



**ACTAS**

**IV CONGRESO INTERNACIONAL  
SOBRE ANÁLISIS FÍLMICO**

**NUEVAS TENDENCIAS E  
HIBRIDACIONES  
DE LOS DISCURSOS AUDIOVISUALES  
EN LA CULTURA DIGITAL CONTEMPORÁNEA**

**4, 5 y 6 de mayo**

**Universitat Jaume I, Castellón  
2011**

Iván Bort Gual  
Shaila García Catalán  
Marta Martín Núñez  
(editores)

**ISBN: 978-84-87510-57-1**

Ediciones de las Ciencias  
Sociales de Madrid

# Investigar el cambio tecnológico y la producción *cross-media* en las cadenas de televisión

**MARÍA ISABEL VILLA MONTOYA<sup>1</sup>**  
UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA

---

<sup>1</sup> Este trabajo se inscribe en el marco del proyecto de I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación dentro del Plan Nacional 2009-2012 “Entorno *cross-media*: transformaciones organizativas y productivas en los grupos radiotelevisivos”, ENCROSMEDIA (CSO2009-09367) dirigido por Rosa Franquet.

## 1. Introducción

La televisión atraviesa un estado de mutación y redefinición de sus capacidades su relación con los espectadores y su lugar en el conjunto de medios de comunicación. Con la digitalización de la señal y el avance de Internet, el consumo de televisión ha dejado de estar unido al televisor y ha derivado hacia los ordenadores, los teléfonos móviles o cualquier otro dispositivo con pantalla capaz de recibir señal audiovisual. Esta evolución tecnológica influye no sólo en la relación con los usuarios, sino también en los procesos productivos.

El estudio de las prácticas productivas relacionadas con el avance tecnológico de la televisión plantea importantes preguntas que ha de enfrentar la investigación en este campo, por ejemplo: ¿Cuáles son las estrategias para ordenar las fases del circuito de preproducción, producción y postproducción de programas de televisión para diversas plataformas? ¿Cómo surgen las sinergias entre medios? ¿Se puede hablar de renovación o estamos ante una reinención de la televisión? ¿Cómo se debe abordar el estudio de la televisión durante un proceso de cambio acelerado?

En la base de estas cuestiones está la digitalización y la convergencia. Ambas nociones han sido útiles para describir un proceso de cambio general en los medios, pero para analizar las relaciones productivas en las cadenas de televisión hemos acogido el concepto el concepto cross-media, usado para describir la producción para dos o más plataformas, como TDT, Internet y teléfonos móviles (Kjus, 2008; Erdal, 2008; Bechmann Petersen, 2009).

En los apartados siguientes se profundiza en las investigaciones sobre la organización que abordan la tecnología como un aspecto fundamental de la producción televisiva. La presentación está organizada en tres partes. En primer lugar se señalan los antecedentes de esta área de investigación y se sitúa la escuela racionalista y funcionalista como orientadora de la mayor parte de los trabajos sobre rutinas productivas; segundo, se discute el papel central que ha tenido la noción de convergencia; y tercero, se revisan los autores y las teorías aplicadas a la investigación sobre innovación y el cambio tecnológico en las organizaciones de medios.

Esta exploración de la literatura en el área no busca pronunciar la última palabra sobre este fenómeno o recoger todos los trabajos del campo. La discusión está determinada por el interés en esta área de investigación y motivada especialmente por la necesidad de indicar los vacíos así como las líneas teóricas que podrían facilitar futuros análisis sobre la producción de televisión en un entorno cross-media.

¿se puede  
hablar de  
renovación o  
estamos ante  
una reinención  
de la televisión?

## 2. Las prácticas productivas y las organizaciones como espacios de investigación

Las cadenas de televisión como organizaciones de medios han sido ampliamente estudiadas. Podríamos decir que esta área de conocimiento tiene sus inicios en la década de 1960. Los investigadores quieren conocer los efectos del mensaje y para ello comienzan a buscar las causas en las propias instituciones (Syvertsen, 1992). Entre 1970 y 1980, la atención recae en las prácticas productivas de las organizaciones para saber cómo se producen los mensajes, cómo se organiza y gestiona el trabajo periodístico (Golding y Elliott, 1979). Una gran cantidad de trabajos académicos reflexionan sobre la forma en que están hechas las noticias y cómo éstas condicionan un enfoque determinado sobre la realidad (Epstein, 1974; Tuchman, 1978; Gans, 1980; Schlesinger, 1987; Golding y Elliott, 1979; Villafañe et al., 1987). En estos trabajos prevalece de una u otra manera un interés por la cultura y una revisión crítica de la ideología y del poder visto desde el paradigma clásico, encabezado por Taylor y por Weber.

El debate sobre las industrias de medios y las fuerzas de poder que representan, parece no haberse resuelto tras el surgimiento de los nuevos medios digitales. La mayor parte de la investigación sobre la producción privilegia el enfoque racionalista y funcionalista de la organización en busca de soluciones a las tensiones que emergen del cambio tecnológico. Los estudios atienden especialmente a problemas como el poder y el conflicto (Simon, 2010), y a las jerarquías y las estructuras de poder bajo la perspectiva de Foucault, Gramsci o Bourdieu entre otros filósofos.

En las últimas dos décadas la digitalización atrae la mirada de los investigadores (Reddick y King, 1995; Díaz Noci y Meso, 1999; Boczkowski, 2004; Hemmingway, 2004, 2008; Masip, 2005, 2008; Franquet et al. 2006; Pavlik, 2008; Domingo, 2006; Erdal, 2007, 2008, 2009). Pero en la mayoría de los trabajos el debate sobre la producción se ha preocupado sobre las prácticas periodísticas en las salas de redacción, dejando de lado los espacios televisivos de entretenimiento, una parte fundamental de la producción televisiva.

De forma paralela, aparece un interés no sólo por la producción, sino también por los contenidos. La digitalización parece estar alterando la materia misma de los medios (Caldwell, 2000). Se cree que la tecnología está cambiando sustancialmente los mensajes (Manovich, 1996) y esta preocupación alimenta una gran variedad de estudios sobre las cualidades de los contenidos digitales. Investigadores como Jeffery-Poulter (2002) se interesan por tipificar las características que deben contener las producciones digitales y emitir un decálogo de obligaciones para llevar a la práctica en la televisión y darle a los programas características interactivas o hipertextuales, que en la mayor parte de los casos no llegan a cumplirse. En otras palabras, el cambio alienta a muchos teóricos que pretendiendo adelantarse a su época vaticinan cambios que nunca llegan a producirse basados en un potencial técnico utópico (Spigel y Olsson, 2004).

En oposición a esta tendencia, otros investigadores como Robins (1996) o Prado y Franquet (1998) señalan la necesidad de oponerse a las visiones más tecnófilas y acudir a los hechos para entender el alcance de la transformación digital en la sociedad y la cultura de los medios. Éste es quizá el punto de vista que incentiva con más fuerza los estudios sobre la producción *cross-media* en la última década. Para avanzar en el conocimiento, los científicos necesitan realizar investigación

aplicada, conocer en profundidad lo que está ocurriendo y exponerse a las realidades sociales y empresariales.

En este momento, se asume que la diversificación de las cadenas de televisión y la ampliación de su carta de productos ha transformado la manera en que pueden ser definidas (Küng-Shankleman, 2008). Las investigaciones donde ya no se ven las instituciones de radio y televisión como entes singulares, sino como instituciones cross-media en el sentido más amplio, Moe y Syvertsen (2007) las llaman estudios de tercera fase. El trabajo de Moe (2008) sobre el canal de televisión noruego NRK o el de Bechmann Petersen (2009) sobre la corporación danesa Nordjyske Medier ilustran cómo la investigación sobre las organizaciones encargadas de la producción televisiva comienza a adoptar dentro de sus campos de análisis otros medios como la radio, la prensa o Internet.

### 3. La convergencia en el centro del debate

Las bases metodológicas que aplican los trabajos sobre la producción en televisión en organizaciones tienen en cuenta especialmente las aportaciones de los estudios sobre convergencia, una noción de especial trascendencia en los estudios de medios de comunicación de los últimos años (véanse por ejemplo: Prado y Franquet, 1998; Salaverría, 2003; Singer, 2004; Deuze, 2004, 2007; Salaverría y Sádaba, 2004; Boczkowski y Ferris, 2005; Prado y Fernández Quijada, 2006; Krumsvik, 2006; Bustamante et al., 2008; García Avilés y Carvajal, 2008; Grant y Wilkinson, 2009; Echeverría, 2009).

Aunque la convergencia es entendida desde múltiples perspectivas, ha servido como base conceptual para analizar las operaciones de relación y fusión entre las cadenas de televisión con otros medios (Duhe et al., 2004). Quinn (2005), por ejemplo, habla de convergencia para referirse al paso de empresas monomedia a empresas multimedia. Del mismo modo, Prado y Fernández Quijada (2006) acogen el término convergencia para estudiar los contextos de producción y emisión televisiva pensada para varias plataformas en Televisió de Catalunya.

Entre el abundante cuerpo teórico sobre la convergencia, en la investigación sobre televisión *cross-media* son de interés los estudios que atienden a dos áreas principalmente: en primer lugar, al análisis del papel que cumplen los nuevos medios digitales en la producción y en segundo lugar, a las características de la convergencia en las organizaciones y su grado de implementación. En el primer grupo vale la pena resaltar los trabajos sobre convergencia productiva en la elaboración de las noticias (Cottle y Ashton 1999; Singer, 2004; Klinenberg, 2005; Silcock y Keith, 2006; Dupagne y Garrison, 2009), los que examinan el cambio de la profesión periodística en un entorno multiplataforma (Huang et al., 2004) y los que observan las presiones a las que se ven abocados los profesionales debido a las pugnas del mercado (Klinenberg, 2005). Entre tanto, en el segundo grupo destacan las investigaciones que ven la convergencia como una herramienta que incrementa la productividad de una organización y amplía los horizontes del mercado (Quinn, 2005) o como una manera de medir las sinergias en la organización (Silcock y Keith, 2006).

Para comprender la forma en que opera la convergencia en la producción de los medios, uno de los modelos que ha alcanzado una mayor notoriedad en los últimos años ha sido el de Dailey et al. (2005). Este modelo llamado *Convergence*

*continuum* es útil para analizar la relación de diferentes plataformas dentro de una misma organización. Su objetivo es servir como un instrumento de medición de los esfuerzos de convergencia en una organización en una escala de cinco grados: *cross promotion, cloning, coopetition, content sharing* y *full convergence*.

La propuesta de análisis de Dailey et al. (2005), así como los enfoques antes mencionados son sólo ejemplos de un vasto campo teórico demasiado plural para sacar en claro una línea de trabajo definida. Cada perspectiva ha servido como vehículo para interpretar la convergencia de acuerdo con las necesidades de cada investigador, en busca de enfoques que describan cómo sucede y cuáles son sus implicaciones. No obstante, tal vez esta diversidad no solo sea inevitable en la fase inicial en la que nos encontramos sino necesaria para avanzar en el conocimiento de un fenómeno tan complejo y dinámico como es la convergencia.

#### **4. La innovación tecnológica en el contexto social**

La comprensión de la televisión en un entorno *cross-media* ha requerido considerar la compleja red tecnológica que envuelve este sistema de producción. Pero este interés no obedece sólo al análisis de las herramientas y sus características, sino que tiene en cuenta el papel que cumplen éstas en la organización.

Desde hace más de tres décadas, la investigación en comunicación se ha ocupado de las tecnologías emergentes y las formas de producción del trabajo, pero en la primera década del siglo XXI, la rápida aparición de nuevos medios ha suscitado un renovado interés por la tecnología en las organizaciones. Los aspectos técnicos afectan la manera en que son hechas las noticias y necesitan ser observados para entender qué está pasando en las salas de redacción, explica Boczkowski (2004). El autor señala que aunque la digitalización es un aspecto fundamental de la cultura organizativa, no ha sido suficientemente explorado en estudios de caso concretos (Boczkowski y Ferris, 2005). Hasta ese momento sólo algunos autores como Ursell (2001) han profundizado en la adopción de las nuevas tecnologías en las cadenas de televisión. Ursell analiza BBC, ITN y Yorkshire Television con el fin de comprender cómo la digitalización afecta las condiciones de los periodistas y concluye que se presenta un incremento en la presión sobre el trabajo y una aceleración de los ritmos productivos.

Estas investigaciones tienen su raíz en los estudios sobre la innovación y el cambio tecnológico, donde autores como Rogers (1962), Latour y Woolgar (1986) y Bijker (1995) han orientado una gran parte de trabajos en esta área bajo las teorías Diffusion of Innovation, Social Shaping of Technology y Social Construction of Technology. A pesar de las diferencias entre estas corrientes, todas muestran un interés común por descubrir de qué manera la adopción y la evolución de un artefacto está ligada a un contexto social determinado.

Desde el punto de vista de la organización, Rogers (1962) distingue cinco fases dentro de un proceso de innovación: *agenda-setting, matching, redefining / restructuring, clarifying* y *routinizing*. Estas etapas han sido útiles en varias investigaciones posteriores para explicar los procesos de cambio en las organizaciones de medios. Por ejemplo, Lawson-Borders (2003) observa la convergencia en tres grupos de comunicación norteamericanos bajo la teoría *Diffusion of Innovation* y concluye que este fenómeno es visto como una forma de enriquecer y aumentar el área de acción de los medios de comunicación.

Dentro de los estudios de *management* la innovación comienza a ser objeto de estudio cuando las nuevas tecnologías entran en el entorno de una empresa. Esta línea de investigación considera los nuevos productos, la competición y las razones de adopción de una innovación desde la perspectiva del consumidor (Frambach, 1993). Buggle (2001) sugiere que para estimular el desarrollo de la innovación se debe seguir un proceso que pasa por cuatro fases: estrategia de desarrollo, ideación, evaluación e implementación.

Aunque la innovación es un concepto amplio que puede recoger diversas teorías, en las investigaciones empresariales se ha ligado habitualmente al análisis del desarrollo de nuevos productos y al proceso de cambio que sufren con el paso del tiempo, un ciclo caracterizado por un enorme grado de incertidumbre, creatividad y cambio (Utterback, 1994). La innovación tecnológica se emprende con fines positivos, pero no puede ser vista siempre como algo favorable ya que en ocasiones puede tener efectos negativos en los medios y en la sociedad (Deuze, 2007).

Historiadores, sociólogos, antropólogos y economistas han buscado una estrategia adecuada para entender el proceso de adopción de las tecnologías, predecir a dónde conduce y cuál será su aceptación social. En este tipo de estudios es común concebir la tecnología como un producto de la sociedad. Williams y Edge (1996) exponen este punto de vista con claridad cuando dicen que el contexto determina la relación entre los fabricantes que desarrollan tecnologías y los usuarios que las adaptan a sus necesidades y requerimientos.

Dentro de los estudios que consideran las características sociales para analizar el cambio tecnológico, las propuestas de Actor Network Theory (ANT), del campo del Science and Technology Studies (STS) resultan especialmente ajustadas al análisis de la producción *cross-media* porque se ocupan de las relaciones, las alianzas y los vínculos entre los actores humanos y no humanos. Los conceptos teóricos desarrollados por la ANT son útiles para estudiar como los actores o mediadores se cruzan, interactúan y negocian entre una red y otra. Esta teoría explora los procesos de asociación y en particular ayudan a comprender la conexión entre varios equipos humanos sometidos a un proceso de mediación tecnológica.

Las proposiciones han sido aplicadas en distintas investigaciones que se ocupan de los procesos productivos en los medios después de la digitalización (véanse por ejemplo: Hemmingway, 2008; Plesner, 2009; Schmitz Weiss y Domingo, 2010). No obstante, hemos de resaltar que este enfoque no es reciente. Estos investigadores se apoyan en estudios similares que han usado la ANT para analizar problemas de producción en los medios entre los cuales vale la pena destacar como ejemplos representativos Silverstone (1994), Turner (2005) y Couldry (2008).

La producción *cross-media* puede ser vista como una red bajo la perspectiva de la ANT. Cuando comparamos los sistemas de producción con las redes, es preciso distinguirlas de las que se construyen bajo los preceptos del Social Network Analysis (SNA) porque en estos estudios, desde una mirada estructuralista y sistemática, creen que los lugares que ocupan los actores dentro de la red son regulares y que es posible establecer nodos estables interconectados que definan estructuras concretas. Pero desde la ANT se asume que las redes de producción están en cambio y creación permanente porque en el plano social la red está siempre ensamblándose (Latour, 2008). A la movilidad de las redes debemos añadir que cualquier análisis de lo social rememora, elimina, separa y vuelve a

reunir los agregados sociales constantemente (Latour, 1999). Por ello, la ANT, se emplea como una manera de viajar de un punto a otro, de una área de la empresa hacia otra, de un profesional a la máquina que usa, emulando, como sugiere Latour, la tarea de un cartógrafo que debe dibujar un camino y evitar atribuir valores más allá de lo palpable y lo visible que haya encontrado.

A diferencia de otros enfoques, como Diffusion of Innovations, la ANT no analiza la innovación como un proceso lineal, porque la innovación que se consigue a través de una red no sigue un orden cronológico o espacial. Así mismo, la ANT no privilegia lo social sobre lo técnico, como lo hace Social Shaping of Technology y Social Construction of Technology porque defiende que los actores humanos y no humanos están vinculados por una relación de reciprocidad mutua. Estas características, como explica Hemmingway (2008) la convierten en uno de los enfoques teóricos más apropiados para analizar la producción televisiva, caracterizada por la intervención de una gran cantidad equipos y cámaras, donde nada perdura mucho tiempo y todo parece suceder bajo un caos aparente.

## 5. Conclusiones

Esta presentación ha identificado algunas de las perspectivas teóricas más relevantes en la investigación sobre la producción de televisión en un entorno *cross-media*. Se ha examinado la tradición académica de los estudios sobre la digitalización de los medios, prestando especial atención a las escuelas y los autores que inspiran los trabajos que se han ocupado del cambio tecnológico.

El discurso teórico sobre la producción *cross-media* en televisión se ha orientado principalmente al periodismo y ha relegado la investigación sobre los contenidos de

los investigadores  
tendrán que estudiar  
qué se transforma  
cuando  
se introduce un  
nuevo actor en  
la red

entretenimiento y ficción, donde es necesario profundizar para conocer qué es lo que está ocurriendo en las cadenas de televisión. Buena parte de los trabajos en el área ha heredado el interés de la escuela racionalista por encontrar un modelo de producción que garantice ventajas sustanciales frente a otros. Los teóricos influidos por esta corriente caen por este camino en una hipotética verdad o fórmula de estrategias que en la mayoría de los casos nunca llegan a implantarse

porque sobre el terreno la investigación empírica demuestra que la realidad es mucho más compleja y que la innovación no depende sólo de los factores técnicos sino del entorno social donde se desarrolla.

En línea con las sugerencias de Küng-Shankleman (2008) el punto de partida para estudiar el cambio tecnológico en las organizaciones ha de situarse en la escuela interpretativa y evolutiva de la organización, interesada por comprender el sentido objetivo y subjetivo de la producción en un contexto de permanente cambio. Consideramos este enfoque ajustado al momento de desarrollo de la producción *cross-media*. Una etapa inicial, en la cual comprender cómo se está usando la



tecnología nos puede brindar más conocimiento que la teorización sobre un ideal de adopción, todavía lejos de alcanzar.

La investigación en esta área ha de evitar las proposiciones deterministas sobre la tecnología para comprender la complejidad de las dinámicas y sus procesos. Vale la pena dirigir el foco de interés a la manera en que cada canal de televisión diseña y rediseña sus herramientas técnicas para adaptarse y responder a los cambios del entorno, sus similitudes, sus diferencias, sus ventajas y desventajas frente a otros.

Asumimos que las prácticas productivas no son transparentes y no se realizan bajo el pleno control de la conciencia de los actores que participan en ellas, una característica que hace especialmente útil las proposiciones de Actor Network Theory (ANT). La relación entre los actores está delimitada por la acción. En este caso la innovación aparece porque las acciones no sólo suceden, sino que modifican los procesos. Es decir, cada vez que un nuevo actor interviene, genera transformaciones. La pregunta para los investigadores que quieren profundizar en esta área es entonces comprender qué se ha transformado cuando se introduce un nuevo actor en la red.

A pesar de que este punto de partida puede parecer a primera vista muy abierto, consideramos que la idea de red resulta útil para identificar las funciones de los actores que participan y conocer la forma en que se relacionan los actores humanos y no humanos, principalmente porque las prácticas productivas *cross-media* están moldeadas por los procesos sociales de innovación tecnológica particulares y propios de cada empresa.

## **BIBLIOGRAFÍA**

BECHMANN PETERSEN, Anja. (2009) *Crossmedia: Innovation Networks for Traditional Media Organizations*. Tesis Doctoral. University of Aarhus.

BIJKER, Wiebe E. (1995) *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge: MIT Press.

BOCZKOWSKI, Pablo J. (2004) *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge: MIT Press.

BOCZKOWSKI, Pablo J.; FERRIS, José A. (2005) "Multiple media, convergent processes, and divergent products: organizational innovation in digital media production at a european firm". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), pp. 32-47.

BOURDIEU, Pierre (1977) *Outline of a Theory of Practice*. (R. Nice, Trad.) Cambridge; New York: Cambridge University Press.

BUGGLE, Frederick. D. (2001) "The four phase of innovation". *Journal of Business*, 22(5), pp. 36-42.

BUSTAMANTE, Enrique; FRANQUET, Rosa; GARCÍA LEYVA, María Trinidad; LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA, Xosé. (2008) *Alternativas en los medios de comunicación digitales: Televisión, radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia*. Barcelona: Gedisa.

CALDWELL, John Thornton (Ed.) (2000) *Theories of the New Media: A Historical Perspective*. London: Athlone.

COTTLE, Simon; ASHTON, Mark (1999) "From BBC newsroom to BBC newscentre: On changing technology and journalist practices". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 5(3), pp. 22-43.

- COULDRY, Nick (2008) "Actor network theory and media: Do they connect and on what terms?" En A. Hepp, F. Krotz, S. Moores y C. Winter (Eds.), *Connectivity, Networks and Flows: Conceptualizing Contemporary Communication*, pp. 93-108. Cresskill: Hampton Press.
- DAILEY, Larry; DEMO, Lori; SPILLMAN, Mary (2005) *The Convergence continuum: A model for studying collaboration between media newsrooms*. *Atlantic Journal of Communication*, 13(3), pp. 150-168.
- DEUZE, Mark (2004). "What is multimedia journalism?" *Journalism Studies*, 5(2), pp. 139-152.
- DEUZE, Mark (2007) *Media Work*. Cambridge: Polity.
- DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo (1999) *Periodismo en Internet: Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- DOMINGO, Domingo. (2006) *Inventing Online Journalism: Development of the Internet as a News Medium in Four Catalan Online newsrooms*. Tesis Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
- DUHE, Sonya Forte; MORTIMER, Melissa Marie; SAN SAN, Chow (2004) "Convergence in North American TV newsrooms: A nationwide look". *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*, 10(2), pp. 81-104.
- DUPAGNE, Michel; GARRISON, Bruce (2009) "The meaning and influence of convergence. A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center". *Journalism Studies*, 7(2), pp. 237-255.
- ECHEVERRÍA, Javier (2009) "Els dos grans processos de convergència tecnològica. Convergència tecnològica i audiovisual". *Quaderns del CAC*, 31/32, pp. 5-13.
- ERDAL, Ivar John (2007) "Researching media convergence and crossmedia news production". *Nordicom Review*, 28(2), pp. 51-61.
- ERDAL, Ivar John (2008) *Cross-media News Journalism. Institutional, Professional and Textual Strategies and Practices in Multi-platform News Production*. Tesis Doctoral. University of Oslo.
- ERDAL, Ivar John (2009) "Cross-media (re)production cultures". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15(2), pp. 215-231.
- EPSTEIN, Edward (1974) *News From Nowhere: Television and the News*. New York: Vintage Books.
- FRAMBACH, Ruud T. (1993) "An Integrated model of organizational adoption and diffusion of innovations". *European Journal of Marketing*, 27(5), pp. 22-41.
- FRANQUET, Rosa; SOTO, María Teresa; RIBES, Xavier; FERNÁNDEZ QUIJADA, David (2006) *Assalt a La Xarxa: La Batalla Decisiva Dels Mitjans De Comunicació on-Line En Català*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya,
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto; CARVAJAL, Miguel (2008) "Integrated and cross-media newsroom convergence: Two models of multimedia news production - the cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain". *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*, 14(2), pp. 221-239.
- GANS, Herbert (1980) *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage Books.
- GRANT, August; WILKINSON, Jeffrey (Eds.) (2009) *Understanding Media Convergence: The State of the Field*. New York: Oxford University Press.
- GOLDING, Peter; ELLIOTT, Philip (1979) *Making the News*. London: Longman.

- HEMMINGWAY, Emma (2004) "The silent heart of news". *Space and Culture*, 7(4), pp. 409-426.
- HEMMINGWAY, Emma (2008) *Into the Newsroom: Exploring the Digital Production of Regional Television News*. London: Routledge.
- HUANG, Edgar; DAVISON, Karen; SHREVE, Stephanie; DAVIS, Twila; BETTENDORF, Elizabeth; NAIR, Anita (2006) "Facing the challenges of convergente". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(1), pp. 83-98.
- JEFFERY-POULTER, Stephen (2002) "Creating and producing digital content across multiple platforms". *Journal of Media Practice*, 3(3), pp. 155-164.
- KJUS, Yngvar (2008) *Event Media. Television Production Crossing Media Boundaries*. Tesis Doctoral. University of Oslo.
- KLINENBERG, Eric (2005) "Convergence: News production in a digital age". *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597, pp. 48-64.
- KRUMSVIK, Arne H. (2006) "What is the strategic role of online newspapers?". *Nordicom Review*, 27(2), pp. 283-295.
- KÜNG-SHANKLEMAN, Lucy (2008) *Strategic Management in the Media: From Theory to Practice*. Los Angeles: Sage.
- LATOURET, Bruno; WOOLGAR, Steve (1986) *Laboratory life: The construction of scientific facts*. Princeton: Princeton University Press.
- LATOURET, Bruno (1999) On recalling ANT. En J. Law y J. Hassard (Eds.), *Actor Network Theory and After* (p. 15-25). Oxford: Blackwell.
- LATOURET, Bruno (2008) *Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red*. (G.Zadunaisky, Trad.) Buenos Aires: Manantial.
- LAWSON-BORDERS, Gracie (2003) "Integrating new media and old media: Seven observations of convergence as a strategy for best practices in media organizations". *JMM: The International Journal on Media Management*, 5(2), pp. 91-99.
- MANOVICH, Lev (1996) *What is Digital Cinema? Lev Manovich Essays*. [<http://www.manovich.net/TEXT/digital-cinema.html> , consultado el 11/05/2008]
- MASIP, Pere (2005) "Rutinas periodísticas e Internet en la información diaria". III Congrés Internacional Comunicació i Realitat La utopia digital en els mitjans de comunicació: Dels discursos als fets. *Trípodos*, 4(2), pp. 561-576.
- MASIP, Pere (2008) "El ciberperiodismo en Catalunya: Apuntes sobre el estado de la cuestión". En G. López (Ed.), *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: Cibermedios, confidenciales y weblogs* (p. 35-45). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- MOE, Hallvard; SYVERTSEN, Trine (2007) "Media Institutions as a Research Field: Three Phases of Norwegian Broadcasting Research". *Nordicom Review*, 28, pp. 149-167.
- MOE, (2008) *Public broadcasters, the Internet, and Democracy. Comparing Policy and Exploring Public Service Media Online*. Tesis Doctoral. University of Bergen.
- PAVLIK, John (2008) *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University.
- PLESNER, Ursula (2009) "An actor-network perspective on changing work practices". *Journalism*, 10(5), pp. 604-626.
- PRADO, Emili; FRANQUET, Rosa (1998) "Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución". *Zer: Revista de Estudios de*

- Comunicación, 4 [http://www.ehu.es/zer/zer4/prado1.html ,consultado el 25/08/2008]
- PRADO, Emili; FERNÁNDEZ QUIJADA, David (2006) "The role of Public Service Broadcasters in the era of convergence. A case study of Televisió de Catalunya". *International Journal of Digital Economics*, 62, pp. 49-69.
- QUINN, Stephen (2005) "Convergence's fundamental question". *Journalism Studies*, 6(1), pp. 29-38.
- REDDICK, Randy; KING, Elliot (1995) *The Online Journalist: Using the Internet and other Electronic Resources*. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers.
- ROBINS, Kevin (1996). *Into the Image: Culture and Politics in the Field of Vision*. London: Routledge.
- ROGERS, Everett (1962) *Diffusion of Innovations*. New York: The free press.
- SALAVERRÍA, Ramón (2003) "Convergencia en los medios". *Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui*, 081, pp. 32-39. [http://www.comunica.org/chasqui/81/salaverria81.htm , consultado el 8/01/2008]
- SALAVERRÍA, Ramón; SÁDABA, Charo (Eds.) (2004) *Towards New Media Paradigms. Content, Producers, Organizations and Audiences*. Pamplona: Eunate.
- SCHLESINGER, Philip (1987) *Putting "Reality" Together: BBC News*. London; New York: Methuen.
- SCHMITZ WEISS, Amy; DOMINGO, David (2010) "Innovation processes in online newsrooms as actor-networks and communities of practice". *New Media y Society*, 12(7), pp. 1156-1171.
- SILCOCK, B. William; KEITH, Susan (2006) "Translating the Tower of Babel?" *Journalism Studies*, 7(4), pp. 610-627.
- SIMON, Joel (2010) "Repression Goes Digital". *Columbia Journalism Review*, 48(6), pp.12-14.
- SINGER, Jane B. (2004) "Strange bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations". *Journalism Studies*, 5(1), pp. 3-18.
- SILVERSTONE, Roger (1994) *Television and Everyday Life*. London; New York: Routledge.
- SPIGEL, Lynn; OLSSON, Jan (Eds.) (2004) *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*. Durham N.C. y London: Duke University Press.
- SYVERTSEN, Trine (1992) *Public Television in Transition: A Comparative and Historical Analysis of the BBC and the NRK*. Tesis Doctoral. University of Leicester.
- TUCHMAN, Gaye (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- TURNER, Fred (2005) "Actor-Networking the News". *Social Epistemology*, 19(4), pp. 321-324.
- URSELL, Gillian (2001) "Dumbing down or shaping up? New technologies, new media, new journalism". *Journalism*, 2(2), pp. 175-196.
- UTTERBACK, James (1994) *Mastering the Dynamics of Innovation*. Boston: Harvard University Press.
- VILLAFANE, Justo; PRADO, Emili; BUSTAMENTE, Enrique (1987) *Fabricar noticias: Las rutinas productivas en radio y televisión*. Barcelona: Mitre.
- WILLIAMS, Robin; EDGE, David (1996) "The social shaping of technology". *Research Policy*, 25(6), pp. 865-899.