

Evolución del periodismo en la era tecnológica

Ari Gustavo Lorenzo Gómez
Jannet Rodríguez Ruiz

RESUMEN: La evolución del periodismo en la era tecnológica representa un proceso complejo de adaptación frente a los acelerados cambios que ha traído consigo la digitalización. Este estudio tiene como objetivo describir cómo el periodismo ha transformado sus prácticas en un entorno digital cada vez más dinámico y exigente. En este contexto, se examina el papel de las plataformas digitales tales como: las redes sociales y las nuevas formas de consumo informativo, en donde las herramientas digitales permiten optimizar la recopilación de datos, personalizar la información de acuerdo con los intereses de las audiencias y ampliar el acceso a contenidos en tiempo real, en consecuencia la práctica periodística se ha reconfigurado profundamente en los procesos de producción, distribución y recepción de las noticias.

Por otra parte, esta nueva forma de hacer periodismo se ha visto obligado a replantear su función social, enfrentando desafíos significativos en materia de credibilidad, ética profesional en un escenario marcado por la sobreabundancia de información, la desinformación y la constante competencia por la atención del público. Además a partir de la implementación de la inteligencia artificial, mejora la calidad, precisión y alcance de los contenidos periodísticos, sin embargo el mal uso de la IA también plantea interrogantes éticos y profesionales que exigen una reflexión crítica desde la práctica y el consumo.

En definitiva, el periodismo atraviesa una etapa de reinención constante, en la que la innovación tecnológica, si se adopta con responsabilidad y sentido crítico, puede convertirse en una aliada estratégica para fortalecer su función social y asegurar su vigencia.

Palabras Claves: Consumo informativo, Medios de comunicación, Producción de contenidos, Credibilidad mediática, Función social del periodismo

Date of Submission: 10-08-2025

Date of Acceptance: 23-08-2025

I. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el periodismo ha experimentado una transformación radical debido al avance vertiginoso de la tecnología. La digitalización, la inteligencia artificial y la aparición de nuevas plataformas de comunicación como las redes sociales, han cambiado drásticamente la manera en que se produce, distribuye y consume la información. Estos avances tecnológicos han permitido un acceso más rápido y directo a las noticias, pero también han traído consigo desafíos significativos, como la proliferación de noticias falsas, la pérdida de credibilidad en los medios tradicionales y la precarización laboral de los periodistas.

En este contexto, surgen interrogantes sobre cómo los medios de comunicación y los periodistas están adaptándose a estos cambios. Por ejemplo, ¿de qué manera el uso de tecnologías como la inteligencia artificial está influyendo en la calidad, la ética y la veracidad de las noticias? ¿Cómo las audiencias están modificando sus hábitos de consumo de información? Asimismo, ¿qué papel juegan las redes sociales como canales de información y desinformación?

A pesar de los avances tecnológicos, no todos los actores del periodismo han podido adaptarse a esta nueva realidad, generando una brecha entre los grandes conglomerados mediáticos con acceso a herramientas de última generación y los medios independientes que luchan por sobrevivir. Esto plantea la necesidad de investigar cómo los profesionales del periodismo pueden integrar de manera efectiva estas tecnologías, manteniendo los principios éticos y el compromiso con la verdad.

El presente estudio busca analizar la transformación de las prácticas periodísticas en el actual entorno digital que garantice la continuidad del periodismo como un pilar fundamental de la democracia moderna mediante la preservación de la función informativa y crítica en una sociedad cada vez más interconectada y dependiente de la tecnología.

II. METODOLOGÍA

El presente estudio es primordialmente cualitativo, dado que este tipo de estudio permite explorar y comprender fenómenos desde una perspectiva interpretativa, enfocándose en el significado y el contexto de los datos analizados (Taylor, Bogdan & DeVault, 2015). Lo anterior se debe a que las fuentes en las que se basa el presente trabajo son artículos académicos, libros especializados y estudios de casos que documentan la transformación del periodismo a través de las tecnologías digitales.

De acuerdo con su finalidad, se trata de una investigación básica, ya que este tipo de investigación se orienta a ampliar el conocimiento teórico sobre un fenómeno sin un propósito inmediato de aplicación práctica (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). En tal virtud, el estudio persigue generar información que contribuya a la comprensión de cómo la tecnología ha impactado los paradigmas periodísticos.

El alcance del trabajo es descriptivo, ya que se centra en detallar las características y transformaciones del periodismo en el contexto tecnológico actual, sin establecer relaciones causales (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). En este sentido, se persigue analizar las herramientas digitales, cambios éticos y nuevas formas narrativas en el periodismo contemporáneo.

En cuanto a su diseño, se trata de un estudio no experimental, del tipo transversal, ya que no se manipulan variables y los datos se recolectan en un momento único del tiempo para analizar la situación actual (Kerlinger & Lee, 2002). Esto permite examinar los cambios en el periodismo en un contexto tecnológico específico sin alterar los elementos observados.

El enfoque que se aborda es cualitativo, debido a que este se refiere a la interpretación de fenómenos en su contexto natural, priorizando la profundidad sobre la generalización (Creswell & Poth, 2018). Este trabajo justifica el enfoque cualitativo porque busca comprender las dinámicas del periodismo desde la perspectiva de los actores involucrados y el impacto de las herramientas tecnológicas.

La población de este estudio comprende los medios de comunicación y periodistas que han adoptado tecnologías emergentes como inteligencia artificial, redes sociales y periodismo de datos. Sin embargo, será estudiada a través de una muestra de tipo intencional, que considere estudios de casos representativos y entrevistas a expertos del área (Patton, 2015). Esto se justifica porque este tipo de muestra permite seleccionar unidades de análisis que aporten información rica y relevante para los objetivos del estudio.

La unidad de observación será organizaciones mediáticas, productos culturales (artículos periodísticos, reportajes multimedia) y profesionales del periodismo que integran las tecnologías digitales en sus prácticas cotidianas.

III. DISCURSO

Adaptación de los periodistas de lo analógico a lo digital

La transición del periodismo analógico al digital ha representado un proceso clave en la evolución de los medios de comunicación, marcando un punto de inflexión en la manera de producir, distribuir y consumir noticias. Este cambio ha sido impulsado por el desarrollo tecnológico, la expansión del internet y la transformación de las dinámicas sociales y culturales. A continuación, se describen los principales aspectos de esta transición: características clave, impacto e implicaciones, y los retos que enfrentan periodistas y medios en esta nueva era.

1. Características clave de la transición

La migración de lo analógico a lo digital ha supuesto una transformación estructural en las prácticas periodísticas, afectando tanto a los emisores como a los receptores de la información.

- **Digitalización del contenido:** Mientras que anteriormente los medios se apoyaban en formatos físicos (impresos, radiofónicos o televisivos), en la actualidad, el contenido se presenta en formatos digitales como artículos web, podcasts, videos en línea y archivos PDF, disponibles en múltiples plataformas (Salaverría, 2019).
- **Interactividad:** Los medios digitales permiten una comunicación bidireccional con las audiencias, a través de comentarios, redes sociales, encuestas y foros, generando una mayor participación ciudadana en los procesos informativos (Orihuela, 2017).
- **Actualización en tiempo real:** A diferencia del modelo analógico, en el cual las noticias se publicaban en horarios establecidos, el periodismo digital ofrece cobertura continua y en vivo, lo que ha transformado los ciclos informativos tradicionales (García-Avilés, 2021).
- **Convergencia de formatos:** En el entorno digital, texto, audio, video e infografías interactivas pueden coexistir en una misma pieza informativa, ofreciendo una experiencia multimedia más atractiva y dinámica (Pavlik, 2013).
- **Distribución multiplataforma:** El contenido periodístico ya no se limita a los portales informativos, sino que circula también en redes sociales, newsletters, aplicaciones móviles y plataformas de streaming.

- **Producción descentralizada:** El acceso a herramientas digitales ha permitido que cualquier persona pueda generar y compartir contenido, fomentando el periodismo ciudadano y diversificando las voces presentes en el ecosistema mediático (Rodríguez-Martínez, Codina & Pedraza-Jiménez, 2018).

2. Impacto de la transición digital

La digitalización ha transformado radicalmente los modelos de negocio, el comportamiento de las audiencias y el rol de los periodistas.

- **Mayor alcance y democratización de la información:** Las noticias digitales son accesibles desde cualquier parte del mundo, lo que elimina barreras geográficas y económicas. No obstante, la sobreabundancia informativa también ha generado fenómenos como la desinformación y la pérdida de credibilidad en las fuentes (Marín-Gutiérrez & González, 2021).
- **Transformación del modelo económico:** Ante la disminución de ingresos por publicidad en los formatos tradicionales, muchos medios han recurrido a modelos basados en suscripciones digitales, publicidad programática, donaciones y crowdfunding (Casero-Ripollés, 2020).
- **Cambio en los hábitos de consumo:** Antes, el acceso a las noticias estaba limitado a horarios específicos. Hoy en día, el público consume información en cualquier momento y lugar, principalmente a través de dispositivos móviles.
- **Velocidad vs. profundidad:** La inmediatez exigida por las plataformas digitales ha llevado en muchos casos a sacrificar la calidad o profundidad de las coberturas, priorizando la rapidez sobre el análisis riguroso (Ramírez & Salaverría, 2018).
- **Nuevas narrativas periodísticas:** El entorno digital ha impulsado formatos innovadores como el periodismo de datos, storytelling visual, y experiencias inmersivas mediante tecnologías como la realidad virtual o aumentada (Domínguez, 2013).

3. Retos y desafíos del periodismo digital

A pesar de las múltiples oportunidades, la digitalización presenta importantes desafíos que deben ser atendidos para garantizar un ejercicio periodístico responsable y ético.

- **Fake news y desinformación:** La facilidad para crear y viralizar contenido falso ha debilitado la confianza en los medios tradicionales y ha generado confusión en la opinión pública (Wardle & Derakhshan, 2017).
- **Brecha digital:** El acceso desigual a internet y dispositivos tecnológicos sigue limitando el alcance del periodismo digital, especialmente en comunidades rurales o marginadas, lo que profundiza la desigualdad informativa (UNESCO, 2021).
- **Privacidad y ética informativa:** La recolección masiva de datos por parte de medios y plataformas digitales plantea interrogantes éticos sobre el uso, almacenamiento y comercialización de la información personal de los usuarios (Zuboff, 2019).

El periodismo como el cuarto poder

El periodismo ha sido tradicionalmente considerado el cuarto poder en una sociedad democrática, después de los tres poderes del Estado: el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Esta concepción se basa en la capacidad del periodismo para vigilar, fiscalizar y cuestionar el ejercicio del poder público, además de informar a la ciudadanía y permitir la formación de la opinión pública (Canel & Voltmer, 2010).

El término “cuarto poder” se popularizó en el siglo XIX con la consolidación de la prensa escrita como una fuerza de influencia pública. Edmund Burke mencionó por primera vez la expresión en el Parlamento británico, reconociendo a la prensa como un actor político capaz de vigilar a los demás poderes del Estado (Baker, 2002). En el siglo XX, esta idea fue retomada por filósofos, sociólogos y politólogos como Walter Lippmann, Jürgen Habermas y Noam Chomsky, quienes debatieron el rol de los medios en las democracias liberales (Lippmann, 1922; Habermas, 1989; Chomsky, 1997).

Transformación tecnológica y el cuarto poder

Con la llegada de las tecnologías digitales, el periodismo ha encontrado nuevas herramientas para ejercer su rol fiscalizador, como el acceso a bases de datos públicas, el análisis de big data, o el periodismo colaborativo y transnacional (Bradshaw & Rohumaa, 2017). Ejemplos de esto incluyen investigaciones como los “Pandora Papers”, donde participaron periodistas mexicanos (ICIJ, 2021).

Sin embargo, también enfrenta nuevas amenazas, como la desinformación, la manipulación algorítmica y la censura digital (Tandoc, Lim & Ling, 2018). Aunque el periodismo en México y el mundo ha sido puesto en entredicho por crisis de credibilidad, ataques a la prensa y la precarización del trabajo periodístico, su función como cuarto poder sigue siendo esencial para el funcionamiento democrático (Relly & González de Bustamante,

2014). Reforzar su independencia, su capacidad investigativa y su sostenibilidad económica es fundamental para que siga cumpliendo este papel.

Cambios tradicionales en la práctica periodística a lo digital

La transición del periodismo tradicional al digital trajo consigo transformaciones profundas en la manera de ejercer esta profesión. El surgimiento de las redes sociales, los portales informativos y el periodismo ciudadano modificaron tanto la producción como el consumo de noticias. De acuerdo con Sosa Plata (2018), el periodista contemporáneo debe dominar múltiples formatos (texto, video, audio) y adaptarse a audiencias activas y segmentadas.

Uno de los cambios más relevantes es la inmediatez y la necesidad constante de actualización, lo que en ocasiones compromete la verificación rigurosa de la información (Posetti, 2018). Además, la figura del periodista ha dejado de ser la única autoridad informativa, ya que los usuarios también producen y difunden contenido.

Por otra parte, la credibilidad de los medios tradicionales ha sido cuestionada, dando lugar a una crisis de confianza en el periodismo institucionalizado. Esta situación exige una renovación ética y profesional del oficio, centrada en la transparencia, la verificación y la responsabilidad social (Moreno, 2020).

El ejercicio periodístico en la era analógica implicaba procesos más artesanales y lineales. Las redacciones funcionaban con tiempos definidos, y el periodista debía salir al campo, entrevistar fuentes, verificar datos y regresar a escribir, todo en el marco de los cierres editoriales. El trabajo de edición y diagramación también era manual o semi-automatizado. El periodismo analógico exigía un mayor compromiso con la precisión, debido a la imposibilidad de corregir o actualizar la información una vez publicada. Esta dinámica fomentaba un alto nivel de responsabilidad en la redacción (Ramírez, 2010).

La ética profesional desempeña un papel fundamental en el uso de la tecnología, especialmente en contextos donde el manejo de información, la privacidad de los datos y la transparencia de los procesos son esenciales. En un entorno cada vez más digitalizado, los profesionales tienen la responsabilidad de utilizar las herramientas tecnológicas de manera ética, respetando los principios de integridad, responsabilidad y respeto por los derechos humanos. La ética no solo orienta el comportamiento profesional, sino que también contribuye a generar confianza en la sociedad hacia el uso de la tecnología. La ética en el ámbito tecnológico no debe considerarse como un complemento, sino como un componente esencial que guía las decisiones y acciones en contextos complejos y cambiantes. Por ello, una práctica profesional responsable requiere una reflexión constante sobre las implicaciones éticas del uso de la tecnología en cada área de aplicación (Cortina, 2021).

La responsabilidad social de las plataformas digitales y la necesidad de vigilancia ética

Las plataformas digitales han adquirido un papel central en la vida social, política y económica contemporánea, lo que les confiere una gran responsabilidad social en la gestión y difusión de contenidos. Estas plataformas no son solo espacios de interacción y consumo de información, sino también actores que influyen directamente en la opinión pública, las decisiones políticas y la cohesión social. Por ello, su responsabilidad no puede limitarse a aspectos técnicos o comerciales, sino que debe extenderse a un compromiso ético con el bienestar colectivo y la protección de los derechos humanos. En este sentido, es fundamental que las plataformas digitales adopten mecanismos de autorregulación y vigilancia ética que les permitan detectar y mitigar prácticas nocivas como la desinformación, el discurso de odio, la manipulación algorítmica o la invasión a la privacidad. Las empresas tecnológicas deben asumir un papel activo en la construcción de una "sociedad de la información ética", en la que la transparencia, la rendición de cuentas y el respeto por la dignidad humana sean valores prioritarios. No se trata únicamente de cumplir con marcos legales, sino de ir más allá, promoviendo estándares éticos sólidos y colaborando con gobiernos, académicos y sociedad civil para garantizar entornos digitales más seguros y responsables (Floridi, 2019).

Asimismo, los algoritmos y sistemas de inteligencia artificial utilizados por estas plataformas deben ser constantemente evaluados para evitar sesgos y garantizar un trato justo a los usuarios. Los algoritmos mal diseñados o mal supervisados pueden convertirse en "armas de destrucción matemática", perpetuando desigualdades e injusticias de manera automatizada. En consecuencia, la vigilancia ética de las plataformas digitales no es una opción, sino una necesidad urgente en la era digital (O'Neil, 2016).

Formatos digitales en la era actual de los medios

La digitalización ha transformado radicalmente la manera en que se produce, distribuye y consume el contenido periodístico. En la actualidad, los medios de comunicación han adoptado una variedad de formatos digitales que van más allá del texto tradicional, buscando captar la atención de audiencias fragmentadas, móviles y participativas (Pavlik, 2013).

Noticias en formato web

Los portales de noticias digitales se han convertido en la principal plataforma para la difusión periodística. Estos medios ofrecen contenidos actualizados en tiempo real, hipervínculos, archivos multimedia y herramientas de navegación que mejoran la experiencia del lector (Salaverría, 2019).

Videos y transmisiones en vivo

El video digital se ha convertido en un formato dominante, debido a su alto nivel de interacción y viralidad en redes sociales. Plataformas como YouTube, Facebook Live o TikTok son utilizadas por medios para cubrir eventos en tiempo real o producir piezas informativas visualmente atractivas (Newman et al., 2021).

Podcasts y audio digital

El auge del podcast representa un nuevo formato periodístico que permite un consumo flexible, íntimo y en profundidad. Programas como Radio Ambulante, Así como suena o El Hilo han demostrado que el periodismo narrativo encuentra una segunda vida en el formato sonoro digital (Bonini, 2015).

Infografías interactivas y visualización de datos

Con la proliferación del periodismo de datos, los medios han adoptado formatos interactivos para representar información compleja. Estas visualizaciones permiten al usuario explorar los datos por sí mismo y entender fenómenos desde una perspectiva más clara (Gray, Bounegru & Chambers, 2012).

Formatos móviles y redes sociales

En la era del teléfono inteligente, los contenidos deben estar optimizados para su lectura en pantallas pequeñas, con títulos llamativos, imágenes de alta calidad y narrativas breves. Medios como Animal Político o El País han desarrollado estrategias específicas para redes como Instagram, X (antes Twitter) o WhatsApp (Salaverría, 2019).

Narrativas transmedia y periodismo inmersivo

Algunos medios han experimentado con narrativas transmedia, en las que una historia se desarrolla en múltiples plataformas, o incluso con tecnologías inmersivas como la realidad virtual (VR) o la realidad aumentada (AR), que ofrecen una experiencia emocional al usuario (Dominguez, 2013).

IV. CONCLUSIÓN

La evolución del periodismo en la actualidad tecnológica representa un proceso dinámico y transformador que ha modificado profundamente las prácticas, valores y estructuras tradicionales del quehacer periodístico. La irrupción de las tecnologías digitales, el crecimiento exponencial del internet y la consolidación de las redes sociales como canales de información han obligado a los medios de comunicación y a los profesionales del periodismo a adaptarse a un entorno cambiante, caracterizado por la inmediatez, la interactividad y la multiplicidad de plataformas.

En esta nueva sociedad digital, el periodismo ha enfrentado tanto desafíos como oportunidades. Por un lado, la desinformación, las noticias falsas y la pérdida de confianza en las fuentes tradicionales han puesto en jaque la credibilidad de los medios, por lo que el cumplimiento de la ética profesional de quienes hacen periodismo es sumamente importante. Por otro parte, el acceso a nuevas herramientas tecnológicas ha ampliado las posibilidades narrativas y ha facilitado una mayor cercanía con las audiencias, permitiendo la creación de contenidos más personalizados, interactivos y visualmente atractivos, que pueden ser elaborados por un profesional de la comunicación o por una persona con solo conocimientos de las herramientas digitales, demeritando el trabajo de un profesional. Es importante señalar que el uso de la inteligencia artificial debe ser tratada con ética y responsabilidad social, ya que mucho de la desinformación se debe al uso de esta, y esta nueva era digital hace uso de ella de forma desmedida.

REFERENCIAS

- [1]. Creswell, JW y Poth, CN (2018). Investigación cualitativa y diseño de investigación: elección entre cinco enfoques (4ª ed.). Publicaciones SAGE.
- [2]. Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (6ta ed.). McGraw-Hill.
- [3]. Kerlinger, F. N. y Lee, H. B. (2002). Fundamentos de la investigación del comportamiento (4ª ed.). Wadsworth.
- [4]. Patton, MQ (2015). Métodos de investigación y evaluación cualitativa (4ª ed.). Publicaciones SAGE.
- [5]. Taylor, SJ, Bogdan, R. y DeVault, ML (2015). Introducción a los métodos de investigación cualitativa: una guía y un recurso (4ª ed.). Wiley.
- [6]. Casero-Ripollés, A. (2020). El impacto del COVID-19 en el periodismo: Transformación y consecuencias digitales. Profesional de la información, 29(2), e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- [7]. Domínguez, E. (2013). Periodismo transmedia: cuando todos los medios cuentan. Doble Hélice.
- [8]. García-Avilés, J. A. (2021). Periodismo y cambio tecnológico: claves para una transición sostenible. Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación, (118), 22-30.
- [9]. Marín-Gutiérrez, I., & González, M. (2021). Desinformación y fake news en el ecosistema digital. Revista Latina de Comunicación Social, 79, 1-15. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1498>
- [10]. Orihuela, J. L. (2017). Los medios después de internet. Editorial UOC.
- [11]. Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the Future of Journalism. Digital Journalism, 1(2), 181-193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>

- [12]. Ramírez, M., & Salaverría, R. (2018). La calidad del periodismo digital: evaluación, retos y propuestas. *Comunicación y Sociedad*, 31, 1-23. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i31.7004>
- [13]. Rodríguez-Martínez, R., Codina, L., & Pedraza-Jiménez, R. (2018). Indicadores para analizar la interactividad en cibermedios: estado de la cuestión y propuesta metodológica. *El Profesional de la Información*, 27(3), 550-560.
- [14]. Salaverría, R. (2019). *Ciberperiodismo en Iberoamérica: Evolución, situación actual y tendencias*. Fundación Telefónica.
- [15]. UNESCO. (2021). *Global Education Monitoring Report: Technology in education: A tool on whose terms?*. <https://unesdoc.unesco.org/>
- [16]. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- [17]. Zuboff, S. (2019). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Paidós.
- [18]. Baker, C. E. (2002). *Media, Markets, and Democracy*. Cambridge University Press.
- [19]. Bonini, T. (2015). The new role of radio and its public in the age of podcasting. *First Monday*, 20(1). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i1.5521>
- [20]. Bradshaw, P., & Rohumaa, L. (2017). *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*. Routledge.
- [21]. Canel, M. J., & Voltmer, K. (2010). Framing the role of the news media in contemporary governance. *The European Journal of Communication Research*, 35(1), 5–26.
- [22]. Chomsky, N. (1997). *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. Seven Stories Press.
- [23]. Domínguez, E. (2013). *Periodismo transmedia: La nueva narrativa del siglo XXI*. LabCom Books.
- [24]. Gray, J., Bounegru, L., & Chambers, L. (2012). *The Data Journalism Handbook*. O'Reilly Media.
- [25]. Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. MIT Press.
- [26]. ICIJ. (2021). *Pandora Papers*. International Consortium of Investigative Journalists. <https://www.icij.org>
- [27]. Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Harcourt, Brace and Company.
- [28]. Moreno, L. (2020). Ética y transparencia en el periodismo digital. *Revista Comunicación*, 29(1), 55–72.
- [29]. Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Reuters Institute.
- [30]. Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193.
- [31]. Posetti, J. (2018). Time to step away from the “break it first, fix it later” news culture? Reuters Institute.
- [32]. Ramírez, M. (2010). *Historia del periodismo en México: De lo artesanal a lo digital*. Fondo de Cultura Económica.
- [33]. Rely, J. E., & González de Bustamante, C. (2014). Silencing Mexico: A Study of Influences on Journalists in the Northern States. *The International Journal of Press/Politics*, 19(1), 108–131.
- [34]. Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. *Review of Communication*, 19(2), 118–137.
- [35]. Sosa Plata, G. (2018). *Manual de periodismo multiplataforma*. Trillas.
- [36]. Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- [37]. Cortina, A. (2021). *Ética cosmopolita: Una apuesta por la cordura en tiempos de pandemia*. Paidós.
- [38]. Floridi, L. (2019). *La cuarta revolución: Cómo la infósfera está cambiando el mundo*. Ediciones Paidós.
- [39]. O’Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown Publishing Group.