

LA CONVERGENCIA MEDIÁTICA EN LA PRENSA LOCAL SEVILLANA

Un análisis de la realidad digital de *ABC de Sevilla* y *Diario de Sevilla*

MARCO TEÓRICO

CONVERGENCIA



Tipos de Convergencia Mediática (R. Salaverría):

1. Convergencia tecnológica.
2. Convergencia empresarial.
3. Convergencia profesional.
4. Convergencia de contenidos.

INTEGRACIÓN DE REDACCIONES

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

1. Revisión y actualización de la tesis doctoral de Capelo Hernández.
2. Comparativa del proceso en la prensa local: *ABC de Sevilla* y *Diario de Sevilla*.
3. Influencia de la convergencia en la organización empresarial.
4. Influencia de las TIC en la redacción de la información.
5. Observatorio para la Convergencia Mediática en Andalucía.

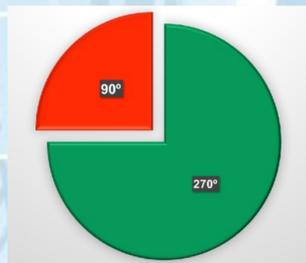
1. Razonamiento inductivo: de lo particular a lo general.
2. Estudio de casos múltiples: *ABC de Sevilla* y *Diario de Sevilla*.

ABCdesevilla

Diario de Sevilla

3. Criterios geográficos, academicistas e históricos.

ABCdesevilla



Estrategia clara, firme y decidida hacia la integración de redacciones.



Grupo Vocento: empresa nacional con interconexiones con otras empresas.



Mayor capacidad económica y financiera para inversión tecnológica.



CONCLUSIONES

1. LA VERSIÓN IMPRESA



Principal fuente de ingresos de los medios



Otorga prestigio



No desaparecerá, pero cambiará el modelo de consumo

2. GRADO DE INTEGRACIÓN

Según parámetros de Stone y Bierhoff...

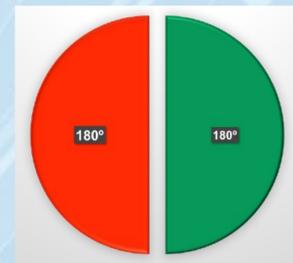
→ 270° (75%)

(50%) 180° ←

3. OBSERVATORIO PARA LA CONVERGENCIA MEDIÁTICA



Diario de Sevilla



Estrategia reactiva, sin grandes innovaciones digitales y a rebufo de otros medios



Grupo Joly: empresa regional sin más negocios más allá de la comunicación.



Escasa capacidad económica y financiera para inversión tecnológica.



ABCdesevilla

Proceso irremediable para afrontar los cambios de consumo del producto periodístico.



No busca ahorrar costes

→ Fuerte inversión en tecnología



Nuevos roles relacionados con las TIC y las redes sociales. Crecimiento de la plantilla.

Retos actuales:

1. Dispositivos móviles
2. Uso del vídeo

75%

- Complementa a la información.
- Vídeos en directo en Facebook y Web.
- Inversión rentable



Formato clásico de web: modelo dual



ANÁLISIS

Estrategia reactiva: desconfianza hacia la integración de redacciones.



El papel sigue siendo prioritario: principal fuente de ingresos



La aplicación de las TIC y las redes sociales no se traduce en la aparición de nuevos roles

No existe una planificación estratégica ni lo digital se incluye en el organigrama



Diario de Sevilla

Retos actuales:

1. Versión móvil de la web: adaptación de la portada.



2. Mejorar la presencia en redes sociales con el uso del vídeo

