

DOSSIER

# EL ESTUDIO SOBRE EL MECANISMO DE COMUNICACIÓN DE LA PUBLICACIÓN Y LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS EN MEDIOS MÓVILES

Copyright © 2016  
SBPjor / Associação  
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

RUHAN ZHAO  
*Communication University of China*

LILI ZHAO  
*Communication University of China*

**RESUMEN** - El estudio explora el mecanismo de comunicación de la publicación y producción de noticias, analizando el Microblog, WeChat y especialmente, el APP Móvil TouTiao. El resultado ha mostrado que las posiciones y las prácticas del profesionalismo de periodismo y los "gatekeeper" han desaparecido en los procesos de la producción de noticias. En cambio, el algoritmo y tecnología se han movido al centro del círculo de la producción de noticias.

**Palabras clave:** Microblog. WeChat y Tou Tiao. Gatekeeper. Profesionalismo del Periodismo. Súper Comercialismo.

## UM ESTUDO SOBRE O FORMATO DE COMUNICAÇÃO DA PUBLICAÇÃO E PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS EM DISPOSITIVOS MÓVEIS

**RESUMO** - O estudo explora o formato de comunicação da publicação e produção de notícias a partir de uma análise do Microblog, do WeChat, e principalmente do APP para dispositivos móveis TouTiao. O resultado deste estudo mostra que os posicionamentos e práticas do profissionalismo jornalístico e dos "gatekeepers" estão ausentes dos processos de produção de notícias. Por outro lado, o algoritmo e a tecnologia se posicionam no centro do círculo de produção noticiosa.

**Palavras-chave:** Microblog. WeChat e Tou Tiao. Gatekeeper. Profissionalismo Jornalístico. Super Comercialização.

## STUDY ON COMMUNICATION MECHANISM OF NEWS OUTLETS AND NEWS PRODUCTION ON MOBILE MEDIA

**ABSTRACT** - This research explores the communication mechanism of the news outlets and news production by analyzing Microblog, Wechat and Mobile App TouTiao. The result shows that the positions and practices of journalistic professionalism and the gatekeepers are fade out of the process of news production. Instead, the algorithm and technology move to the center of news outlets circle.

**Key words:** Microblog. Wechat and Tou Tiao. Gatekeeper. Journalistic Professionalism. Hyper commercialism.

Con el desarrollo continuo de la tecnología de información, medios de comunicación están experimentando un cambio enorme. Desde una macro perspectiva de la industria, el patrón de medios de comunicación está reconstruyéndose con alta velocidad, el modelo de funcionamiento de los medios tradicionales están “en peligro” debido al impacto por parte del modelo nuevo de medios de comunicación. Desde la micra perspectiva del modelo de difusión, el patrón tradicional “emitir-receptar”, “producir-emitir” está frente a un desafío sin precedencia. La producción de noticias y su ruta de transferirse en dinero sufren cambio enorme a causa de la mutación sucedida en la forma del funcionamiento de los medios de comunicación, la relación entre los medios de comunicación y la sociedad y alfabetización mediática de los receptores, producida por el desarrollo rápido de la tecnología. En este contexto de difusión, la estructura de “gatekeeper”, como importante medida para el control de la sociedad, sufre consecutivamente una mutación. La función de normar del profesionalismo del periodismo está cada día más marginada.

### **1. La “desprofesionalización” de la representación de las noticias publicadas en los nuevos medios: orientada por el algoritmo**

El parámetro de transmisión “Microblog, WeChat y Tou Tiao<sup>1</sup>”, generalmente aceptado por la industria, ahora está llamando atenciones por parte de los círculos académicos. Sina Microblog, debido a su umbral bajo para la publicación de noticias y a su forma de fisión y el mecanismo abierto de difusión, construidos por las herramientas interactivas rápidas como republicar los mensajes de otros usuarios, hacer comentarios, responder y emitir mensajes privados, Sina Microblog se ha convertido en el representante de las plataformas sociales abiertas. Esto es también dado el nombre “Cámara Pública”. Tencent WeChat, a su parte, basado en los puertos de comunicación móviles, es una plataforma de integración y publicación de información y lleva característica comunicativas. Con el mejoramiento de las funciones de WeChat, los modelos de difusión en las plataformas públicas han sido cada día más sintéticos; la coexistencia cruzada de los modelos de comunicación como “one-to-one”, “one-to-

many”, “many-to-many” hace que WeChat se haya convertido en el canal principal de conseguir informaciones. Diferente a las redes de difusión de relación débil como Sina Microblog, las de WeChat es más dependiente de los círculos de relación de conocidos. El marco de recepción de informaciones ha sido relativamente estrechado.

En el modelo “Microblog, WeChat y Tou Tiao”, Tou Tiao se refiere al APP móvil de “Tou Tiao de Hoy”. Tou Tiao, a través de la excavación de la difusión de las noticias en las redes sociales y las estadísticas en varios webs, analiza instantáneamente las noticias más leídas y las emiten a los usuarios.<sup>2</sup> La tecnología informática que tiene el algoritmo como núcleo sirve como base de difusión de noticias de Tou Tiao. Primero, Tou Tiao colecciona millones de noticias con ayuda de procesamiento de datos y analiza las noticias que merecen más atenciones por parte de los usuarios en ese momento; segundo, según un análisis continuo de acciones efectuadas por los usuarios como echar una ojeada, reservar, republicar y comentar las noticias, integrando los parámetros como su hábito, tiempo y lugar de leer, establecen un modelo privado para los usuarios con motivo de recomendar inteligentemente las informaciones personalizadas y exactas.<sup>3</sup> En Microblog quieren que los receptores se presten a seguir las cuentas que publican informaciones y en WeChat, los lectores tienen que realizar suscripciones activas a las cuentas públicas. Diferente a estos dos, “Tou Tiao de Hoy” juzga su preferencia según las huellas de leer dejadas por los usuarios. Como resultado, “Tou Tiao” está capaz de emitir las informaciones “según su preferencia”. Esta lógica tecnológica de estilo “Big Data(Datos Masivos)” alivia el daño y el menosprecio posible contra la realidad y la objetividad de los productos periodísticos, producidos por el gatekeeping manual que está en la cadena de “emitir-recibir” de las noticias tradicionales. También, esta lógica ha disparado la viabilidad para el establecimiento de agenda por parte de las organizaciones de comunicación. Aquí, los papeles “maestro-esclavo” en la estructura dual tradicional “emitir-recibir” sufren una subversión completa.

Si, digamos, la emergencia del periodismo ciudadano que toma Microblog y WeChat como base significa una reforma importante del modelo de difusión de noticias, “Tou Tiao de Hoy” lo podemos considerar como una mutación nueva del centro de

gravedad de la publicación de noticias cuyo significado no consiste en que los ciudadanos se convierten en parte de los emisores, sino en que para los receptores, su autonomía del logro de información ha elevado. El significado revolucionario de esta mutación ha llegado a ser el establecimiento del papel central de los receptores lo que se basa en la disponibilidad de tecnología.

## **2. La mutación de “gatekeeper”: desde el pensamiento racional hasta la dependencia tecnológica**

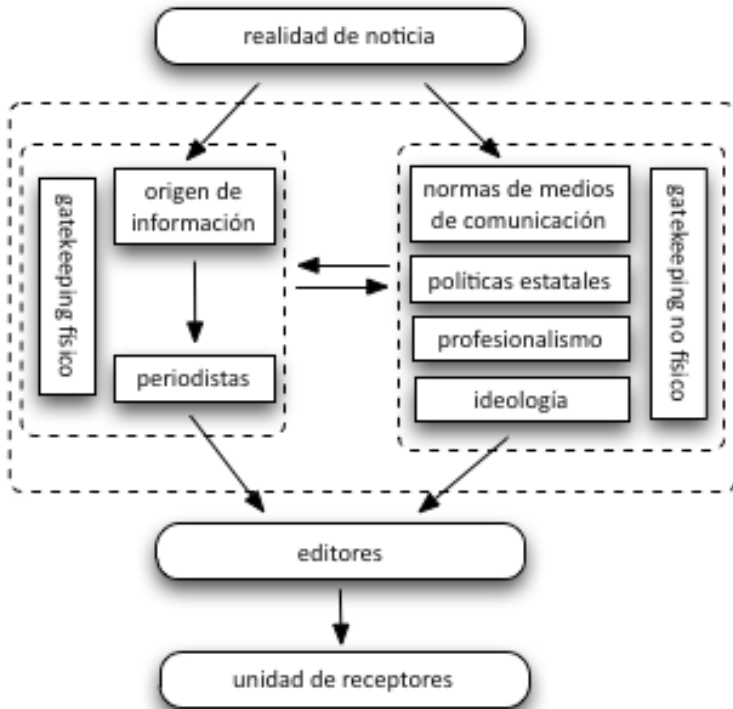
Kurt Lewin, el especialista estadounidense en medios de comunicación, fue el primero en presentar la teoría “gatekeeper”. Después, su discípulo White (1950) lo introdujo al ámbito de mass media y indicó claramente el proceso de selección de noticias. La teoría “gatekeeper” se cuenta entre las teorías básicas de comunicación y el fenómeno “gatekeeping” existe generalmente en la ecología de comunicación. La formación de “Microblog, WeChat y Tou Tiao” ejerce influencia, a distintos niveles, en la estructura “gatekeeper” que existe en la forma de la difusión tradicional de noticias. Desde “gatekeeping manual” hasta “gatekeeping inteligente de tecnología”, la fuerza de gatekeeping físico está disminuyéndose. La mutación de tecnificación de gatekeeping tradicional se hace el componente del patrón de comunicación de hoy en día.

### **2.1 El “gatekeeping” de la difusión de noticias tradicional**

En el proceso de producción y difusión de los productos periodísticos tradicionales, los papeles de “gatekeeper” se distribuyen en partes diferentes con el avance de la producción de noticias. Cuando una realidad que tiene un valor periodístico sucede en una situación social que no toma la difusión pública como su objeto, la realidad no se presenta ante la gente en forma de signo según las reglas de lógica, sino sólo aparece como pedazos de idea apreciables dentro un marco accesible de unas personas. Dichas personas las conforman los participantes y testigos del evento de noticias. Con la entrada del evento periodístico en la producción profesional de noticias construida por las reglas de noticias profesionales, los participantes y testigos

se han convertido en el origen de información en los productos periodísticos. En las reglas del profesionalismo del periodismo, el origen es exactamente el logo dominante del mantenimiento de la autenticidad y objetividad de noticias. Siempre existen diferencias sustanciales entre la realidad periodística en el cerebro de los orígenes y la misma realidad. Aunque el origen haya experimentado el evento de principio a fin, la diferencia del sistema de conocimientos, valores, forma de pensar y unos otros elementos producen que la observación de una misma realidad por parte de personas distintas se presenten con caras diferentes. La realidad en el cerebro del origen y la que los periodistas logran desde el origen no son totalmente iguales. Cuando la realidad en el cerebro del origen está expresada con palabras, realmente, la información de dicha realidad experimenta un proceso de transferencia de pensamiento en signo, lo cual significa que la información lograda por los periodistas no es nada sino un espejo de algún tipo de la realidad propia. Y cuando los periodistas, con ayuda de su técnica profesional, reproducen las informaciones coleccionadas y las convierten en productos periodísticos, las informaciones relacionadas, realmente, experimentan nuevamente la simbolización y el proceso de conservar y abandonar realizado por el pensamiento. Los editores, como el último fielato de la producción de noticias tradicional deciden si el producto periodístico puede ser publicado ante los receptores. Sin duda alguna, este proceso lleva significado de “gatekeeping”. Es decir, en el curso de este proceso, la información experimenta repetidamente la simbolización y el conservar y abandonar, en cada manipulación ella sufre una filtración a grados distintos que está influida por los elementos irracionales diferentes como genes culturales, ideología, profesionalismo, las políticas nacionales relacionadas y las provisiones de las propias organizaciones de comunicación . Esta filtración se diferencia según personas distintas y no tiene regularidad ni uniformidad. En conclusión, se puede considerar que en la producción y difusión tradicional de noticias, existe una caja complicada de “gatekeeping” entre la realidad y el producto periodístico. La participación de esta “caja” es inevitable. (Como lo que señala el Diagrama 1)

**Diagrama 1** - El espacio estructurado por las líneas punteadas es la “caja de gatekeeping” en la producción tradicional del periodismo profesional



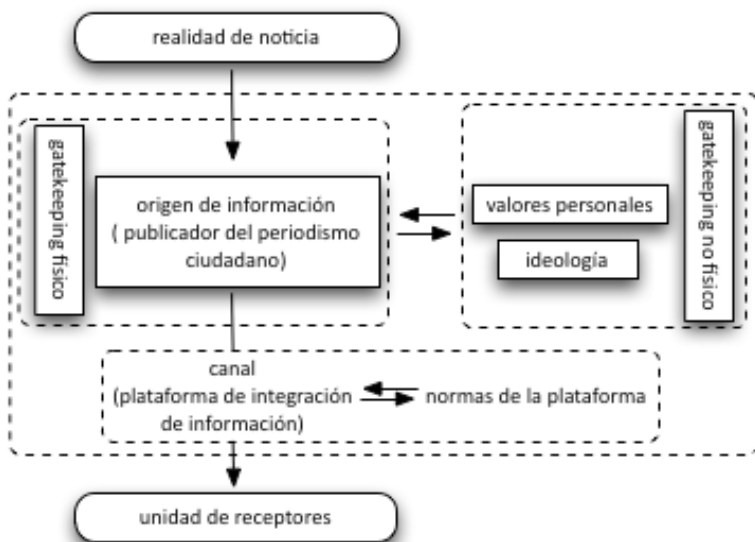
## 2.2 El “gatekeeping” en la producción del periodismo participativo

Una mutación de la producción de noticias sucede a causa de la aparición del periodismo ciudadano. Mientras tanto, el proceso de “gatekeeping” sufre cambios nuevos. La prosperidad de Microblog marca que el periodismo ciudadano ha llegado a su maduración, y el uso amplio de WeChat significa que una mutación del derecho a la palabra de los ciudadanos tiene lugar otra vez. El periodismo ciudadano, por una parte, puede ser la producción completa de los productos periodísticos; por la otra, se pueden tomar como componente de la producción profesional de noticias. Y el último, se muestra en dos formas; primero se refiere a que las informaciones privadas de los ciudadanos entren en las

plataformas de integración de información, al lograr la posibilidad de convertirse en agenda pública, las organizaciones de producción profesional de noticias las toman como hilo de noticias; segundo, esto denota que la opinión pública, proveniente de los comentarios contra agenda pública hechos por varios ciudadanos, hace que la agenda pública se convierta por segunda vez en noticias. Y la función social de noticias se realiza de esta manera. En el presente trabajo, la producción del periodismo ciudadano pertenece al primer caso.

En la época en que “cada uno tiene su micrófono propio”, los canales por los que se emiten las noticias han logrado una emancipación. Las personas quienes son el origen de información en la producción tradicional de noticias están capaces de publicar directamente la información conseguida sobre la realidad en las plataformas de integración de informaciones. La difusión de la noticias, pasando el gatekeeping a distintos niveles realizado por las organizaciones profesionales, llega directamente a los receptores. Durante este proceso, el juicio de valor contra el origen de la información consiste en la base única de “gatekeeping”. En las plataformas de integración de informaciones, Internet como el representante, la fuerza de control de las plataformas propias se ha convertido en el cuerpo principal de “gatekeeping” además del origen. Sin embargo, el control de este tipo es inferior, tiene característica de línea de base y también, pertenece al nivel umbral. Él tiene como su propósito principal mantener ordenes de las plataformas y asegurar la sostenibilidad de su ejecución. Obviamente, en la producción del periodismo ciudadano, la “caja de gatekeeping” se mueve de la producción de noticias a los canales de circulación, el control cultural e ideológico se hace la restricción principal de este sistema de “gatekeeping”. Las estipulaciones del profesionalismo del periodismo y las organizaciones de comunicación ocupa una posición irrelevante (como lo que señala el diagrama 2). Microblog se hace un retrato directo del “gatekeeping” de este tipo.

**Diagrama 2** - El espacio estructurado por las líneas punteadas es la “caja de gatekeeping” en la producción del periodismo ciudadano es la “caja de gatekeeping” en la producción del periodismo ciudadano



En las cuentas públicas de WeChat, el cuerpo principal de emitir informaciones lo componen los líderes de opinión entre los ciudadanos. En la producción de noticias de este tipo, el mecanismo de funcionamiento de la “caja de gatekeeping” está más cerca de la regla del discurso del cultura élite. En cierto sentido, las noticias publicadas a través de las cuentas públicas de WeChat suponen que el periodismo haya realizado una inclinación selectiva hacia el modelo tradicional del periodismo profesional. Esta selección también está basada en la lógica mercantil que tiene el mercado como premisa.

### 2.3 El “gatekeeping” de la recomendación técnica personalizada de noticias

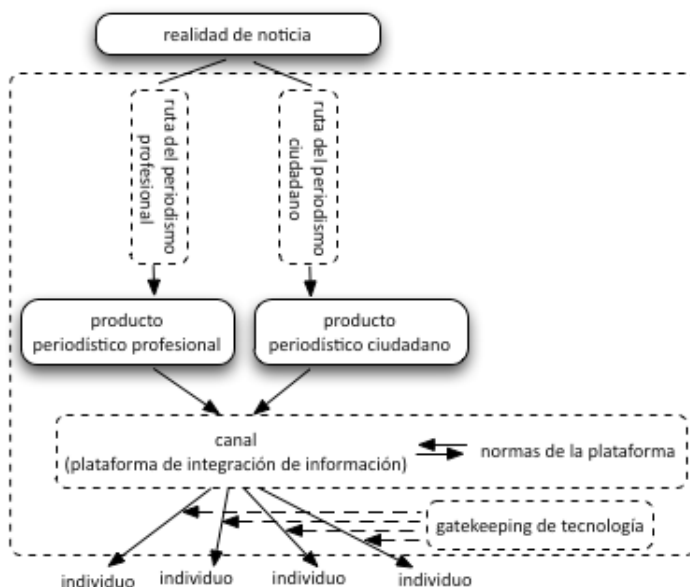
La misma recomendación técnica personalizada de noticias no consiste en un cambio del modelo de producción de noticias, sino en una mutación del modelo de su difusión. La recomendación técnica personalizada de noticias, basada en el lenguaje de programación de computadora, establece el modelo de “DNA de Interés” para cada



usuario excavando los datos básicos a través de una serie complicada de algoritmo, algo parecido al modelo matemático. Después, realiza una recomendación de noticias a los receptores según el modelo. “El algoritmo abarca docenas de miles de dimensiones que incluyen etiquetas y temas visibles e invisibles como las coordenadas equis y yes en el modelo de recomendación. Las dimensiones más frecuentes incluyen el calor, contenido, atributo, localización, tiempo de usar, los contenidos ya leídos por los usuarios, etc.” (Zheng, 2014, p. A8). “Tou Tiao de Hoy” es el representante de este tipo de difusión de noticias. Con el ajuste de un paso más allá del modelo de mass comunicación, el estilo de la recomendación personalizada se ha convertido en la “configuración estándar” de la industria de APP móvil de noticias en nuestro país. Los APP móviles de sitio web, Bai Du Noticias y Sou Hu Noticias incluidas, ahora está añadiendo la función de recomendación. La plataforma de distribución tiene como premisa básica un montón de datos diversificados de noticias. En comparación con Microblog y WeChat, la plataforma de la recomendación personalizada de noticias, como una súper plataforma de integración de información, tienen más necesidades de las informaciones.

El sentido revolucionario producido por el modelo de recomendación personalizada en la producción de noticias no sólo consiste en un proceso concreto de producción, sino en los valores de producción de noticias orientados principalmente por los usuarios y el mecanismo de juicio del valor periodístico. Desde el punto de vista del proceso de la producción de noticias, los productos de noticias y el periodismo ciudadano, provenientes de las organizaciones profesionales tradicionales, se hacen origen de datos para las plataformas de recomendación personalizada de noticias. La producción misma de estos datos pasan por su “caja de gatekeeping” individual. Sin embargo, a pesar de cuál es el canal de producción que se usa, el producto de noticias, al entrar en la plataforma de integración de recomendación personalizada, se ve obligado a obedecer a las “normas de gatekeeping” las cuales son rutas técnicas que toman el satisfacer la preferencia de la unidad de receptores como su estándar. La lógica programática de la recomendación personalizada de noticias consiste en que, a través de medios tecnológicos, basando en las huellas dejadas por los usuarios en el pasado, ejerce juicio contra el valor de difusión de las informaciones periodísticas y las transmiten a los receptores que tienen la necesidad del valor correspondiente (como lo que señala el diagrama 3).

**Diagrama 3** - El espacio estructurado por las líneas punteadas es la “caja de gatekeeping” de la recomendación técnica personalizada de noticias



El modelo de recomendación técnica personalizada de noticias ha dejado verdaderamente el modelo de difusión “one-to-many” adoptado en las plataformas del periodismo profesional tradicional y las del periodismo ciudadano y produce la división de canales de transmisión en dos etapas “división-multiplicación-división”. Y así se realiza el mejoramiento de la integración de recursos y la asignación más efectiva y mejoran la eficiencia comunicativa. La asignación más efectiva es el criterio seguido por la economía de mercado. La asignación de dos etapas de la difusión de información es la trascendencia directa y el requisito inevitable de la mercantilización de los productos periodísticos. Por lo tanto, la recomendación técnica personalizada es esencialmente un producto de la transformación ejercida por la lógica de súper comercialismo contra el modelo periodístico tradicional bajo la apariencia técnica. La propia sustancia de la tecnología es un producto de la lógica de súper comercialismo. En el proceso de transformación, los estándares y normas del profesionalismo del periodismo tradicional se ha disminuido cada día. El desarrollo y el cambio del mismo profesionalismo del periodismo se realizan a través de la penetración y el desarrollo de la lógica de comercialismo.

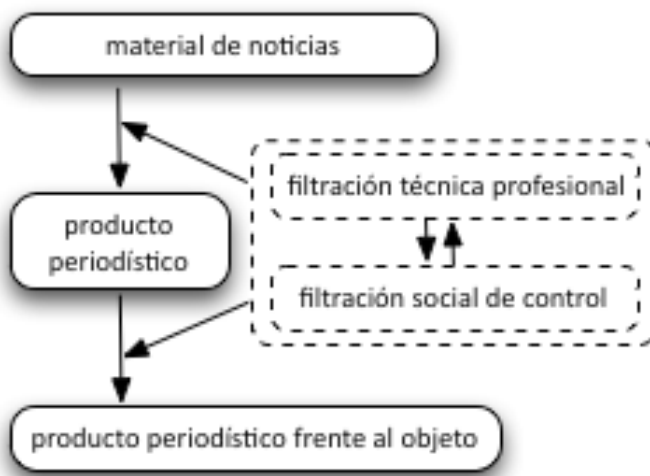
### 3. La decadencia del profesionalismo del periodismo tradicional

¿Qué es el profesionalismo del periodismo? A pesar de que con la profundización de la investigación de medios de comunicación, cada día hay más análisis sobre el profesionalismo del periodismo. Sin embargo, hasta hoy en día el profesionalismo del periodismo aún no está claramente definido. Según la opinión de Ye Lu y Zhongdang Pan, el núcleo del profesionalismo del periodismo occidental consiste en definir las normas básicas para las características profesionales, incluyendo que los medios de comunicación tienen una función de ser instrumento público social, el periodismo no sólo ofrece servicios a los grupos políticos y económicos de interés, sino también tiene que obedecer a los bienes públicos; los profesionales del periodismo no sirven como propagandistas de algún grupo de interés, ni agitadores ni participantes del conflicto político y económico, sino deben ser observadores de la sociedad y reporteros de la realidad; ellos son “gatekeeper” de la circulación de información, el estándar adoptado no es la ideología que debe ser infiltrada hacia el mainstream de la sociedad, sino es el valor del mainstream de la sociedad cuyo cuerpo principal lo compone la clase media; ellos verifican la autenticidad de la realidad según los estándares racionales de ciencias empíricas y no se rinden a ningún tipo de poder político o fuerza económica sino obedecen a la realidad, la autoridad suprema; ellos están sujetos por las normas profesionales establecidos con base de los principios antedichos, aceptan la autodisciplina de la comunidad profesional y rechazan el control por parte de ningún tipo de poder o autoridad (Ye Lu, 2002). Los principios profesionales como la autenticidad, objetividad, frescura, cercanía y relevancia es una muestra del profesionalismo del periodismo en las prácticas periodísticas, y también se convierten en los canales por los que la idea del profesionalismo del periodismo se trasfiere en componente del producto periodístico.

Los mismos estándares del profesionalismo del periodismo están infiltrados por la lógica del comercialismo, y esta lógica tiene como su base la época en que los medios de comunicación comerciales son controlados casi monopolísticamente por la clase élite. En la época de medios impresos y digitales, los recursos de canales comunicativos que son muy limitados los tienen en manos de la clase élite a través de las fuerzas políticas y comerciales. Los canales, como constantes, participan en el modelo de la difusión de noticias en esta época. La controlabilidad de los canales hacen que la producción de

noticias, en un tiempo bastante largo, juegue todos los papeles de difusión de noticias. La lógica política y la comercial realizan una acción conjunta y así forman la lógica básica del profesionalismo del periodismo, construyendo los genes principales del profesionalismo tradicional del periodismo. En esta lógica, la función de control social efectuado por el profesionalismo se presenta principalmente como la filtración, ejercida por dos fuerzas, hacia la producción de noticias. Las dos fuerzas son respectivamente la filtración técnica profesional realizada por las normas del periodismo profesional y la social del control por parte de la cultura social e ideología (como lo que señala el diagrama 4).

**Diagrama 4** - La lógica de gatekeeping en el profesionalismo tradicional del periodismo

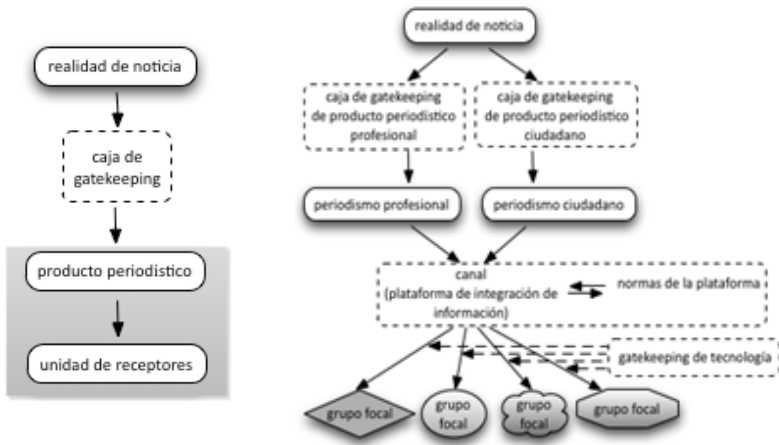


El desarrollo tecnológico ha desmantelado la limitación de los canales de comunicación, el puesto monopolista del derecho a la palabra de los élites sufre ataques. La mutación tiene lugar en el profesionalismo del periodismo. “Canal Lógico” está destinado a convertirse en fuerza relevante para construir y formar la ecología nueva de difusión de noticias. La lógica del profesionalismo tradicional que ha dejado por pasar algo la variable de canal ha perdido su puesto anterior dado el contexto en que la inseguridad de los canales se ha elevado, lo cual se muestra en el estado de medios de comunicación.

Es decir, el profesionalismo del periodismo ha sufrido una decadencia rápida. La socialización de los productos de tecnología nueva es el resultado de la lógica comercial moderna. La renovación continua de las tecnologías denota la elevación de la productividad social y la eficiencia productiva. La misma consecuencia, el llamado derecho civil, de la tecnología realmente no es el propósito original del desarrollo tecnológico. La mutación de normas de profesionalismo del periodismo toma el satisfacer a la clase baja como método y detrás de ello se esconden la alternación y la lucha por el poder dominante del derecho a la palabra. La lógica comercial moderna otorga la racionalidad a la esta mutación de poder. En cambio, esta mutación promueve la expansión de la lógica comercial moderna al revés. Bajo la apariencia “gatekeeper de tecnología” se esconde la lógica de súper comercialismo.

La disminución del profesionalismo tradicional del periodismo produce directamente la ruptura de la estructura de la esfera pública. Mientras que el papel de “gatekeeper” se transfiere de organización en ciudadanos, el significado de la esfera pública va desapareciendo. En el espacio ruidoso de información, los medios de comunicación dominantes tradicionales han perdido la iniciativa de establecer la agenda pública. Mientras tanto, con motivo de que no fuera abandonado por la lógica del mercado de información fluida, para los medios tradicionales, su capacidad de establecer la agenda pública se ha hecho cada día más comercializada. La estructura de difusión “Microblog, WeChat y Tou Tiao” ha bajado el umbral de permisión del derecho a la difusión de palabra y ofrece un espacio vasto de posibilidad de que los ciudadanos entren en el espacio público. Sin embargo, la esfera pública exige, en principio, una co-construcción del cuerpo cívico y la agenda pública. La recomendación técnica personalizada de noticias entrega la hegemonía del establecimiento de la agenda pública a las huellas digitales dejadas por los ciudadanos en las plataformas interactivas de información. El sistema de conocimiento ya establecido, valores, la ideología y unos otros elementos deciden la agenda pública apoyándose en la ruta tecnológica, cada receptor logra agenda fragmentada totalmente diferente entre sí. El poder político de la agenda pública se ve desmantelado. Correspondientemente, han diluido la densidad de la palabra en la esfera pública y en las plataformas de integración de millones de informaciones, sólo se han sobrado los grupos focales fragmentados que no se ligan entre sí inevitablemente (como lo que señalan el diagrama 5-1 y 5-2).

**Diagrama 5-1 (izquierdo); Diagrama 5-2 (derecho)**



El espacio gris en el diagrama 5-1 es la esfera pública formada por el modelo tradicional de la difusión de noticias

El espacio gris en el diagrama 5-2 es la unidad fragmentada de los grupos focales

**Conclusión**

Al mirar linealmente desde el punto de vista histórico, la fuerza política y comercial han sido las dos fuerzas principales para controlar y balancear el desarrollo del periodismo en China, la relación entre las dos, tensa o relajada, decide básicamente la apariencia del periodismo. Por ahora, la lógica esencial detrás de la estructura de “Microblog, WeChat y Tou Tiao” de la ecología de difusión en China consiste en el comercialismo basado en la tecnología. Con el avance aún más de la globalización, la aparición del modelo de “Microblog, WeChat y Tou Tiao” es inevitable. Sin embargo, tomando en consideración del entorno de opinión pública en el país, aún nos faltan la fuerza motriz y la capacidad de debatir racionalmente algún tema. Sus palabras están más inclinadas a ser una pura catarsis de emoción diaria las cuales abarcan poco valor. Como resultado, bajo este contexto, ¿Saben realmente los ciudadanos qué es la agenda pública que persiguen? ¿Cuántas huellas en Internet dejadas por los receptores son espejo de

su necesidad de información verdadera? ¿Y cuántos valores tiene la agenda pública basada en esto? Hay que admitir que, el periodismo, bajo la lógica de súper comercialismo, posiblemente va construyendo la trampa del campo social lo cual merece la vigilancia nuestra.

\* Este artículo fue traducido por Kejian Qian

## REFERENCIAS

Zeng, Fanxu & Huang, Guangsheng. La composición, vinculación e influencia política de la comunidad de líder de opinión en Internet: Microblog como ejemplo. **Open Times**, n. 4, 2012.

Peng, Lan. Analisis del mecanismo de transmisión de información en Microblog. **Media People**, 2010. Disponível em: <<http://media.people.com.cn/GB/40628/12914673.html>>. Acesso em: 10 oct. 2015.

Ye Lu, Zhongdang Pan. Imaginación de lograr fama: la construcción de la palabra del profesionalismo en la transición de la sociedad china. **Mass Communication Research** (Taiwan), n. 71, p. 17-59, 2002.

White, David Manning. "The "gate keeper": A case study in the selection of news". **Journalism Quarterly**, 27, p. 383-391, 1950

Zheng, Xiaohua. Yiming Zhang de Tou Tiao de Hoy: cambia el modelo de transmisión de noticias como la fabricación de papel. **Southeast Express**, 25 dez. 2014, p. A8.

## NOTAS

- 1 "Microblog, WeChat y Tou Tiao" es una abreviatura empleada por la industria de medios de comunicación para describir la estructura nueva de comunicación, construida por Sina Weibo, Tencent WeChat y el APP móvil de "Tou Tiao de Hoy" las tres plataformas principales de difusión de noticias. "Microblog, WeChat" se refiere al Sina Weibo y Tencent WeChat, y "Tou Tiao", al APP móvil de "Tou Tiao de Hoy".
- 2 "Tou Tiao de Hoy" es un producto de recomendación de información hecho por Yiming Zhang, el emprendedor de Internet en China, en

marzo de 2012. Hasta marzo de 2015, el número de sus usuarios ha llegado a más de 240,000,000. Hay más de 20,000,000 personas que visitan al web en día. Los datos referidos provienen de la introducción ofrecida por el web oficial del portal oficial de “Tou Tiao de Hoy”, 2015-09-18 <http://toutiao.com/about/>

- 3 Liu, Jia & Huang, Qi. Yiming Zhang de Tou Tiao de Hoy: las noticias personificadas deben irradiar elementos inestabilidad de personas. **China Business Network**, 19 fev, 2014. Disponible em: <http://www.yicai.com/news/2014/02/3479947.html>. Acesso em: 10 oct. 2015.

**Ruhan Zhao**, Ph.D. (Universidad Libre de Bruselas y Universidad de Comunicaciones de China), Profesor Adjunto de la Facultad de Periodismo, Universidad de Comunicaciones de China. Sus intereses de investigación se centran en la Teoría de la Comunicación, Periodismo en línea, y Medios y Sociedad. Email: [zhao\\_ruhan@cuc.edu.cn](mailto:zhao_ruhan@cuc.edu.cn)

**Lili Zhao**, Estudiante de postgrado en la Universidad de Comunicaciones de China (CUC). Su investigación se centra en la Sociología del Periodismo y La Práctica del Periodismo. Email: [929498616@qq.com](mailto:929498616@qq.com)

RECEBIDO EM: 30/10/2015 | ACEITO EM: 13/02/2016