

La imparable digitalización del periodismo mexicano: Nuevos retos para los formadores de jóvenes periodistas¹

María Antonieta Rebeil Corella²

Análí Sánchez Paredes³

¿Hay razones para que la UNESCO declare la importancia de la incorporación de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en la educación formal? No solamente eso, sino que este organismo internacional ha tomado pasos importantes para asegurar el debido equipamiento en las escuelas, pide a los países que se tenga un profesorado debidamente capacitado y que se lleven a cabo todas aquellas actividades que logren en el estudiantado una formación experta en el uso de la convergencia digital (Olivares, et al, 2016). Este hecho se vuelve aún más importante en el nivel de educación superior, que es la antesala de la vida profesional. Y es doblemente importante en carreras como la Comunicación y el Periodismo, en las cuales la naturaleza misma de la disciplina, trata precisamente del estudio de la misma comunicación y su función social: la interacción entre las personas para generar mayor comprensión, interrelación, integración, para la transformación de la sociedad encaminada al bien común.

Este trabajo tiene dos propósitos fundamentales: 1) presentar cómo las tendencias hacia la digitalización de tres de los diarios más importantes en México y algunos de sus columnistas, están logrando avances en mayor visibilidad y alcance mediante el uso de la presentación digital del mismo diario y del uso de la red social Twitter; 2) analizar las opiniones de profesores de comunicación y periodismo de tres instituciones de educación superior (dos públicas y una particular ubicadas en distintas entidades federativas del país) a manera de auscultación inicial con el fin de conocer mejor sus puntos de vista respecto de la formación de periodistas y comunicadores y cómo se deben preparar para una industria en la cual la convergencia digital es uno de los distintivos principales. La metodología de investigación consistió en un estudio empírico en tres fases: 1) Examen de la nota principal en tres diarios: *Reforma*, *El Universal* y *La Jornada* en sus versiones impresas y en sus páginas web durante cinco días (11-15) del mes de febrero de 2018; 2) Análisis, con la técnica de Twitter *Analytics* y *Python* de los mensajes en Twitter de uno de los articulistas principales de cada diario. Para este caso, se seleccionaron a John M. Ackerman (@JohnMAckerman) de *La Jornada*; a Sergio Sarmiento (@SergioSarmiento) de *Reforma*; y a Oscar Mario Beteta (@MarioBeteta) de *El Universal*. 3) Estudio de ocho entrevistas semiestructuradas de profesores de Comunicación y Periodismo que imparten cátedra en las Universidades Anáhuac México en la capital del país, Universidad Veracruzana en la entidad federativa cuya costa se expande por el Golfo de México en el este del país y de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en

el sureste del territorio mexicano.

Mediante estas tres técnicas empíricas se logra llegar a conclusiones que son reveladoras de la apertura actual del periodismo en México hacia la digitalización, a pesar de ser un país que aún registra el 53.9% de cobertura de internet (Cruz, 2018), de tener casi el 10% de población indígena y con un alto porcentaje de ellos que aún no habla la lengua español y con altos índices de analfabetismo.

Convergencia digital y periodismo

Uno de los supuestos de la era digital, es que los periódicos impresos entrarían a un proceso de transformación y en algunos casos de obsolescencia, no obstante, José Soto Galindo (2017) publica un artículo argumentando lo contrario, con datos de PwC, entre 2013 y 2016 se sumó casi 750,000 unidades de circulación diaria en México, cuando el Padrón Nacional de Medios de la Secretaría de Gobernación da una cifra de 200,000; sin embargo la tendencia va para otro lado, Jenaro Villamil (2017) menciona que el tiraje va disminuyendo en la mayoría y que -en el caso de México- menos de un millón de ejemplares diarios, para un país de más de 120 millones de habitantes es muy poco.

Para el análisis de la convergencia entre el periodismo impreso y el periodismo digital se consideró, del 11 al 15 de febrero de 2018, la revisión de una de las notas principales de tres periódicos impresos de información general más leídos en la Ciudad de México, para así, obtener datos de su publicación en el medio digital, los periódicos de circulación nacional son *El Universal*, *Reforma* y *La Jornada*.

El Universal nació el 1 de octubre de 1916 por iniciativa del ingeniero Félix Fulgencio Palavicini, tomando como parte de su ideología la Constitución Política Mexicana; el 1 de abril de 1996 se incorpora a internet actualizando su página cada mañana con la edición impresa; el 7 de marzo de 2001 nace El Universal.com.mx posicionándose como líder en noticias y anuncios clasificados por sus herramientas interactivas y la actualización constante de información; al 2013 registró 16 millones de usuarios únicos al mes, un millón al día; además de 140 millones de *page views* al mes y 4 millones de seguidores en *Facebook* (El Universal, 2018).

El periódico *Reforma* comenzó a editarse el 20 de noviembre de 1993 bajo una línea independiente, su fundador fue Alejandro Junco de la Vega; su edición digital restringe el acceso para cobrar por la suscripción. El periódico *La Jornada* nace en 1984, como un periódico plural.

De acuerdo al Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2017, el tiraje de *El Universal* es de 120,000; del *Reforma* 142,086; y, de *La Jornada* 110,236; sobre el promedio de usuarios en internet de estos periódicos no se encontró información. En el Cuadro 1 se registra el tiraje y el número de usuarios de 2013 a 2017; lo que se observa es, efectivamente, que en el transcurso de los cinco años el tiraje de *El Universal* disminuyó de 180,000 a 120,000, no obstante, es quien lidera en el ciberespacio con 15 millones de usuarios únicos. *El Reforma* tiene mayor número de tiraje, sin embargo, tiene menor número de usuarios en la web, probablemente por el acceso restringido que tiene por el costo de suscripción; y, por último, *La Jornada* incrementó su número de tiraje y disminuyó en el número de visitas en su página web.

Cuadro 1. Tiraje de periódicos y usuarios de internet promedio al mes de 2013 a 2017

	2013	2014	2015	2016	2017
<i>El Universal</i>	180,000	180,000	120,000	120,000	120,000
<i>Reforma</i>	140,138	140,138	140,138	142,086	142,086
<i>La Jornada</i>	107,666	107,666	110,236	110,236	110,236
<i>El Universal</i>	17 millones de usuarios únicos	15 millones de usuarios únicos	15 millones de usuarios únicos	15 millones de usuarios únicos	Sin Información
<i>Reforma</i>	35,000,000 de <i>page views</i>	2,393,130 usuarios únicos	2,393,130 usuarios únicos	2,393,130 usuarios únicos	Sin Información
<i>La Jornada</i>	5,321,286 <i>page views</i>	6,738,074 <i>page views</i>	5 millones <i>page views</i>	4.7 millones <i>page views</i>	Sin Información

Fuente: Rebeil, M.A. y Sánchez, A. (2018) Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México.

Sobre redes sociales digitales, Iván Nava (2017) afirma que cerca del 50% de los usuarios de redes sociales digitales en México siguen a un periódico o más a través de *Facebook* y el 31% en *Twitter*. Por ello, se buscó el número de seguidores en *Twitter* y *Facebook* de los tres periódicos señalados, Cuadro 2; y, se registra, con herramientas de *Twitter Analytics* y *Python*, el número de *tweets* y *retweets* publicados durante los cinco días de investigación en el Cuadro 3.

Cuadro 2. Información de Twitter y Facebook al 17 de febrero de 2018

El_Universal_Mx	Octubre, 2008	593 mil	12,6 mil	4,72 M	3.852.968	3.778.408
Reforma	Marzo, 2009	301 mil	58	2,49 M	897.994	895.089
lajornadaonline	Abril, 2009	180 mil	167	2,05 M	2.862.238	2.832.461

Fuente: Rebeil, M.A. y Sánchez, A. (2018) Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México.

Cuadro 3. Tweets y Retweets del periódico El Universal, Reforma y La Jornada del 11 al 15 de febrero de 2018

El_Universal_Mx	320	358	388	392	399
Reforma	109	99	148	166	164
lajornadaonline	74	96	91	87	97

Fuente: Rebeil, M.A. y Sánchez, A. (2018) Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México.

Se observa que *El Universal* es el primer periódico que se une a *Twitter* y quien tiene mayor número de seguidores en *Twitter* y *Facebook*, además, sigue en *Twitter* a un gran número de usuarios. Por ello, es posible decir que dicho diario tiene mayor contacto con sus lectores en comparación con los otros dos diarios, ya que es

quién tiene mayor número de *tweets* y *retweets* publicados durante los cinco días del estudio. Aproximadamente, cada 4 minutos publica un *tweet* (Cuadro 3). El periódico *Reforma* le sigue en cuanto a seguidores en *Twitter* y número de *tweets* totales y en los cinco días de investigación, con un *tweet* cada diez minutos, aproximadamente. No obstante, en *Facebook*, *Reforma* ocupa el tercer lugar en seguidores. Finalmente, se encuentra *La Jornada*, quien tiene menor número de seguidores en *Twitter* y menor número de *tweets* totales y durante los cinco días de observación, pero en *Facebook*, tiene mayor número de seguidores que *Reforma*.

Para adentrarse al tema de la convergencia digital, se seleccionó a uno de los columnistas más prestigiados de cada periódico, de *El Universal*, Óscar Mario Beteta; de *Reforma* a Sergio Sarmiento y de *La Jornada* a John M. Ackerman, para observar su actividad en *Twitter* y *Facebook*, los datos se encuentran en el Cuadro 4.

Óscar Mario Beteta ocupa el número 41 de los 300 líderes mexicanos de opinión, tiene la Licenciatura en Economía en la Universidad Anáhuac, Maestría en Finanzas en la Universidad de Exeter, ha recibido premios de economía y periodismo. Sergio Antonio Sarmiento Fernández obtuvo la Licenciatura en Filosofía y Lingüística en la Universidad York de Toronto, Canadá, comenzó a escribir profesionalmente desde 1971 y en 1983 ingresó en los medios electrónicos en Grupo Radio Centro como comentarista económico y fue ganador del Premio Juan Pablos al Mérito Editorial de la Cámara Nacional de la Industria Editorial y el Premio Antena por Trayectoria Profesional. John M. Ackerman es Investigador del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Doctor en Sociología Política por la Universidad de California, Santa Cruz y Presidente Adjunto de la Asociación Internacional de Derecho Administrativo, miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Director Editorial del *Mexican Law Review*, ganador del Certamen Nacional de Periodismo (2009) y el Premio Nacional de Comunicación (2010).

Cuadro 4. Información de columnistas en Twitter y Facebook al 17 de febrero de 2018

@MarioBeteta El Universal	Agosto, 2009	111 mil	1.243	99,9 mil	24.662	24.421
@SergioSarmiento Reforma	Agosto, 2011	15,7 mil	664	335 mil	29.354	29.471
@JohnMAckerman La Jornada	Octubre, 2010	55,9 mil	10,4 mil	545 mil	91.826	92.748

Fuente: Rebeil, M.A. y Sánchez, A. (2018) Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México.

Con las herramientas de *Twitter Analytics* y *Python* se obtuvo, también, el número de *tweets* y *retweets* publicados durante los cinco días de investigación de estos tres comentaristas de opinión (Cuadros 5).

Cuadro 5. Tweets y retweets de los columnistas del 11 al 15 de febrero de 2018

@MarioBeteta El Universal	34	90	102	85	95
@SergioSarmiento Reforma	2	11	9	12	4
@JohnMAckerman La Jornada	34	28	17	39	29

Fuente: Rebeil, M.A. y Sánchez, A. (2018) Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México.

Se observa que John M. Ackerman tiene mayor número de seguidores en *Twitter* y *Facebook* y, además, sigue mayormente a otros usuarios en *Twitter*. A pesar de que Óscar Mario Beteta es el primero en incorporarse a *Twitter* y quien tiene mayor número de *tweets* totales y en los cinco días de investigación en esta plataforma, es quien ocupa el último lugar en seguidores en *Twitter* y *Facebook*. Sergio Sarmiento tiene el segundo lugar en seguidores en las dos plataformas y el último, en publicar *tweets* (Cuadro 5).

La nota principal en medios digitales en el inicio del 2018

Una ventaja de los medios digitales es que se puede interactuar con los lectores al recibir respuestas a través del me gusta, comentarios y enlaces compartidos, por lo que en los siguientes cuadros se registran datos de una de las notas principales de *El Universal*, *Reforma* y *La Jornada* del 11 al 15 de febrero de 2018.

Cuadro 6. Respuestas en internet de la nota principal en El Universal

11/02/2018	Atados a la miseria, niños jornaleros	1223	72	333	11	8	0
12/02/2018	El crimen paga \$8 mil por auto robado	29	1	16	3	1	0
13/03/2018	AMLO “No hago milagros, pero sólo yo acabaré con corrupción”	1720	601	549	290	635	328

14/02/2018	Exigen a INE abrir acuerdo secreto con Facebook	200	14	157	15	15	3
15/02/2018	Pueblo chico, tolerancia grande	16	4	3	60	200	3

Fuente: Rebeil, M.A. y Sánchez, A. (2018) Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México.

Cuadro 7. Respuestas en internet de la nota principal en Reforma

11/02/2018	Destapa corrupción alternancia estatal*	83	5	35
12/02/2018	Exigen el cierre de ducto ordeñado*	38		25
13/03/2018	Desafían elbistas al líder del SNTE	86	22	27
14/02/2018	Reclama el SNTE 'tesoro' de Elba	16	2	5
15/02/2018	Aprietan a Gordillo*	39		24

Fuente: Rebeil, M.A. y Sánchez, A. (2018) Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México.

Cuadro 8. Respuestas en internet de la nota principal en La Jornada

11/02/2018	Realizará el SNTE su congreso pese a fallo contra Díaz	489	78		
12/02/2018	Duplicó el alza en gasolina Magna a la inflación anual	667	106	34	11
13/03/2018	Tras reformas al SNTE religen a Díaz de la Torre	161	42		
14/02/2018	Rebelión en el PRI contra Ochoa Reza por candidatos	491	127		

15/02/2018	PGR: Elba Esther, riesgo para la paz y seguridad del país	267	245		
------------	---	-----	-----	--	--

Fuente: Rebeil, M.A. y Sánchez, A. (2018) Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México.

La información de los Cuadros 6, 7 y 8, evidencia que el perfil editorial de *El Universal* busca mantenerse en la mira de los lectores no sólo en el medio impreso sino, más aún, en el digital, pues comparte sus notas principales en *Facebook* y *Twitter*, lo que no hacen *Reforma* ni *La Jornada*. Con ello, *El Universal* consigue así mayor número de *me gusta*, comentarios y veces compartidas. El *Reforma* siendo un periódico más liberal y crítico del Estado y del sindicalismo, en estos días, se limita en compartir sus notas en estas plataformas. Esta puede ser una razón por la cual se exhibe un acceso bastante restringido a su portal, por parte de los usuarios de internet. Finalmente, *La Jornada*, que busca más un lector crítico del partido oficial y de sus políticas públicas, tiene a la vista del lector el número de veces que fue compartida la nota en *Facebook*, *Twitter* y otros medios. No obstante, por el momento el diario deja de lado publicar la totalidad de sus notas principales.

Complemento necesario de este trabajo de investigación es el estudio de aquello que ocurre al interior de las Universidades y específicamente con relación a la formación de periodistas en la realidad social actual en la que informatización de la sociedad ha producido cambios y los sigue haciendo cada día en la economía, la política, la cultura, las relaciones sociales y desde luego en la comunicación y el periodismo.

A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas semiestructuradas que se les hicieron a ocho profesores de Comunicación y Periodismo de tres Universidades mexicanas: Universidad Anáhuac México (UAM), Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) y Universidad Veracruzana (UV). Estas Universidades, como se señaló en la introducción, se ubican en distintas zonas geográficas del país: Centro, Sur-este y Este. Las Instituciones son dos públicas y una privada, las tres altamente reconocidas por sus Facultades de Comunicación.

De los contenidos que actualmente se emplean para la enseñanza del periodismo

En términos generales, los profesores aseguran que un punto de partida esencial en la formación de nuevos periodistas es la ética. Sin ésta, se hace imposible formar la esencia del comunicador que busca la verdad y ser honesto. En el reportaje de los hechos o en los comentarios de los articulistas. Una formación en las humanidades y la filosofía sólida antecede el aprendizaje de la comunicación. Una cuestión fundamental en la que coinciden los profesores es esta carencia de identidad actual del periodista que lo lleva a producir y difundir mensajes aliados a intereses políticos o económicos, contenidos que no les implique un riesgo (de todo tipo, hasta el de perder la vida), incluso les lleva a difundir noticias cuya fuente puede ser incierta. Consideran los profesores que el regreso a la filosofía y a las humanidades puede ayudar a regresar al periodismo a un camino que perdió.

En un tercer lugar se deben aportar los contenidos que contengan temáticas tales como el espacio público, las

sociedades digitales, el ciberespacio, el mundo digital, y otros similares. Igual sugieren las temáticas de cómo se produce en el momento actual las noticias, como se consumen y cómo los mismos lectores ahora tienen mayor capacidad de retroalimentación e interactividad con los medios o con los periodistas que ingresan en las redes sociales, como se vio en el análisis de Twitter que aparece en la primera parte de este trabajo.

Los cambios en la práctica profesional

Los cambios más evidentes para los profesores entrevistados en la vida profesional del periodista tienen que ver con la capacidad de elaboración y reelaboración de contenidos para diferentes plataformas. El periodista a la antigua era el reportero que recogía la noticia, elaboraba el hecho periodístico, en la sala de edición pasaba por la revisión de una jefatura de redacción y otro más de la línea editorial del medio, para luego ser difundida en un único formato, en una plataforma única. Hoy, el periodista es más bien un productor de contenidos para diferentes plataformas y éstas incluyen tal vez un video para televisión, una grabación para radio, una nota para la versión impresa y la versión digital del diario, algunas notas cortas para Twitter, otro comentario de mayor extensión para Facebook, entre otros.

Vista así la práctica profesional, los profesores dicen que sus alumnos deben estar en la capacidad de lectura rápida, Análisis multidimensional, multitasking (hoy por hoy un solo periodista trabaja tres veces más).

Así mismo, hay que considerar formar a los futuros profesionales especializaciones tales como el periodismo digital, periodismo de datos y periodismo ciudadano.

Cambios en los planes de estudio

De entrada los profesores piden que los planes de estudio de los nuevos periodistas respondan a preguntas de base: ¿Porqué se da este cambio en la sociedad actual, dada la introducción de las comunicaciones y la telemática digitales? Esas razones del cambio llevan a las Universidades a tener una postura más equilibrada acerca de las nuevas tecnologías. En otras palabras, que tome en cuenta los argumentos de los intelectuales apocalípticos y de los integrados. Ello provee tomar una distancia que permita aprovechar todo el beneficio que traen consigo estas innovaciones tecnológicas, así como empelarlas en plenitud de conciencia acerca de los intereses políticos, económicos y de espionaje que están detrás de las mismas.

De nuevo se señala a la ética como una herramienta de análisis y de apoyo en la interpretación de mensajes, en la construcción de nuevas narrativas que incluyan la multi y transmedialidad, la hipertextualidad. Señalan que se deben impartir materias sobre el uso *adecuado* de las plataformas digitales evitando la violación de los derechos, que les habiliten en la distinción de los que se debe difundir y lo que no.

Los cambios necesarios en la práctica docente

La misión primordial de la práctica docente en enseñar al alumno que la prioridad es la búsqueda de la verdad y que ésta se enfrenta en la era digital, a la velocidad y la inmediatez de las informaciones y las necesidades de las audiencias que quieren las noticias en tiempo real. Los docentes enfrentan grandes retos ya que hoy también

ellos deben ser expertos en digitalizar contenidos y responder con agilidad a la interactividad continua que se ejerce en las redes sociales. El gran reto de nuevo es la convergencia que ha cambiado las formas de aprendizaje de los alumnos quienes por la inmediatez van reduciendo su capacidad de análisis y de reflexión.

La universidad

En la opinión de los profesores, las universidades en México y en América Latina, por lo general son lentas para llevar a cabo los cambios en infraestructura, procesos de gestión, planes de estudio y materias, con relación a la velocidad con que se dan los cambios en la sociedad. No obstante, al ser conscientes de ello, las instituciones de educación superior en este estudio han implementado algunas de las acciones que se enumeran a continuación, mismas que ven necesarias para formar periodistas para las futuras décadas del siglo XXI. Algunas más que otras se han mantenido a la vanguardia en el equipamiento de tecnología de punta en sus laboratorios y en la adquisición de software para llevar a cabo tanto procesos de producción de mensajes como para la realización de investigaciones de la comunicación digital. Además, las Universidades en el estudio, han caído en la cuenta de que no basta con introducir tecnología y equipos de procesamiento de información y más software, sino que es necesario transformar los planes de estudio y llevar a cabo un amplio proceso de actualización del profesorado y de los técnicos de apoyo en los laboratorios con el fin de responder a las demandas de formación de los estudiantes en este siglo.

Universidad ante los cambios geopolíticos

Una gran reflexión es que es necesario dejar de ver la tecnología como una herramienta más que permite una gran amplitud de aplicaciones. Esta tecnología de hecho provoca cambios en las formas de relación humana y modifica los procesos políticos, económicos y culturales de la vida de los humanos.

Los profesores consideran que los alumnos hoy por hoy aprenden de una manera distinta al entablar contacto con las tecnologías de la información. Las relaciones entre el hombre y la máquina están poniendo a las Universidades ante el reto de formar personas que sufren transformaciones profundas por esta relación, tal vez más dinámicos, más ágiles pero con menor capacidad de abstracción.

Reflexiones finales

Al contrastar las reflexiones de los profesores de comunicadores y periodistas con lo que el estudio con el apoyo de las técnicas de Big Data ponen en evidencias sobre la práctica actual de algunos periódicos y sus articulistas que aún existen grandes abismos entre el mundo de la Universidad y el mundo de la práctica profesional.

Los periodistas están en una lucha constante por

El proceso de digitalización del periodismo en México, aunque no tan vertiginoso como el norteamericano, transita en forma inexorable e irreversible. En el cuadro 1 donde se observó el número de tirajes de tres grandes periódicos de circulación nacional se identifica que se han mantenido o tienden a la disminución. Al mismo tiempo, es importante ver el impacto de los líderes de opinión que tienden al uso de las multi-plataformas o al uso de las redes sociales digitales como formas de extensión de su periodismo o de un intercambio más directo

con los lectores. Estas tendencias, parece que se consolidarán, sobre todo, por el uso de los *gadgets*, particularmente, los teléfonos inteligentes y la ampliación de los usuarios de internet. Se cree que *El Reforma* es quien ha entendido mejor esta implacable transformación, por la forma de financiar su periódico: información sólo a suscriptores; y, la reciente crisis financiera en *La jornada* devela que, tal vez, este órgano informativo no lo ha entendido tan contundentemente.

Referencias

Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2013. *IFE*. Recuperado de https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/88484/JGEo220713ap6-1_x1.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2014. *IFE*. Recuperado de http://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201401-24ac_01P04-01x01.pdf

Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2015. *INE*. Recuperado de http://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201501-22ac_01P04-01x01.pdf

Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2016. *INE*. Recuperado de http://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201601-25ac_01P04-01x01.pdf

Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2017. *INE*. Recuperado de http://sitios.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEex201706-13ac_01P03-01x01.pdf

Óscar Mario Beteta Vallejo. *Líderes Mexicanos*. Recuperado de <https://lideresmexicanos.com/300/oscar-mario-beteta-vallejo/>

Dr. Ackerman Rose, John Mill. *UNAM*. Recuperado de <https://www.juridicas.unam.mx/investigador/perfil/john>
Historia. *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/historia-breve>

Cruz, J (2018, 20 de febrero). Persisten limitaciones en servicio de internet y rezago en cobertura en México: Inegi. *Proceso*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/523353/persisten-limitaciones-en-servicio-de-internet-y-rezago-en-cobertura-en-mexico-inegi>

Nava, I. (2017, 16 de febrero). Periódicos ¿Cuál es el más leído por entre los mexicanos? *Merca20*. Recuperado de <https://www.merca20.com/periodicos-leido-los-mexicanos/>

Sarmiento, S. (2018). Resumen biográfico largo. *Sergio Sarmiento*. Recuperado de <http://www.sergiosarmiento.com/index.php/trayectoria/23-resumen-biografico-largo>

Olivares, K., Angulo, J., Torres, C. y Madrid, E. (2016). “Las TIC en educación: metaanálisis sobre investigación y líneas emergentes en México” en *Apertura*, Volumen 8, número 2, pp. 100-115 | Universidad de Guadalajara doi: Recuperado de : <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/>

[866/583](#) el 23 de febrero de 2018.

Salaverría, R. y García, J. (2008). “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo” en *Trípodos* No. 23. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5071/1/154114.pdf>, el 26 de febrero de 2018.

Soto, J. (2017, 30 de julio). Los periódicos ganan más por circulación que por publicidad: PwC. *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Los-periodicos-ganan-mas-por-circulacion-que-por-publicidad-PwC-20170730-0001.html>

Villamil, J. (2017, 23 de julio). “Réquiem por los medios impresos” en *Proceso*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/495875/requiem-los-medios-impresos> el 23 de febrero de 2018.