



Mariana Chávez Castañeda
 Doctorado Investigación en Comunicación
 mchavez.castaneda@gmail.com



Rogelio Del Prado Flores
 Profesor Investigador de la Facultad de Comunicación
 rogelio.delprado2@anahuac.mx

Introducción

El auge de medios digitales representa una transformación en la producción noticiosa, y una oportunidad para la participación ciudadana. El objetivo de la investigación es identificar el nivel de convergencia que presentan los periódicos de circulación diaria y semanarios que tienen edición impresa, así como los medios nativos digitales del Estado de Querétaro, para conocer su grado de evolución digital.

Resultados

El 67.85 por ciento de los medios observados están en la fase de evolución de *Modelo adaptado* dentro de la escala de Multimedialidad, al utilizar los mismos contenidos de las versiones impresas, pero con un *layout* propio de la página digital. En esta fase, los medios deben tener cobertura informativa en tiempo real, pero solo el 10.71 por ciento lo cumple, principalmente los nativos digitales.

En Hipertextualidad, el 60.71 por ciento de los medios utilizaron la estructura unienlace, mientras que en la escala de Interactividad, el 92.85 por ciento tienen publicidad on line como parte de sus servicios comerciales y solo 7.14 por ciento ofrecen contenido para móviles.

De los 28 medios, solo uno pone a disposición del lector un correo electrónico y número telefónico para derecho de réplica, mientras que 12 de ellos permiten el *chat* como espacio para lectores, pero solo para comentar la nota informativa. En ningún caso se localizó la figura del ombudsman de la audiencia, y en seis casos enlazan a sitios web de dependencias gubernamentales a través de los anuncios publicitarios de esas instancias.

MULTIMEDIALIDAD

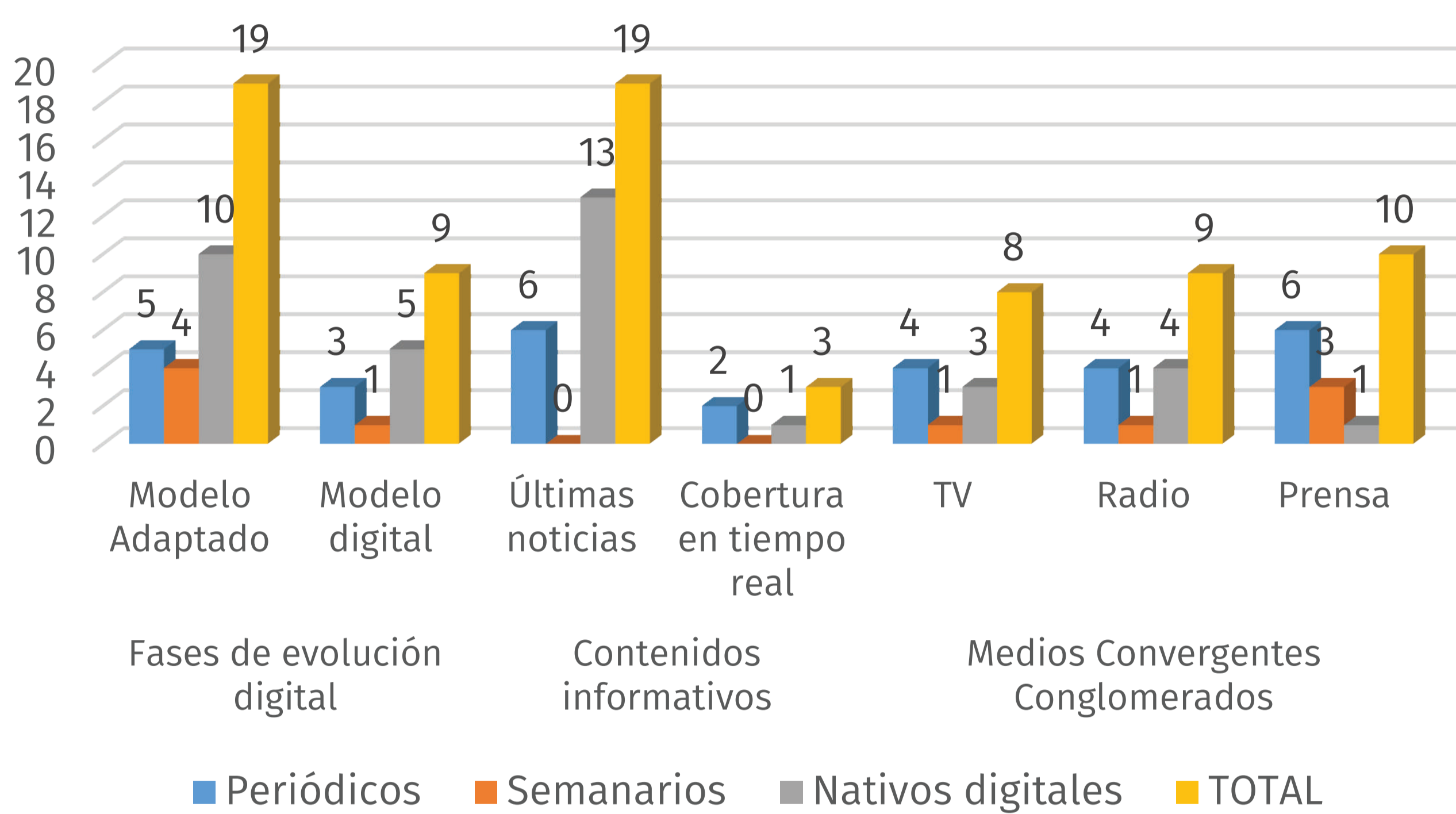


Figura 1. Nivel de Convergencia en la escala de Multimedialidad.

Material y Método

Se realizó un estudio exploratorio de tipo cuantitativo en 28 medios periodísticos del Estado de Querétaro, ocho de ellos periódicos con edición impresa y digital, cinco semanarios con página digital y 15 nativos digitales. El estudio se realizó del 26 al 30 de junio de 2017. En el instrumento se registraron cinco categorías; 13 unidades de análisis y 68 variables de las escalas de Multimedialidad, Hipertextualidad e Interactividad.

INTERACTIVIDAD

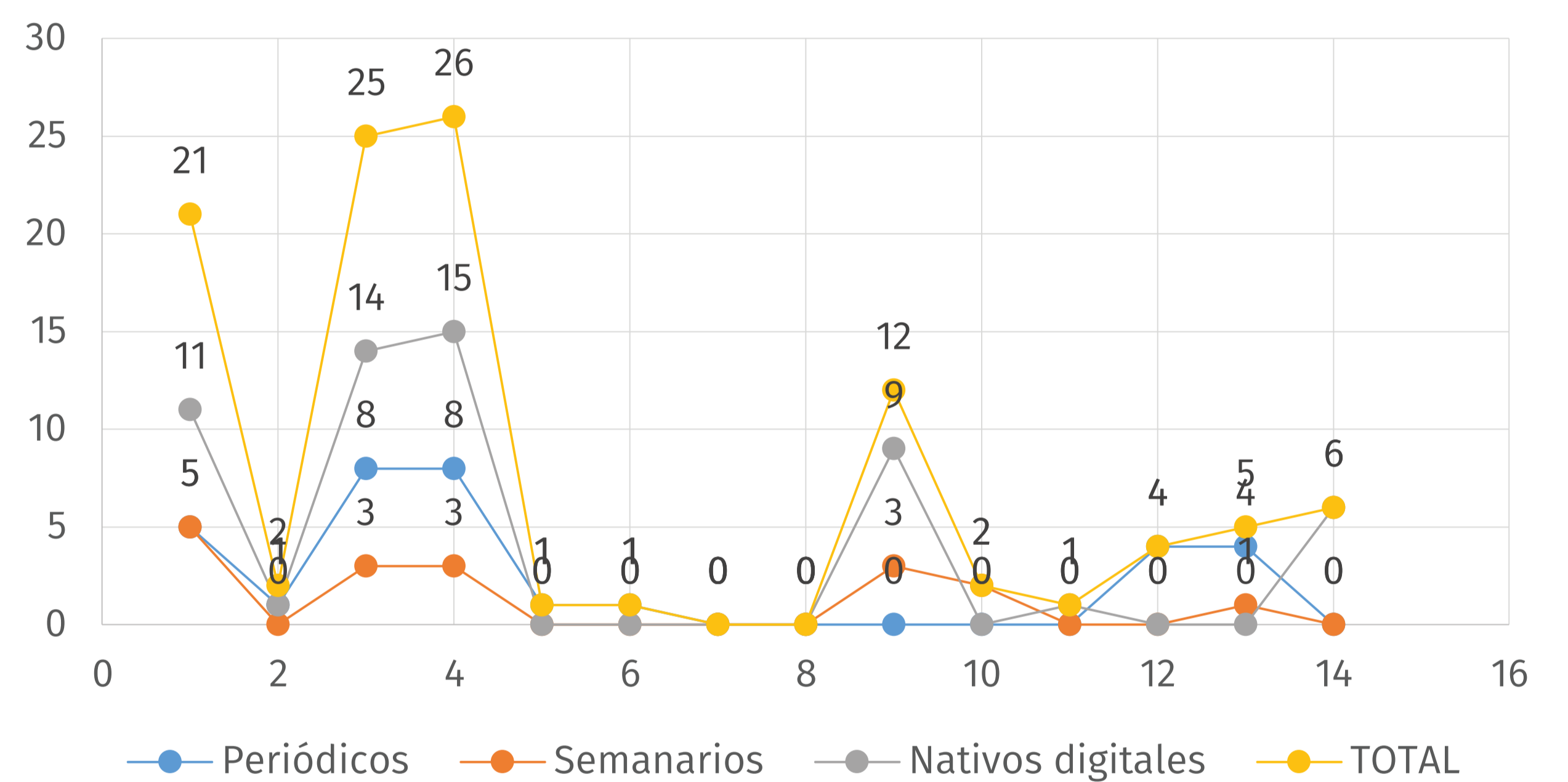


Figura 3. Nivel de convergencia en la escala de Interactividad.

HIPERTEXTUALIDAD

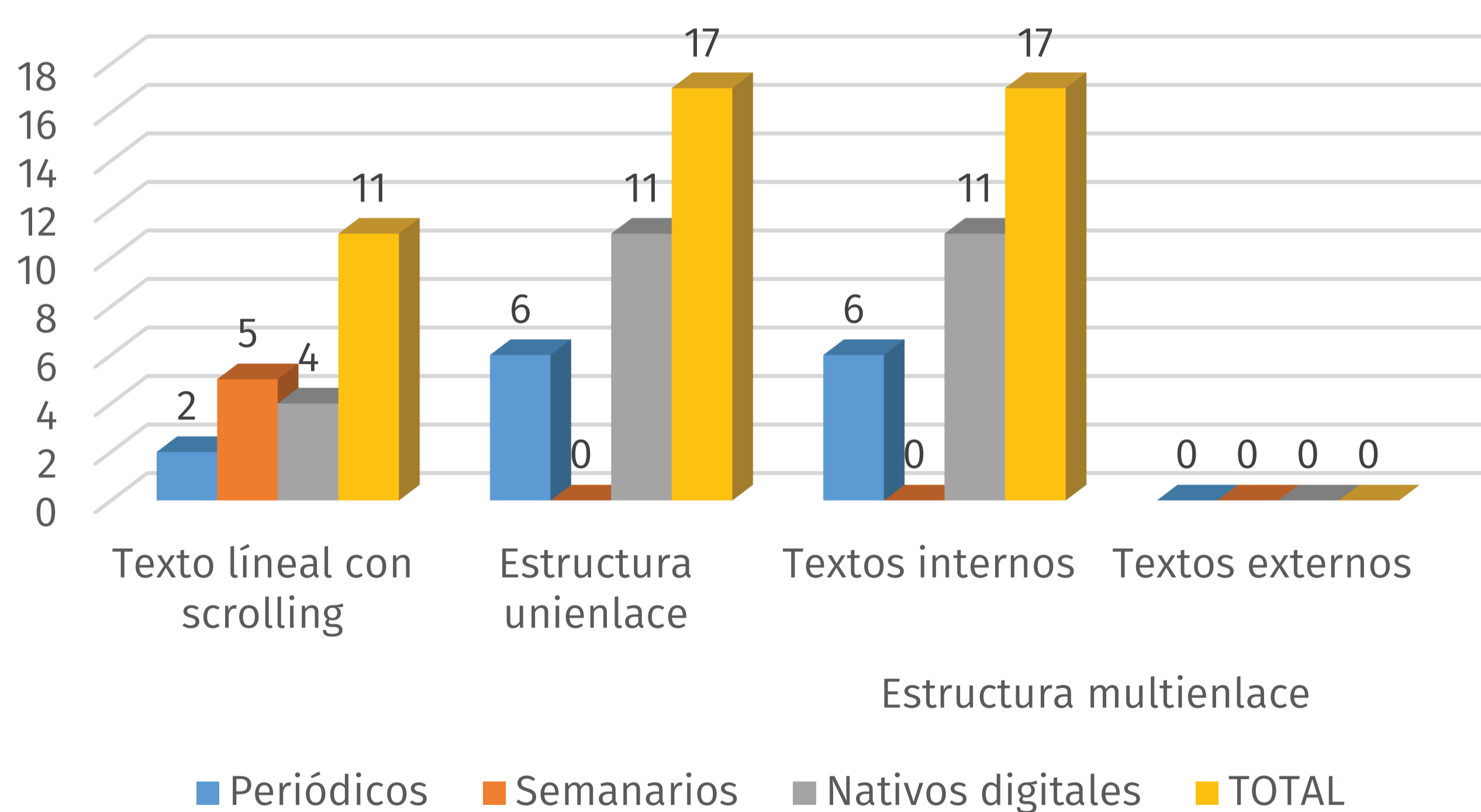


Figura 2. Nivel de convergencia en la escala de Hipertextualidad.

Discusión

La industria periodística se desarrolla de manera discordante. Los que poseen mayores recursos financieros se transforman acorde a los avances tecnológicos, mientras otros se quedan rezagados. Pese a las transformaciones, no hay suficiente apertura a la participación ciudadana; es casi nulo el derecho de réplica y no existe la figura del defensor de las audiencias, lo que implica un desafío para los medios periodísticos y para la participación democrática informada.

Referencias

1. Albornoz LA. Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red. Buenos Aires: La Crujía; 2006.
2. Canavilhas J. Webnoticia. Propuesta de modelo periodístico para la WWW. LabCom; 2007.
3. Meneses. Periodismo Convergente, tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI. México: Porrúa; 2011.