periodismo postindustrial", *Adaptación al presente*. Revisado el 13/12/2015 desde: <http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism/>
- ARACIL, J. (1995): *Dinámica de sistemas*. Gráficas Marte, S.A. (Madrid).
- ARCE, J. L., MORALES, L. (2016): "Costa Rica", en SALAVERRÍA, R: *Ciberperiodismo en ibeoramérica*, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.
- ARRIAGADA, E., MUÑIZ, J.A. (2016): "Chile", en SALAVERRÍA, R: *Ciberperiodismo en ibeoramérica*, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.
- ARROJO, M. J. (2015): "Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas". *Palabra Clave*, 18(3), pp. 746-787. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.3.6.
- BADILLO, A., MASTRINI, G., MARENGHI, P. (2015): "Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina y los gobiernos progresistas". *Comunicación y Sociedad*. Departamento de Estudios de la Comunicación Social Universidad de Guadalajara, Nueva época, núm. 24, julio-diciembre, pp. 95-126. ISSN: 0188-252x.
- BANEGAS, C. (2014): *Periodismo Digital en Bolivia 2012-2013*. La Paz: Observatorio Nacional de Medios-Fundación UNIR Bolivia.
- BANSAL, K., KAGEMANN, S. (2015): "Integrating big data: A semantic extract-transform-load framework". *Computer*, v. 48, n. 3, pp. 42-50. Revisado el 16/04/2016 desde: <http://doi.ieeecomputersociety.org/10.1109/MC.2015.76>

- Enrique Pérez Fumero, Yamile Haber Guerra, José Raúl Díaz López y Larisa Zamora Matamoros

BARBOSA, S. (2005): "Bases de datos e webjornalismo: em busca de novos conceitos". Revisado el 27/09/2012 desde: <http://www.bocc.ubi.pt/esp/autor.php?codautor=690>

BARBOSA, S. (2013): "Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais", en CANAVILHAS, J. (org.) Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis. Covilhã, PT: Livros LabCOM, pp. 33-54.

BARRERA, A. (2013): "Así circula el contenido social". Baquia. com, 19 agosto. Revisado el 27/02/2015 desde: <http://goo.gl/MCfOg4>

BASTOS, H. (2000): Jornalismo electrónico: Internet e reconfiguração de práticas nas redacções. Coimbra: Minerva.

BECERRA, M. (2014): "Medios de comunicación: América Latina a contramano". Nueva Sociedad, No 249, enero-febrero. ISSN: 0251-3552. Revisado el 26/02/2016 desde: <http://www.nuso.orgb>

BERGER, J., MILKMAN, K. L. (2011): "What Makes Online Content Viral?", Journal of Marketing Research. Revisado el 1/07/2012 desde: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1528077

BERGSTRÖM, A. (2008): "The reluctant audience: online participation in the Swedish journalistic context". Westminster papers in communication and culture, v. 5, n. 2, pp. 60-80. Revisado el 23/09/2015 desde: <http://www.westminsterpapers.org/articles/abstract/10.16997/wpsc.67>

BLÁZQUEZ-OCHANDO, Manuel (2016): "Diseño de un agregador para la gestión de los big data informativos". El profesional de la información, v. 25, n. 4, pp. 671-683. Revisado el 2/01/2017 desde: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.jul.17>

BLUMLER, G., COLEMAN, S. (2013): "Historical and Normative Foundations of communication Research. Paradigms of Civic Communication". International Journal of Communication, No. 7, pp. 173-187.

BORGER, M., VAN HOOFF, A., SANDERS, J. (2016): "Expecting reciprocity: Towards a model of the participants' perspective on participatory journalism". New media & society, v. 18, n. 5, pp 708-725. Revisado el 13/02/2016 desde: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444814545842>

BOWMAN, S., WILLIS, C. (2003): *We Media: how audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center at The American Press Institute. Thinking Paper. Revisado el 23/05/2005 desde: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.

CABRA-TORRES, F., MARCIALES-VIVAS, G.P. (2009): "Mitos, realidades y preguntas de investigación sobre los 'nativos digitales': una revisión". Universitas Psychologica, 8(2), 323-338. Revisado el 10/12/2013 desde: <http://goo.gl/TzPrWO>

CALVO, E. (2012): "Periodismo ciudadano VS Información ciudadana", en El periodismo digital analizado desde la investigación procedente del ámbito académico. XIII Congreso de periodismo digital. Huesca. España. pp. 92-103. ISBN: 978-84-87175-47-3

CAMUS, J C. (2009): Tienes 5 segundos.

Revisado el 26/02/2014 desde:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/cl/legalcode>

CANAVILHAS, João (2007): Web Noticia. Propuesta de modelo periodístico para la WWW. Labcom.

CEBRIÁN, M., FLORES, J. (2011): Periodismo en la telefonía móvil, Madrid: Editorial Fragua.

CEREZO, J.M. (2008): "Hacia un nuevo paradigma. La era de la información fragmentada". Telos, No. 76. Fundación Telefónica. Revisado el 15/01/2014 desde:

<http://www.telos.es/articulocuaderno.asp?idarticulo=6&rev=76>

CHILLÓN, J.M. (2010): "Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada". Eikasia. Revista de Filosofía, año V, 31. Revisado el 12/09/2013 desde: <http://www.revistadefilosofia.com>

COBO, C., MORAVEC, J.W. (2011): Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación. Barcelona: Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Revisado el 13/04/2016 desde: <http://goo.gl/kzAMW6>

COSTERA-MEIJER, I. (2013): "Valuable journalism: the search for quality from the vantage point of the user". Journalism, v. 14, n. 6, pp. 754-770. Revisado el 13/02/2016 desde: <http://dx.doi.org/10.1177/1464884912455899>

CROVI, D. (2016): "México", en SALAVERRÍA, R: Ciberperiodismo en ibeoramérica, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

CURRAN, J., FENTON, N., FREEDMAN, D. (2012): Misunderstanding the internet. New York: Routledge. ISBN: 978 0415579582

DARIAS, I., SUÁREZ, M. (2016): "Cuba", en SALAVERRÍA, R: Ciberperiodismo en ibeoramérica, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

DE WOLK, R. (2001): Introduction to online journalism, Boston, Allynand Bacon.

DEUZE, M. (2004): "What is multimedia journalism?". Journalism Studies, 5 (2), 139-152.

DÍAZ, J. (2001): La escritura digital: hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

- Enrique Pérez Fumero, Yamile Haber Guerra, José Raúl Díaz López y Larisa Zamora Matamoros

DÍAZ, J., SALAVERRÍA, R. (2003): Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel Comunicacion.

DIESTE, L., GARCÍA, L., PÉREZ, V. (2014): "La credibilidad en Twitter: la visión del periodista". Universidad, investigación y periodismo digital. Asociación de Periodistas de Aragón. ISBN: 978-84-87175-50-3.

DOMÍNGUEZ, E., PÉREZ, J. (2013): Microperiodismos II. Aventuras digitales en tiempos de crisis, Editorial UOC, Barcelona.

DREW, D. (1995): Dinámica de sistemas aplicada. Gráficas Marte, S.A. (Madrid).

ENGESSER, S., HUMPRECHT, E. (2015): "Frequency or skillfulness". Journalism studies, v. 16, n. 4, pp. 513-529. Revisado el 13/02/2016 desde:

<http://dx.doi.org/10.1080/1461670x.2014.939849>

ESPIRITUSANTO, O. (2010): "Participación y periodismo ciudadano", Cuadernos de Comunicación Evoca, La revolución de la prensa digital.

FAVARETTO, C. (2011): "El uso del hipertexto periodístico en la noticia on-line de los principales ciberdiarios deportivos españoles", en IV Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, Modelos de Comunicación en la Aldea Global, Comunicación.

FERNÁNDEZ, F.J., FERNÁNDEZ, M.J. (2016): "Los docentes de la Generación Z y sus competencias digitales". Comunicar, 46, 97-105. Revisado el 15/06/2015 desde: <http://dx.doi.org/10.3916/C46-2016-10>

FERREIRA, R. (2016): "Paraguay", en SALAVERRÍA, R: Ciberperiodismo en iberoamérica, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

FLORES, J.M. (2009): "Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales", Comunicar. No. 33, vol., XVII. Huelva: Grupo Comunicar. Revisado el 15/02/2013 desde: <http://www.revistacomunicar.com%2Fverpdf.php%3Fnumero%3D33%26articulo%3D33-2009-09>

FRANCO, G. (2009): Necesidades de formación para medios digitales en América Latina, FNPI y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

GARCÍA-DE-TORRES, E., YEZERS'KA, L., ROST, A.; CALDERÍN, M., EDO, C., ROJANO, M., SAID-HUNG, E., JERÓNIMO, P., ARCILA, C., SERRANO-TELLERÍA, A., SÁNCHEZ-BADILLO, J., CORREDOIRA, L. (2011): "Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos". El profesional de la información, v. 20, n. 6, pp. 611-620. Revisado el 13/02/2016 desde:

<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2011.nov.02>

GILLMOR, D. (2004): We the media. Grassroots journalism by the people, for the people. USA: O'Reilly Media.

GÓMEZ, J. M., GIL, E. L. (2001): "Delimitación del vocablo cibernética y otras voces tecnológicas en periodismo". Revisado el 27/09/2012 desde: http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-4-Comu/7-4-03.htm#Inicio

GRUESKIN, B., SEAVE, A., GRAVES, L. (2011): "The story so far: What we know about the business of digital journalism". New York: Columbia Journalism Review Books.

GUALLAR, J., SUAU, J., RUIZ-CABALLERO, C., SÁEZ, A., MASIP, P. (2016): "News' dissemination and public debate on social networks". El profesional de la información, v. 25, n. 3, pp. 358-366. Revisado el 15/01/2017 desde:

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.may.05>

GUTIÉRREZ, L., GARCÍA, V. (2016): "Colombia", en SALAVERRÍA, R: Ciberperiodismo en ibeoramérica, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

HALL, J. (2001): Online journalism: a critical primer. London: Pluton Press.

HELLMUELLER, L., MELLADO, C. (2016): "Watchdogs in Chile and the United States: Comparing the networks of sources and journalistic role performances". International Journal of Communication, 10, pp. 3261–3280.

HERMIDA, A., THURMAN, N. (2008): "A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites". Journalism practice, v. 2, n. 3, pp. 343-356. Revisado el 13/02/2016 desde:

<http://dx.doi.org/10.1080/17512780802054538>

HERNÁNDEZ, E. (2016): "Panamá", en SALAVERRÍA, R: Ciberperiodismo en ibeoramérica, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

HINTZ, A., BROWN, I. (2017): "Enabling Digital Citizenship? The Reshaping of Surveillance Policy After Snowden". International Journal of Communication, 11, pp. 782–801.

HOBBS, Abbi (2014): "Social media and big data". POSTnote, n. 460, March. Houses of parliament. Parliamentary Office of Science & Technology. <http://www.parliament.uk/briefing-papers/POST-PN-460/social-media-and-big-data>

HOPMANN, C., ARCE, M. (2011): Los medios y el periodismo ante el desafío digital: el caso de Nicaragua. Managua: Centro de Investigaciones de la Comunicación (CINCO).

ILUMINATI LAB (2012): 140 trending topics que hicieron historia. Elecciones México 2012, Social Media Intelligence.

IRALA, P. (2014): "Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático". Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 20, Núm. 1 enero-junio, pp. 147-158.

JENKINS, H. (2008): *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.

JENKINS, H. (2009): "The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling". Revisado el 12/09/2013 desde http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami-uni.

JENKINS, H., CARPENTIER, N. (2013): "Theorizing participatory intensities: A conversation about participation and politics". *Convergence: The international journal of research into new media technologies*, v. 19, n. 3, pp. 265-286. Revisado el 23/09/2015 desde: <http://dx.doi.org/10.1177/1354856513482090>

KLINGER, U., SVENSSON, J. (2015): "The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach". *New media & society*, v. 17, n. 8, pp. 1241-1257. Revisado el 13/02/2016 desde: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444814522952>

KOVACH, B., ROSENSTIEL, T. (2007): *The elements of journalism. What newspeople should know and the public should expect*. USA: Three Rivers Press.

KHUN, T.S (2005): *La estructura de las revoluciones científicas*. Argentina. Fondo de Cultura Económica.

LANDOW, G. (2009): *Hipertexto 3.0. Teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*, Barcelona: Paidós Comunicación.

LÓPEZ, X. (2005). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social.

MACHADO, E., PALACIOS, M. (2003): *Modelos de jornalismo digital*, Calandra: S. Salvador.

MANCERA, A., PANO A. (2013): "Nuevas dinámicas discursivas en la comunicación política en Twitter". *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 56, pp. 53-80. Revisado el 2/08/2014 desde: <http://www.ucm.es/info/circulo/no56/mancera.pdf>

MANOVICH, L. (2012): "Trending: the promises and the challenges of big social data" en GOLD, M. (Ed.). *Debates in the digital humanities*, Minneapolis: U. Minnesota Press, pp. 460-475. ISBN: 978 0 8166 7795 5.

MARTÍN-BARBERO, J. (2002): *La educación desde la comunicación*. Bogotá. Grupo Editorial Norma.

MARTÍNEZ, F. (2013): *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales. Análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.

MARTÍNEZ, S., LARA, P. (2015): "El big data transforma la interpretación de los medios sociales". *El profesional de la información*, v. 23, n. 6, noviembre-diciembre, pp. 575-581. Revisado el 2/01/2017 desde:

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.jul.17>

MASIP, P., GUALLAR, J., SUAU, J., RUIZ-CABALLERO, C., PERALTA, M. (2015): "News and social networks: audience behavior". *El profesional de la información*, v. 24, n. 4, pp. 363-370. Revisado el 13/02/2016 desde:

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.02>

MCCHESENEY, R., NICHOLS, J. (2010): *The death and life of American journalism: The media revolution that will begin the world again*. Philadelphia: Nation Books.

MELLADO, C. (2009): "Periodismo en Latinoamérica: revisión histórica y propuesta de un modelo de análisis". *Comunicar*, Nº 33, Revista científica de educucomunicación, pp.193-201.

NAH, S., CHUNG, D. (2016): "Communicative action and citizen journalism: a case study of OhmyNews in South Korea". *International Journal of Communication*, 10, pp. 2297-2317.

NEWMAN, N., DUTTON, W. H., BLANK, G. (2012): "Social media in the changing ecology of news: The fourth and fifth estate in Britain". *International journal of internet science*, v. 7, n. 1. Revisado el 13/02/2015 desde:

http://www.ijis.net/ijis7_1/ijis7_1_newman_et_al_pre.html

NIELSEN, R. K., SCHRØDER, K. C. (2014): "The relative importance of social media for accessing, finding, and engaging with news". *Digital journalism*, v. 2, n. 4, pp. 472-489. Revisado el 13/02/2015 desde:

<http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2013.872420>

NOVARESE, C. (2016): "Uruguay", en SALAVERRÍA, R: *Ciberperiodismo en ibeoramérica*, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

ORTIZ, I. (2016): "República Dominicana", en SALAVERRÍA, R: *Ciberperiodismo en ibeoramérica*, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

OVERGOLSER, G. (2009): "What is journalism's place in Social Media", *Nieman Reports*. Harvard. Revisado el 25/01/2013 desde:

<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/101882/What-Is-Journalisms-Place-in-Social-Media.aspx>

PAPACHARISSI, Z. A. (2015): "Toward new journalism(s): Affective news, hybridity, and liminal spaces". *Journalism studies*, v. 16, n. 1, pp. 27-40. Revisado el 13/02/2016 desde:

<http://dx.doi.org/10.1080/1461670x.2014.890328>

PARRA, D., ÁLVAREZ, J. (2004). *Ciberperiodismo*. Síntesis: Madrid.

PERDOMO, M. (2016): "Honduras", en SALAVERRÍA, R: *Ciberperiodismo en ibeoramérica*, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

PERE, M., JAUME, S. (2014): "Audiencias activas y modelos de participación en los medios de comunicación españoles" Núm. 12. Revisado el 15/03/2016 desde: <http://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/274308/364578>

PÉREZ, E. (2015). "La apropiación de la noticia en "red"ada. Medios o públicos, ¿quiénes son los responsables?". Revista Pauta Geral-Estudios em Jornalismo, Ponta Grossa, vol.2, n.1 pp. 3-14.

PÉREZ, E., HABER, Y., DUVERGEL, M. (2016): "Herramientas para el estudio del Nuevo periodismo electrónico o de medios sociales. La perspectiva de *framing* y análisis crítico discursivo de las etiquetas #The5Free, #Los5Libres y #TodosSomosAmericanos". Estudios sobre el mensaje periodístico, volumen 22, Nº 2, Universidad Complutense de Madrid.

PÉREZ, S. (2003): El concepto de hipertexto en el periodismo digital. Análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias de las ediciones digitales de tres periódicos españoles, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

PORTO, D., FLORES, J. (2012): Periodismo Transmedia. Fragua Comunicacion. Madrid.

PRENSKY, M. (2001): "Digital Natives, Digital Immigrants". Part 1. On the Horizon, 9 (5), 1-6. Revisado el 15/04/2015 desde: <http://goo.gl/93tth3>

PUNÍN, M., MARTÍNEZ, A., RENCORET, N. (2013): "Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro". Comunicar, nº 42, Revista Científica de Educomunicación, pp. 199-207

RENÓ, L., RENÓ, D. (2013): "Narrativa transmedia y mapas interactivos: Periodismo contemporáneo". Razón y Palabra, 83, junio-agosto. Revisado el 2/08/2014 desde:

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/V83/40_RenoReno_V83.pdf

RIVERA, D. E. (2011): Los cibermedios en Ecuador: evolución, estructura y ciberparticipación. Tesis doctoral, Universidad de Santiago de Compostela. Revisado el 13/02/2015 desde <http://dspace.usc.es/handle/10347/3712>

RODRÍGUEZ, R., UREÑA, D. (2012): "Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral". Comunicación y Pluralismo, n. 10, pp. 89-116.

ROJANO, M. (2008): 10 años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, Centro de Investigación de la Comunicación.

ROST, A., BERGERO, F. (2016): "Argentina", en SALAVERRÍA, R: Ciberperiodismo en ibeoramérica, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

SALAVERRÍA, R. (2005): Redacción periodística en Internet. Pamplona: EUNSA.

- SALAVERRÍA, R. (2016): *Ciberperiodismo en ibeoramérica*, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.
- SAMPEDRO, V. (2014): *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Editorial Icaria, Madrid.
- SALZMAN, R. (2015): "Understanding social media use in Latin America". *Palabra Clave*, 18(3), pp. 842-858. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.3.9
- SEPÚLVEDA, N. (2013): *Internet: una mirada a las transformaciones de los medios de comunicación en Puerto Rico (tesis de maestría)*. Universidad del Sagrado Corazón, San Juan, Puerto Rico.
- SCOLARI, C. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- SCHAFFERNICHT, M. (2006): *Indagación de situaciones dinámicas mediante la dinámica de sistemas*. Talca.
- SCHROCK, A. (2017): "What communication can contribute to data studies: Three lenses on communication and data". *International Journal of Communication*, 11, pp. 701-709.
- SIAPER, E., VEGELIS, A. (2012): *The handbook of global online journalism*. First edition. UK: Wiley --- Blackwell. pp. 59-76.
- SUAU, J. (2015): *Citizens and online media participation: attitudes and motivations towards participatory journalism*. Barcelona: Universitat Ramon Llull. Tesis doctoral. Revisado el 13/02/2016 desde: <http://www.tesisenred.net/handle/10803/289347>
- SUAU, J., MASIP, P. (2015): "To participate in what? Contextualising online participation through citizens' discourses of public and media engagement. Comparative results London-Barcelona", en: *The Future of Journalism Conference: Risks, Threats and Opportunities*, Cardiff, 10-11 September.
- SMITH, A. (2010): "Reconstrucción del escenario mediático. El periódico que viene". *Infoamérica* No.2, pp 7-19.
- VAN DER HAAK, B., PARKS, M., CASTELLS, M. (2012): "The Future of Journalism: Networked Journalism". *International Journal of Communication* 6, pp. 2923-2938.
- VAN-DIJK, J. (2009): "Users like you?: theorizing agency in user-generated content". *Media, culture and society*, v. 31, n. 1, pp. 41-58. Revisado el 15/09/2016 desde: <http://dx.doi.org/10.1177/0163443708098245>
- VON BERTALANFFY, L. (1976): *Teoría general de los sistemas*. Fondo de cultura económica. México.

- Enrique Pérez Fumero, Yamile Haber Guerra, José Raúl Díaz López y Larisa Zamora Matamoros

WAHL-JORGENSEN, K. (2014): "Is WikiLeaks challenging the paradigm of journalism? Boundary Work and Beyond". *International Journal of Communication*, 8, pp. 2581–2592.

WAHL-JORGENSEN, K., BENNETT, L., TAYLOR, G. (2017): "The normalization of surveillance and the invisibility of digital citizenship: media debates after the Snowden revelations". *International Journal of Communication*, 11, pp. 740–762.

WARD, M. (2002): *Journalism online*. Oxford: Focal Press.

WINN, P. (2006): *Americas. The changing face of Latin America and the Caribbean*. London. University of California Press.

YEZERS'KA, L., ZETA, R. (2016): "Perú", en SALAVERRÍA, R: *Ciberperiodismo en ibeoramérica*, Fundación telefónica y Editorial Ariel, S.A.

ZHANG, X., HELLMUELLER, L. (2016): "Transnational media coverage of the ISIS Threat: A global perspective?". *International Journal of Communication*, 10, pp. 766–785.