



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

Mi experiencia en el periódico *El Universal* y un vistazo al mundo del periodismo digital

Trabajo profesional

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

PRESENTA

JORGE LUIS CORTÉS GARCÍA

ASESORA

MTRA. FLOR DE MARÍA GUERRERO HERRERA

Santa Cruz Acatlán, Naucalpan, Estado de México, 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria:

A mi madre, a mis profesores, a los amigos que me alentaron a seguir con el proceso de titulación (que en la UNAM es de lo más estresante y desgastante), y a los egresados de la licenciatura en Comunicación que sientan que no hay camino al dejar la Universidad.

ÍNDICE

Introducción	3
Capítulo 1	6
1.1.- La prensa en México antes de El Universal y panorama actual del diario.....	6
1.2.- Panorama actual del Periodismo en México.....	11
1.3.- Prensa en la Cuarta Transformación.....	14
1.4.- Breve recorrido por la larga historia de El Universal.....	19
1.5.- Breve Historia de El Universal <i>Online</i>	22
Capítulo 2	24
2.1.- Mi historia en El Universal.....	24
2.2.- Del impreso al Internet.....	27
2.3.- Escribir en papel no es lo mismo que escribir para Internet.....	28
2.4.- Consejos para escribir en SEO.....	33
2.5.- La voz de la experiencia.....	36
Capítulo 3	38
3.1.- ¿Cómo utilizan el Internet los mexicanos.....	38
3.2.- Formando periodistas digitales en la UNAM.....	43
3.3.- Periodistas digitales y su salud.....	52
Conclusiones	56
Anexos	57
Fuentes de consulta	69

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, los constantes avances en tecnología, así como los cambios en el estilo de vida de los seres humanos, han provocado que se modifiquen los modos de consumo en distintas industrias. El periodismo y la comunicación no son la excepción. Yo mismo he sido parte de este desarrollo, hace unos años como consumidor, hoy en día como productor de noticias y periodista digital.

En su texto para el diario *El País*, "El Periodismo en la era digital", Paula María Pérez Blanco comenta que desde que los periódicos impresos "crearon su edición digital y surgió un sinfín de publicaciones digitales, muchos son los lectores que han migrado de un medio a otro y es que el medio digital tiene muchas ventajas potenciales que le caracterizan y constituyen su esencia"¹.

Mi experiencia profesional me ha permitido publicar en portales web de noticias, y también en sus versiones impresas, lo que me da la oportunidad de percatarme de que cada plataforma tiene sus propias exigencias.

En el caso del Periodismo digital, Pérez Blanco considera que son cuatro las características fundamentales: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, y frecuencia de actualización; por mi ocupación, todas hoy son parte de mi vida.

El hipertexto me ha enseñado que son muchos los puntos a contar sobre un mismo suceso, siempre hay datos que agotar, siempre hay versiones de una misma situación que deben ser dadas a conocer; con la multimedialidad, las fotografías los videos y los archivos de audio dan sustento a lo que cuento con palabras, y muchas ocasiones se convierten en el gancho que atrae a los lectores a mis trabajos; con la interactividad, los consumidores hacen el papel de aliados, al ayudarme a complementar información y a percatarme de errores de los que no había caído en cuenta; la frecuencia de actualización, finalmente, me demuestra que nada está dicho ni terminado: un caso con años de antigüedad puede tener repercusiones y actualizaciones, incluso en nuestros días.

¿Cómo llegué al mundo del periodismo digital?: unos meses antes de concluir los estudios de licenciatura en Comunicación en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán de la UNAM, el 2 de mayo de 2016 se me invitó a integrarme al equipo de la redacción de uno de los portales de noticias en Internet, nacido a raíz de un impreso, más leídos en México: *El Universal*.

El 18 de septiembre de 2017 me separé formalmente del periódico *El Universal* para continuar trabajando en otra empresa del mismo giro: *Capital Media*,

¹ Paula Ma. Pérez Blanco, "El Periodismo en la Era Digital", *El País*, https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html. (Consultado el 8 de agosto de 2019).

como parte del equipo digital de su medio *Reporte Índigo*, y el 29 de septiembre se concluyó mi contratación en *Economía Hoy*, el portal web en México de *El Economista*, medio de España. Sin embargo, es necesario mencionar que el lugar en el que firmé un contrato laboral por primera vez, es uno de los que mayores oportunidades de aprendizaje ofrece en el rubro.

A fin de obtener el grado de licenciado en Comunicación, presento un reporte de las actividades que realicé a diario, durante un año y cinco meses, en las oficinas de *El Universal*, ubicadas en la calle de Iturbide, en el Centro Histórico de la capital del país, como parte de la opción de titulación de Trabajo Profesional.

El Trabajo Profesional consiste en elaborar una investigación individual sobre una problemática, tema, ejercicio de aplicación o proyecto, vinculado con la licenciatura cursada.

Debo comentar que es un honor ser testigo de cómo la historia de nuestro país y del mundo se escribe minuto a minuto. En mi labor, puedo notar cómo profesionistas que han trabajado toda su vida en medios de comunicación encontraron en la inmediatez a la que responden los periodistas digitales un nuevo reto, así como una oportunidad de renovar sus carreras.

En el Capítulo 1 contextualizo con un viaje a través de la historia del Periodismo que pueda explicarnos la importancia de *El Universal* en la vida diaria del país; aquí se da cuenta de quiénes forman parte del diario, así como los nombres de quienes dirigen la empresa actualmente. Este apartado también ofrece al lector un amplio panorama de la realidad a la que se enfrentan quienes se dedican al periodismo, y presenta las características que rigen la relación entre los medios de comunicación y el primer gobierno emanado de un partido de izquierda en México: el Movimiento Regeneración Nacional (Morena) del actual presidente Andrés Manuel López Obrador.

En el Capítulo 2 se cuenta de cómo conseguí una plaza en *El Universal*, así como de las funciones que desarrollé día con día; se enlistan algunos puntos importantes a considerar a la hora de escribir en Internet, que es distinto que escribir para un medio impreso; se incluyen las posturas de expertos en el tema, así como las observaciones del equipo del periódico *El Economista* de España para sacar provecho de las características del periodismo web.

En el Capítulo 3 se habla de los recursos de la UNAM para formar a los próximos periodistas digitales, y se menciona la importancia de las prácticas profesionales, que actualmente son opcionales en el programa de Comunicación de la FES Acatlán; además, se muestran datos sobre algunos de los problemas de salud a los que están expuestos los periodistas digitales y se hace un recuento de las asignaturas cursadas que, considero, más aportan a las actividades que realizo día con día.

La mayoría de las fuentes de consulta de este trabajo profesional fueron consultadas en línea e integran una mesografía, como se conoce a "la lista de fuentes electrónicas consultadas en la preparación de un trabajo escrito en particular, o en la investigación de algún tema determinado"².

Varias de estas fuentes fueron publicadas originalmente en papel (como libros, artículos de revista, notas informativas o trabajos académicos), pero actualmente pueden ser consultados en Internet, como parte de los avances tecnológicos a los que se hace referencia en esta presentación: "El crecimiento, utilidad y funcionalidad de Internet como elemento interactivo básico de la vida de la población mundial, fue abriéndole espacios de extrema importancia al tipo y calidad de información subida a la web"³.

Es importante mencionar que las fuentes elegidas fueron aquellas que contaban con mayor prestigio o que presentaban información con sustento ya que "a pesar de que actualmente el auge de la tecnología digital permite el fácil acceso a un sinfín de material documental de carácter serio, las comunidades científicas y educativas también consideran que esa misma facilidad permite la existencia de mucha información en la web sin validez académica"⁴.

La Real Academia Española señala que el término 'mesografía' "se emplea como voz técnica, en el ámbito de la documentación, para aludir de forma conjunta a las fuentes de información en diversos soportes"⁵, no obstante, "es de reciente creación y aún no se considera que haya pasado a la lengua general"⁶.

² Johan Ramirez, "¿Qué es la Mesografía? Características más relevantes", Lifeder, <https://www.lifeder.com/mesografia/>, (consultado el 4 de julio de 2020).

³ Ibíd

⁴ Ibíd

⁵ Real Academia Española (@RAEinforma), #RAEconsultas Se emplea como voz técnica, en el ámbito de la documentación, para aludir de forma conjunta a las fuentes de información en diversos soportes. Es de reciente creación y aún no se considera que haya pasado a la lengua general, Twitter, <https://twitter.com/RAEinforma/status/959362429300953088>, (consultado el 4 de julio de 2020).

⁶ Ibíd

CAPÍTULO 1

1.1.- La prensa en México antes de El Universal y panorama actual del diario

Para tratar el tema del periodismo en nuestro país, es obligatorio hablar de la imprenta, creación de Juan Gutenberg. El invento, que data de 1450, "fue uno de los motores que mayor impulso daría al desarrollo del periodismo".⁷

La imprenta llegó a México gracias al trabajo de Fray Juan de Zumárraga, primer obispo de nuestro país, como da cuenta la asociación civil Apoyo al Desarrollo de Archivos y Bibliotecas de México, que explica que con apoyo del virrey Antonio de Mendoza, el religioso consiguió la instauración de este invento en la Nueva España en 1539⁸.

La invención también permitió crear las hojas volante, que narraban sucesos extraordinarios y que afectaban a la comunidad "como terremotos, inundaciones y crímenes, además de romances, corridos y plegarias, los cuales se vendían por pocos centavos".⁹ En 1542, salió a la venta la primera hoja volante en la Nueva España, en la cual se daba cuenta de un terremoto ocurrido en Guatemala un año antes. Los autores se limitaban a reportar lo ocurrido, y no existía el periodismo de investigación, ni quién tratará de indagar en los sucesos, explica Juan Carlos Franco, catalogador del Archivo Antiguo de la Biblioteca Nacional de Antropología e Historia, en un testimonio recabado por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

Iñigo Fernández, en un texto para la Universidad Complutense de Madrid, explica que las hojas volante estaban llenas de eventos morbosos que, acompañados de grabados realizados en madera, pueden recordarnos a la prensa amarillista. "Bajo títulos tan llamativos como 'Traslado de un testimonio auténtico de lo sucedido en la Villa de Orizaba con un endemoniado' y 'Declaración que hizo Lucifer acerca del tormento que recibe de la devoción del Santo Rosario', se ocultaba tanto el deseo de una sociedad por informarse de aquello que, de tan extraordinario, rompía con su monotonía y era digno de ser conocido, como el afán de algunos por lucrar con dicha necesidad".¹⁰

⁷ El Siglo de Torreón, "1539: Se instala la primera imprenta en la Nueva España", El Siglo de Torreón, <https://www.intec.edu.do/downloads/documents/biblioteca/formatos-bibliograficos/guia-chicago.pdf> (consultada el 19 de julio de 2017).

⁸ Elvia Carreño, 'Fray Juan de Zumárraga, primer editor en la Nueva España', página 2, ADABI, <http://www.adabi.org.mx/publicaciones/artEsp/libroAntiguo/libroAntiguo/frayJuanZumarraga.pdf>, (consultado el 25 de julio de 2020).

⁹ Instituto Nacional de Antropología e Historia, "Las hojas volantes, reflejo de la cultura popular de la Nueva España", INAH, <http://www.inah.gob.mx/es/boletines/390-las-hojas-volantes-reflejo-de-la-cultura-popular-de-la-nueva-espana> (consultada el 2 de julio de 2017).

¹⁰ Iñigo Fernández, "Un recorrido por la historia de la prensa en México. De sus orígenes al año 1857", Documentación de las Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, vol. 33 (2010): 70.

El primer periódico que circuló en la Nueva España fue fundado por el Doctor Juan Ignacio de Castorena y se llamó *La Gaceta de México y noticias de Nueva España*. Sólo se publicaron seis números de este medio, que daba cuenta de sucesos sobre religión, comercio, y comunicados del gobierno.

Años después, surgió *La Gazeta de México*, fundada por quien el gobierno de España considera el "periodista mejor dotado de este país en el siglo dieciocho"¹¹: Manuel Antonio Valdés Murguía y Saldaña. Comenzó a editarse el 14 de enero de 1784; sus realizadores contaban con el permiso del virrey Matías de Gálvez, y sus textos fungían como medio oficioso del gobierno. La frecuencia de aparición de *La Gazeta de México* fue variada: hasta 1772 apareció cada quince días; hasta mayo de 1773, cada semana; en 1797 era mensual; y a finales de 1806 era bisemanal.

La Gazeta de México estaba llena de los contenidos propios de las gacetas de la época, y según el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, su distribución recordaba a las secciones de los periódicos de hoy en día: había una parte para las noticias de las principales ciudades del país, sin dejar de lado las de España, Francia, Inglaterra, Rusia o Turquía; también había textos sobre ciencia, medicina, historia, economía, religión y arte; en la publicación también cabían los anuncios sobre productos, venta de esclavos y casas, y reportes sobre las actividades del virrey y sus cercanos.

La Gazeta de México puede recordar a la distribución actual de *El Universal*, dividida en noticias nacionales e internacionales, pero con secciones que atienden temas locales, económicos, y hasta suplementos sobre deportes, espectáculos y estilo de vida.

Autoridades de España también indican que el dos de enero de 1810, tras la publicación del número 153, *La Gazeta de México* cambió su nombre a *Gazeta del Gobierno de México*, se reinició la secuencia de sus tomos y número de paginación.

En Guadalajara, el 20 de diciembre de 1810, el cura Miguel Hidalgo fundó el periódico *El Despertar Americano*, "que fungió como bandera de lucha política e ideológica de aquellos grupos que buscaban la transformación social del país. Aunque no rendía importantes remuneraciones económicas, su distribución sirvió para difundir las ideas y críticas de los intelectuales de esa época".¹²

Algunos otros medios se utilizaron para difundir los valores a favor de la lucha de Independencia:

¹¹ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, "Gazeta de México, (1784)", Gobierno de España, , <http://hispana.mcu.es/es/consulta/registro.cmd?id=10962228>, (consultado el 2 de julio de 2017).

¹² Universidad Tecnológica Latinoamericana, "El poder de la prensa, historia del periodismo mexicano", 10 de mayo de 2013, consultada el 2 de julio de 2017, <http://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para-el-poder-de-la-prensa-historia-del-periodismo-mexicano/>, (Consultado el 15 de septiembre de 2017).

- *Pensador Americano* de 1812, en el que su director, José Joaquín Fernández de Lizardi, expuso su aberración por la esclavitud
- *Correo Americano del Sur*, de José Manuel Herrera
- *El Aristarco Universal*, de Lorenzo de Zavala
- *El Ilustrador Nacional*, de José María Cos

Aunque en pleno 2018, la mayoría de los medios de circulación nacional se identifican como libres y abiertos a distintos modos de pensar, institutos políticos, e incluso administraciones gubernamentales, elaboran sus propios impresos y páginas de Internet para dar a conocer sus posturas respecto a temas de interés público, así como para difundir sus logros.

De acuerdo con la perspectiva del escritor y caricaturista Rafael Barajas "El Fisgón", difundida en un texto de *La Jornada*, al final de la guerra de Independencia, las personas con poder quedaron divididas en "dos grandes bandos que se odian a muerte: los liberales y los conservadores. Los conservadores tienen en la Iglesia un aparato ideológico muy sólido, con mucha influencia. Por su lado, los liberales tienen que construir uno propio, y a la voz de Dios le oponen la voz del pueblo, que se manifiesta, según ellos, a través de la prensa".¹³ Barajas indica que el periodismo ya empezaba a formar parte de la guerra ideológica; el experto dice que cuando los liberales obtenían el poder, la prensa resultaba beneficiada, y que cuando los ganadores eran los conservadores, se cerraban medios y se establecían medidas de censura.

El fenómeno, al que el escritor considera una manifestación de la batalla burguesa contra la monarquía, no era exclusivo de nuestro país, ya que lo mismo sucedía en Europa y en otras partes de América Latina.

Ya con algunos años de existencia, la imprenta seguía sirviendo como instrumento en la lucha de la difusión de las ideas. Rafael Barajas cuenta que los liberales mexicanos sabían de los alcances de la creación de Gutenberg, y decidieron utilizarla en sus cruzadas políticas. El ejemplo es José Joaquín Fernández de Lizardi, quien ideó un plan basado en conseguir el poder a través de los medios de comunicación.

Los liberales retomaron las ideas de Fernández de Lizardi y en sus medios libraron un enfrentamiento a los gobiernos conservadores, contribuyendo "de manera importante al triunfo definitivo liberal.

La libertad de prensa quedó asentada en el artículo 7 de la Constitución de 1857: "Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza

¹³ Jesús Ramírez y Arturo Cano "Entrevista con Rafael Barajas 'El Fisgón'. Juárez y la caricatura política de su época", *La Jornada*, 26 de febrero de 2006, <http://www.jornada.unam.mx/2006/02/26/mas-cano.html>, (consultado el 13 de agosto de 2017).

a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. Los delitos de imprenta serán juzgados por un jurado que califique al hecho y por otro que aplique la ley y designe la pena”¹⁴.

En *La Jornada*, Rafael Barajas también analiza el papel del periodismo durante el gobierno de Benito Juárez. El caricaturista considera que en esos años hubo libertad de prensa, y como consecuencia, periódicos que recogían el sentir de sectores radicales, como *La Orquesta*, cuyos realizadores llamaron a unirse en torno al mandatario durante la intervención francesa.

Sobre el emperador Maximiliano también habla “El Fisgón”, y lo describe como un liberal que “permite una prensa libre, así como la circulación de periódicos nacionales que resisten al invasor francés”¹⁵.

“Maximiliano enumeró explícitamente los derechos del hombre y del ciudadano, lo que hoy denominamos derechos humanos; estos eran: igualdad ante la ley, seguridad personal, propiedad, ejercicio libre de culto y libertad de prensa”¹⁶.

La defensa del único monarca del Segundo Imperio Mexicano en torno a las libertades de opinión y prensa “consistían en que nadie podía ser molestado por sus opiniones ni impedir que las manifestara en la prensa”¹⁷

Sin embargo, “El Fisgón” señala que el Imperio se contradecía, ya que aunque Maximiliano estaba a favor de que circularan las noticias, el Ejército francés era drástico y perseguía a quien ofendía a los poderosos.

La entrevista de los periodistas de *La Jornada* también establece que cuando la República se restauró, no terminó la división, ya que la prensa respondió a un conflicto entre liberales, alentado por los jóvenes que participaron en la guerra, entre éstos Porfirio Díaz, quienes recriminaban a los mayores, incluido Benito Juárez, el ‘no haber hecho nada’ mientras otros se jugaban la vida.

En uno de los puntos trascendentales en la entrevista de *La Jornada*, “El Fisgón” cuenta que gran parte de la prensa atacó a Juárez cuando éste buscó la reelección, en 1872: “se le lanzan con todo. Lo retratan como un perro de presa,

¹⁴ “Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos, 5 de febrero de 1857”, en Enciclopedia Parlamentaria de México. Leyes y documentos constitutivos de la nación mexicana, serie III, vol. I, t. 2, México, IIL-LVI Legislatura-Miguel Angel Porrúa, 1997, pp. 529-530.

¹⁵ Jesús Ramírez y Arturo Cano, “Entrevista con Rafael Barajas ‘El Fisgón’. Juárez y la caricatura política de su época”, *La Jornada*, 26 de febrero de 2006, <http://www.jornada.unam.mx/2006/02/26/mas-cano.html>, (consultado el 13 de agosto de 2017).

¹⁶ Beatriz Bernal Gómez. “México y las leyes liberales de Maximiliano de Habsburgo”, *Revista Jurídicas UNAM*, <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/hechos-y-derechos/article/view/6731/8667>, (consultado el 5 de junio de 2020).

¹⁷ *Ibíd*

como una sanguijuela, como un rey decadente, como una vieja ridícula, como un señor que besa a un ministro en la boca; como Juan Diego al que se le aparece la silla presidencial, lo dibujan como ídolo prehispánico difícil de quitar. Son imágenes muy agresivas que de alguna manera acaban por minar la imagen del Presidente".¹⁸ Sin embargo, el caricaturista reconoce que el presidente Juárez toleró todas las expresiones y jamás cerró medios de comunicación.

Durante el gobierno de Porfirio Díaz "ya se consideraba a la prensa el cuarto poder"¹⁹; irónicamente, sólo el 10 % de la población leía y escribía. Periodistas no hicieron falta durante el Porfiriato: proliferaban los periódicos y las revistas, pero sus dueños sabían de antemano que el éxito no era seguro, como se lee en un texto de *Algarabía* retomado por *Excélsior*.

En su lucha contra la crítica, Porfirio Díaz, en la Presidencia desde 1876, se encargó de pagar los halagos; el ejemplo más claro es el de *El Imparcial*, que apareció a finales de 1896.

El Imparcial "cumpliría una misión delicada en el contexto político e informativo de la época: constituirse en el procedimiento indirecto y más eficaz para liquidar o marginar a la prensa opositora a la administración porfirista, sin tener que recurrir al siempre incómodo expediente de la censura o la supresión"²⁰ y "logró consolidarse como una industria poderosa, adulando a don Porfirio y cubriendo sus páginas con anuncios para reducir el precio del ejemplar a dos centavos; mientras que la prensa de oposición estaba muy lejos de poder competir con ese precio".²¹

¿Qué pasó con la libertad de prensa que había quedado garantizada en la Constitución de 1857?: "En 1870 se aprobó la Ley de Imprenta, que castigaba los 'abusos' de escritos 'injuriosos, subversivos, sediciosos e inmorales', que pretendieran trastornar el orden público, incitar a la desobediencia de las leyes o imputaran a los gobernantes defectos falsos u ofensivos".²²

Aunque las multas en teoría eran económicas, en la realidad, los diarios eran clausurados, y los autores encarcelados. A los periodistas que eran considerados peligrosos o reincidentes se les enviaba a la prisión; algunos otros eran exiliados.

¹⁸ Ramírez, Jesús y Cano, Arturo "Entrevista con Rafael Barajas 'El Fisgón'. Juárez y la caricatura política de su época", *La Jornada*, 26 de febrero de 2006, <http://www.jornada.unam.mx/2006/02/26/mas-cano.html>, (consultado el 13 de agosto de 2017).

¹⁹ Frías, Leticia. "La prensa en tiempos de don Porfirio", *Algarabía*, 3 de mayo de 2017, <http://algarabia.com/a-curiosidades/la-prensa-en-tiempos-de-don-porfirio/>. (Consultado el 18 de julio de 2017).

²⁰ Ariel Rodríguez Kuri, "El discurso del miedo: El Imparcial y Francisco I. Madero" (El Colegio de México: Historia Mexicana volumen 40, no. 4), página 701.

²¹ Op. Cit.

²² Frías, Leticia. "La prensa en tiempos de don Porfirio", *Algarabía*, 3 de mayo de 2017, <http://algarabia.com/a-curiosidades/la-prensa-en-tiempos-de-don-porfirio/>. (Consultado el 18 de julio de 2017).

La guerra de Revolución, con la que llega el fin de Porfirio Díaz al frente del Poder Ejecutivo, es un hecho histórico de suma importancia para *El Universal*: el diario surgió luego de ésta, y entre sus propósitos se contaba el difundir las ideas bajo la que se ‘construyó’ la nueva República.

1.2.-Panorama actual del Periodismo en México

El 5 de febrero de 2017, se cumplieron 100 años de la promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la cual nos rige a la fecha. Dos artículos de la Carta Magna, alojados en el capítulo I, que hace referencia a las garantías individuales, son básicos para el periodismo: el sexto y el séptimo.

El artículo 6º indica que “La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público”.²³

El artículo 7º, por su parte, dice a los mexicanos que “Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.”²⁴. La Constitución añade que “Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del artículo 6º de esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito”.²⁵

Hablar de cómo la ley cobija al periodismo es importante en una sociedad tan dañada por la violencia, como lo fue México en 2017. Se calcula que ese año 12 reporteros fueron asesinados. De acuerdo con la Asociación Reporteros Sin Fronteras, ese año, en Siria y México fueron ultimados el mismo número de periodistas.

²³ Secretaría de Gobernación, Fiscalía Especial para la Atención de Delitos cometidos contra la Libertad de Expresión, Gobierno de la República, <https://www.gob.mx/pgr/acciones-y-programas/fiscalia-especial-para-la-atencion-de-delitos-cometidos-contra-la-libertad-de-expresion-18894>. (Consultada el 2 de septiembre de 2018).

²⁴ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Última Reforma Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de enero de 2016, <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>. (Consultada el 6 de enero de 2019).

²⁵ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Última Reforma Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de enero de 2016, <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>. (Consultada el 6 de enero de 2019).

En Siria, desde 2012, se vive una guerra; en México, “donde imperan los cárteles del narcotráfico, los periodistas que abordan temas como el crimen organizado o la corrupción de los políticos, sufren casi de manera sistemática amenazas, agresiones y pueden ser ejecutados a sangre fría”²⁶, expone Reporteros Sin Fronteras.

La situación no mejoró en 2018, año en el que fueron ultimados nueve profesionales de la Comunicación en México, ni en 2019, cuando el número de víctimas aumentó a 10.

ARTICLE 19 tiene documentados 120 asesinatos de periodistas entre el año 2000 y diciembre de 2018; 47 de estos casos se registraron durante la presidencia de Enrique Peña Nieto, y uno durante los primeros días de gobierno de Andrés Manuel López Obrador.

En 2017, los relatores de la Organización de las Naciones Unidas y de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, David Kaye y Edizon Lanza, respectivamente, visitaron nuestro país para evaluar la situación de seguridad a la que se enfrentan los especialistas de la Comunicación. Los representantes de los organismos internacionales concluyeron que “una democracia como la de México no puede permitir que la violencia contra los periodistas y la impunidad de los crímenes continúen”.²⁷

El año 2019 trajo mejores noticias; el 10 de enero, el Estado mexicano, desde la Secretaría de Gobernación, ofreció una disculpa pública a la periodista Lydia Cacho por faltar en su responsabilidad de proteger la libertad de expresión. Cabe recordar que Cacho fue víctima de tortura y vejaciones por dar a conocer una investigación sobre la trata de personas en su libro *Los Demonios del Edén*.

“Ciudadana Lydia María Cacho Ribeiro, a nombre del Estado mexicano le ofrezco una disculpa pública por la violación a sus derechos humanos”, fueron las palabras de Alejandro Encinas, subsecretario de Derechos Humanos de Segob. El hecho es considerado uno de los primeros pasos en el avance de la reparación del daño de las víctimas.

Por otro lado, aunque muchos años han pasado desde la caída de Porfirio Díaz y desde el triunfo de la Revolución, la imparcialidad de la prensa sigue siendo puesta en entredicho. En diciembre de 2017, el periódico *The New York Times*

²⁶ El Universal, “Ellos son los 12 periodistas asesinados en 2017”, El Universal, 1 de enero de 2018, <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/sociedad/ellos-son-los-12-periodistas-asesinados-en-2017>. (Consultado el 6 de enero de 2018).

²⁷ Emir Olivares, “ONU y CIDH: México no puede permitir más ataques a periodistas”, La Jornada, 5 de diciembre de 2017, <http://www.jornada.unam.mx/2017/12/05/politica/003n1pol>. (Consultado el 22 de diciembre de 2017).

publicó una investigación que sugiere que a través del pago de publicidad, medios de nuestro país eran comprados por autoridades y políticos.

El texto de *The New York Times* critica que “la gestión del presidente Enrique Peña Nieto ha gastado cientos de millones de dólares anuales de los fondos gubernamentales en publicidad, creando lo que muchos propietarios, ejecutivos y periodistas mexicanos definen como una gigantesca marca presidencial que puede suprimir artículos de investigación, escoger portadas e intimidar a las salas de redacción que la desafían”.²⁸

Los señalamientos del medio no sólo alcanzan al gobierno federal, ya que se asegura que miembros de partidos políticos y mandatarios de administraciones locales recaudan millones que reparten entre sus medios de comunicación predilectos.

Según la visión de *The New York Times*, que asegura respaldar su información con entrevistas a ejecutivos, editores, y periodistas; con dinero, funcionarios “dictan las noticias” e indican a los medios qué debe y qué no ser informado.

Las fuentes consultadas por el periódico norteamericano determinaron que entre las maneras comunes de censurar a la prensa se cuenta el posponer reportajes indefinidamente, y que incluso algunos de estos jamás llegan a desarrollarse. De acuerdo con *The New York Times*, dos tercios de los profesionales de la comunicación de nuestra nación denuncian haber sido censurados en algún momento de su carrera.

El Universal, medio sobre el que se habla en este trabajo, también es objeto de señalamientos en el reportaje de *The New York Times*.

Críticos de *El Universal* se referían al periódico como “un perro de ataque del gobierno para las elecciones presidenciales”²⁹ de 2018. *The New York Times* cita en su texto al centro de análisis e investigación Fundar, que señala a *El Universal* como el periódico mexicano que más publicidad gubernamental recibía, con alrededor de 10 millones de dólares al año.

Así fue como *El Universal* respondió al reportaje de *The New York Times*: “La línea editorial de El Universal no se vende, no tiene precio y nadie la puede

²⁸ Ahmed Azam, “Con su enorme presupuesto de publicidad, el gobierno mexicano controla los medios de comunicación”, *The New York Times*, 25 de diciembre de 2017, <https://www.nytimes.com/es/2017/12/25/con-su-enorme-presupuesto-de-publicidad-el-gobierno-mexicano-controla-los-medios-de-comunicacion-pri-pena-nieto/>. (Consultado el 27 de diciembre de 2017).

²⁹ *Ibíd.*

comprar”.³⁰ De acuerdo con los directivos del periódico, las páginas del impreso y del sitio web son muestra de que todas las ideologías políticas están presentes.

En 2017, Ricardo Anaya, antes de destaparse como aspirante a la Presidencia de la República, ganó una demanda a *El Universal* cuando fungía como dirigente del Partido Acción Nacional, porque el diario presuntamente publicó “información falsa e inexacta en la primera plana de su emisión impresa y de internet”³¹; la acción, de acuerdo con la versión del político, era parte de una ‘guerra sucia’ que el Gobierno mexicano, encabezado por Enrique Peña Nieto, había puesto en marcha en su contra.

Como Ricardo Anaya, era común que políticos se lanzaran contra *El Universal*, sin embargo, también éstos solían caminar por los pasillos del diario para entrevistarse con los directivos. Yo mismo vi a Ricardo Anaya caminando en *El Universal* y sosteniendo un trato cordial con figuras importantes del medio, antes incluso de la creación del Frente por México, coalición electoral formada entre los partidos Acción Nacional, de la Revolución Democrática, y Movimiento Ciudadano, y de que Margarita Zavala, ex primera dama de México, abandonara su partido para buscar una candidatura independiente, debido a los conflictos con Anaya.

1.3.- Prensa en la Cuarta Transformación

La prensa también ha vivido momentos tensos respecto al gobierno surgido tras las elecciones federales del 1 de julio de 2018, que dio el triunfo a la coalición 'Juntos Haremos Historia', integrada por Movimiento Regeneración Nacional, Partido del Trabajo y Partido Encuentro Social (Morena-PT-PES).

El término 'prensa fifí', utilizado por el presidente Andrés Manuel López Obrador, ha originado buen número de críticas de sus detractores.

López Obrador asegura que respeta la libertad de expresión, y en octubre de 2018 ahondó en el significado de su término: “Si ustedes revisan la historia, los que le hicieron más daño al movimiento revolucionario maderista, fueron los ‘fifí’, ayudaron a los golpistas, y hubo una prensa, en ese entonces, *El Debate* y otros periódicos que se dedicaron a denostar al presidente Madero. Bueno, esa prensa y los ‘fifís’, quemaron la casa de la familia Madero. Cuando detienen al hermano de Francisco I. Madero y asesinan cobardemente a Gustavo A. Madero, los ‘fifís’ hacen

³⁰ El Universal, “La verdad no se vende”, El Universal, 26 de diciembre de 2017, <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/el-universal/nacion/la-verdad-no-se-vende>. (Consultado el 3 de enero de 2018).

³¹ Noticieros Televisa, “Juez resuelve demanda contra El Universal en favor de Ricardo Anaya”, Televisa, 25 de octubre de 2017, <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/juez-resuelve-demanda-el-universal-favor-ricardo-anaya/>. (Consultado el 8 de agosto de 2019).

caravanas con sus carros y festejan”³², explicó el titular del Ejecutivo, “Y luego esa prensa siempre apostó a apoyar la militarización, el golpe de Estado, y tiene que ver mucho con el conservadurismo, venían del régimen porfirista, eran serviles, era una prensa sometida y cuando triunfa el momento revolucionario, triunfa Madero, él garantiza libertades plenas, y se portaron muy mal, no sólo con Madero, sino el país, le hicieron mucho daño a México, fueron los que atizaron el fuego para que se volviese cruenta la revolución mexicana y se perdieran muchas vidas humanas. Entonces, lo del ‘fifi’ viene de eso, para darle una ubicación histórica, entonces eso sí se los voy a seguir diciendo, porque son herederos de ese pensamiento y desde el proceder”.³³

López Obrador también dijo que, desde su perspectiva, en la historia de México siempre han estado presentes dos grupos contrarios entre sí, los conservadores y los liberales: "Están ahí, y hay que estar pendientes, y respetarles su derecho a expresarse, a manifestarse, a la crítica, pero no quedarnos callados, hay que polemizar, el debate es bueno, siempre es importante debatir y me gustaría que los escritores, intelectuales de la derecha, del conservadurismo hicieran una autocrítica”³⁴, expresó.

Gabriela Jiménez, editora en jefe de *Economía Hoy*, considera que el término 'prensa fifi' no es ofensivo porque "creo que señala un privilegio, por lo tanto no es ofensivo". La periodista señala que, desde su manera de ver las cosas, quienes se ostentan como 'periodistas fifi' lo hacen por dos razones principalmente: "Ostentar el privilegio que mencioné" y por "hacer patente las diferencias entre clases, distinguirse de los no privilegiados, los jodidos".

Previo a la toma de protesta de López Obrador, Jesús Ramírez Cuevas, vocero del presidente, aseguró que la administración federal sería respetuosa de la libertad de expresión, y es que dijo que no habría censura ni presiones.

El triunfo de López Obrador no sólo supuso un cambio en la dinámica en las mesas de redacción de los medios de comunicación, sino que encendió las alarmas entre los dueños y los trabajadores de quienes nos dedicamos al periodismo.

El nuevo gobierno no había entrado en funciones cuando la noticia de despidos masivos en varias empresas periodísticas hacía eco entre los periodistas. La medida, decían, se debió a que tras el triunfo de la coalición 'Juntos Haremos

³² Forbes Staff, "¿Qué entiende AMLO por 'prensa fifi'?", Forbes, 22 de octubre de 2018, <https://www.forbes.com.mx/que-entiende-amlo-por-prensa-fifi-lo-explica-con-la-historia/>. (Consultado el 14 de julio de 2019).

³³ Jorge Monroy, "AMLO seguirá usando el término 'prensa fifi'", El Economista, 21 de octubre de 2018, <https://www.economista.com.mx/politica/AMLO-seguira-usando-el-termino-prensa-fifi-20181021-0003.html>. (Consultado el 8 de agosto de 2019).

³⁴ *Ibíd.*

Historia', se advirtió que el gobierno invertiría únicamente 1,872 millones de pesos en publicidad en medios de comunicación, una reducción del 80 % del presupuesto destinado por el gobierno de Enrique Peña Nieto en el año 2017.

De acuerdo con el *Big Data*, entre los casos más sonados de despidos masivos de periodistas se cuentan *Grupo Imagen*, *Milenio*, y el periódico *Reforma*. *Big Data* se limitó a expresar que “cabe destacar que por las redes sociales aseguran que dichos despidos son por ‘culpa’ de AMLO por una de sus medidas de austeridad, es decir, el recorte del gasto en publicidad oficial destinada a medios de comunicación de al menos un 50%”.³⁵

Alicia Guzmán, quien se identifica como profesora en la Universidad Iberoamericana y excolaboradora en *Capital Media*, acusó directamente que tras el triunfo de López Obrador se estaba despidiendo a periodistas.

El 3 de enero de 2019, a casi un mes de la entrada de AMLO al poder, Guzmán expresó en su cuenta de Facebook:

“Pues con la novedad que me alcanzó la #4T, como a muchos compañeros del gremio. Pues sí, no solo fue *Grupo Imagen*... solo que nuestro caso no ha sonado. Por esta razón, si alguno de ustedes sabe de algo para esta comunicóloga, se los agradeceré infinitamente”.

En marzo de 2019, *Grupo Imagen* volvió a ser tendencia en el tema de despidos masivos de periodistas, ya que una de las marcas que maneja en nuestro país: *The Huffington Post México*, cerró el viernes 8. De acuerdo con periodistas del sitio web, que compartieron su experiencia en redes sociales, se despidió a colaboradores sin previo aviso, y se denunciaron presuntas malas prácticas de Grupo Imagen, como el intento de no cubrir gastos por liquidación.

“A partir del 8 de marzo, *HuffPost México* ya no publicará contenido. Para obtener más contenido global, visite HuffPost.com. Le agradecemos por su apoyo y comprensión”, es lo único que puede leerse en la página del proyecto que arrancó en México en 2016.

El primer despido masivo de periodistas en 2019 se registró en la empresa *BuzzFeed*. Según se publicó en distintos medios, a finales de enero, Jonah Peretti, director general de *BuzzFeed* envió un mensaje a los trabajadores de su medio, en el cual se informó que se haría un recorte de empleos del 15 %, que representó despedir a aproximadamente 200 personas.

No sólo *BuzzFeed Estados Unidos* fue golpeado por esta decisión; el medio cerró en España, y en México se optó por desaparecer a su división de noticias. Sin embargo, en este caso, los directivos no señalaron al gobierno del presidente López

³⁵ Redacción El Big Data, “Si los despidos en medios de comunicación no son justificados, no tiene que ser: AMLO”, El Big Data, 24 de diciembre de 2018, <https://elbigdata.mx/uncategorized/si-los-despidos-en-medios-de-comunicacion-no-son-justificados-no-tiene-que-ser-amlo/>, (Consultado el 17 de julio de 2019).

Obrador. Cuando Peretti se dirigió a sus trabajadores, aclaró que el objetivo del despido del 15 % de la plantilla era que el medio no tuviera que pedir más dinero a sus inversionistas.

De acuerdo con un artículo de AP retomado por la versión digital de *Milenio*, *BuzzFeed* dejó de ser rentable hace varios años “y ha recaudado cientos de millones de dólares de inversionistas como NBCUniversal de Comcast. La compañía con sede en Nueva York es más conocida por sus publicaciones virales y cuestionarios”.³⁶

¿Por qué el gobierno de López Obrador decidió recortar publicidad gubernamental en medios de comunicación? Jesús Ramírez Cuevas explicó que “en el caso del área de comunicación hay un mundo de dinero que no se transparenta y que ha sido excesivo, por eso vamos a recortar la mitad de esa partida presupuestal”.³⁷

El 24 de diciembre, durante su conferencia matutina, el presidente Andrés Manuel López Obrador habló sobre el tema, pero se limitó a decir que si los despidos en medios de comunicación no están justificados, no deberían de ser.

Y es que las condiciones de trabajo, y bajo las que los periodistas suelen dejar sus empleos, son criticables en México.

En mayo de 2018, el maestro Daniel Adame Osorio, egresado del programa de Ciencia Política y Administración Pública de la Universidad Iberoamericana, y especialista en Análisis Político y en Estudios Electorales, habló en la Universidad de Guanajuato acerca de las difíciles condiciones a las que se enfrentan los especialistas de los medios de comunicación al realizar su trabajo.

Entre las principales problemáticas, consideró Adame Osorio, se cuentan las largas jornadas laborales y la necesidad que tienen los periodistas de cubrir agenda, incluso en sus días de descanso. En algunos casos, dijo el maestro, hay periodistas que no cuentan con recursos suficientes para cubrir las necesidades básicas de alimentación, y cuyas prestaciones sociales son nulas.

Adame Osorio indicó que es necesario que el Estado garantice que los derechos laborales de los periodistas sean efectivos, al igual que en cualquier otra profesión u oficio.

En marzo de 2018, *Economía Hoy* reportó que el sector de medios de comunicación crecía cuatro veces más que la economía nacional, “es decir, un 8.6

³⁶ AP, “La crisis en BuzzFeed: cierran España y News México”, *Milenio*, 29 de enero de 2019, <https://www.milenio.com/estilo/mas-estilo/buzzfeed-tesis-cierra-news-mexico-espana>, (Consultado el 14 de febrero de 2019).

³⁷ Daniel Flores, “Despido masivo de periodistas y medios más caros por recorte de AMLO”, *Publimetro*, 1 de septiembre de 2018, <https://www.publimetro.com.mx/mx/noticias/2018/09/01/despido-masivo-periodistas-medios-mas-caros-recorte-amlo.html>, (Consultado el 6 de enero de 2019).

por ciento anual contra un 2.5 por ciento, respectivamente”.³⁸ No obstante, el medio también destacó que “existe una gran disparidad entre una industria que avanza a gran ritmo y las precarias condiciones laborales de quienes se emplean en ella, pues los salarios de los periodistas se han depreciado alrededor de un 35 por ciento en los últimos cuatro años, ganando un promedio de 4 mil 560 pesos mensuales”.³⁹

Los datos presentados por Economía Hoy se basan en un balance realizado por Salvador Frausto, responsable de Monitoreo de la Propiedad de los Medios (MON, por sus siglas en inglés: “Hace cuatro años el salario promedio de los periodistas era de alrededor de 7 mil pesos; para este año es de entre 4 y 5 mil pesos, los salarios de los periodistas han caído, creemos que parte de la violencia en contra de la prensa tiene que ver con la responsabilidad de las empresas (...) la vulnerabilidad en la que estamos los periodistas tiene mucho que ver con que no hay seguridad y que la tasa de impunidad sobre los asesinatos es de 99 por ciento y las empresas no los protegen y no salen a dar la cara por sus periodistas”.⁴⁰

¿Y quiénes tienen el control de la comunicación y el periodismo en México?

Economía Hoy también retomó los resultados del estudio “¿Quién Mueve los Hilos de los Medios?”, elaborada por Reporteros Sin Fronteras y el Centro Nacional de Comunicación Social (Cencos), los cuales señalan que 11 grupos empresariales, la mayoría de ellos integrados por familias, poseen la mayoría de los medios de comunicación más influyentes del país.

Los primeros tres lugares son ocupados por la familia Azcárraga (*Grupo Televisa*), la familia Vázquez Raña (*Grupo Empresarial Ángeles*), y la familia Salinas Pliego (*Grupo Salinas*).

En el estudio también aparecen los nombres de las familias Slim (*Grupo América Móvil*), Ealy (*El Universal*), y Vargas Gómez (*Grupo MVS*).

Economía Hoy destacó que hasta la llegada de López Obrador al poder, los medios de estas familias concentraban “el mayor porcentaje de audiencia y son los que acaparan la mayor parte de la publicidad oficial, por lo que ofrecen una cobertura homogénea de la vida política y económica del país, generalmente en línea con el gobierno”.⁴¹

³⁸ Laura Quintero, "Periodistas mexicanos ganan en promedio 4,560 pesos al mes, propietarios consolidan fortunas", *Economía Hoy*, 23 de marzo de 2018, <https://www.economiahoy.mx/empresas-eAm-mexico/noticias/9025704/03/18/Periodistas-mexicanos-ganan-en-promedio-4560-pesos-al-mes-proprietarios-consolidan-fortunas.html>, (Consultado el 24 de junio de 2019).

³⁹ *Ibíd*

⁴⁰ *Ibíd*

⁴¹ Laura Quintero, "Once familias controlan a los medios de comunicación en México", *Economía Hoy*, 22 de marzo de 2018, <https://www.economiahoy.mx/empresas-eAm-mexico/noticias/9025620/03/18/Once-familias-controlan-a-los-medios-de-comunicacion-en-Mexico.html>, (Consultado el 24 de junio de 2019).

“Cuando se revisan las portadas de los diarios, la mayoría trae la misma información, el mismo enfoque, a veces cabezas idénticas, son pocos los casos de los medios que difieren, a esto le llamamos el cártel del contenido”⁴², declaró Salvador Frausto sobre esta situación, "Es alarmante que 46.5 % del dinero del Estado presupuestado para publicidad oficial, va a 24 medios, mientras hay mil 100 medios que reciben un poquito o nada. Con una gota que se da cualquiera de esos 24, se podrían profesionalizar al periodismo en el país".⁴³

El estudio también reveló la importancia de los medios digitales para la vida informativa en México, ya que detalla que de los 42 medios en nuestro país con mayores audiencias, 13 son digitales. El resto de los 42 son ocho medios televisivos, 11 radiofónicos, y 10 impresos.

1.4.- Breve recorrido por la larga historia de El Universal

El Universal, medio de comunicación del que se habla en este trabajo, es el periódico con más años de existencia en México. Basta decir que en octubre de 2016, el diario celebró sus 100 años.

En su centenario, *El Universal* llevó a cabo un desayuno al que asistieron la mayoría de los empleados y directivos del medio de comunicación; curiosamente, no pude asistir porque tuve que hacer una guardia (el periodismo digital no se detiene, en la redacción de *El Universal* siempre hay quien se encargue de cubrir cualquier eventualidad).

"*El Universal* nació el 1 de octubre de 1916 a iniciativa del ingeniero Félix Fulgencio Palavicini, quien formaba parte del Congreso Constituyente de Querétaro"⁴⁴, según puede consultarse en información proporcionada por el mismo medio. En Internet, *El Universal* presume que en sus orígenes se encargó de difundir los postulados generados tras el fin de la Revolución Mexicana, durante la instalación del Congreso Constituyente.

Desde sus inicios *El Universal* se elabora en la zona centro de la capital del país. Por cierto, los edificios que albergan a *El Universal* han sobrevivido a los dos más fuertes movimientos telúricos que han afectado a la capital del país durante los últimos años: los del 19 de septiembre de 1985 y 2017.

La primera redacción y los talleres del periódico se encontraban en la esquina de las calles Madero y Motolinía. Ese sitio es histórico, ya que contaba con una

⁴² *Ibíd*

⁴³ *Ibíd*.

⁴⁴ El Universal, "Historia Breve", El Universal, <http://archivo.eluniversal.com.mx/pie/historia1.html>, (Consultada el 18 de agosto de 2017).

rotativa en la que se imprimió la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917.

El fundador de *El Universal* tenía un objetivo claro: "fortalecer la reconstrucción económico, social y jurídica del país, con la aplicación de un ideario basado en la rehabilitación de la autoridad civil, antireeleccionismo, apego a las garantías constitucionales, libertad de expresión e igualdad jurídica de la mujer".⁴⁵

En la década de los años 20, se originaron cambios en *El Universal*. En 1921, el periódico adoptó el lema de "El Gran Diario de México", y en 1922, el medio se convirtió en el primero en tener una edición vespertina: *El Universal Gráfico*.

En 2016, Angélica Navarrete, responsable de la hemeroteca de *El Universal*, contó a la agencia de noticias EFE que en 1922 "el diario difundió una célebre entrevista exclusiva con el revolucionario Francisco Villa, cuyo contenido pudo propiciar su asesinato al año siguiente".⁴⁶

"El 14 de abril de 1923, Félix Fulgencio Palavicini deja la Gerencia y Dirección General del diario para dedicarse de lleno a su actividad política. Miguel Lanz Duret asume como Gerente y José Gómez Ugarte como Director. A la muerte del primero, en 1940, la Presidencia y Dirección General pasan a Miguel Lanz Duret Jr., su hijo".⁴⁷

Fue en esos mismos años que la redacción, las oficinas, y los talleres se mudaron a las calles de Bucareli e Iturbide, cerca de la Alameda Central, su actual ubicación. En las instalaciones de Bucareli 8 se guardan piezas del despacho original de Palavicini, a la vista de todos, como un recordatorio de la historia del diario.

El 23 de octubre de 1969, llegó el turno del Director General actual de *El Universal*: Juan Francisco Ealy Ortiz. De acuerdo con información del medio, "El proyecto del licenciado Ealy respecto al contenido del diario fue muy claro desde el principio: pluralismo ideológico, como manifestación genuina de la libertad de expresión, en la búsqueda de un país más democrático".⁴⁸

Al licenciado Ealy Ortiz se le puede ver en los grandes eventos de la empresa, conversando con los periodistas que dirigen el medio, y tomándose fotografías con los empleados que así se lo piden.

⁴⁵ El Universal, "Historia Breve", El Universal, <http://archivo.eluniversal.com.mx/pie/historia1.html>, (Consultada el 18 de agosto de 2017).

⁴⁶ Agencia EFE, "El diario El Universal, testigo centenario de la historia de México", EFE, 28 de junio de 2016, <https://www.efe.com/efe/america/mexico/el-diario-universal-testigo-centenario-de-la-historia-mexico/50000545-2970502#>, (Consultada el 18 de agosto de 2017).

⁴⁷ *Op. Cit.*

⁴⁸ El Universal, "Historia Breve", El Universal, <http://archivo.eluniversal.com.mx/pie/historia1.html>, (Consultada el 18 de agosto de 2017).

Ealy Ortiz se dedicó a terminar con el sindicalismo en el diario. El director contó a EFE que antes había siete sindicatos en *El Universal* de los que “nada más se beneficiaban los líderes y al trabajador lo tenían muerto de hambre”.⁴⁹

Actualmente, dos son los sistemas de contratación en el diario: el directo y el *outsourcing* (o tercerización), establecido apenas hace unos años. Yo estuve contratado por *outsourcing*, a través de la empresa CLABSA, la cual ofrece sólo las prestaciones que la ley marca, a diferencia de la subordinación directa, con la que los empleados cuentan con beneficios superiores, como seguro médico de gastos mayores, bonos, caja de ahorro, y vales de despensa.

Juan Francisco Ealy Ortiz presumió que *El Universal* “fue el primer medio impreso en este país que abrió sus planas al pluralismo”⁵⁰ y destacó que durante su administración se ha invitado “a varios columnistas, editorialistas, colaboradores de diferentes partes del país y de diferentes grupos de partidos políticos a que escribieran”.⁵¹

En las oficinas de *El Universal* logré ver a colaboradores de todas las corrientes, desde Héctor de Mauleón a Luis Cárdenas, y a políticos de todos los partidos, como Miguel Ángel Mancera, entonces jefe de Gobierno capitalino, y al mismo Javier Duarte, el exgobernador de Veracruz señalado por actos de corrupción y preso actualmente.

En 1999, cambió el diseño del periódico; “destacó la incorporación de color a la portada y a las páginas de la primera sección”⁵². Ese año, en septiembre, en los mismos edificios que albergan a *El Universal* desde la década de 1920, se instalaron nuevas oficinas para la redacción, que cuenta “con cerca de 3 mil metros cuadrados de espacio y más de 300 equipos de cómputo que dan servicio al personal encargado de la edición diaria”.⁵³

En febrero de 2002, *El Gráfico*, nacido en 1922, dejó de ser un diario vespertino, renovó su diseño y se convirtió en el “Primer Diario de la Mañana”.

En 2015, el presidente de México, Enrique Peña Nieto, promulgó un decreto para que el primer viernes de marzo se celebrara el Día Nacional de la Oratoria, por iniciativa ciudadana promovida por Juan Francisco Ealy Ortiz, hoy, Presidente Ejecutivo y del Consejo de Administración de *El Universal*. Con varios eventos, en 2016, *El Universal* celebró su primer centenario de vida.

⁴⁹ Agencia EFE, “El diario El Universal, testigo centenario de la historia de México”, EFE, 28 de junio de 2016, <https://www.efe.com/efe/america/mexico/el-diario-universal-testigo-centenario-de-la-historia-mexico/50000545-2970502#>, (Consultada el 18 de agosto de 2017).

⁵⁰ *Ibíd.*

⁵¹ *Ibíd.*

⁵² Op. Cit.

⁵³ *El Universal*, “Historia Breve”, *El Universal*, <http://archivo.eluniversal.com.mx/pie/historia1.html>, (Consultada el 18 de agosto de 2017).

Entre las joyas hemerográficas que se guardan en el diario se cuentan “primeras planas con el ‘jueves negro’ en Wall Street en 1929; la nacionalización del petróleo en México en 1938; la Segunda Guerra Mundial (1938-1945) o la muerte de León Trotsky en el país en 1940”.⁵⁴

Los periodistas de *El Universal* también han sido testigos de acontecimientos históricos como “Los terremotos de 1957 y 1985 en suelo mexicano, la Revolución Cubana en 1959, el asesinato de Kennedy en 1963, la matanza estudiantil de Tlatelolco en México en 1968 o la conquista de la luna al año siguiente”.⁵⁵

A través de una plataforma, periodistas de la redacción *online* acceden a cables de agencias de noticias, pero también a viejos textos y fotografías, testigos de coberturas históricas para el diario.

Directorio de El Universal

- Presidente Ejecutivo - Juan Francisco Ealy Ortiz
- Director General - Juan Francisco Ealy Jr.
- Director Editorial - David Aponte
- Subdirector General Editorial - Carlos Benavides
- Subdirector de Opinión - Esteban Román

1.5.- Breve historia de El Universal *Online*

En 1996, *El Universal* incursionó en plataformas digitales. Desde el 1 de abril de ese mismo año, "*El Universal* se convirtió en un proveedor de servicios para los usuarios de Internet".⁵⁶

Los lectores del periódico accedían a los contenidos de las ediciones desde la comodidad de su computadora. "La actualización de la página se realizaba en la madrugada con cada edición del diario".⁵⁷

Actualmente, un grupo de tres redactores sigue realizando la transcripción de la edición impresa a Internet; a este equipo se le conoce como “carga nocturna”.

⁵⁴ Agencia EFE, “El diario El Universal, testigo centenario de la historia de México”, EFE, 28 de junio de 2016, <https://www.efe.com/efe/america/mexico/el-diario-universal-testigo-centenario-de-la-historia-mexico/50000545-2970502#>, (consultada el 18 de agosto de 2017).

⁵⁵ *Ibíd.*

⁵⁶ El Universal, “Historia Breve”, El Universal, <http://archivo.eluniversal.com.mx/pie/historia1.html>, (Consultada el 18 de agosto de 2017).

⁵⁷ *Ibíd.*

El 7 de marzo de 2001, bajo el mando de Juan Francisco Ealy Lanz Duret, nació eluniversal.com.mx. A la fecha, a pesar de los cambios, en el diseño y en el equipo que lo elabora, el portal de noticias es uno de los más visitados en México.

De acuerdo con información de Comscore, una empresa de investigación de marketing en Internet, la cual fue dada a conocer por el periodista Ciro Gómez Leyva en su noticiario en *Radio Fórmula*, El Universal es el sitio de noticias más leído en Internet.

“Durante el mes de enero de 2018, la página de *El Universal* se mantuvo como el sitio informativo más visitado de internet; con 13 millones 180 mil usuarios únicos; seguido de *Uno TV*, con siete millones 880 mil; tercer lugar *Televisa* con siete millones 742 mil”.⁵⁸

¿Qué es un usuario único? En términos resumidos, es la persona que ingresa a una página web, no importa las veces que vuelva. Luis García Esteban, de la agencia de marketing digital española *iProspect*, escribe en el blog de su compañía que “Un usuario único es identificado a través de una cookie, una única vez durante un tiempo máximo (definido por el webmaster), es decir, que por muchas veces que este usuario vuelva al sitio, únicamente se va a contabilizar una (siempre y cuando lo haga desde el mismo navegador)”.⁵⁹

En resumen, en enero de 2018, 13 millones, 180 mil personas, visitaron El Universal por lo menos una vez en el mes.

Directorio de El Universal Online (2017)

Presidente Ejecutivo - Juan Francisco Ealy Ortiz

Director General - Juan Francisco Ealy Jr.

Director Editorial - David Aponte

Coordinador General – Mario Landeros

Editor- Francisco Montaña

Editor - Gabriel Rojas

Editora - Carolina García

Jefe de Desarrollo de Aplicaciones Web – José Luis Cruz

⁵⁸ Radio Fórmula, “Radio Fórmula se mete al top ten de los sitios más visitados en México”, Grupo Fórmula, 1 de marzo de 2018, <https://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=729872&idFC=2018>

⁵⁹ García, Luis. “Descubre la diferencia entre usuarios únicos y visitas”, *iProspect*, 28 de agosto de 2013, <https://www.iprospect.com/es/es/blog/diferencia-usuarios-unicos-y-visitas/> (consultado el 20 de julio de 2017)

CAPÍTULO 2

2.1.- Mi historia en El Universal

El 15 de julio de 2015, tras una convocatoria que fue lanzada a través de la página web eluniversal.com.mx, y luego de un proceso de selección, fui elegido por Esteban Román, subdirector de Opinión de *El Universal*, como parte del equipo de becarios que se prepararía hasta el 15 de enero de 2016.

La convocatoria es lanzada cada seis meses y es dirigida a estudiantes de Comunicación y Periodismo. El primer filtro consiste en enviar una copia del currículum vitae a miembros del periódico, quienes, de ser seleccionado, someten al aspirante a una entrevista, en la que éste habla de sus fortalezas, de su trayectoria y de sus planes a futuro.

En mi generación había practicantes de varias escuelas de Comunicación, inclusive muchachos provenientes de otros estados de la República que buscaban una oportunidad en la Ciudad de México. Fui asignado a la redacción online. Durante seis meses, asistí en tareas básicas: redacción de notas, corrección de textos, monitoreo de medios y redes sociales, investigación y apoyo a reporteros y corresponsales.

A medida que pasaron las semanas, editores y redactores del periódico ayudaron a pulir mi redacción, no sólo para que ésta fuera cada vez más presentable, sino también para producir textos a gran velocidad, con el fin de presentarlos a tiempo a los lectores del diario, quienes demandan rapidez.

En *El Universal* también aprendí a jerarquizar información y adquirí nuevos conocimientos en los procesos de monitoreo de medios y administración de redes sociales.

Al terminar mis prácticas en *El Universal*, decidí tomar un descanso y dedicarme solamente a la escuela, sin embargo, unos cuatro meses más tarde, Francisco Montaña, actual editor y ex coordinador general de *El Universal* online, me invitó a integrarme a su equipo.

El 2 de mayo de 2016 comencé a laborar formalmente en *El Universal* online. Debido a lo ajustado de los horarios, tuve que dejar de asistir a clases y aprobé las materias de noveno semestre en exámenes.

Durante casi siete meses fui colaborador en la sección Mundo. En ese entonces, el principal reto fue el de la cobertura de las elecciones estadounidenses de 2016, en las que Donald Trump triunfó y se convirtió en presidente de Estados Unidos (ver anexo 2). Adicionalmente, a través de cables de agencias de noticias,

realicé curación de contenidos periodísticos⁶⁰ sobre otros temas de trascendencia mundial: la crisis política en Brasil (ver anexo 3), el Brexit (ver anexo 4) y atentados terroristas son algunos ejemplos.

Mediante la plataforma Grupos de Diarios de América (GDA) tuve acceso a textos de los principales medios de otros países, los cuales, mediante un acuerdo, pueden ser reproducidos en su totalidad en *El Universal*.

En su sitio web, la plataforma GDA se define como "un consorcio exclusivo integrado por los once periódicos independientes con más influencia en Latinoamérica: *La Nación* (Argentina), *O Globo* (Brasil), *El Mercurio* (Chile), *El Tiempo* (Colombia), *La Nación* (Costa Rica), *El Universal* (México), *El Comercio* (Perú), *El Nuevo Día* (Puerto Rico), *El País* (Uruguay), *El Nacional* (Venezuela) y *La Prensa Gráfica* (Salvador)".⁶¹ Cabe señalar que los textos de los miembros de GDA se utilizan principalmente en las secciones Mundo y Espectáculos.

A finales de noviembre de 2016, tras una reestructuración en el equipo, y el retiro de la ex editora Maribel Gutiérrez, se me asignó a la sección Metrópoli. La colaboradora que hasta ese momento se había dedicado a la sección, Ana Herrera, fue asignada a la fuente de Nación.

Como parte del equipo de Metrópoli me encargué de cubrir las situaciones que aquejan a los habitantes de la Ciudad de México y el Estado de México.

Mis funciones:

1. Monitoreo de los sitios de Internet y las cuentas de redes sociales de las dependencias y de los funcionarios de los gobiernos de las dos entidades, a fin de obtener información en tiempo real para redactar textos periodísticos.
2. Monitoreo de tendencias y de denuncias ciudadanas para elaborar notas informativas.
3. Asistencia a los reporteros de la sección, quienes envían sus trabajos a través de correo electrónico. Hice corrección de texto a las notas informativas, las ilustré con imágenes y las subí al servidor de *El Universal* online.
4. Gestión del sitio "Voz del Lector", en el que los lectores comparten sus denuncias ciudadanas.
5. Gestión del sitio Monitoreo Vial, en el que se comparten reportes proporcionados por la Secretaría de Seguridad Pública sobre la situación del tránsito en las vialidades de la urbe.

⁶⁰ La red social de profesionistas LinkedIn señala que la curación de contenidos se trata de cómo seleccionar, entre un gran volumen de información, aquella que es relevante y presentarla de manera resumida al lector; LinkedIn, "Fundamentos de la curación de contenidos", <https://www.linkedin.com/learning/fundamentos-de-la-curacion-de-contenidos?originalSubdomain=es>, (Consultado el 30 de junio de 2020).

⁶¹ GDA, "Quiénes somos", Grupo de Diarios de América, <http://gda.com/quienes-somos/>, (Consultado el 24 de diciembre de 2017).

6. Elaboración de gráficos multimedia de apoyo a los temas que cubre el diario.
7. Elaboración de guiones para videos que, mediante imágenes, ilustran los temas que cubre *El Universal* Metrópoli.
8. Jerarquización de información y ranqueo de los recursos que aparecen en el home de la sección.
9. Manejo de las cuentas de Facebook y Twitter de *El Universal* Metrópoli.

Además, colaboré en la sección Espectáculos y en el sitio de Facebook “Crónicas Animales”, que, como su nombre lo indica, proporciona historias y datos de interés a los amantes de las mascotas.

En mi paso por *El Universal*, cuatro fueron las coberturas que más me llenan de satisfacción: las elecciones estadounidenses de 2016 (Ver anexo 5); la explosión en el mercado de San Pablito, en Tultepec, a finales de 2016 (Ver anexo 6); los saqueos en el Valle de México, motivados por el aumento en los precios de los combustibles, a inicios de 2017 (Ver anexo 7); y las elecciones en el Estado de México (Ver anexo 8), también en 2017.

Además, junto a mi compañera Carolina García, dimos seguimiento a la crisis de seguridad que comenzó a gestarse en Ciudad de México desde el sexenio de Miguel Ángel Mancera (Ver anexo 9), y dimos visibilidad al fenómeno del feminicidio que azota al Valle de México.

A manera de *hobby*, en la sección de Espectáculos pude escribir acerca de aquellas películas y series de televisión que me gustan e incluso elaboré un gráfico multimedia sobre uno de los fenómenos culturales y taquilleros más rentables de los últimos años: El Universo Cinematográfico de Marvel.

Los miembros de la redacción online del periódico *El Universal* cuentan con horarios y días de trabajo escalonados, con el fin de que siempre haya integrantes listos para reaccionar en tiempo real a las noticias.

Mi horario era de 7:00 a 17:00 horas, de domingo a jueves, por lo que como parte de mis funciones se contaban el apoyo a las 'aperturas' o la información que presentaba el sitio en las primeras horas del día.

Cada sección del portal web cuenta con el apoyo del personal que labora para el impreso, incluyendo al editor y coeditor y reporteros; el número de colaboradores varía de fuente a fuente, siendo las de Nación, Metrópoli y Estados las que tienen más trabajadores a su disposición.

Los reporteros suelen trabajar bajo una agenda que se elabora durante la noche previa y dictar sus notas a los redactores online o enviar éstas a través de un correo electrónico; los integrantes de la redacción online deben pulir la redacción de estos compañeros y presentar los productos comunicativos de la manera más atractiva posible.

Los editores web son los encargados de decidir qué notas aparecerán en la portada de El Universal online, con qué cabeza y con qué fotografía.

Los redactores web también elaboran sus propias notas y cuentan a su disposición con internet y línea telefónica, así como televisión y radio para monitorear; si un reportero envía la misma información, suelen reforzarse los textos o, en su defecto, suele permanecer publicado el más completo.

Los reporteros del impreso también suelen apoyar al portal web y al área de redes sociales mediante la realización de videos en vivo; en algunas ocasiones, mi jefe directo llegó a pedirme participar en la realización de estos.

Como tal, no existen los temas prohibidos en el periódico, sin embargo, los editores también tienen a su cargo el revisar los temas que se publicarán, ya sea para ajustar con los ángulos de la información o con fines prácticos, como revisar que no haya errores ortográficos o de redacción.

Aunque la mayoría de los colaboradores de la redacción web habían estudiado Comunicación o Periodismo, también llegué a tener compañeros que estudiaron Sociología y Ciencias Políticas, e incluso estuve a cargo de un becario que estudiaba Gastronomía.

2.2.- Del impreso al Internet

Según un estudio realizado por la consultora Ipsos EGM, el cual fue retomado por la agencia de noticias EFE, “el tiraje actual de *El Universal* es de 180 000 ejemplares y sus lectores diarios suman en promedio 285 000”.⁶² A la versión impresa la componen las siguientes secciones:

Nación

Metrópoli

Mundo

Estados

Opinión

Cartera

Deportes

Espectáculos

⁶² Agencia EFE, “El diario El Universal, testigo centenario de la historia de México”, EFE 28 de junio de 2016, <https://www.efe.com/efe/america/mexico/el-diario-universal-testigo-centenario-de-la-historia-mexico/50000545-2970502#>, (Consultada el 18 de agosto de 2017).

Cultura

Ciencia y Salud

Techbit

Menú

Todos los materiales del impreso se reproducen para ser compartidos en Internet por un grupo de tres redactores que laboran desde las 22:00 horas a las 6:00 horas del día siguiente. El equipo tiene acceso a documentos PDF en los que se aloja el texto elaborado por los periodistas de la versión impresa, éste se copia y se sube a la plataforma de *El Universal* online. Estos periodistas también tienen acceso a cables de agencias de noticias y a fotografías mediante un programa de administración editorial conocido como GN4.

Los encargados de secciones revisan que las notas se hayan reproducido de manera adecuada, e incluso pueden cambiar los encabezados y las fotografías, si las modificaciones benefician al consumo por Internet; así lo hice yo durante mi estancia laboral.

2.3.-Escribir en papel no es lo mismo que escribir para Internet

¿Cuáles son las principales diferencias entre los textos para un impreso y los trabajos para un medio digital?

De acuerdo con información publicada en la edición para Internet de la revista *Forbes*, *The New York Times*, uno de los líderes de los medios de comunicación en Estados Unidos, realizó un estudio sobre lo que implica escribir en papel y escribir para Internet.

The New York Times entrevistó a “más de 300 periodistas y 50 medios de comunicación, entre electrónicos e impresos, y se concentró en los competidores digitales de los diarios tradicionales”.⁶³

En el estudio resaltan cinco puntos:

1.- La necesidad de adaptar los contenidos impresos a otros que faciliten la lectura en medios electrónicos y móviles; la importancia de un SEO (Search Engine Optimization que se traduce 'Optimización para motores de búsqueda') profundo, de las etiquetas digitales, y de las galerías e infografías.

El problema con algunos de los textos de *El Universal*, es que desde su preparación para el impreso, no se prevenía que estos formarían parte de una edición digital, y buena parte de los encabezados no eran óptimos para

⁶³ Rubén Vázquez “Diarios impresos vs. Diarios digitales”, *Forbes*, 17 de julio de 2014, <https://www.forbes.com.mx/diarios-impresos-vs-diarios-digitales/>, (Consultado el 15 de agosto de 2017).

'venderse' en línea, puesto que sus títulos incluían abreviaturas o metáforas que los usuarios de Internet no suelen utilizar como términos de búsqueda.

2.-Los procesos de operación deben responder a la nueva forma de producir noticias, así como a las facultades y responsabilidades de cada miembro de la redacción; es preciso recordar que los periodistas digitales también operan sitios webs, editan audio y video, toman fotografías, y administran redes sociales.

Entre las quejas más comunes entre mis compañeros, la carga de trabajo se contaba entre los primeros lugares. Mientras periodistas de la edición impresa disponían de tiempo para desarrollar sus textos y revisarlos, la inmediatez ocasionaba una carga de tareas dispareja, en comparación con los miembros de la redacción online.

3.- Las noticias deben tener continuidad y presentar matices que capturen a los lectores; analistas de métricas pueden ayudar a determinar el perfil del usuario que visita el sitio, a fin de tratar de satisfacer sus necesidades.

Aunque hay quien opina que *El Universal* es el sitio más leído por mera tradición, lo cierto es que pocos medios informativos desarrollan coberturas como este diario. De un sólo hecho informativo, suelen buscarse historias y datos que ayuden a abordar el tema desde todos los ángulos posibles, siempre pendientes a la actualización, para que en ningún momento la información se vea rebasada.

4.-Es importante llevar los textos a la mayor parte de canales de socialización posibles, porque buena parte de los lectores llegan a través de plataformas como redes sociales.

Además de las cuentas de redes sociales principales de *El Universal*, cada sección tiene sus cuentas de Facebook y Twitter, las cuales ayudan a generar tráfico desde el momento en que un texto se termina, sin necesidad de que éste tenga que esperar a ser publicado, por ejemplo, en la cuenta principal de Facebook, la que más tráfico genera al sitio.

5.-El nombre y la tradición no son garantía. Sin una buena estrategia de producción de noticias y sociabilización, los lectores podrían preferir otros contenidos.

Alan Rusdridger, quien fue director del periódico inglés *The Guardian*, uno de los más importantes del planeta, habló a El Mundo sobre el papel y las condiciones de vida de los periodistas digitales:

Me consta que en algunos lugares los periodistas están cada vez más explotados y frustrados con su profesión. Lo que necesitamos son empresarios que destinen el tiempo y las inversiones a descubrir lo que realmente es este nuevo medio. Veo gran periodismo tanto en los medios digitales como en medios impresos, y creo

que lo que debemos hacer es dejar de debatir si un medio es mejor que otro. Las dos son grandes formas de periodismo. Estoy convencido de que la nueva era del periodismo digital será enriquecedora y poderosa.

Las nuevas generaciones son más visuales y la gente joven apenas lee periódicos. Si más del 40% del tráfico en Internet te llega por el móvil, y la gente entra hasta más de 10 veces al día, lo último que puedes hacer es lamentarte. Nuestra misión es adaptarnos a la audiencia.

Muchos periodistas siguen manteniendo una relación obsesiva con el texto. Y el texto es primordial, pero también hay otras formas: se puede contar en video, o 'en vivo', o usando las redes sociales.

Algunos están intentando dar marcha atrás al reloj y replicar el mismo modelo económico de la prensa tradicional, que todo el mundo tenga que pagar para ver lo que hay en tu portal de Internet. Pero así no es cómo se comporta la gente en esta cosa increíble que se llama Internet. Lo que tenemos que hacer es ir donde está la audiencia y aprender con ellos, ver cómo crean, comparten, distribuyen o incorporan contenidos. De alguna manera tenemos que ser como los comerciantes que salen al encuentro de lo que la gente demanda (...) Creo que estamos sólo en el principio de ese viaje, pero el periodismo tiene que ser abierto.⁶⁴

En la introducción de este trabajo de titulación, se da cuenta de que Paula María Pérez Blanco en su texto "El Periodismo en la era digital" para *El País* menciona cuatro elementos básicos para el periodismo digital: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, frecuencia de actualización.

Hassel Fallas, del diario *La Nación*, habla sobre tres de éstos:

Elemento multimedial: capacidad de contar las historias combinando texto con imágenes, audios, videos y gráficos a la vez".⁶⁵ Debido a la urgencia de integrar más plataformas a sus textos, *El Universal* cuenta con departamentos de fotografía, e incluso de video y de radio, para dotar de elementos multimedia a las notas que así lo requieran.

"Elemento hipertextual: posibilidad de que el documento albergue otros por medio de enlaces (hipervínculos) para que el lector vaya a otro o más textos, imágenes y sonidos, y así profundice en antecedentes sobre la información de su interés".⁶⁶ A través de notas relacionadas y destacadas, *El Universal* invita a sus lectores a no despegarse de la información, y de conocer antecedentes y consecuencias de ésta.

⁶⁴ Carlos Fresneda. "Alan Rusbridger: 'Hará falta reinventar el periodismo'", *El Mundo*, 31 de mayo de 2015, <http://www.elmundo.es/cronica/2015/05/31/5569ac93e2704e306f8b457c.html>, (Consultado el 18 de agosto de 2017).

⁶⁵ Hassel Fallas, "Cómo escribir textos ideales en Internet", *La Nación*, 21 de abril de 2013, http://www.nacion.com/ocio/artes/escribir-textos-ideales-internet_0_1336866399.html, (Consultado el 29 de agosto de 2017).

⁶⁶ *Ibíd.*

“Interactividad: característica que permite al lector ser una parte activa en la comunicación. El lector decide el orden de la lectura, participa en foros, difunde mensajes, comenta y responde los contenidos publicados”.⁶⁷ En su plataforma, *El Universal* da la oportunidad a usuarios de colocar comentarios, además, en las plataformas de redes sociales, se invita a la abierta participación sin censura.

Sobre la frecuencia de actualización, hay que señalar que en los sitios de noticias por Internet impera el contenido temporal, “que supone un contenido informativo que aprovecha una inicial y rápida ascendencia en visitas”⁶⁸, por lo que debemos recordar que los lectores siempre estarán buscando los últimos acontecimientos en torno a una noticia.

No todos los elementos mencionados se hacen presentes en los textos que pueden consultarse en Internet, sin embargo, Hassel Fallas indica que “al menos alguno de ellos (...) deben incluirse en la escritura digital, la cual exige ir al grano, ser rápida y efectiva a causa del dispositivo en el que leemos”.⁶⁹

Una de las críticas en torno al contenido que elabora *El Universal*, es que algunos de sus notas, sobre todo las que responden a un acontecimiento de último momento, son ‘muy cortas’, sin embargo, creo que esto ayuda a las personas que no disponen de mucho tiempo para leer textos enormes, muchas veces presentados por la competencia.

Hassel basa la información que presenta en investigaciones llevadas a cabo por Jakob Nielsen y la Universidad de Poynter, ubicada en Florida, Estados Unidos, las cuales dicen que quienes leen en Internet “escanean los documentos, y eligen palabras clave o párrafos donde está la información que necesitan”.⁷⁰

El texto de *La Nación* también recoge las palabras de Rosalía Orozco, jefa del Centro de Formación en Periodismo Digital de la Universidad de Guadalajara, quien asegura que “Al escanear el texto, el usuario decide si le interesa o no, y si lo comenta, comparte o copia. Por eso, la escritura para Internet debe ser breve, con párrafos cortos e ideas claras y directas. Aunque hay excepciones, la longitud de los escritos no debería superar las 600 palabras”.⁷¹

El texto de *La Nación* muestra una sugerencia de Toñi Ricoy, asesora en comunicación en línea y profesora de la Universidad de Alcalá de Henares, quien recomienda no utilizar referencias temporales ni localismos, porque un texto puede

⁶⁷ Hassel Fallas, “Cómo escribir textos ideales en Internet”, *La Nación*, 21 de abril de 2013, http://www.nacion.com/ocio/artes/escribir-textos-ideales-internet_0_1336866399.html, (Consultado el 29 de agosto de 2017).

⁶⁸ “Diferencia de contenido atemporal, temporal y de tendencia”, *Noticias SEO*, 18 de enero de 2018, <http://noticiasseo.com/consejos-seo/diferencia-de-contenido-atemporal-temporal-y-de-tendencia>, (Consultado el 6 de enero de 2018)

⁶⁹ *Op. Cit.*

⁷⁰ *Ibíd.*

⁷¹ *Ibíd.*

ser leído en otro huso horario e incluso en otra fecha. La experta también pide utilizar un español neutro, recordando que vivimos en un mundo globalizado y no optar por las metáforas o las figuras literarias al momento de encabezar un texto, ya que estas podrían afectar al SEO, y evitar que los trabajos lleguen a más personas. Lo correcto es utilizar palabras clave, esas que utilizarías para buscar información de tu interés en Google.

Por ejemplo, el jueves 24 de agosto de 2017, en su sitio de Internet, *La Jornada San Luis* publicó un texto de la agencia de noticias Reuters al que sus trabajadores dieron el título de “Presentarán juguetes de ‘Los últimos Jedi’ con realidad aumentada”⁷². La nota habla de productos de los personajes de la saga de la Guerra de las Galaxias, los cuales podrán ser adquiridos por los fans. Es probable que si los redactores de *La Jornada San Luis* hubieran integrado las palabras “*Star Wars*” o “Guerra de las Galaxias” a su título, su nota podría haber tenido más impulso en Internet; “Presentarán juguetes de *Star Wars*: ‘Los Últimos Jedi’”, podría ser un mejor título.

Es por casos como el anterior que los redactores de *El Universal* online se ven obligados a cambiar cabezas. En mi caso, entre los ejemplos más comunes se contaban “Miguel Ángel Mancera” en lugar de “MAM”, “Central de Abasto”, en lugar de “CEDA”, o “Metro” en lugar de “STC”.

Google tiene una herramienta que puede ayudar a los periodistas digitales a incluir términos populares en sus encabezados o en el cuerpo de sus textos: “Con la herramienta Google *Trends* pueden descubrirse los términos de búsqueda más habituales sobre un tema, y evaluar su peso para incluirlos como palabras clave en un documento de alcance global o para un país en particular”.⁷³

Basta con entrar a Google *Trends* para consultar cuáles son los temas que la gente está consumiendo en Internet en tiempo real, ya sea en nuestra ciudad, en nuestro país, o en otras regiones del mundo.

El 25 de agosto de 2017, a las 8:26 horas, los cinco temas más consultados en nuestro país eran los siguientes:

1.- Violencia contra la mujer, Día Naranja, Instituto Nacional de las Mujeres, Organización de las Naciones Unidas

Por la iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para visibilizar y combatir la violencia contra las mujeres; el día 25 de cada mes, los

⁷² Reuters, “Presentarán juguetes de ‘Los últimos Jedi’ con realidad aumentada”, *La Jornada San Luis*, 24 de agosto de 2017, <http://lajornadasanluis.com.mx/ultimas->, (Consultada el 25 de agosto de 2017).

⁷³ Hassel Fallas, “Cómo escribir textos ideales en Internet”, *La Nación*, 21 de abril de 2013, http://www.nacion.com/ocio/artes/escribir-textos-ideales-internet_0_1336866399.html, (Consultado el 20 de agosto de 2017).

partidarios de esta iniciativa visten una prenda color naranja para buscar crear conciencia sobre este problema.

2.- Cámara de Diputados, Ciudad de México, Morena

Por el destape de Claudia Sheinbaum como virtual candidata a la jefatura de Gobierno de la Ciudad de México.

3.- Tamaulipas Metanfetamina, Heroica Matamoros, Nuevo Laredo

Por el aseguramiento de un cargamento de 37 kilogramos de metanfetamina.

4.- Día del Abuelo, Ciudad de México

Por la celebración del Día del Abuelo

5.- Partido Revolucionario Institucional, José Antonio Meade Kuribreña, Emilio Gamboa Patrón, Aurelio Nuño Mayer, Senado de México, Enrique Peña.

Por una encuesta en Twitter que señalaba que José Antonio Meade era el mejor candidato para representar al PRI en las elecciones de 2018.

Esta herramienta también puede ayudar a los profesionales de la comunicación a elegir los términos que son más buscados en Internet.

Volvamos al ejemplo de *La Jornada San Luis*. Dos opciones parecen ser adecuadas para incluirse en el encabezado: “*Star Wars*” y “Guerra de las Galaxias”.

En la sección “Explorar Temas” de Google *Trends* podemos comparar los dos términos. El 25 de agosto de 2017, a las 8:34 horas, de acuerdo con la información presentada por la herramienta, durante los últimos 12 meses, la gente había incluido los términos “*Star Wars*” con más regularidad en sus búsquedas en Internet.

2.4.- Consejos para escribir en SEO (Search Engine Optimization)

Desde España, colaboradores de *El Economista* suelen dar capacitación al personal de *Economía Hoy* en México. Entre las lecciones se cuentan las siguientes para posicionar de mejor manera los trabajos que la redacción desarrolla:

Keywords

Es necesario que quienes escriben para medios web utilicen en sus textos *keywords*, o palabras clave.

Las *keywords* pueden estar compuestas por una o por varias palabras⁷⁴, y tratan de aprovechar los términos que las personas utilizan para realizar búsquedas en plataformas como Google.

Se recomienda que en los títulos de los textos, las *keywords* sean colocadas lo más a la izquierda posible, o al inicio. Asimismo, hay que repetir estas palabras clave en los cuerpos de las notas de artículos, siempre de manera natural. Editores web con los que he trabajado señalan que el porcentaje de uso de las palabras clave es relativo, según el tipo de producto comunicativo y la densidad de éste.

Google advierte que “las páginas repletas de palabras claves o números constituyen una mala experiencia para el usuario y puede afectar el ranking de tu sitio”⁷⁵ e invita a la elaboración de contenidos útiles con mucha información y que utilicen las palabras clave de manera apropiada y en contexto.

Pueden utilizarse variaciones de *keywords*; por ejemplo: "López Obrador" o "AMLO".

Cabezas de descanso (*Heads*)

Los subtítulos, o cabezas de descanso, son elementos que, además de ayudar a jerarquizar la información brindada a los lectores, dan relevancia y ayudan a dar posicionamiento a las *keywords*. Es recomendable utilizar la *keyword* principal en uno de cada tres subtítulos.

En el lenguaje *HyperText Markup Language* (HTM), que hace referencia al lenguaje utilizado para la elaboración de páginas web, los subtítulos reciben el nombre de "Títulos H2" bajo esta lógica, el título principal del texto es llamado "Título H1".

Es importante que los títulos H2 hagan referencia al texto que se muestra a continuación, o a los sitios web a los que redireccionan, a fin de no ser considerados *spam*.

Puede haber información secundaria dentro de los subtítulos, lo que permitiría hablar de títulos H3, H4, e incluso H5 y H6; aunque algunos editores web consideran que no debe haber más de dos o tres subtítulos.

⁷⁴ También pueden utilizarse oraciones que puedan arrojar resultados en Internet o *long tail words*, que “son frases más largas que las personas buscan en línea, a menudo cuando están listas para comprar o buscan información precisa”, Entrepreneur, "How to Identify the Best Long-Tail Keywords", Entrepreneur, <https://www.entrepreneur.com/article/349968>, (Consultado el 30 de junio de 2020).

⁷⁵ Google, “Uso excesivo de palabras clave”, <https://support.google.com/webmasters/answer/66358?hl=es>, (Consultado el 30 de junio de 2020).

Material gráfico (Alt)

Es preciso saber que los buscadores como Google suelen no interpretar las fotografías del sitio web, sino más bien, el texto que las rodea y el nombre que reciben. Por tal motivo, es importante que al subir material gráfico al gestor del sitio se utilicen *keywords* para posicionar el artículo.

También es recomendable que las palabras clave aparezcan en el pie de foto que se da a las imágenes. Es preciso mencionar que los editores web consideran que el recurrir a fotos o videos llamativos repercute en las entradas que recibe el texto.

Enlaces

Expertos de *El Economista* de España advierten que los buscadores leen los *links* de los textos, no los titulares, por lo que es importante incluir enlaces.

Los enlaces internos permiten vincular artículos dentro del mismo portal, y los externos vinculan con información de otras páginas web. Es necesario que los enlaces internos aporten información extra al lector, y que estén colocados con sentido; no hay un mínimo ni un máximo, todo depende de la importancia de la información.

Es importante mencionar que los enlaces externos deben ser utilizados sólo en caso necesario, como cuando se trata de dar crédito a las investigaciones exclusivas de otro medio; sin embargo, estos enlaces también pueden direccionar a portales oficiales del gobierno y de instituciones públicas.

Portada

En los equipos web, suele haber colaboradores que entre sus funciones tienen la edición y la manipulación de las portadas. Cabe señalar que se considera que la portada es el lugar del sitio con más popularidad, y el cual da posicionamiento a la información más importante.

En la portada también es importante utilizar palabras clave para posicionar los temas y ayudar a dar popularidad a los trabajos destacados.

Noticias relacionadas

El diseño de las páginas web de noticias también suelen incluir espacio para enlaces relacionados, mejor conocidos como noticias relacionadas, las cuales son visibles, no en el cuerpo del texto; éstas ayudan a fortalecer el posicionamiento de la URL hacia la que apuntan. Es recomendable no repetir los enlaces que ya fueron incluidos en el texto.

Tags

Las páginas web también dan espacio a los *tags*, etiquetas de contenido que agrupan las noticias y artículos de una misma temática bajo una única URL. Son considerados una herramienta poderosa para agrupar contenido.

2.5.- La voz de la experiencia

Carolina García tiene más de 10 años de experiencia en periodismo digital; desde el inicio de su carrera laboral ha colaborado en *El Universal*. Actualmente, la periodista ocupa el puesto de editora web.

En entrevista, solicité a Carolina García que resuma el trabajo que, junto con su equipo, ella realiza día con día: "Reaccionar a los hechos que están ocurriendo en ese momento, en el país, en el mundo o en la Ciudad de México".

García señala que es importante corroborar los datos que los colaboradores de *El Universal* reciben, esta tarea "abarca material multimedia, como videos, fotos, audios, y demás material que pueda ser sujeto a tener características periodísticas".

"Una vez corroborada la autenticidad de la información, tenemos que darle forma a ese contenido", expresa la periodista.- "Es distinta la manera en la que manejamos la información a como se haría en otras plataformas como radio, televisión, o el mismo periódico".

Carolina García también recuerda que ya que *El Universal* cuenta con un impreso, es importante darle sentido al material de éste cuando se visualiza en Internet.

El 19 de septiembre de 2017, *El Universal* fue uno de los primeros medios en publicar, en tiempo real, que un sismo afectaba a la capital del país. Esa nota informativa fue escrita por Carolina García, quien redactó el texto mientras la mayoría de sus compañeros evacuó la empresa, y aún sin ser consciente de los alcances que tendría el desastre natural.

Y es que para la editora web, otra de las partes fundamentales de un sitio web son las noticias en tiempo real, conocidas en el medio como *breaking news* (noticias de última hora).

"Durante un *breaking news* tenemos que reaccionar lo más pronto posible", explicó García, quien advirtió que en estas coberturas es imperativo no precipitarse, aunque el hecho esté sucediendo a la vuelta de la esquina: "Como en cualquier otra publicación, nos esforzamos por informar lo más cercano a la verdad".

La colaboradora de *El Universal* señaló que es importante dar seguimiento a todas las noticias, "ya que lo que comienza como un hecho aislado, puede terminar repercutiendo a la vida nacional. De igual forma, las noticias evolucionan, y una que comienza en la sección de Deportes pasa a Seguridad, o la que empieza como un tema local, seguir su desarrollo en Nacional; la información evoluciona, y tenemos que llevar toda esa línea hasta los lectores", concluye García.

CAPÍTULO 3

3.1.- ¿Cómo utilizan el Internet los mexicanos?

A continuación, enlistaré algunos datos de la Asociación de Internet.mx, que ayudarán a comprender por qué son cada vez más las empresas que deciden girar su mirada al mercado digital. Las cifras forman parte de la edición 14 del Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018.

En primer lugar, es preciso mencionar que a partir de la Reforma en Telecomunicaciones, promulgada el 10 de junio de 2013 por Enrique Peña Nieto, quedó establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que el acceso a Internet es un derecho para todas las mexicanas y mexicanos. Con la mencionada reforma, México se convirtió en el octavo país en el mundo que garantizó el derecho a Internet a sus ciudadanos.

“La importancia de internet es que es un habilitador de otros derechos fundamentales como el derecho a la información, derecho a la privacidad y derecho de acceso a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC’s), a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones”⁷⁶, puede leerse en el sitio web de la Secretaría de Gobernación.

De acuerdo con la Asociación de Internet.mx, hasta finales de 2017, en México había 79.1 millones de usuarios de Internet, un crecimiento de 11.5 % respecto a 2013, cuando en nuestro país se contaban 51.2 millones de usuarios conectados a la web.

“Por grupos de nivel socioeconómico, desde 2013 a 2017 la mayor tasa de crecimiento la registró la población de ingresos bajos, con un promedio anual de 37 % pasado de 3.6 millones de usuarios a 12.7 millones de usuarios, y superando en términos cuantitativos por primera vez, desde que se realiza el estudio, al grupo de ingresos altos”⁷⁷, destaca *El Economista*.

Sergio Carrera Riva Palacio, vicepresidente de Investigación de la Asociación de Internet.mx, consideró que el incremento de acceso a Internet observado en este sector de la población podría deberse a la proliferación de puntos de acceso público y a que disminuyeron los precios de los equipos para conectarse a la red.

El estudio también arrojó que la mayoría de los mexicanos se conecta a Internet durante la mañana y la noche, en horarios que van de las 6:00 a las 9:00

⁷⁶ Secretaría de Gobernación, “En México, el acceso a internet es un derecho constitucional”, Secretaría de Gobernación, <https://www.gob.mx/gobmx/articulos/en-mexico-el-acceso-a-internet-es-un-derecho-constitucional>, (Consultado el 19 de noviembre de 2019).

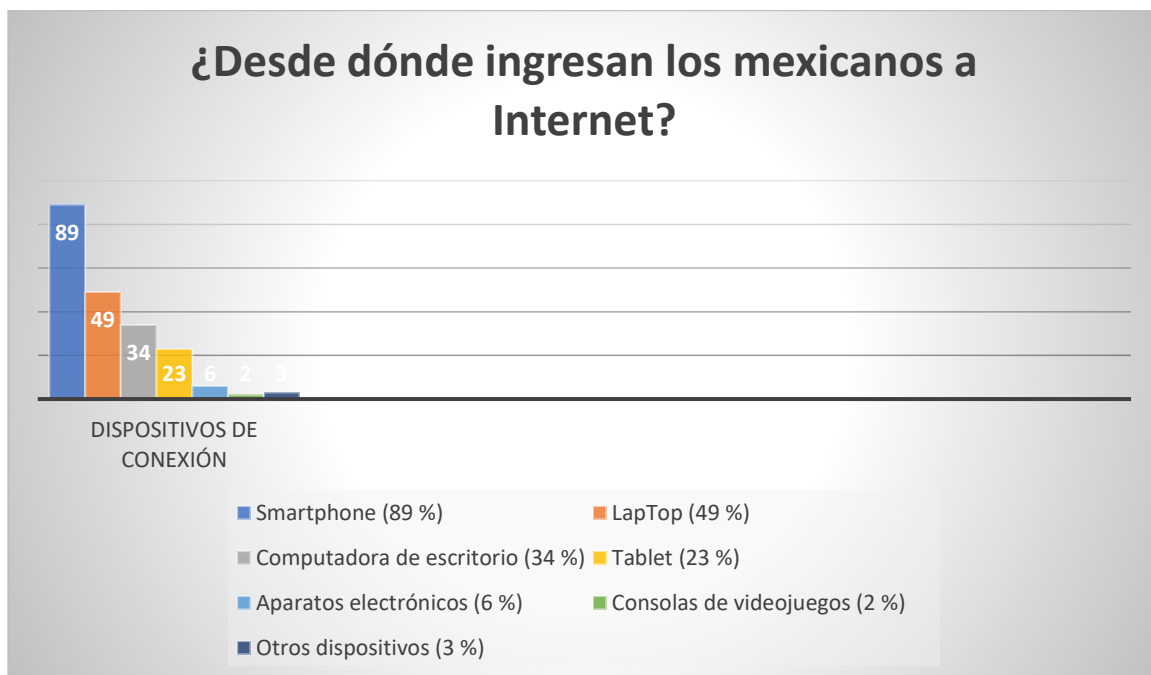
⁷⁷ León A. Martínez, “7 gráficos sobre los usuarios de internet en México en 2018”, *El Economista*, <https://www.economista.com.mx/tecnologia/7-graficos-sobre-los-usuarios-de-internet-en-Mexico-en-2018-20180517-0077.html>, (Consultado el 19 de noviembre de 2019).

horas, y de las 21:00 a las 00:00 del día siguiente; también se encontró que las menores horas de conexión se ubican entre 12:00 y las 14:00 horas.

La Asociación de Internet.mx también sugirió que el Internet logró desplazar a medios tradicionales de información como la televisión y la radio; su estudio asegura que al día, los mexicanos pasan 11.43 horas sin exponerse a Internet, la televisión o la radio, pero “las horas restantes se reparten en una conexión a internet de 8 horas y 12 minutos al día, 3 horas frente al televisor sin internet y 1 hora 45 minutos escuchando el radio sin internet”⁷⁸.

¿Desde dónde ingresan los mexicanos a Internet? Los datos de la Asociación de Internet.mx indican que el dispositivo favorito es el *Smartphone*, desde donde se conectan aproximadamente 9 de cada 10 mexicanos.

Al Smartphone le sigue la *lap top*, desde la que ingresan 5 de cada 10, luego la computadora de escritorio, la *Tablet*, los aparatos electrónicos, y las consolas de videojuegos.

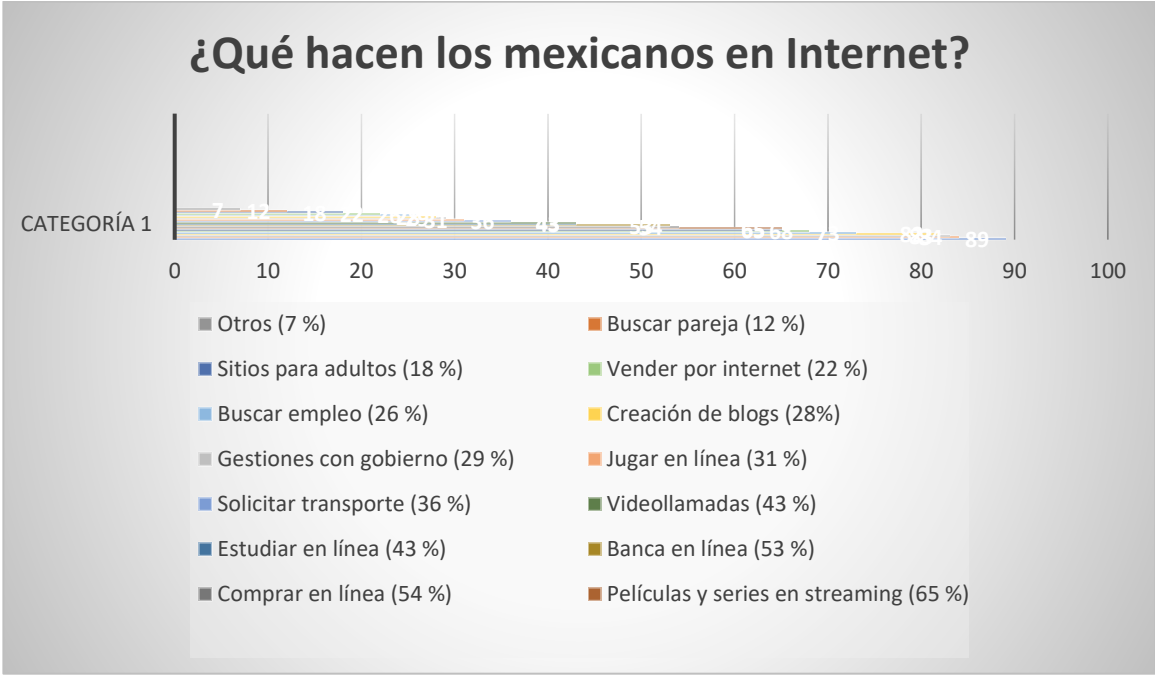


Datos de la edición 14 del Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018, realizado por la Asociación de Internet.mx

¿Y qué hacen los mexicanos en Internet? De acuerdo con la investigación, la actividad favorita es el acceder a redes sociales, pasatiempo del 89 % de los

⁷⁸ León A. Martínez, “7 gráficos sobre los usuarios de internet en México en 2018”, El Economista, <https://www.economista.com.mx/tecnologia/7-graficos-sobre-los-usuarios-de-internet-en-Mexico-en-2018-20180517-0077.html>, (Consultado el 19 de noviembre de 2019).

internautas. A las redes sociales siguen como actividades predilectas el enviar y recibir *mails*, enviar y recibir mensajes instantáneos, y buscar información.



Datos de la edición 14 del Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018, realizado por la Asociación de Internet.mx

El auge de las redes sociales entre los internautas ha obligado a los periodistas a modificar sus hábitos de trabajo y consumo; así se discutió en 2013 durante el evento BBC Social Media Conference, en el que compañías de medios de comunicación debatieron sobre las ventajas y características de estos medios. El sitio web compartió algunas de las conclusiones a las que llegaron los expertos:

Las redes sociales son de utilidad para encontrar nuevos ángulos a las noticias; permiten cubrir acontecimientos en tiempo real. Estas plataformas deben formar parte de la sala de redacción de los medios, ya que son herramientas con las que se confirman o se encuentran datos en tiempo real; se cree que llegará un momento en el que todos los periodistas serán especialistas en desarrollar contenidos multimedia.

A pesar de que las redes sociales pueden facilitar el trabajo, es primordial la verificación de datos; es necesario mantener los valores del periodismo tradicional e investigar a detalle el contenido que será presentado en un medio digital.

La interacción con el público es un aspecto que debe ser cuidado, pero también es importante vigilar que no se inviertan los papeles, ya que, aunque los lectores contribuyen con grandes aportes, éstos no deben sustituir las labores del periodista.

Ante la importancia de las coberturas en vivo, es vital la utilización correcta de elementos propios de las redes sociales, como *tuits*⁷⁹ y *hashtags*⁸⁰, y la profundización en elementos como el *streaming*⁸¹.

El estudio Periodistas y Redes Sociales, realizado en España por Janssen Observer, y presentado en conjunto por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España y la Asociación Nacional de Informadores de la Salud, encontró que aproximadamente el 70 % de los periodistas ya emplea las redes sociales en sus trabajos.

La investigación también buscó describir al periodista actual:

“Tiene entre 23 y 30 años. Pero lo que más le caracteriza es que es un nativo digital que considera las redes sociales tanto como una fuente de información como de opinión”⁸².

Redes sociales como *Facebook* permite a empresas comprar anuncios en su plataforma, dato que deben tomar en cuenta quienes dirigen sitios digitales de noticias, ya que los datos de la Asociación de Internet.mx señalan que “1 de cada 3 usuarios de Internet interactúa con la publicidad digital”⁸³.

¿Cuáles son las redes sociales predilectas? La Asociación de Internet.mx encontró que la mayoría de los usuarios de internet interactúa con *Facebook*, *Whatsapp* y *Youtube*; *Twitter* e *Instagram* también son de las favoritas:

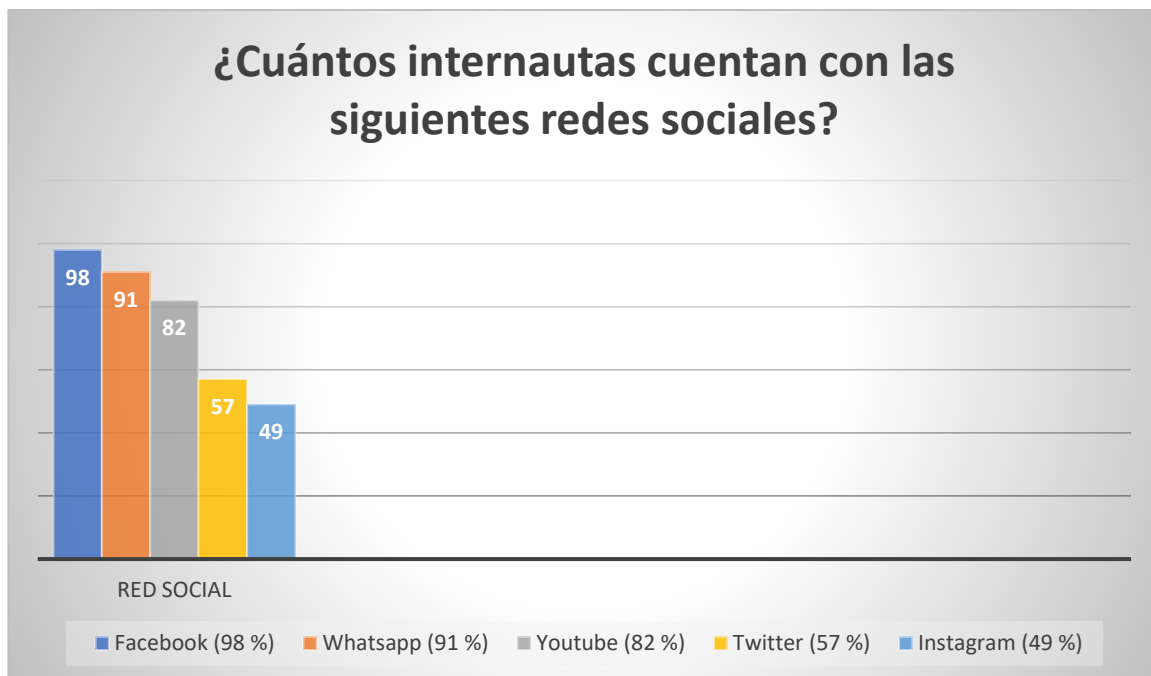
⁷⁹ Definido por la Real Academia Española como “Mensaje digital que se envía a través de la red social Twitter y que no puede rebasar un número limitado de caracteres”.

⁸⁰ El hashtag se utiliza para marcar palabras clave o temas en redes sociales; sirve como vínculo de búsqueda, indicar el 'tono de la conversación (suelen llevar una carga significativa de humor, protesta, etc), e impulsar campañas de marketing (Wayra Ficapal, “10 consejos para un buen uso de los hashtags”, La Vanguardia, <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/redes-sociales/20131101/54392531436/hashtags-twitter-facebook-instagram.html#:~:text=El%20s%C3%ADmbolo%20%23%2C%20llamado%20hashtag%2C,para%20enriquecer%20las%20conversaciones%202.0.,> (Consultado el 1 de agosto de 2020).

⁸¹ Se refiere a contenido de medios, en vivo o grabado, que se puede disfrutar en dispositivos móviles a través de Internet y en tiempo real; un reporte a través de un video en vivo es un ejemplo de cómo puede utilizarse esta herramienta en periodismo.

⁸² Social Media Marketing, “Las redes sociales son una herramienta habitual para el 70% de los periodistas”, <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/las-redes-sociales-una-herramienta-habitual-70-los-periodistas>, (Consultado el 16 de septiembre de 2019).

⁸³ León A. Martínez, “7 gráficos sobre los usuarios de internet en México en 2018”, El Economista, <https://www.economista.com.mx/tecnologia/7-graficos-sobre-los-usuarios-de-internet-en-Mexico-en-2018-20180517-0077.html>, (Consultado el 19 de noviembre de 2019).



Datos de la edición 14 del Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018, realizado por la Asociación de Internet.mx

Un estudio del medio *Merca2.0* encontró que aunque el 81% de la población en México acostumbra informarse a través de periódicos, la manera en que se accesa a las noticias ha cambiado radicalmente con la llegada de los medios de comunicación digitales.

El informe de *Merca2.0* indica que sólo el 12.4% de los lectores prefieren el formato impreso, mientras que el 48.1% ya han migrado a los medios digitales; el resto se inclina por ambos formatos.

"El 47.6% de los mexicanos prefieren leer las noticias en Internet, de manera gratuita"⁸⁴, dio a conocer *Merca2.0* en 2018.

"La prensa escrita gratuita no parece constituir en la actualidad una amenaza real para los medios cuyo público compra habitualmente periódicos de información general editados en papel. Sin embargo, los medios digitales, y principalmente los nativos que no cuentan con una sólida imagen de marca, se ven en la obligación de

⁸⁴ Mesa Editorial Merca 2.0, "Los retos ante el consumo de noticias en Internet en México", <https://www.merca20.com/los-retos-ante-el-consumo-de-noticias-en-internet-en-mexico/>, (consultado el 25 de julio de 2020).

seguir ofreciendo información gratuita a sus lectores si desean seguir siendo relevantes en un mercado saturado de competidores"⁸⁵.

El Universal sigue manteniendo la gratuidad en su contenido web y mes con mes aparece en los rankings de los medios más consultados por los mexicanos.

Un medio de comunicación considerado igual de importante que *El Universal* es el periódico *Reforma*, sin embargo, éste cobra por consultar sus contenidos y está excluido de los rankings de los sitios web de noticias más consultados en nuestro país.

De acuerdo con *Merca2.0*, en 2019 la mayoría de los ciudadanos de nuestro país consultó las noticias en *El Universal*, *Aristegui Noticias*, *TV Azteca* y *CNN*, todos con contenido gratuito⁸⁶.

3.2.-Formando periodistas digitales en la UNAM

En enero de 2017, *Gaceta UNAM* dio cuenta del lanzamiento de *Grafema*, un esfuerzo de la comunidad de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de nuestra universidad que tiene como fin innovar los géneros periodísticos y favorecer la profesionalización de los alumnos.

Al respecto, María Antonieta Barragán, quien se desempeña como profesora de la materia Géneros Periodísticos y es integrante de la Comunidad Universitaria de Periodistas Especializados (CUPE) comentó que “desde la academia hay que profesionalizar al alumno, no esperar a que lleguen al mercado de trabajo”.⁸⁷

Una experiencia similar viví durante los semestres 8 y 9 de la licenciatura, cuando, por encargo de la profesora Silvia Pedraza, de Periodismo Digital y Nuevas Prácticas Periodísticas, respectivamente, junto con mis compañeros lanzamos nuestro propio medio.

Sentí gran satisfacción cuando mi artículo “Aquí todas tenemos miedo: Alerta de género en Edomex” fue uno de los más leídos de nuestro medio digital *El Elocuente* (ver anexo 10). El artículo puede consultarse en el link <https://elelocuenteblog.wordpress.com/2016/04/20/aqui-todas-tenemos-miedo-alerta-de-genero-en-edomex/>; la versión digital incluye videos y enlaces (una de las ventajas del periodismo web).

⁸⁵ Samia Benaissa Pedriza, “Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital”, *El Argonauta Español*, no. 16 (2019), <https://journals.openedition.org/argonauta/3855>, (consultado el 1 de agosto de 2020).

⁸⁶ Alejandro Chávez, "Infografía: Consumo de noticias en México", *Merca2.0*, <https://www.merca20.com/infografia-consumo-de-noticias-en-mexico/>, (consultado el 7 de julio de 2020).

⁸⁷ Rafael López. “Nuevo espacio virtual para formar periodistas”, *Gaceta UNAM*, 16 de enero de 2017, <http://www.gaceta.unam.mx/20170116/nuevo-espacio-virtual-para-formar-periodistas/>, (Consultado el 19 de septiembre de 2017)

En *El Elocuente*, como en los sitios webs, los trabajos de los participantes se dividían en secciones: Nación y Política, Salud, Cultura, Educación, Entretenimiento, y Deportes; también contaba con una portada, en la que los encargados de administrar la página web, colocaban los trabajos destacados. Los materiales eran distribuidos a través de redes sociales.

Cuando firmé contrato en *El Universal*, de inmediato colaboré en coberturas y se evaluó mi desempeño desde la realización de mi primer texto periodístico, ya que para obtener una plaza de manera definitiva, todos los trabajadores se someten a un periodo de prueba de tres meses.

Todas las asignaturas del programa de Comunicación de la FES Acatlán aportaron a mi desarrollo como comunicólogo, a continuación enlistaré las que considero más repercutieron en el desarrollo de mi actual profesión:

Primer semestre

- Desarrollo del Pensamiento Crítico

Objetivo: Integrar los procesos del pensamiento crítico a través de una investigación científica, con la aplicación de herramientas de cómputo y la elaboración de reportes descriptivos con creatividad.

La elaboración de protocolos de investigación y la discriminación de fuentes (para identificar cuáles aportan y son de mejor calidad) son de suma importancia para la elaboración de los productos informativos que elaboro día con día.

- Sociedad, Economía y Política del México Actual

Objetivo: Interpretar el contexto del sistema social mexicano actual a través de la integración de los diferentes análisis políticos, económicos, sociales y culturales con flexibilidad y sentido crítico.

Conocer los nombres y los perfiles de los personajes que marcan la agenda pública en México y el mundo es de suma importancia en el periodismo; considero que todos los que se desarrollan en este medio deben contar también con un contexto que les permita conocer de los puntos más importantes en la historia de la humanidad, así como los efectos que éstos siguen teniendo a la fecha.

- Competencias Comunicativas

Objetivo: Comunicar contenidos empleando diferentes lenguajes con coherencia, claridad, concisión, exactitud y originalidad para ampliar su capacidad de interacción.

Esta asignatura me enseñó a ordenar las ideas que tengo cuando estoy por elaborar un producto comunicativo; además, me brindó bases de ortografía y redacción que siguen siendo fundamentales en mi desarrollo profesional.

- Información en la web y presentaciones multimedia

Objetivo: Valorar la información de la web y aplicarla en el diseño de presentaciones multimedia en forma ética, creativa y responsable.

La asignatura fue uno de mis primeros acercamientos al negocio del Internet mediante la elaboración de distintos productos comunicativos.

Segundo semestre

- Investigación Documental

Objetivo: Integrar en diferentes textos informativos, el saber histórico y comunicativo en el estudio de los medios de comunicación en México, a través de la aplicación de técnicas de investigación documental, redacción periodística y herramientas de cómputo con flexibilidad y sentido crítico.

Al igual que la materia predecesora, Desarrollo del Pensamiento Crítico, reforcé los procesos de investigación que son llevados a cabo para elaborar procesos comunicativos.

- Desarrollo y Legislación de los Medios de Comunicación I

Objetivo: Comprender con sentido crítico los procesos históricos y legales implicados en el desarrollo y conformación actual de la prensa y la cinematografía en México.

Aprendí la historia de los medios de comunicación más influyentes en el país, las leyes que protegen al periodismo, y sobre las oportunidades en áreas de entretenimiento como cine y televisión.

- Géneros Periodísticos I

Objetivo: Producir notas informativas a través de la identificación del campo noticioso, acordes a las características de cada medio informativo con ética, libertad y responsabilidad social.

Adquirí la habilidad para escribir notas informativas de diversas fuentes, lo cual hago día con día desde que trabajo como periodista.

- Historia Mundial Contemporánea

Objetivo: Valorar la integración de los procesos históricos en las prácticas comunicativas, a través de la investigación documental de los principales acontecimientos mundiales de forma crítica y contextualizada.

Adquirí conocimientos en torno a política y geografía internacional, y comencé a ser consciente de que acontecimientos del pasado siguen afectando directa o indirectamente a nuestro entorno.

Tercer semestre

- Desarrollo y Legislación de los Medios de Comunicación II

Objetivo: Comprender los procesos implicados históricamente en la conformación actual de la radio y la televisión en México con sentido crítico.

Continué mi conocimiento acerca de la historia de los medios de comunicación en México.

- Géneros Periodísticos II

Objetivo: Producir entrevistas periodísticas acordes a cada medio y para otros ámbitos de la comunicación, con ética, libertad y responsabilidad social.

Adquirí la capacidad de realizar entrevistas a personajes de la esfera pública en diversos ámbitos, así como a presentar éstas de manera correcta en un medio de comunicación (dar sentido a la transcripción de las palabras del entrevistado).

- Mundialización y Globalización

Objetivo: Elaborar estudios monográficos orientados a valorar las implicaciones de la mundialización y globalización en el contexto actual, con sentido crítico y responsabilidad social.

Esta materia sumó al contexto histórico con el que cuento, y me ayudó a darme cuenta de que debido a que vivimos en un mundo conectado entre sí, lo que sucede del otro lado del mundo afectará, tarde o temprano, a mi entorno.

- Teoría Social

Objetivo: Elaborar de forma crítica diferentes lecturas de la realidad a través de la comparación de las distintas posturas de la teoría social.

El acercamiento a la Sociología y a sus teorías me hizo darme cuenta de la diversidad de opiniones y maneras de abordar un hecho.

Cuarto semestre

- Géneros Periodísticos III

Objetivo: Producir crónicas y reportajes, acordes a cada medio con ética, libertad y responsabilidad social

Los elementos con los cuales se realizan las crónicas y los reportajes también forman parte de mi trabajo diario.

- Fotografía y Diseño Editorial por Computadora

Objetivo: Diseñar con creatividad y responsabilidad productos comunicativos para diversos públicos y contextos con el apoyo de recursos computacionales.

Además de aprender elementos básicos de fotografía y video, adquirí habilidades de diseño editorial y composición de las imágenes que utilizo para ilustrar los productos que presento al público.

- Interacción Comunicativa

Objetivo: Proponer estrategias que favorezcan las relaciones humanas armónicas e incluyentes, a través del análisis de la dinámica y técnicas de la interacción comunicativa, con respeto y libertad.

Adquirí habilidades que me permiten dirigirme de manera correcta al público objetivo de los medios de comunicación para los que he trabajado.

Quinto semestre

- Edición Digital de Audio

Objetivo: Realizar ediciones y postproducciones de diversos tipos (música, video, multimedia, web, radio) con creatividad y responsabilidad social a través del dominio de los conceptos y técnicas básicos de la edición digital de audio y del uso del hardware y software necesarios.

Esta asignatura me brindó elementos que me permiten participar en la elaboración de productos multimedia que ayudan a cumplir con los requerimientos de un medio digital.

- Teoría de la Expresión

Objetivo: Analizar textos y discursos a través de la aplicación de diversas teorías de la expresión, con sentido crítico y propositivo.

Pude contar con mayor bagaje cultural y comunicativo, el cual hoy me permite abordar los temas sobre los que escribo.

Sexto semestre

- Edición Digital de Video

Objetivo: Realizar ediciones y postproducciones audiovisuales destinadas a diferentes soportes para web, televisión y presentaciones multimedia, con creatividad, calidad y responsabilidad social a través del dominio de los conceptos y técnicas básicos de la edición digital de video y del uso del hardware y software necesarios.

Esta asignatura me brindó elementos que me permiten participar en la elaboración de productos multimedia que ayudan a cumplir con los requerimientos de un medio digital.

Séptimo Semestre, campo profesional de Comunicación Multimedia y Cultura

- Producción Multimedia

Objetivo: Producir contenidos mediáticos integrando el lenguaje multimedia y la paquetería informática de manera creativa, pertinente y documentada.

Esta asignatura me brindó elementos que me permiten participar en la elaboración de productos multimedia que ayudan a cumplir con los requerimientos de un medio digital.

- Comunicación Digital y Virtual

Objetivo: Evaluar los avances de la tecnología aplicada a la comunicación digital y virtual además de su impacto en distintos ámbitos de la sociedad, a través de la generación de instrumentos metodológicos pertinentes, con actitud crítica y propositiva.

Adquirí conocimientos sobre el manejo de herramientas que pueden ayudar a los periodistas digitales con su trabajo diario; los anteriores incluyen edición de fotografía, realización de esquemas e incluso videos cortos.

Octavo semestre

- Periodismo Digital

Objetivo: Redactar textos periodísticos para espacios digitales en línea, a través del análisis crítico del desarrollo de las tecnologías de la comunicación, con libertad, responsabilidad social y ética periodística.

Adquirí conocimientos sobre el manejo de herramientas que pueden ayudar a los periodistas digitales con su trabajo diario; los anteriores incluyen edición de fotografía, realización de esquemas e incluso videos cortos.

- Periodismo y Literatura

Objetivo: Comparar la escritura literaria con el periodismo escrito en lo que se refiere a técnicas, autores y géneros para ponderar la teoría y práctica del llamado nuevo periodismo con sentido ético.

Esta materia me brindó un acercamiento a las nuevas maneras de hacer periodismo que, considero, no pueden realizarse si no se conocen los elementos básicos que han acompañado al desempeño de esta disciplina.

Noveno semestre (asignaturas optativas)

- Nuevas Prácticas Periodísticas

Objetivo: Elaborar mensajes acordes a las prácticas periodísticas emergentes, a partir del análisis de sus teorías, metodologías y técnicas de redacción y presentación con ética, libertad y responsabilidad social.

Adquirí conocimientos sobre el manejo de herramientas que pueden ayudar a los periodistas digitales con su trabajo diario; los anteriores incluyen edición de fotografía, realización de esquemas e incluso videos cortos.

- Corrección de Estilo

Objetivo: Revisar textos de cualquier género periodístico a fin de que los mensajes resulten claros y comprensibles para el público destinatario o bien para cumplir con los criterios propuestos por el editor.

Esta asignatura me ayudó a pulir mi redacción y a ser capaz de revisar y corregir productos comunicativos elaborados por colegas, los cuales pueden mejorar al presentar nuevas versiones de los mismos.

- Lenguaje y Discriminación

Objetivo: Elaborar, ética y responsablemente, mensajes incluyentes que promuevan un uso no discriminatorio del lenguaje a partir del acercamiento a experiencias alternativas ubicadas en diferentes países.

Esta asignatura me hizo ser consciente de la importancia de las palabras que utilizamos para presentar un hecho, considerando que la manera en la que se presenta un texto puede ejercer violencia contra grupos vulnerables y representar así un conflicto ético.

Incluso con todas estas asignaturas, ninguna clase te prepara para la rapidez y la precisión que se requiere en una redacción web. Lo comprobé desde séptimo semestre, cuando realicé las prácticas profesionales, y debía redactar notas

informativas mientras los acontecimientos se desarrollaban en tiempo real, además de verificar los datos con rapidez para llegar al público lo más inmediato posible.

En la UNAM es imperativo que todo alumno que busque el título de licenciado realice el Servicio Social, que, de acuerdo con la página de Internet de la FES Acatlán, “es una actividad temporal y obligatoria previa a la titulación, que tienen que realizar todos los profesionistas; su finalidad es que nuestros estudiantes apliquen los conocimientos adquiridos en su formación académica para el beneficio y el interés de la sociedad”.⁸⁸

La Bolsa de Trabajo de nuestra Facultad establece vínculos con organizaciones del sector público y privado para incorporar a los estudiantes al sector laboral. Pero, ¿es suficiente con el servicio social?

Considero que no. En algunas universidades las prácticas profesionales no son obligatorias para los alumnos e incluso no tienen valor curricular, como en el actual plan de estudios de la licenciatura en Comunicación de la FES Acatlán. Sin embargo, su realización puede ampliar el panorama del primer contacto con el mundo laboral.

Durante mis estudios, realicé prácticas profesionales en dos empresas: *El Universal* y *TV Azteca*, de las cuales adquirí gran experiencia, sin contar éstas con convenios con nuestra escuela, porque sólo aplica para instituciones y organizaciones públicas y/o gubernamentales.

En *El Universal* logré los contactos que me han ayudado a enterarme de los dos procesos de selección de candidato con los que he conseguido contratos; y en *TV Azteca*, conocí a profesionistas con los que sigo en contacto.

El Universal fue el primer medio en el que colaboré en la redacción de textos con las necesidades que exige el periodismo web, más fue en *TV Azteca* donde tuve mi primer acercamiento al SEO (optimización para motores de búsqueda) y a la administración de redes sociales.

En *TV Azteca*, fui parte del programa de becarios de la producción de ‘A Quien Corresponda’, la producción dirigida por Jorge Garralda. Aquí, César Montes de Oca, quien ocupaba el puesto de Jefe de Reporteros, me dio la oportunidad de ser uno de los *community managers* de las páginas de Facebook y Twitter del programa, y de la campaña Juguetón.

Como egresado de la carrera de Comunicación en Acatlán, mi principal sugerencia para mejorar la educación de los futuros comunicólogos es endurecer la disciplina; y es que, por ejemplo, me costaba asimilar que compañeros habían logrado ingresar a esta licenciatura con garrafales errores ortográficos y de

⁸⁸ FES Acatlán, “Servicio Social y Bolsa de Trabajo”, <http://www.acatlan.unam.mx/bolsa/>, (Consultado el 14 de febrero de 2018).

redacción, arrastrando estos vicios a lo largo de los años, como si los profesores a su cargo nunca les hubiesen llamado la atención por estas situaciones.

Mejores Universidades

De acuerdo con el suplemento Mejores Universidades de *El Universal*, en el 2017, dos planteles de la UNAM se encontraban entre las mejores escuelas de Comunicación y Periodismo en México: la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, y la Facultad de Estudios Superiores Acatlán.⁸⁹

Es importante precisar que esta carrera también se imparte en la Facultad de Estudios Superiores Aragón.

Según *El Universal*, otras escuelas buenas en las licenciaturas de Comunicación y Periodismo, en la zona Metropolitana del país son:

- Universidad Iberoamericana
- Universidad Anáhuac
- UAM-Xochimilco

De acuerdo con información de *El Universal*, su suplemento “Mejores Universidades”, con casi 11 años de publicación, responde a “las necesidades que hay en México de cursar estudios de licenciatura”.

“Mejores Universidades” se enfoca en la difusión de 26 mediciones: una que compara a las universidades entre sí, y 25 que analizan distintos programas de estudios profesionales.

A pesar de sus resultados, en su estudio *El Universal* recuerda a los lectores que el ranking debe ser tomado sólo a manera de guía y que no es un veredicto definitivo sobre la calidad de las Instituciones de Educación Superior, con características muy diferentes entre sí.

Basta dar un vistazo a las cinco universidades que según la publicación son las mejores en Comunicación y Periodismo: tres son públicas, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, y la UAM Xochimilco; y dos son privadas, la Universidad Anáhuac, y la Universidad Iberoamericana.

El ranking de planes académicos, que beneficia a la FES Acatlán, “Mejores Universidades” se divide en dos partes, realizadas con la siguiente metodología:

⁸⁹ Héctor Ledezma, “Las mejores universidades en Comunicación y Periodismo”, UNIÓN, 5 de mayo de 2017, <http://www.unioncdmx.mx/articulo/2017/05/05/educacion/las-mejores-universidades-en-comunicacion-y-periodismo>, (Consultado el 25 de octubre de 2017).

Información cuantitativa sobre las Instituciones de Educación Superior proporcionadas por estas (70 %)

Encuesta a profesores de las Instituciones de Educación Superior seleccionados (30 %)

Información cuantitativa (70%): cada Institución reportó para cada programa en el que participó datos de variables generales. Además, para cada programa se solicitaron indicadores específicos, de acuerdo con las características de cada uno. Se establecieron valores mínimos y máximos, así como máximo de desviaciones estándar permitidas. Cada variable tiene un peso diferenciado calculado por el Consejo Asesor.

Encuesta a profesores (30 %): para cada programa se aplicó una encuesta a 100 profesores de tiempo completo que fueron seleccionados aleatoriamente. Las encuestas se realizaron entre enero y febrero de 2017; en el estudio se aplicó una pregunta evaluando el programa en todas las instituciones, excepto en la que laboran.

La guía de *El Universal* se apoya en un Consejo Técnico Asesor, del que forman parte el Colegio de México, el Centro de Investigación y Docencia Económicas, la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad Anáhuac México Norte, la Universidad Tecnológica de México, la Universidad de las Américas Puebla, la Universidad Autónoma de Nuevo León, la Universidad de Guadalajara, la Universidad Autónoma de Querétaro, la Universidad de Monterrey, la Universidad Autónoma del Estado de México, el Instituto Politécnico Nacional, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, y la Universidad de las Américas.

Por supuesto, ser parte de una de las mejores universidades de Periodismo y Comunicación me llena de orgullo, sin embargo, considero que los planes de estudio son lo menos importante: es la disposición del alumno la que hace la diferencia en su preparación académica y agrego que no fue nada fácil ser parte de una primera generación de un nuevo plan de estudios (2012).

3.3.- Periodistas digitales y su salud

En los medios de comunicación por Internet, es común que el lugar de trabajo de los periodistas digitales sea en las redacciones. En esos sitios, los trabajadores pasan entre 8 y 10 horas.

En *El Universal*, mi jornada laboral era de domingo a jueves, de 7 a 17 horas, 10 horas al día con 1 hora y 30 minutos de descanso (los periodistas de impreso tenían dos horas de descanso). En una nota informativa para el periódico *El Financiero*, la firma Trabajando.com establece que el estar sentado muchas horas

frente a una computadora puede atrofiar los músculos y debilitarlos, además de aumentar la rigidez en partes del cuerpo como cuello, muñecas y piernas.

“Las largas jornadas, sumado a las malas posturas, incrementan las lesiones o enfermedades que generan incapacidad laboral”⁹⁰, declaró Margarita Chico, Directora General de Trabajando.com México.

Al respecto, el diario *El País* indicó que según un estudio de la Universidad de Columbia, pasar mucho tiempo sentado aumenta el riesgo de morir, por lo que expertos recomiendan levantarse cada media hora.

La investigación de la Universidad de Columbia indica que “cuando una persona está más de media hora sentada, su metabolismo cambia y empieza a tener efectos perjudiciales en la salud. Si eso se añade, a que no practica deporte, los riesgos se multiplican”.⁹¹

Aumento de peso, pérdida de condición física, y cansancio excesivo, fueron los síntomas que desarrolle durante mi estancia en el diario.

En su sitio de Internet, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) invita a la población a realizar 30 minutos de ejercicio al día, cinco veces a la semana, para mejorar su salud ... ¿suena fácil?

Según *El Universal*, el Periodismo se encuentra en la lista de profesiones con más estrés en su desempeño, producto de “fechas límite constantes y los bajos salarios”.⁹² Y a todo esto, ¿qué es el estrés? El IMSS lo define como el “conjunto de reacciones físicas y mentales que la persona sufre cuando se ve sometida a diversos factores externos que superan su capacidad para enfrentarse a ello”.⁹³

Por otro lado, el Instituto del Seguro Social también habla del estrés laboral, desencadenado por la presión al que las personas son sometidas en el entorno laboral, la cual provoca saturación física y mental; de acuerdo con la institución, no sólo la salud del empleado se ve afectada, “sino también su entorno más próximo, ya que genera un desequilibrio entre lo laboral y lo personal”.⁹⁴

⁹⁰ Zenyazen Flores, “Estos son los riesgos por estar sentado más de 8 horas en el trabajo”, *El Financiero*, 12 de septiembre de 2016, <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/estos-son-los-riesgos-por-estar-sentado-mas-de-horas-en-el-trabajo.html>, (Consultado el 6 de enero de 2018).

⁹¹ Isabel Rubio, “Por qué no debes pasar más de media hora seguida sentado”, *El País*, 18 de septiembre de 2017, https://elpais.com/elpais/2017/09/11/ciencia/1505141927_873545.html, (Consultado el 6 de enero de 2018).

⁹² *El Universal*, “Nuevo estudio revela cómo deberían tratar el estrés los periodistas”, 28 de mayo de 2017, <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/mundo/2017/05/28/nuevo-estudio-revela-como-deberian-tratar-el-estres-los-periodistas>, (Consultado el 6 de enero de 2018).

⁹³ IMSS, “Actividad física”, IMSS, <http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/actividad-fisica>, (Consultado el 5 de enero de 2018).

⁹⁴ *Ibíd*

Además de síntomas emocionales como ansiedad y mal humor, conductuales, como consumo de tabaco y otras sustancias, y cognitivos, como dificultad de concentración y olvidos; el estrés laboral se manifiesta a nivel fisiológico con músculos contraídos, dolor de cabeza, problemas de espalda o cuello, malestar estomacal, fatiga, infecciones, palpitaciones, respiración agitada, aumento de la presión sanguínea, agotamiento, mayor riesgo de obesidad y de problemas cardiovasculares, deterioro en la memoria, y problemas de sueño.

Quizás luego de jornadas laborales de 10 horas, saturadas de situaciones estresantes, no todos tengan ánimos para incluir una rutina de ejercicios a su vida diaria. Es común que los periodistas lleven a cabo actividades como consumir cafeína, comida rápida y alcohol para lidiar con el estrés, de acuerdo con un estudio del London Press Club.

Por cierto, la investigación indica que los periodistas “consumen más alcohol del recomendado por estándares internacionales, superando a veces las 20 unidades de consumo diario”⁹⁵. Además, los profesionales de la comunicación tienden a dormir poco o a no recuperar energía.

Todos esos síntomas, fueron parte de las afectaciones a mi salud derivadas del estrés, las experimenté en carne propia el 3 de diciembre de 2018. Dos días antes de enfermar, participé en la cobertura de *Economía Hoy*, de la toma de protesta de Andrés Manuel López Obrador como presidente electo de la República.

Debido a que ocupé una plaza que exigía ser el único encargado del sitio web durante los fines de semana, la mayor parte de la carga de trabajo sobre el cambio de poder recayó en mí.

Dos días después de que López Obrador se convirtiera formalmente en el titular del Poder Ejecutivo, experimenté mareos, dolores de cabeza, y sensación de desvanecimiento, por lo que tuve que retirarme a descansar a casa.

En los meses posteriores, el estrés siguió afectando mi desempeño, con dolores de cabeza y ansiedad, padecimientos que he logrado controlar con terapia psicológica y ejercicio.

¿Cómo lidiar con el estrés?

El IMSS alerta que a largo plazo, el estrés laboral puede provocar reducción de la productividad, descenso en la calidad de vida, problemas de salud física y/o mental, trastornos de depresión y ansiedad, problemas familiares y adicciones.

El Instituto asegura que es importante identificar la principal causa de estrés laborales, entre las que menciona exceso y ritmo de trabajo, tareas monótonas o

⁹⁵ El Universal, “Nuevo estudio revela cómo deberían tratar el estrés los periodistas”, 28 de mayo de 2017, <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/mundo/2017/05/28/nuevo-estudio-revela-como-deberian-tratar-el-estres-los-periodistas>, (Consultado el 6 de enero de 2018).

aburridas, exigencias de la tarea, condiciones ambientales, inestabilidad laboral, nivel de responsabilidad, tareas peligrosas, falta de apoyo, necesidad de reconocimiento o poder en la toma de decisiones.

Entre las maneras para afrontar el estrés, el IMSS cita las siguientes:

- Técnicas de relajación como meditación, música relajante, ejercicios de estiramientos.
- Cuidar la alimentación, dormir las horas necesarias, evitar el tabaco y el alcohol, y tomar descansos cuando es necesario.
- Mejorar las habilidades de comunicación
- Aumentar la asertividad, ya que, expone, la actitud es muy importante
- Practicar algún deporte, a fin de liberar endorfinas y poder descansar mejor por la noche
- Solicitar ayuda profesional en caso necesario

¿La tecnología puede acarrear problemas de salud a los periodistas? El IMSS, por ejemplo, alerta que estar más de cinco horas frente a una pantalla puede estar relacionado con padecimientos como visión borrosa, ojo seco, y dolor de ojos y cabeza, todos asociados al esfuerzo ocular.

A fin de no acarrear problemas de salud mayores, el Instituto recomienda a quienes pasan más de cuatro horas al día frente a una computadora “revisión anual, si no padecen de una patología ocular preexistente; si usan lentes, revisión de la graduación una o dos veces al año; uso de lubricantes oculares cada seis u ocho horas durante la actividad laboral; uso de pantallas bloqueadoras de radiaciones UV; lapsos de descanso cada 30 minutos alejando la vista de la pantalla y movimientos del cuello y extremidades”.

Carolina y Luis, miembros de la redacción online de *El Universal*, señalan que durante su estancia no han acarreado problemas de salud y que no creen haber aumentado de peso debido a su profesión.

Carolina tiene 10 años de prestar su servicio al medio, Luis seis meses; los dos creen que la clave para afrontar la situación es la alimentación y el ejercicio. Carolina va cinco horas por semana al gimnasio; Luis entrena 10 horas a la semana.

En cambio yo, adquirí casi 10 kilos, me inscribí al gimnasio, pero no iba porque terminaba muy cansado al término de la jornada y prefería irme a dormir. Actualmente he bajado casi 15 kilos, gracias a que contraté los servicios de un entrenador para que me ayudara a disciplinarme y a acelerar mi metabolismo, pero en general, la mayoría de la gente que he conocido que se dedica al periodismo no hace ejercicio y tiene muy malos hábitos alimenticios.

Hasta aquí mi paso por *El Universal* del cual sobre todo, aprendí, en todos los aspectos de la vida

CONCLUSIONES

Pasó muy rápido. Considero que como individuos no nos dimos cuenta de cómo fue cambiando la manera como la información llega a nosotros, a pesar de la hegemonía del periodismo web, al que ni siquiera sus profesionales han terminado de exprimir y teorizar.

No obstante, el avance de la tecnología, los periodistas deben tener claro que los principios bajo los que se rige su profesión, que van siempre de la mano de la ética y la responsabilidad, jamás serán sustituidos: una persona incapaz de comprometerse con un equipo, con un público y con un medio de comunicación que le contrate, será incapaz de ser un buen informante, aunque cuente con los equipos más avanzados y con todas las comodidades a su alcance.

El periodista también debe tener claro que, aunque en teoría la tecnología invita al público a relacionarse con quienes le informan, los usuarios jamás deben sustituir la labor de los profesionales de la comunicación. Cada pista, cada indicio y cada llamada a la alerta debe ser verificada.

El periodismo, la política y el poder tienen relación, y a veces hasta parece que uno no puede existir sin el otro, sin embargo, considero que los recientes cambios en las estructuras de gobierno evidenciaron que muchos de quienes se vendieron como expertos, y aseguraban impulsar los mejores planes de negocio en el sector, resultaron ser individuos que sólo se dedicaron a convertir a los medios de comunicación para los que trabajan en entidades que dependen del dinero que les proporcione el gobierno, lo que desencadenó en despidos masivos, que llegaron a sumar al panorama de violencia económica y social del que ya está salpicada nuestra profesión.

El Universal fue el primer sitio para el que trabajé, por lo que no resulta extraño decir que también ha sido lugar en el que he recibido menor cantidad de sueldo; sin embargo, debo afirmar que ese ha sido el medio de comunicación que mayores retos me ha puesto enfrente, en el que más he aprendido, y en el que he conocido a los profesionistas más comprometidos con su trabajo.

Desearía que todos los estudiantes de Comunicación que quieran desempeñarse como periodistas digitales se dieran la oportunidad de prestar su servicios como becarios o recién egresados en empresas como *El Universal*, en las que conocerán de rigor periodístico y laboral, su trabajo será criticado, pero a cambio se les ofrecerá una experiencia profesional que difícilmente podría hallarse en la Universidad.

Considero que impulsar la profesionalización debería ser una de las nuevas funciones de las escuelas de educación superior de México; los jóvenes siempre deben ser retados, y jamás permitírseles buscar la comodidad y la mediocridad.

ANEXOS

Anexo 1



Asaltan a reporteros de EL UNIVERSAL en "La Nana"

03/03/2017 | 19:18 | Redacción [Ciudad de México]

A A+ ✉

Un asalto del que fui víctima mientras realizaba un trabajo para El Universal tuvo lugar el 3 de marzo de 2017; una nota informativa se publicó al respecto (<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2017/03/3/asaltan-reporteros-de-el-universal-en-la-nana>)

Dos periodistas de **EL UNIVERSAL** fueron víctimas de asalto a mano armada en el **centro cultural "La Nana"**, el cruce del callejón de **San Juan de Dios y Pensador Mexicano**, en colonia **Guerrero**, a las 17:50 horas, mientras realizaban una nota periodística con referencia al día de la mujer.

Luego de realizar una entrevista, los reporteros tomaban fotografías en la entrada de ese lugar, cuando fueron alcanzados por dos sujetos que los amenazaron con un cuchillo.

Anexo 2



Vistazo a un mapa interactivo de la sección Mundo de *El Universal* con el que se explicaba cómo funciona el proceso para elegir al presidente y a otras nuevas autoridades en Estados Unidos; varios de estos productos fueron elaborados por el equipo, dirigido por la encargada de la sección de ese entonces, Ana Espinosa, y acompañaban todos los materiales que conformaban la cobertura que llevó al triunfo de Donald Trump en 2016; puede consultarse completo en el siguiente link: <https://interactivo.eluniversal.com.mx/2016/estados-unidos-eleccion/>



(Foto: AP)

Entérate. ¿De qué se acusa a Dilma Rousseff?

28/08/2016 | 12:42 | AP

A A+ ✉

Cabeza de nota de agencia subida a *El Universal* por mí; las siglas al final de las notas hacen referencia al miembro del equipo que se encargó del material mostrado (<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/mundo/2016/08/28/enterate-de-que-se-acusa-dilma-rousseff>)

EX PRESIDENTE FERNANDO HENRIQUE CARDOSO: Ahora dirigente opositor, cuando era presidente Cardoso emitió cuatro decretos similares para demorar pagos a Caixa por fondos para prestaciones por desempleo. El primero fue en septiembre de 1996, los otros tres en 2002, por un total de 125 millones de dólares a los valores actuales.

jlcg



Crean aplicación de citas para opositores al "Brexit"

29/06/2016 | 07:09 | [Londres, Inglaterra]

A A*



Muestra de nota "de color" que aportó a la cobertura de *El Universal* en torno al brexit en Reino Unido:

<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/mundo/2016/06/29/crean-aplicacion-de-citas-para-opositores-al-brexit>



Entérate. ¿Por qué perdió Hillary Clinton?

Muestra de una nota que recopila varios aspectos en torno a la derrota de la exsecretaria de Estado de Estados Unidos, Hillary Clinton, en el proceso electoral de 2016 en aquel país:

<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/mundo/2016/11/9/enterate-por-que-perdio-hillary-clinton>



Historia. “La sala de urgencias olía a pólvora”

21/12/2016 | 01:10 | Jorge Luis Cortés [Ciudad de México]

A A+ ✉

Muestra de una entrevista que realicé a un médico interno egresado de la FES Iztacala que auxilió a los heridos en la explosión del mercado de San Pablito, en diciembre de 2016; es también la primera nota firmada que publiqué en la versión impresa de El Universal:

<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/edomex/2016/12/21/historia-la-sala-de-urgencias-olia-polvora>



(Foto: Facebook)

Historia. "En menos de 15 segundos se llevaron todo"

05/01/2017 | 14:20 | Jorge Luis Cortés

A A ✉

Muestra de una entrevista realizada a una comerciante afectada por saqueos motivados a raíz del 'gasolinazo' de 2017:

<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2017/01/5/historia-en-menos-de-15-segundos-se-llevaron-todo>



Zepeda promete ayudar a "Avengers" a cuidar las gemas del Universo

29/05/2017 | 19:06 | Redacción [Ciudad de México]

A A+ ✉

Anexo 9



EL UNIVERSAL

[Inicio](#) [Homicidio Doloso](#) [Robo con Violencia](#) [Robo a Casa](#) [Robo a Negocio](#) [Robo a Transeúntes](#)

Ninguna delegación se salva de aumento en ilícitos

En su reporte más reciente, el Observatorio Nacional Ciudadano informó de un aumento en la incidencia delictiva en la Ciudad de México durante el primer cuatrimestre del 2017, en comparación con el mismo período del año pasado. A nivel nacional la Ciudad de México ocupa el segundo lugar en robo a transeúnte, el tercero en robo a negocio y el cuarto en robo con violencia, de acuerdo con el Observatorio.

Fecha de Publicación
06 / 07 / 2017

ENTRAR



“Una de mis amigas vive en Ecatepec. La primera vez que la visité, se me hizo tarde y tuve que abordar una combi para llegar al metro (quienes han ido a Ecatepec se imaginarán lo que es viajar de noche por aquellos lares); una señora se me acercó y me dijo —hija, tienes miedo, ¿verdad?—, cuando asentí, ella me contestó —no te preocupes, no pasa nada... aquí todas tenemos miedo—”.

Frida, 21 años. Estudiante. Ciudad de México.

En su página de Internet, La Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos (CMDPDH), define al feminicidio como “la expresión extrema de violencia que también se puede manifestar por humillación, desprecio, maltrato físico o emocional, hostigamiento o violencia sexual”

Las cifras varían y son poco claras —no es secreto que en estos temas, las autoridades tienden a maquillar las estadísticas (las del Banco Nacional de Datos e Información sobre Casos de Violencia Contra las Mujeres, hablan de un total de 12 mil 950 casos de agresiones sexuales contra féminas en el estado colindante a la Ciudad de México, pero no aclaran cuántas desembocaron en homicidio)— pero abundan las historias de mujeres desaparecidas o halladas muertas en el Estado de México: “encontraron a una muchachita”, “le desfiguraron el rostro”, “no ha vuelto a casa desde el...”, son algunas de las frases que se han vuelto típicas en la demarcación.

Los periodistas Humberto Padgett y Eduardo Loza, autores del libro “Las Muertas del Estado”, aseguran que “el Estado de México tiene una tasa de asesinatos de mujeres que sobrepasa la media nacional en un periodo de 20 años, entre 1990 y 2010”.

⁹⁶ <https://elelocuenteblog.wordpress.com/2016/04/20/aqui-todas-tenemos-miedo-alerta-de-genero-en-edomex/>

La investigación presentada en la publicación, habla de alrededor de 1,997 asesinatos cometidos entre aquellos años, casi 500 más de los que se cuentan en Ciudad Juárez, en el mismo lapso de tiempo (1530 casos).

De más está decir que la situación sorprende, sobre todo tomando en cuenta que el actual presidente de México, Enrique Peña Nieto, y antiguo gobernador de Edomex, es tan popular entre las mujeres del estado —y de muchos más de la República Mexicana—. “Se decía que la Alerta de Género quería frenar la carrera política de Enrique Peña Nieto, por eso el PRI evitó la Alerta. Durante los dos primeros años de Peña Nieto como gobernador del Estado de México, la entidad ocupó la primera tasa de feminicidios en México. Ahora hay un repunte de la violencia con el nuevo gobernador Eruviel Ávila (PRI) y él también impide (intentó impedir) la declaración de la Alerta”, sostiene Padgett.

El 28 de julio de 2015 —tras cinco años de lucha y de un claro desinterés de las administraciones de Enrique Peña Nieto y de Eruviel Ávila—, luego de que Amnistía Internacional reuniera 3 mil 600 firmas ciudadanas, la Secretaría de Gobernación, a través del Sistema Nacional para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres (SNPASEVM), aprobó la emisión de la declaratoria de género en 11 municipios del Estado de México (Ecatepec de Morelos, Nezahualcóyotl, Tlalnepantla de Baz, Toluca, Chimalhuacán, Naucalpan de Juárez, Tultitlán, Ixtapaluca, Valle de Chalco Solidaridad, Cuautitlán Izcalli y Chalco de Díaz Covarrubias).

En teoría, algunos de los objetivos de la medida son:

- Dar asistencia técnica especializada a las autoridades para la implementación de programas y proyectos que fortalezcan la protección de las mujeres.
- Crear un fondo federal específico para la implementación de programas de protección a la integridad de la mujer, incluyendo apoyo jurídico para las mujeres.
- Promover la intervención de una comisión de investigadores, antropólogos, científicos sociales, feministas, juristas, sociólogos e investigadores de estudios de género para evaluar las condiciones y entender en por qué están asesinando mujeres en aquel sitio y establecer recomendaciones al gobierno mexiquense.

¿Ha mejorado verdaderamente la situación desde aquel entonces?

De estar vivas, las 57 mujeres que perdieron la vida a causa de la violencia en la zona (del 1º de enero al 13 de abril de 2016), probablemente dirían que no.

Humberto Padgett cree que la Alerta de Género “no termina de ser aplicada” porque “los políticos responsables de la violencia, la sienten como un ataque a sus administraciones”.

¿La sensibilización de las autoridades y la población mexiquense, podría ayudar?

Gabriela Nava, quien forma parte de una campaña importante que invita a las víctimas de violencia a denunciar, después de señalar a un agresor sexual que la atacó a unos pasos de su escuela, la Facultad de Estudios Superiores Acatlán (ubicada en Naucalpan, municipio que figura en la “lista negra”), opina que sí:

Luego de considerar que no habría que “esperar” a ser violada o asesinada para alzar la voz, la estudiante señaló: “creo que tiene mucho que ver la zona en la que ocurren este tipo de cosas; al hacer público mi caso, esperaba el apoyo de la comunidad de mi Universidad. Fue triste darme cuenta que muchos de mis compañeros, que radican en zonas de peligro para las mujeres, ya están acostumbrados a esta violencia: ven normal lo que me pasó, ven normal las agresiones sexuales a las mujeres, y si te atreves a denunciar, creen que tú eres la que está mal —les importa más señalar mi actuar, el de gente cercana a mí, y acusarme de querer fama o un beneficio económico—. Me recuerdan mucho a esta frase de ‘cuando señalas al sol, la gente mira al dedo’”.

“¿Por qué estamos en focos rojos: porque lo permitimos”, reflexionó Gabriela: “yo no vivo en el Estado de México, yo vivo en el Distrito Federal y tal vez yo no estuve expuesta a este tipo de violencia, para mí sí es anormal que me agredan. No porque la gente esté acostumbrada a estas situaciones, los demás nos tenemos que acoplar”.

La situación es aberrante, de eso no hay duda. Aberrante es que un promedio de 7 mujeres sean ultimadas al día en México... quizá una o más, mientras leías este artículo...

Jorge Luis Cortés

FUENTES DE CONSULTA

“Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos, 5 de febrero de 1857”, en Enciclopedia Parlamentaria de México. Leyes y documentos constitutivos de la nación mexicana, serie III, vol. I, t. 2, México, IIL-LVI Legislatura-Miguel Angel Porrúa, 1997, pp. 529-530.

“Diferencia de contenido atemporal, temporal y de tendencia”, Noticias SEO, 18 de enero de 2018, http://noticiaseo.com/consejos-seo/diferencia-de-contenido-atemporal-temporal-y-de-tendencia_

Agencia EFE, “El diario El Universal, testigo centenario de la historia de México”, EFE, 28 de junio de 2016, <https://www.efe.com/efe/america/mexico/el-diario-universal-testigo-centenario-de-la-historia-mexico/50000545-2970502#>.

Ahmed Azam, “Con su enorme presupuesto de publicidad, el gobierno mexicano controla los medios de comunicación”, The New York Times, 25 de diciembre de 2017, <https://www.nytimes.com/es/2017/12/25/con-su-enorme-presupuesto-de-publicidad-el-gobierno-mexicano-controla-los-medios-de-comunicacion-pri-pena-nieto/>.

Alejandro Chávez, "Infografía: Consumo de noticias en México", Merca2.0, <https://www.merca20.com/infografia-consumo-de-noticias-en-mexico/>, (consultado el 7 de julio de 2020).

AP, “La crisis en BuzzFeed: cierran España y News México”, Milenio, 29 de enero de 2019, <https://www.milenio.com/estilo/mas-estilo/buzzfeed-tesis-cierra-news-mexico-espana>.

Ariel Rodríguez Kuri, "El discurso del miedo: El Imparcial y Francisco I. Madero" (El Colegio de México: Historia Mexicana volumen 40, no. 4), página 701.

Beatriz Bernal Gómez. "México y las leyes liberales de Maximiliano de Habsburgo", Revista Jurídicas UNAM, <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/hechos-y-derechos/article/view/6731/8667>, (consultado el 5 de junio de 2020).

Carlos Fresneda. “Alan Rusbridger: ‘Hará falta reinventar el periodismo’”, El Mundo, 31 de mayo de 2015, http://www.elmundo.es/cronica/2015/05/31/5569ac93e2704e306f8b457c.html_

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Última Reforma Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de enero de 2016, <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>.

Daniel Flores, "Despido masivo de periodistas y medios más caros por recorte de AMLO, Publimetro, 1 de septiembre de 2018, <https://www.publimetro.com.mx/mx/noticias/2018/09/01/despido-masivo-periodistas-medios-mas-caros-recorte-amlo.html>.

El Siglo de Torreón, "1539: Se instala la primera imprenta en la Nueva España", El Siglo de Torreón, <https://www.intec.edu.do/downloads/documents/biblioteca/formatos-bibliograficos/guia-chicago.pdf>.

El Universal, "Ellos son los 12 periodistas asesinados en 2017", El Universal, 1 de enero de 2018, <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/sociedad/ellos-son-los-12-periodistas-asesinados-en-2017>.

El Universal, "Historia Breve", El Universal, <http://archivo.eluniversal.com.mx/pie/historia1.html>.

El Universal, "La verdad no se vende", El Universal, 26 de diciembre de 2017, <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/el-universal/nacion/la-verdad-no-se-vende>.

El Universal, "Nuevo estudio revela cómo deberían tratar el estrés los periodistas", 28 de mayo de 2017, <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/mundo/2017/05/28/nuevo-estudio-revela-como-deberian-tratar-el-estres-los-periodistas>.

Elvia Carreño, 'Fray Juan de Zumárraga, primer editor en la Nueva España', página 2, ADABI, <http://www.adabi.org.mx/publicaciones/artEsp/libroAntiguo/libroAntiguo/frayJuanZumarraga.pdf>.

Emir Olivares, "ONU y CIDH: México no puede permitir más ataques a periodistas", La Jornada, 5 de diciembre de 2017, <http://www.jornada.unam.mx/2017/12/05/politica/003n1pol>.

Entrepreneur, "How to Identify the Best Long-Tail Keywords", Entrepreneur, <https://www.entrepreneur.com/article/349968>, (Consultado el 30 de junio de 2020). FES Acatlán, "Servicio Social y Bolsa de Trabajo", <http://www.acatlan.unam.mx/bolsa/>.

Forbes Staff, "¿Qué entiende AMLO por 'prensa fifí'?", Forbes, 22 de octubre de 2018, <https://www.forbes.com.mx/que-entiende-amlo-por-prensa-fifi-lo-explica-con-la-historia/>.

GDA, "Quiénes somos", Grupo de Diarios de América, <http://gda.com/quienes-somos/>.

Google, "Uso excesivo de palabras clave",
<https://support.google.com/webmasters/answer/66358?hl=es>.

Hassel Fallas, "Cómo escribir textos ideales en Internet", La Nación, 21 de abril de 2013, http://www.nacion.com/ocio/artes/escribir-textos-ideales-internet_0_1336866399.html_

Héctor Ledezma, "Las mejores universidades en Comunicación y Periodismo", UNIÓN, 5 de mayo de 2017,
http://www.unioncdmx.mx/articulo/2017/05/05/educacion/las-mejores-universidades-en-comunicacion-y-periodismo_

IMSS, "Actividad física", IMSS, http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/actividad-fisica_

Instituto Nacional de Antropología e Historia, "Las hojas volantes, reflejo de la cultura popular de la Nueva España", INAH,
<http://www.inah.gob.mx/es/boletines/390-las-hojas-volantes-reflejo-de-la-cultura-popular-de-la-nueva-espana>.

Iñigo Fernández, "Un recorrido por la historia de la prensa en México. De sus orígenes al año 1857", Documentación de las Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, vol. 33 (2010): 70.

Isabel Rubio, "Por qué no debes pasar más de media hora seguida sentado", El País, 18 de septiembre de 2017,
https://elpais.com/elpais/2017/09/11/ciencia/1505141927_873545.html.

Jesús Ramírez y Arturo Cano "Entrevista con Rafael Barajas 'El Fisgón'. Juárez y la caricatura política de su época", La Jornada, 26 de febrero de 2006,
<http://www.jornada.unam.mx/2006/02/26/mas-cano.html>.

Johan Ramirez, "¿Qué es la Mesografía? Características más relevantes", Lifeder,
<https://www.lifeder.com/mesografia/>.

Laura Quintero, "Periodistas mexicanos ganan en promedio 4,560 pesos al mes, propietarios consolidan fortunas", Economía Hoy, 23 de marzo de 2018,
<https://www.economiahoy.mx/empresas-eAm-mexico/noticias/9025704/03/18/Periodistas-mexicanos-ganan-en-promedio-4560-pesos-al-mes-propietarios-consolidan-fortunas.html>.

León A. Martínez, "7 gráficos sobre los usuarios de internet en México en 2018", El Economista, <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/7-graficos-sobre-los-usuarios-de-internet-en-Mexico-en-2018-20180517-0077.html>.

Leticia Frías, “La prensa en tiempos de don Porfirio”, Algarabía, 3 de mayo de 2017, <http://algarabia.com/a-curiosidades/la-prensa-en-tiempos-de-don-porfirio/>.

Linkedin, "Fundamentos de la curación de contenidos", Linkedin, <https://www.linkedin.com/learning/fundamentos-de-la-curacion-de-contenidos?originalSubdomain=es>.

Mesa Editorial Merca 2.0, “Los retos ante el consumo de noticias en Internet en México”, <https://www.merca20.com/los-retos-ante-el-consumo-de-noticias-en-internet-en-mexico/>.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, “Gazeta de México, (1784)”, Gobierno de España, , <http://hispana.mcu.es/es/consulta/registro.cmd?id=10962228>.

Noticieros Televisa, “Juez resuelve demanda contra El Universal en favor de Ricardo Anaya”, Televisa, 25 de octubre de 2017, <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/juez-resuelve-demanda-el-universal-favor-ricardo-anaya/>. (Consultado el 8 de agosto de 2019).
Paula Ma. Pérez Blanco "El Periodismo en la Era Digital", El País, https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html.

Rafael López. “Nuevo espacio virtual para formar periodistas”, Gaceta UNAM, 16 de enero de 2017, <http://www.gaceta.unam.mx/20170116/nuevo-espacio-virtual-para-formar-periodistas/>.

Real Academia Española (@RAEinforma), #RAEconsultas Se emplea como voz técnica, en el ámbito de la documentación, para aludir de forma conjunta a las fuentes de información en diversos soportes. Es de reciente creación y aún no se considera que haya pasado a la lengua general, Twitter, <https://twitter.com/RAEinforma/status/959362429300953088>.

Redacción El Big Data, “Si los despidos en medios de comunicación no son justificados, no tiene que ser: AMLO”, El Big Data, 24 de diciembre de 2018, <https://elbigdata.mx/uncategorized/si-los-despidos-en-medios-de-comunicacion-no-son-justificados-no-tiene-que-ser-amlo/>.

Reuters, “Presentarán juguetes de ‘Los últimos Jedi’ con realidad aumentada”, La Jornada San Luis, 24 de agosto de 2017, <http://lajornadasanluis.com.mx/ultimas->.

Rubén Vázquez “Diarios impresos vs. Diarios digitales”, Forbes, 17 de julio de 2014, <https://www.forbes.com.mx/diarios-impresos-vs-diarios-digitales/>.

Samia Benaissa Pedriza, “Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital”, El Argonauta

Español, no. 16 (2019), <https://journals.openedition.org/argonauta/3855>, (consultado el 1 de agosto de 2020).

Secretaría de Gobernación, “En México, el acceso a internet es un derecho constitucional”, Secretaría de Gobernación, <https://www.gob.mx/gobmx/articulos/en-mexico-el-acceso-a-internet-es-un-derecho-constitucional>.

Secretaría de Gobernación, Fiscalía Especial para la Atención de Delitos cometidos contra la Libertad de Expresión, Gobierno de la República, <https://www.gob.mx/pgr/acciones-y-programas/fiscalia-especial-para-la-atencion-de-delitos-cometidos-contra-la-libertad-de-expresion-18894>.

Social Media Marketing, “Las redes sociales son una herramienta habitual para el 70% de los periodistas”, <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/las-redes-sociales-una-herramienta-habitual-70-los-periodistas>, (Consultado el 16 de septiembre de 2019).

Universidad Tecnológica Latinoamericana, “El poder de la prensa, historia del periodismo mexicano”, 10 de mayo de 2013, consultada el 2 de julio de 2017, <http://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/el-poder-de-la-prensa-historia-del-periodismo-mexicano/>.

Wayra Ficapal, “10 consejos para un buen uso de los hashtags”, La Vanguardia, <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/redes-sociales/20131101/54392531436/hashtags-twitter-facebook-instagram.html#:~:text=El%20s%C3%ADmbolo%20%23%2C%20llamado%20hashtag%2C,para%20enriquecer%20las%20conversaciones%202.0>.

Zenyazen Flores, “Estos son los riesgos por estar sentado más de 8 horas en el trabajo”, El Financiero, 12 de septiembre de 2016, <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/estos-son-los-riesgos-por-estar-sentado-mas-de-horas-en-el-trabajo.html>.