

Profesional multitarea y contenido multiplataforma: nuevas prácticas en la radio contemporánea

Multitasking professional and multiplatform content: new roles and practices in contemporary radio

Debora Cristina Lopez

Brasil

deboralopezfreire@gmail.com



Debora Cristina López es doctora en Comunicación y Cultura Contemporánea por Universidade Federal da Bahia. Es profesora del Posgrado en Comunicación de la Universidade Federal de Santa María y de la Carrera de Periodismo de la misma universidad, en el *campus* Frederico Westphalen, donde coordina el grupo de investigación Convergencia y Periodismo (ConJor). Es investigadora del grupo de investigación Periodismo Online (GJOL). Es autora del libro “Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica”, publicado por Labcom Books, de Universidade da Beira Interior, en Portugal.

Resumen:

La radio empieza ahora a hablar con un público más joven y que demanda alteraciones en sus estrategias narrativas, rutinas y perfil de producción. La radio es ahora multimedia. Su profesional es multitarea. En este artículo, discutimos la radio en contexto de convergencia y la configuración del profesional que actúa en este medio. Para eso, utilizamos la metodología de revisión de bibliografía, análisis de producto y entrevistas con profesionales de dos emisoras brasileñas: CBN y BandNews FM.

Palabras-Clave:

Radio, Periodismo Radiofónico, Convergencia, Producción Multiplataforma, Periodista Multitarea, Tecnologías de la Información y de la Comunicación

Abstract:

Radio begins to speak now to a younger audience and demand changes in its narrative strategies, routines and production profile. Radio is now multimedia. The professional is multitasking. In this article, we discuss the radio in the context of convergence and professional that works in radio journalism. For that, we use the methodology of literature review, product analysis and interview with professionals from two Brazilian all news stations: CBN and BandNews FM.

Keywords:

Radio, Radio journalism, Convergence, Multiplatform Production, Multitasking Journalist Information and Communication Technologies

Origen del artículo:

Este artículo es originado de la investigación de doctorado de la autora, presentada a Universidade Federal da Bahia, en Brasil.

Este artículo busca presentar y discutir las tendencias de la radio contemporánea en la perspectiva de la información. Aquí, partimos de una discusión sobre las alteraciones que vive este medio de comunicación y cómo reflejan en las rutinas de los periodistas. Partimos del concepto de radio hipermediática, donde se considera que, en el contexto de su relación con las

tecnologías, la radio vive una mutación constante, adopta nuevos formatos, habla a sus oyentes por nuevos dispositivos, utiliza narrativas multimedia y multiplataforma, desarrolladas por un periodista multitarea.

La argumentación de ese artículo se basa en la revisión de bibliografía sobre radio y tecnologías y en entrevistas con profesionales de dos emisoras de radio brasileñas, Central Brasileira de Notícias y BandNews FM, buscando comprender cómo estas tecnologías afectan las rutinas y prácticas profesionales del periodismo radiofónico contemporáneo.

Radio multiplataforma

La radio pasa por un proceso de metamorfosis. Es, como dice Faus Belau (2001), el más grande de ellos. La digitalización de este medio y la influencia de la Internet sobre su configuración lleva a cambios más radicales de lo que pasó con la llegada de la televisión. Si en aquel momento la radio tenía un perfil distinto, con inversiones en música en la FM y en informaciones locales en la AM, actualmente las alteraciones son más fuertes.

Los medios de comunicación se insertan en un contexto más amplio de convergencia, con sus dimensiones cultural y mediática, que los afectan directa o indirectamente. Este es un proceso de la vida cotidiana, que cambia de manera intensa los hábitos de consumo de medios (JENKINS, 2006). Las rutinas del oyente son distintas. Él es considerado un oyente-internauta (LOPEZ, 2009), que busca la información en nuevas plataformas, que consume los medios de comunicación en nuevos aparatos y que exige de ellos nuevas estrategias narrativas y de diálogo.

Aunque este proceso afecte la sociedad de manera general, Zaragoza (2002) recuerda qué sectores son fundamentales en las transformaciones que alteran los usos de los medios tradicionales y su proceso de producción de contenido, como “los sectores de la comunicación y la información de esta sociedad, la convergencia de las industrias de la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual” (ZARAGOZA, 2002, p. 152). Son cambios en dos perspectivas: la interferencia de una tecnología sobre el desarrollo de otra, aunque no integren el

mismo grupo de media, a través de nuevos formatos en comunicación; las herramientas multitarea, como los dispositivos móviles que integran TV, radio, telefonía y acceso a Internet. Erdal (2009) resalta que en los últimos diez años periodistas y periodismo han pasado por intensos cambios en el desarrollo tecnológico y en los procesos de convergencia desencadenados en las empresas. Fusiones y revisiones de rutinas y de definiciones de padrones de producción de medios que intentaban integrarse al proceso de convergencia llevaran a un escenario de falta de estabilidad. Esos cambios están presentes a cada día en un número creciente de redacciones y llevan a distintas posturas de gestión, con inversión en tecnología o en capacitación y, en algunos casos, al uso de contexto y debate de convergencia como una estrategia para alterar las dinámicas de trabajo y sobrecargar al periodista. “En las emisoras de radio se está haciendo un gran esfuerzo por articular los sistemas tradicionales con las innovaciones y potencialidades de las nuevas técnicas y tecnologías” (PEÑAFIEL, 2001, p. 65).

Pero la comprensión conceptual de convergencia no es simple o unánime. Corrêa (2007, p. 03-04) acredita que es necesario discutir, en una perspectiva más amplia, la definición de convergencia. “La idea de “único punto en común” parece oportuna para la comprensión de la aplicación de este concepto en el ambiente de las empresas informativas – ¿cuál es la configuración de ese o esos puntos comunes?”. Es posible decir que una de estas configuraciones trata de procesos *cross-media*, con colaboraciones en la producción de la noticia en un mismo grupo, aunque no se establezca la convergencia de gestión, con coordinación de flujos informativos y gerencia de redacciones.

Corrêa (2007) observa que el foco actual de la convergencia trata de las redacciones y producción de contenido. Esta atención al flujo informativo refleja directamente las estrategias de gestión adoptadas por ellos. García Avilés y Carvajal (2008) creen que la convergencia de redacciones es una oportunidad para que los modelos de gestión en comunicación sean revisados, - hacia la integración de redacciones – o no. Esta revisión de los caminos que siguen los gestores puede generar una búsqueda por alianzas y coordinaciones, sobre las acciones de gestión directa y buscando nuevos flujos informativos en el contexto multimedia. Es una búsqueda por la configuración de grupos, y no de medios, de la convergencia gestionada por el proceso de producción y no por el soporte. “En el futuro, la marca periodística trascenderá al soporte

impreso para ser distribuida por múltiples plataformas” (ROJO VILLADA, 2006, p. 411). Para crear este producto multiplataforma, son dos los factores de cambio: gestión orientada de manera coordinada de los medios de un grupo y producción periodística integrada. Según García Avilés y Carvajal (2008, p.222), los administradores adoptan el principio de convergencia para mejorar la calidad del periodismo y disminuir los costos de producción. Estas metas no son necesariamente antagónicas.

Con esta producción adecuada a diversos medios nace la figura del periodista multiplataforma. Esa nueva posición del profesional no representa, necesariamente, la mejora en la producción de la noticia. Marcelo Kischinhevsky (2009) cree que se presiona a los profesionales de grandes redacciones del país a producir para distintos medios sin gratificaciones complementarias. El autor dice que “etapas del proceso industrial fueron comprimidas y eventualmente suprimidas, generando cortes de costos con personal y aparatos y, por su vez, ganancias financieras para los patrones” (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 04). Pero la cuestión no es solamente salarial, “la mayoría de los periodistas acepta la lógica de la convergencia, pero algunos aún se sienten incómodos con el multimedia y se ven obligados a adquirir las habilidades necesarias para producir bien en todos los soportes” (GARCÍA AVILÉS; CARVAJAL, 2008, p. 230). En algunos medios, la inserción de periodistas en la producción multitarea es gradual. Tavares (2009) y Stamillo (2009) dicen que en radio CBN, aunque las producciones sigan para el que se denomina aquí radio hipermediática, la iniciativa de integrar técnicas y tecnologías es del periodista.

Profesional multitarea y rutinas productivas

El periodista, en un ambiente de convergencia, utiliza “algún tipo de combinación de tecnologías, productos, profesionales y espacios entre los ámbitos anteriormente separados de la prensa, televisión y medios digitales (Singer, 2004: 3). Este fenómeno está transformando el entorno periodístico [...]” (SALAVERRÍA; GARCÍA AVILÉS, 2008, p. 38). Este entorno periodístico, la relación del público con las tecnologías y las demandas por actualización que este

público impone a los medios y periodistas generan cambios en las rutinas del periodista en el proceso de construcción de la información.

Los medios se están encaminando a la convergencia de los procesos productivos. Eso empezó, según Erdal (2009), con las emisoras de radio y televisión y después ha incorporado otras plataformas, como Internet y teléfonos móviles. Esta coordinación entre los medios de grupos de comunicación, en algunos casos, es parcial. Como en Radio BandNews FM, que establece una colaboración de producción con otras emisoras, pero no tiene conexión directa con otros vehículos del grupo. Radio CBN, según el periodista Heródoto Barbeiro (2009), intenta integrarse con la televisión desde su surgimiento. Pero esta colaboración se establece a través del uso del contenido informativo divulgado en la emisora de TV. La convergencia también no se establece en relación a los otros medios del grupo, con excepción de Radio Globo que ocupa el mismo edificio de CBN, en São Paulo, pero sin integración de redacciones.

“La convergencia inicia una serie de cambios en la práctica periodística. Los resultados muestran que el principal desafío es el multitarea. Eso establece que cada periodista sea capaz de elaborar producciones periodísticas para prensa, radio, televisión, Internet y otras plataformas” (GARCÍA AVILÉS; CARVAJAL, 2008, p. 229). A través de ella, nuevas rutinas se presentan al periodista. Según Kischinhevsky (2009), los periodistas ponen en riesgo su principal función, la de mediador, además de arriesgar la calidad del resultado final de su trabajo. El periodista empieza, en ese momento, a priorizar la producción multimedia en lugar de la calidad y verificación de la información.

Algunos autores, como García Avilés y Carvajal (2008), creen que el periodista puede utilizar, en su reportaje, contenido para una producción televisiva, radiofónica o multimedia, pero la validación editorial debe prevalecer sobre la técnica. “[El periodista necesita] saber apurar, saber mirar las historias, saber no confiar en la primera versión, escuchar, buscar los otros, porque no vale que sea súper tecnológico y un mero reproductor de declaraciones” (TAVARES, 2009). La utilización de tecnologías por el periodista que actúa en una redacción convergente no debe superar el valor de la noticia y de su verificación.

Si la convergencia implica una organización estructural de la redacción, alteraciones en el acceso a las fuentes en el proceso de depuración de la información, además de alteraciones en el desempeño de funciones de los periodistas, ella genera también un cambio en la comprensión del proceso. Es necesario cambiar la mentalidad del periodista acerca de los diversos niveles de producción con los cuales trabaja (SALAVERRÍA; GARCÍA AVILÉS, 2008).

Esta no es una alteración simple. Muchos periodistas no aceptan los cambios que la tecnología demanda de los profesionales. “La resistencia a los cambios es parte de la cultura organizacional. Los cambios que afectan profundamente los hábitos y motivación tienden a ser instintivamente rechazados en el inicio” (GARCÍA AVILÉS; CARVAJAL, 2008, p. 230). Algunas alternativas pueden minimizar las consecuencias de un cambio profundo en las rutinas productivas. Una es incorporar el periodista en el proceso, llamándolo a participar de los debates sobre la inserción del medio en el proceso de convergencia, o decirle que se decide de manera clara y continuada.

Otra alternativa es la capacitación del periodista, para que comprenda el proceso y esté habilitado a ejecutar sus tareas. La Radio CBN, que surgió en la década de 1990, ha experimentado algunos cambios, con reducción de personal, supresión o alteración de funciones específicas, como explica el jefe de reportaje de la emisora (LIMA, 2009). Hoy otro cambio llama a la puerta de los periodistas: la inserción de contenido multimedia y la necesidad de construir una narrativa específica para Internet. Este proceso ocurre por iniciativa de los periodistas, aunque el alcance y la visión de cada uno de ellos sobre este nuevo espacio sea distinta. Eso ocurre con las reporteras Luciana Marinho y Cátia Tofolotto, por la estructura que tienen sus producciones, que piensan la comunicación radiofónica hipermediática de manera distinta.

“Tener reporteros multitarea permite el intercambio de profesionales entre los medios cuando es necesario. Es explícitamente dicho que eso no implica que los empresarios piensen que todos deben hacer todo, pero que todos deben tener la capacidad de hacerlo” (GARCÍA AVILÉS; CARVAJAL, 2008, p. 230). Esta comprensión del periodista capacitado para la producción multiplataforma, pero sin ser responsable por la alimentación del contenido de distintos medios del grupo suele conducir a una aceptación del perfil multitarea en las redacciones. Como afirma

Zaragoza (2002), el periodista debe tener algunas habilidades para trabajar con las tecnologías en su rutina: flexibilidad; adaptabilidad; cambios de rutinas; poliglota, iniciativa; conocimiento tecnológico; capacidad de concentración.

A partir del desarrollo del proceso de convergencia, de la adecuación de los profesionales y gestores a esa nueva realidad y de la comprensión de la influencia de esta nueva realidad en los quehaceres periodísticos y en la relación de los medios con la sociedad, se mueven para las redacciones integradas. En ellas, la estructura es menos jerárquica, lo que es positivo para la construcción de la noticia. “Por ejemplo, la práctica en redacciones convergente revela que la estructura es más múltiple, menos jerárquica, o más cercada a la organización de una red que el modelo tradicional de cima abajo de una organización. Eso amplía los límites de toma de decisiones de los reporteros y editores” (VERWEIJ, 2009, p. 78).

Sin embargo, no es posible crear un modelo para el proceso de convergencia. Eso porque, como se trata de un proceso, cada uno de los pasos y decisiones tomadas cambian de acuerdo con las características del medio, del grupo a que pertenece, de su perfil narrativo e informacional y de la sociedad para quien habla. La cuestión contextual es fundamental para la configuración de la convergencia mediática. En la radio hipermediática, por ejemplo, una característica es crucial: la columna vertebral de la narrativa es sonora y, por eso, su perfil multiplataforma implica una narrativa que, aunque importante, es complementaria.

Un video para radio no tiene la misma estructura que una producción televisiva. El reportero no necesita construir un reportaje con offs y entrevistas pero puede darse el lujo de crear, pues su producción tendrá un papel diferenciado – en algunos momentos ilustrativo, en otros didáctico, etc. Un ejemplo es la cobertura hecha por Cátia Tofoletto, de la Radio CBN, que con su móvil hizo un video para el Blog de Milton Jung, presentador del programa CBN São Paulo, en el que actúa como reportera. En el día 24 de agosto del 2009, la reportera fue a la región de la Zona Sul de São Paulo, donde la policía cumplía una orden de recuperación de tierras, retirando cerca de 800 familias del local. Aunque la narrativa central de la reportera se ha hecho en directo en el programa CBN São Paulo, y en audio grabado, ella fue complementada, en el mismo día con

fotografías y videos disponibles en el Blog do Milton. Es un video simple, sin edición posterior, que tiene como propósito mostrar lo que pasó en el momento de la retirada de las familias.

Las dos emisoras, que componen grupos de media con radio y televisión, utilizan contenido de las emisoras de TV en su programación. En radio BandNews FM, el Jornal da Band, originalmente de la televisión, es retransmitido. Aunque los periodistas llamen esta acción de “primera transmisión multimedia de un telediario”, el contenido es transmitido integralmente en la radio, sin adecuaciones de lenguaje o contenido. De esta manera, muchas distorsiones ocurren, como la no identificación de las fuentes y la referencia a imágenes utilizadas en los reportajes. En los intervalos de Jornal da Band, la transmisión vuelve al estudio de BandNews FM. Este tiempo es aprovechado para informaciones de tránsito y previsión del tiempo.

En Radio CBN, al retransmitir el Programa do Jô todas las noches, el escenario se repite. Ninguna adecuación es hecha y muchas informaciones se quedan incompletas. Pero se puede identificar otras marcas de convergencia en el audio de Radio CBN. En el programa CBN São Paulo del día 07 de octubre del 2009, el periodista Milton Jung invita al oyente a participar de la programación de manera diferente, a través del cuadro Cuenta tu Historia. Jung llama al oyente-internauta a enviar por correo electrónico un audio contando su historia. Este audio es utilizado en el programa y también está disponible para acceso posterior a través del blog del presentador. Las referencias a la página Web de la emisora son constantes y suelen variar entre la simple presentación de la dirección hasta destacados a podcasts, blogs o transmisiones de la programación en streaming. La jefe del site, Denise Peyró (2009) cree que la integración del trabajo del site y de la emisora, aunque sean equipos distintos, es intensa.

Estas producciones con ampliación de contenido no predominan en el site, pero cuando ocurren tienen como elemento central el audio, que es transmitido en antena, y como complementación en contenido que está en la página y es anunciado en la parrilla. La directora ejecutiva de periodismo de la radio, Marisa Tavares, explica que aunque exista esta producción multimedia, y que se estimule esa producción junto a los periodistas, ésta no es el propósito central de la emisora. El propósito principal es construir y verificar la información para la radio, “[...] porque de nada adelanta ser un reportero esclavo de la multimedia, que llama, entra en el aire y etc. y va

a perder su papel básico de reportero, que es contar bien una historia” (TAVARES, 2009). Videos, audios, texto, imágenes, herramientas de interacción y validación, producción colaborativa y exploración del potencial de acercamiento de los blogs son características del site de radio CBN, buscando una integración y el acompañamiento de las tecnologías, plataformas y herramientas disponibles para emisora y oyente.

Verweij (2009) acredita que los periodistas no deben identificarse con la plataforma, pero sí con el proceso de búsqueda de informaciones. Sin embargo, en algunos casos no es posible. En la radio hipermediática, por ejemplo, aunque el periodista necesite tener características multitarea, conocer y producir contenidos multimedia; como la demanda principal es por producciones sonoras, él puede considerarse un profesional de audio – pero no solamente-. Es un profesional de comunicación sonora con habilidad para comprender cómo una historia puede ser contada en una nueva estructura narrativa, que busca profundización y complementación multimedia. Esa comprensión reitera el que García Avilés y Carvajal (2008) comprenden como profesional multitarea. Así, el periodista no necesita transformarse en un especialista en todas las plataformas y narrativas, pero sí conocerlas y saber ejecutarlas. Al revés, la comprensión del papel del periodista se distorsiona y “el periodista polivalente se convierte en periodista multiuso” (SALAVERRÍA; GARCÍA AVILÉS, 2008, p. 45), que sirve a los intereses empresariales de crecimiento del volumen de producción de informaciones, pero no a su compromiso con la calidad de apuración.

Conclusiones

Como reitera Faus Belau (2001), los nuevos canales de distribución y las tecnologías del proceso productivo obligan a la radiodifusión – en la gestión y en las redacciones – a mejorar cualitativa y cuantitativamente sus actividades y contenidos, adaptándose al nuevo ambiente tecnológico y comunicacional. Es, como dice el autor, un contexto de cambios que afectan la radio a corto y mediano plazo, y que envuelve ámbitos tecnológicos, sociales y económicos. Decisiones políticas y económicas, la evolución tecnológica y su inserción en la rutina de la sociedad, en el

cotidiano de los medios, definen la constitución de este ambiente. Y esta realidad no afecta solamente la radio. Los medios, a cada día más, necesitan inserirse en un contexto de convergencia, adóptenla o no.

Esta tecnología que afecta la producción, transmisión y consumo del contenido radiofónico lleva los periodistas a una nueva condición: repensar y rediscutir el periodismo radiofónico, sus rutinas y su lenguaje. Son procesos que no pueden ser observados de manera aislada y que necesitan de esta relación porque se afectan mutuamente. Es tiempo de pensar el periodismo radiofónico más allá de su concepción tradicional, considerando las especificidades del soporte que crean una nueva estructura narrativa para la radio. “La radio pasa de ser un unimedia en el que sólo contaba con el sonido para ser de ahora en adelante multimedia, un universo de síntesis” (MARTÍNEZ-COSTA, 2001, p. 60). La autora acredita que la tecnología digital lleva medios variados, como radio, televisión y prensa a utilizar las mismas herramientas y soportes para la información, pero resalta que aún se mantienen distintos sus lenguajes, público y rutinas. Mismo con la inclusión de la narrativa multimedia y con la entrada en Internet como soporte para la información, la radio no ha dejado de ser radio. Su principal estrategia narrativa aún se basa en audio y, más importante, un audio independiente, con plena eficacia comunicacional, aunque desvinculado de imágenes – estáticas y en movimiento – y del texto escrito que los complementan. Aún se piensa y hace radio. La diferencia está en las rutinas, los quehaceres y en la configuración del profesional, ahora actualizado para una realidad y un público nuevos.

Como ocurre en otros medios de comunicación, la radio, en ese proceso de mediamorfosis, presenta desafíos. La inserción en una realidad que mezcla la manutención de algunas características tradicionales del vehículo, como la explotación del audio y la inmediatez, con el carácter de grupo y marca representa una de las grandes dificultades de ese cambio. Y eso afecta también al profesional. Ser multimedia significa comprender y elaborar una nueva estructura narrativa. El profesional de la radio, antes monomedia, trabaja ahora con narrativas más complejas. Se demanda de él la elaboración de un storytelling que no solamente adopte múltiples formatos, pero que permite que estos formatos sean complementarios. Para eso, el periodista necesita conocer su audiencia, sus gustos, sus hábitos y las posibilidades que las herramientas

ofrecen. Es decir, la radio ahora no es solamente multimedia, como nos presentan los autores, pero es también multiplataforma y habla a un público más participativo e interactivo.

Entre los desafíos que se presentan al profesional de esa nueva radio, se puede destacar la interactividad y el diálogo con ese oyente. Los espacios de interactividad fueron ampliados con las tecnologías digitales, pero es responsabilidad del periodista conocerlos y saber cuáles son sus posibilidades en cuanto a la proximidad al público. No basta, por ejemplo, estar en redes sociales o tener en la web de la emisora canales para que el oyente llegue a los comunicadores. Es necesario establecer el diálogo, insertar el público en el desarrollo del contenido. Aunque el oyente de radio tenga como una de sus características principales y tradicionales la participación, con el contexto de la convergencia se observa una ampliación de ese carácter. Y la constitución de un desafío para la incorporación de las narrativas complejas y crossmedia en la radio.

Con la inserción de nuevos formatos – multimedia – y de nuevos espacios de circulación de contenidos – multiplataforma – se cambia la manera como se comprende las rutinas periodísticas en el medio. Entre los desafíos más presentes está pensar la información que se transmite, ampliando la utilización instrumental de las tecnologías. La presencia en redes sociales y plataformas digitales variadas lleva al profesional a dialogar con otros formatos. Pero es importante que, aunque en ese escenario, se comprenda que la radio es en primer lugar sonido, con complementaciones multimedia.

El periodista que trabaja con esa nueva radio también ha cambiado. En las redacciones de las emisoras se observa las alteraciones de las rutinas, con la acumulación de algunas funciones – el periodista es también editor de sonido, por ejemplo – y la creación de otras. Ahora se observa en las radios la presencia de gestores de redes sociales, de editores de imágenes (responsables por creaciones de infografías o artes gráficas), de editores de videos, de equipos multitarea que son responsables de desarrollar la complementación de contenido para la web de la emisora, como ocurre muy modestamente en CBN. De manera más fuerte se observa estos cambios en otras redacciones, como en la española RTVE o en la francesa France Info. La radio multimedia y multiplataforma, mientras exige una formación más múltiple del periodista y suprime funciones tradicionales, ofrece nuevos desafíos y oportunidades al profesional.

Referencias

BARBEIRO, Heródoto. *Entrevista concedida à autora em 06 de julho de 2009*. São Paulo, 2009.

CORRÊA, Elizabeth Saad. “Convergência de mídias: metodologias de pesquisa e delineamento do campo brasileiro”. En: *Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha*, Salvador, 2007.

ERDAL, Ivar John. “Cross-Media (Re)Production Cultures”. *Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 15(1). pp. 215–231. Sage, 2009.

FAUS BELAU, Ángel. “La radio en el entorno cambiante del siglo XXI”. En: MARTINEZ-COSTA, María Del Pilar (coord). *Reinventar La Radio*. Pamplona: Eunate, 2001. ISBN:

GARCÍA AVILÉS, José Alberto; CARVAJAL, Miguel. “Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence Two Models of Multimedia News Production – The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain”. *Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 14(2). pp. 221–239. Sage, 2008.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2006. ISBN:

KISCHINHEVSKY, Marcelo. “Convergência nas redações: Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico”. En: RODRIGUES, Carla (org). *Jornalismo On-Line: Modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina, 2009. ISBN:

LIMA, Paulo Rodolfo de. *Entrevista concedida à autora em 10 de julho de 2009*. São Paulo, 2009.

LOPEZ, Debora Cristina. *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. 2009. 301

f. Tesis (Doctorado en Comunicación y Cultura Contemporáneas) – Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2009.

MARTÍNEZ-COSTA, María Del Pilar. “Un nuevo paradigma para la radio. Sobre convergencias y divergencias digitales”. In: MARTINEZ-COSTA, María Del Pilar (coord). *Reinventar La Radio*. Pamplona: Eunate, 2001. ISBN:

MARTINEZ-COSTA, María Del Pilar (coord). *Reinventar La Radio*. Pamplona: Eunate, 2001. ISBN: PEÑAFIEL, Carmen. “La Informatización en las redacciones de radio: un camino sin retorno”. En:

ROJO VILLADA, Pedro Antonio. “Prensa y convergencia tecnológica: Claves para la definición de un nuevo modelo de negocio periodístico en la Era Digital”. *Zer*, 20, 2006, p. 411-424.

SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, José Alberto. “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”. *Trípodos*, número 23, Barcelona, 2008.

STAMILLO, Leonardo. *Entrevista concedida à autora em 07 de julho de 2009*. São Paulo, 2009.

TAVARES, Mariza. *Entrevista concedida à autora em 08 de julho de 2009*. São Paulo, 2009.

VERWEIJ, Peter. “A Case Study of Convergence of Print, Radio, Television and Online Newsrooms at the African Media Matrix in South Africa During the National Arts Festival”. *Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 15(1). pp. 75–87. Sage, 2009.

ZARAGOZA, Claudia. “Periodismo en la convergencia tecnológica: el reportero multimedia del Distrito Federal”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Ano XLV, Num 185, mai-ago 2002.