

Desafíos del periodismo digital y los imaginarios sociales de la profesión en Latinoamérica

Challenges of digital journalism and the social imaginaries of the profession in Latin America

Miriam Josefina Vega-Astorga*
Universidad Autónoma de Sinaloa
Facultad de Ciencias Sociales
Avenida Universidad s/n, Ciudad Universitaria,
C.P. 82017, Mazatlán, Sinaloa, México

miriamvega@uas.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0002-9688-6402>

Alan Ismael Osuna García**
Universidad Autónoma de Sinaloa
Facultad de Ciencias Sociales
Avenida Universidad s/n, Ciudad Universitaria,
C.P. 82017, Mazatlán, Sinaloa, México

alan.osuna.fcsn@uas.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0002-8703-8882>

Roxana Loubet Orozco***
Universidad Autónoma de Sinaloa
Facultad de Ciencias Sociales
Avenida Universidad s/n, Ciudad Universitaria,
C.P. 82017, Mazatlán, Sinaloa, México

roxloubet@uas.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0001-7972-3540>

Editor: Rogelio del Prado Flores

<https://doi.org/10.36105/stx.2023n11.09>

Fecha de recepción: 24 de marzo de 2023

Fecha de aceptación: 25 de abril de 2023

* Maestra en Ciencias Sociales en el área de estudios del trabajo y relaciones industriales por El Colegio de Sonora. Estudiante-becaria del Conacyt en el doctorado en Investigación de la Comunicación de la Universidad Anáhuac, México. Profesora en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Sinaloa.

** Licenciado en filosofía, estudiante-becario del Conacyt en la Maestría en Ciencias Sociales con énfasis en Estudios Regionales de la Universidad Autónoma de Sinaloa.

*** Licenciada en Sociología, Maestra en Ciencias Sociales y Doctora en Educación. Profesora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Sinaloa e integrante del cuerpo académico del Programa para el Desarrollo Profesional Docente, PRODEP en Estudios Políticos y Prácticas Sociales.

RESUMEN

El artículo tiene como objetivo conocer cómo se están configurando los imaginarios sociales acerca del periodismo digital en Latinoamérica a partir de la revisión de tipo exploratoria, de investigaciones realizadas en ese contexto regional. Tiene, como sustento inicial, que el desarrollo del periodismo digital ha traído consecuencias para la profesión tanto en el nivel de competencias y credibilidad, como en los ámbitos organizacional y laboral; de ahí que el análisis de imaginarios de la profesión en el escenario de las redes digitales ofrezca un panorama de las realidades intersubjetivas que se vislumbran como desafío. En general, se observa una persistente distinción entre lo tradicional y lo digital como emergente, conjugado con significaciones de profesionalidad, responsabilidad, credibilidad y confianza.

Palabras clave: periodismo digital, imaginario social, perfil profesional, desafíos profesionales, estado del arte.

ABSTRACT

The paper aims to find out how social imaginaries about digital journalism in Latin America are being configured, based on an exploratory review of research carried out in this regional context. Its initial support is that the development of digital journalism has brought consequences for the profession both in the level of competencies and credibility, as well as in the organizational and labor fields; hence, the analysis of imaginaries of the profession in the scenario of digital networks offers an overview of the intersubjective realities that are glimpsed as a challenge. In general, a persistent distinction is observed between the traditional and the digital as emerging, combined with meanings of professionalism, responsibility, credibility and trust.

Keywords: digital journalism, social imaginary, professional profile, professional challenges, state of the art.

INTRODUCCIÓN

El Internet, su democratización y con ello la gradual pero persistente presencia de la web en la vida productiva y cotidiana entraña grandes desafíos para los medios de comunicación, pues desde su llegada se ha modificado el modelo productivo y de negocio que había sostenido por largo tiempo a la industria mediática.

Las exigencias de los cambios tecnológicos llevaron a las empresas periodísticas a digitalizarse e incorporarse al ciberespacio, dando paso al adelgazamiento de sus estructuras organizacionales, en tanto que los programas informáticos redujeron procesos relacionados con la producción y distribución de información. Otros desafíos se deben a la emergencia de nuevos competidores como Google, Facebook, Amazon, YouTube, entre otros que actualmente dominan la publicidad *online*; así como la aparición de los espacios de *Streaming* (distribución digital de contenido multimedia); además de la participación activa de los consumidores, quienes han aprovechado las oportunidades que brindan las tecnologías para producir y difundir contenido a la par que los medios tradicionales y nativos digitales.

De esta forma, el acceso masivo a internet y la digitalización han transformado cada una de las vertientes de los medios de comunicación, pues no solo se trastocaron las redacciones de diarios y noticieros —tanto impresos como televisivos y radiofónicos— por el impacto en sus procesos organizativos y productivos, además de las formas de consumo y de distribución de información a través de los espacios en la web; también se modificó el perfil de los profesionales de la información, así como la percepción social de la profesión.

Origen y desarrollo del periodismo digital en Latinoamérica

Los periódicos fueron los primeros medios que incursionaron en la distribución de información a través de la web en la década de los noventa, formato que recibió el nombre generalizado de periodismo digital, aludiendo a “todas las formas de periodismo que recurren a recursos digitales” (Salaverría, 2019, p. 3). En muchos países de habla hispana se le define como ciberperiodismo, sobre todo porque este último término hace referencia al trabajo que implica el uso del ciberespacio para producir y difundir contenido periodístico.

En América, según apuntan autores como Salaverría (2016, 2019) y Crovi (2016), el desarrollo del periodismo digital inició en 1994 en Estados Unidos, con las primeras ediciones digitales que confeccionaron los periódicos impresos en la web; a partir de ese año la práctica se replicó en otros diarios impresos y en otros países del continente, por lo que, entre 1994 y 1996, “la mayoría de los países del mundo vio nacer sus primeros medios digitales” (Salaverría, 2019, p. 4).

Uno de los primeros diarios latinoamericanos que incursionaron en la web fue el *Journal do Comércio*, en Brasil, quien, en diciembre de 1994, a través del servicio de Internet Gopher puso en marcha un espacio de consulta sobre noticias económicas y comerciales; mientras que, en 1995, periódicos de países como Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay, así como México iniciaron su oferta informativa a través de sitios digitales en la web (Salaverría, 2016).

Poco a poco, el resto de los diarios de otros países de Latinoamérica fueron incorporándose a esta dinámica que les permitió darse a conocer en otras naciones, pues una vez que se incorporaron al mundo digital, los diarios digitales se convirtieron en una fuente informativa, no solo en el ámbito nacional sino también en el extranjero, además de servir de fuente de otros medios de comunicación, pues más personas tuvieron acceso a su contenido a través de Internet.

Empero, no en todos los países de Latinoamérica se ha dado de igual manera el desarrollo del periodismo digital; la presencia de estos espacios ha dependido del nivel económico, democrático y de libertad de expresión, así como de los avances en las políticas públicas que promueven los estados para cumplir con las recomendaciones de organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para el acceso universal de tecnologías digitales.

En el caso de México, el primer diario que tuvo una página web fue *La Jornada* (Barrios, 2013; Crovi, 2016; González, 2016), seguido de *El Norte* y otros diarios que luego fueron imitados en las diferentes regiones del país, hasta extender el periodismo digital por toda la república. Un ejemplo de cómo se ha ido propagando la presencia del periodismo digital se puede analizar desde México a través del registro que realiza Barrios en 2010, quien en un su estudio reconoció 449 páginas web periodísticas, 337 de las cuales tenían como origen los diarios impresos; además de la existencia de 112 espacios nativos digitales, mismos que han ido en aumento al grado de que, actualmente, ya es posible señalar que en México todos los medios impresos cuentan con un espacio digital, pero también que ha sido casi imposible tener un registro exacto del número de espacios informativos nativos digitales en el país (Meneses, 2010, 2011, 2013; Crovi, 2016; De León, 2018).

Sin embargo, la presencia de esta gran cantidad de medios informativos en el ciberespacio ha llevado al periodismo digital a enfrentar magnos desafíos, ante la forma y las exigencias en la que tienen que desarrollar su trabajo, así como la manera en la que han tenido que ir adaptándose a las dinámicas del consumo de las audiencias y al desarrollo del mismo ecosistema mediático del que forman parte; todo esto en el marco de una crisis de credibilidad que podría estar transformando y reconstruyendo el imaginario del periodismo y de la profesión del periodista.

El perfil profesional del periodista y la crisis de credibilidad del periodismo digital como desafío para el imaginario de la profesión

El desarrollo del periodismo digital motivó la transformación de las redacciones y con ello la identidad de los profesionales del periodismo. Uno de los factores que influyeron fueron las

innovaciones tecnológicas que facilitaron el consumo de información por diferentes plataformas, ya no sólo las tradicionales, por lo que el perfil del periodista se fue encaminando al de una persona con habilidades más técnicas, acorde al dominio de formatos informativos diseñados para varias plataformas. Otro fue el acceso del público a una gran cantidad de información, lo cual representó una competencia para los medios informativos, ocasionando la reducción de las plantillas laborales y la redistribución de funciones y tareas entre los trabajadores integrantes de las redacciones, por lo que, en estas circunstancias, menos empleados realizan más actividades (Salaverría y García, 2008; Sánchez-García *et al.*, 2015; Albertini, 2016; López *et al.*, 2017), sin que ello implique mejores salarios.

Aunado a lo anterior, el desarrollo de la web 2.0 y las redes sociales motivaron la participación cada vez más activa de los usuarios que, a través de las nuevas herramientas digitales, empezaron a gestar una comunicación menos unidireccional y emprendieron una relación más interactiva, directa e inmediata con los medios, además de aprovechar las condiciones tecnológicas para producir y compartir contenido a través de los mismos canales de difusión que emplean los medios informativos (Arzate *et al.*, 2017; Martínez-García y Navarro, 2018; Tejedor Calvo, 2018).

Estos cambios llevaron a que nuevos roles se sumaran a las redacciones, entre ellos la de gestores de redes sociales o *Community management*, el cual surge por la necesidad de dar seguimiento a los comentarios e intervenciones del público en las páginas web y redes sociales de los espacios informativos; la incorporación del *Enhancer Reporter* (reportero optimizado), que se enfoca en el uso de la inteligencia artificial o algoritmos para aprovechar las tendencias y hacer los enfoques de una historia; además del productor de realidad aumentada, quien usa la tecnología para producir información en formatos especializados (Albertini, 2016; López *et al.*, 2017; Martínez-García y Navarro, 2018); entre otros.

Muchos de estos nuevos perfiles, actividades y aplicación de herramientas tecnológicas al periodismo digital, surgen ante la necesidad de los medios de generar información inmediata y atractiva para el público, pero bajo una dinámica que complica la revisión y contraste de información. Dicha inmediatez, producto también de la búsqueda de los medios por ser los primeros en dar la nota, conlleva el riesgo de equivocarse y dañar la credibilidad de este, o de perder la primicia si se espera el tiempo necesario para la verificación de los datos antes de darla a conocer, situación que también podría afectar la preferencia del público, al no ser los primeros en informar (Albertini, 2016; Raphael, 2017).

A esto se le suma el desaliento de las audiencias por un periodismo vinculado a los gobiernos en turno y a la abundante información falsa en las redes sociales. Además, con el avance tecnológico y las facilidades de internet, han surgido emisores de mensajes informativos de diferente origen, como empresas, corporaciones, organizaciones, instituciones o

personas físicas, quienes a través de la producción de mensajes y su difusión en redes sociales participan en la construcción simbólica de la realidad social de las audiencias, con la propuesta de una agenda, e información a veces poco abordada en los medios (Crovi, 2016).

Entre estos productores emergentes de información también se identifican ciudadanos que intervienen en diferentes niveles del proceso (Pellegrini, 2010; Crovi, 2016, Suárez-Villegas, 2017), por lo que su contribución se reconoce ya como periodismo ciudadano, sobre todo cuando tienen sus propios espacios digitales en donde comparten información; no obstante, en muchos de estos espacios informativos, la evidencia, los hechos y la objetividad no son importantes, lo que lo diferencia de la razón de ser del periodismo profesional que deberá cumplir con lineamientos éticos y metodologías que garanticen la verificación de datos, el contraste de las fuentes, la contextualización y demás elementos que ayudan a limitar la subjetividad (Raphael, 2017) en la información.

La desconfianza del público hacia el periodismo es un fenómeno internacional medido por organismos como el “Barómetro de Confianza Edelman”, quienes durante la consulta del 2022 encontraron un incremento en la desconfianza de las personas hacia el gobierno y los medios, como consecuencia de la desinformación y la división de opiniones entre las dos instituciones (Edelman, 2022); además, a diferencia de otros años, donde la tecnología había tenido niveles altos de confianza, para el 2022 la confianza en la tecnología disminuyó, sobre todo, como en el caso de México, al relacionarla con las redes sociales, paradójicamente, un espacio digital de gran relevancia durante la contingencia sanitaria generada por la COVID-19, dadas las facilidades para transmitir mensajes, pero igualmente idónea para propagar información falsa.

Debido a esto, las significaciones de las audiencias en torno al periodismo digital y sus profesionales son todo un desafío, pues tienen una relación directa con la construcción de los imaginarios de la profesión. Dichas representaciones pueden estar ligadas a la idea de un periodismo digital poco objetivo, donde no siempre se narra la historia completa o no se dice la *verdad*, debido a intereses económicos y políticos que conduce a sus comunicadores a olvidarse de la responsabilidad social que han asumido con sus públicos. De ahí que, para Newman y Fletcher (2020), uno de los grandes retos del periodismo digital es recuperar la confianza de sus públicos, así como el interés en las noticias, a través de la calidad informativa, pues según el *Digital News Report 2022*, dicho interés pasó del 63%, en 2017, al 51% en 2022, a nivel global; además de encontrar un aumento en el número de personas que evitan las noticias, como evasión selectiva (Newman, 2022).

Por tal motivo, el objetivo de esta investigación es analizar, a través del análisis de contenido, el estado de la investigación acerca de los medios digitales para identificar cómo se están configurando los imaginarios sobre el periodismo digital y sus profesionales. El alcance del estudio es exploratorio y como tal, es una indagación no agotada, no obstante, el análisis

hasta el momento permite esclarecer procesos y desafíos del fenómeno, así como rutas futuras de investigación.

MARCO TEÓRICO: EL CONCEPTO DE IMAGINARIO SOCIAL

El estudio de los imaginarios sociales forma parte de una tradición de pensamiento en la que se articulan diversas perspectivas propuestas desde diferentes campos de las ciencias sociales, como la sociología, la antropología, la psicología social y la filosofía, principalmente. Si bien el término de imaginario social se atribuye a Cornelius Castoriadis (2013), el sentido general del concepto lo sitúa en la línea de trabajos vinculados a la de representaciones sociales inspirada en la teoría de Moscovici (1986), posicionando el concepto de imaginario social como un constructo global en el que se incluyen las diferentes miradas en relación con la constitución intersubjetiva de un marco simbólico (Girola, 2012).

No obstante, el planteamiento de Castoriadis, a diferencia particularmente del de Moscovici, se propone desde una perspectiva crítica e histórica. En ese sentido, hablar de imaginarios sociales implica considerar las estructuras hegemónicas o dominantes y procesos de socialización, así como de significaciones instituidas colectivamente, legitimadas social e históricamente, pero también instituyentes o creadoras de realidad. Siguiendo a Cegarra (2012), podemos entender a los imaginarios sociales como “una ‘gramática’, un esquema referencial para interpretar la realidad socialmente legitimada construido intersubjetivamente e históricamente determinado” (Cegarra, 2012, p. 3).

Para Castoriadis (1997) la sociedad se crea y se recrea a sí misma a partir de significaciones imaginarias instituidas cada vez en los diferentes momentos sociohistóricos, lo que quiere decir, que aunque no se constituye en una relación de causalidad ni evolución lineal, existen restricciones históricas y, en ese sentido, cada sociedad recrea o reinterpreta -explica- el pasado y la tradición desde el presente, “pero evidentemente también lo ‘reinterpretado’ es material dado y no indeterminado” (Castoriadis, 1997, p. 7). Por otro lado, la sociedad y las significaciones imaginarias son coherentes y completas; coherentes con una lógica dominante de relaciones instituidas y de representaciones legitimadas, sin perder de vista las divisiones y el conflicto interno entre grupos con intereses opuestos; y completas en tanto que se explican en el mismo “magma” de los imaginarios de determinada sociedad.

Imaginarios sobre el periodismo digital

El estado de la cuestión de los *media studies* y los *journalism studies* se encuentra entre una diversidad de narrativas imaginadas respecto al periodismo digital que van desde la confianza

en las herramientas digitales, hasta su inmediatez y practicidad; ello ha desembocado en intentos de responder distintas preguntas, entre ellas “¿qué es el periodismo?” (Harcup y O’Neill, 2017), “¿cómo es la profesión del periodista en la época digital?”, y “¿cómo debería de ser el periodismo digital?” (Salaverría, 2019a).

El acercamiento de los imaginarios sociales encuentra la explicación en que las composiciones entre la realidad con la fantasía dan forma a percepciones, prácticas y representaciones (Castoriadis, 1983); esta teoría encuentra una practicidad al revisar el periodismo como una de las estructuras que representan los imaginarios, mientras que, a su vez, las noticias los retroalimentan. Sin embargo, hay muy pocos acercamientos sobre la relación entre imaginarios y periodismo, tanto es así que en el texto *Comunidades Imaginadas* de Anderson (2021) sólo podemos encontrar un par de menciones, centrándose éste, más bien, en productos culturales con relación al arte, los procesos de producción o intuiciones espaciotemporales.

Este vacío significativo en la teoría de los imaginarios sociales parece resultar determinante para que existan pocos estudios que desde este abordaje vislumbren a las distintas variantes del periodismo, podemos poner en pugna esto y darle una serie de explicaciones, tanto porque la visión postmarxista de Castoriadis a los medios puede parecer corta en relación con dos cosas: en primer lugar la Teoría Crítica que explica este fenómeno con una trayectoria más marcada (Memos, 2014); por otro lado, las ideas de *texto, discurso, espectáculo y narrativa* que aparecen con los teóricos de la posmodernidad son bastante similares al abordaje de lo imaginario (Tovar-Restrepo, 2012). Sin embargo, en sus paralelismos con otros conceptos y acercamientos, puede servirse y retroalimentar al resto de exposiciones que intentan explicar la realidad periodística como una composición entre verdad empírica y construcción simbólica (o intersubjetiva).

Ante esta realidad, se vuelve importante indagar sobre estudios dedicados a investigar sobre los medios informativos y su aporte en la configuración de imaginarios vinculados al periodismo digital y sus profesionales.

METODOLOGÍA

Para lograr el propósito de esta investigación, se realizó una revisión documental de investigaciones especializadas en periodismo digital, utilizando los motores de búsqueda Scopus y Google académico con operadores *booleanos* que limitaron la exploración a las palabras clave “periodismo digital”, “ciberperiodismo” “imaginarios sociales” y “profesión del periodista” (junto con sus sinónimos y variaciones posibles).

Para la selección de los trabajos se tomaron en cuenta los siguientes criterios: 1. Estudios publicados en los últimos cinco años (2018 al 2022), marco temporal pertinente para dar

lugar a tres momentos claves de la digitalidad: la época prepandemia COVID-19, el período de crisis de la pandemia y los años posteriores que algunos han llamado la nueva normalidad o *new normal*. 2. Contextualizados en países de Latinoamérica. 3. Que enfatizaran el análisis de imaginarios sociales, principalmente, o conceptos de otras teorías que pueden considerarse paralelos o con posibles relaciones (Girola, 2012). 4. Además, como criterio de inclusión se consideraron también aquellos que abordan los desafíos que enfrentan los periodistas y el periodismo digital.

La exploración y selección arrojó un total de 19 textos, como se muestra en la Tabla 1, de ocho países latinoamericanos, con enfoques teóricos similares respecto al periodismo digital y sus desafíos en Latinoamérica.

TABLA 1. ARTÍCULOS ANALIZADOS SOBRE PERIODISMO DIGITAL (2018-2020)

| Nº | Autor(es) | Año | País | Objeto | Tipo de documento |
|----|----------------------------|------|-----------|---|---------------------------|
| 1 | Sánchez y London | 2019 | Argentina | Representación de la pobreza | Artículo de investigación |
| 2 | Gómez | 2020 | Argentina | Discriminación y representación del delito | Artículo de investigación |
| 3 | Loyola y Viada | 2020 | Argentina | Periodismo colaborativo | Ponencia |
| 4 | Taraborrelli | 2022 | Argentina | Concentración de medios periodísticos | Artículo de investigación |
| 5 | Borges | 2018 | Brasil | Audiencia potente | Artículo de investigación |
| 6 | Zambrano, García y Barrios | 2019 | Colombia | Convergencia mediática | Artículo de investigación |
| 7 | Arias, Núñez y Vargas | 2021 | Colombia | Inequidad de género en periodismo deportivo | Tesis de licenciatura |
| 8 | Molina | 2022 | Cuba | Práctica y formación del ciberperiodismo | Artículo de revisión |
| 9 | Puente | 2019 | Ecuador | Cambios en el periodismo | Tesis licenciatura |
| 10 | Loaiza | 2019 | Ecuador | Análisis de la redacción digital | Tesis de maestría |
| 11 | Ramos y Rivera | 2019 | Ecuador | Rutinas de periodismo móvil | Artículo de investigación |
| 12 | Ulpo, <i>et al.</i> | 2020 | Ecuador | Profesional del periodismo | Artículo de revisión |
| 13 | Vásquez | 2021 | Ecuador | Migración | Tesis de licenciatura |

| | | | | | |
|----|----------------------|------|-------------|---|---------------------------|
| 14 | Torres | 2018 | México | Formación en el periodismo | Artículo (ensayo) |
| 15 | Vega | 2021 | México | Periodismo emprendedor | Artículo de investigación |
| 16 | Salas, <i>et al.</i> | 2021 | México | Ciberperiodismo violencia y permanencia | Artículo de investigación |
| 17 | Gutiérrez | 2022 | México | Panorama del ciberperiodismo | Capítulo. Ensayo |
| 18 | Santillán | 2019 | Perú | Perfil del periodista digital | Artículo de investigación |
| 19 | Lugo | 2022 | Puerto Rico | Participación de la audiencia | Artículo de investigación |

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El análisis arrojó la construcción de tres categorías: *distinciones entre periodismo tradicional y digital*; *el deber ser del periodista en la época digital*; y finalmente, *responsabilidad, confianza y credibilidad en el periodismo digital*. Esta categorización no es excluyente, en el sentido de que algunos textos se inscriben en más de una categoría. El análisis fue de tipo cualitativo, considerando los objetivos de los trabajos y las interpretaciones de los autores acerca de sus observaciones.

En un primer momento se organizaron en grupos de similitud por sus objetos de estudio; en un momento posterior, el proceso de construcción de las categorías se dio a partir de la revisión a fondo de los textos, considerando como unidades de análisis los puntos de vista de los autores y de las opiniones de los entrevistados en las investigaciones.

En función de las categorías mencionadas, además, podemos enunciar los desafíos del periodismo en tres ámbitos: sus fortalezas y debilidades en la época digital, la profesionalización y deontología del periodista, así como su relación histórica con las relaciones de credibilidad y presentación del pasado. Al mismo tiempo, nos permite hablar desde distintos puntos de vista sobre cómo se imagina la profesión periodística en la época digital, y sobre los desafíos que se encontrarán en relación con esos imaginarios sociales.

RESULTADOS

Las distinciones entre periodismo digital e impreso

En este primer grupo de investigaciones se sitúan aquellas que destacan la diferencia entre prensa tradicional impresa y periodismo digital. En este sentido, se abordan los cambios que se han generado en el periodismo por la influencia de la convergencia digital y las redes

sociales. Las observaciones se sitúan en Ecuador, con tres trabajos (Loaiza, 2019; Ramos y Rivera, 2019 y Puente, 2019); México con dos (Gutiérrez, 2022 y Salas *et al.*, 2021), Argentina también con dos (Loyola y Viada, 2020; Taraborrelli, 2022), en tanto que Brasil (Borges, 2018) y Cuba (Molina, 2022) con uno de cada país.

Por un lado, en términos positivos, se distingue la posibilidad de crear redes de colaboración entre periodistas, comunidades virtuales e interacción con las audiencias dadas las condiciones de desarrollo tecnológico y multimedial (Gutiérrez, 2022; Loyola y Viada, 2020; Ramos y Rivera, 2019; Loaiza, 2019). Particularmente, Loyola y Viada (2020) de Argentina destacan el trabajo colaborativo como una nueva forma de encarar la profesión, tanto con otros profesionales del periodismo como de otras disciplinas, además de la participación activa de la audiencia; como ejemplo hacen alusión a los *Panama Paper*, en el que participaron 370 periodistas. No obstante, esta característica se relaciona con las condiciones organizacionales, laborales y nivel de preparación de los comunicadores (Loaiza, 2019; Ramos y Rivera, 2019; Gutiérrez, 2022).

La participación de la audiencia es otro de los rasgos distintivos de la era digital, al grado de concebirla como “audiencia potente”, en tanto que ha afectado la producción noticiosa (Borges, 2018); en el mismo sentido, lo proponen Gutiérrez (2022), Molina (2022) y Loaiza (2019).

Por otro lado, destaca el aumento de tareas y el cambio en las rutinas de los periodistas, no solo por el avance tecnológico, sino también por la presión de las audiencias y la inmediatez, aunada a los nuevos modelos de negocios; por ejemplo, Borges (2018) de Brasil, encuentra funciones relacionadas con el marketing; Puente (2019), de Ecuador, identifica que las condiciones económico-materiales y los nuevos modelos de negocios han transformado el perfil de los periodistas en aquel que produce, presenta y vende, afectando su realidad en los espacios de trabajo y en sus condiciones laborales. En México, Salas *et al.*, (2021) relacionan la precariedad de las condiciones de trabajo del periodista digital con los problemas económicos de los medios, sobre todo de aquellos que solo viven de la publicidad, y en el caso del estado de Chihuahua, el cierre de diversas empresas se asocia a la pérdida del financiamiento gubernamental más que a la violencia a la que se enfrentan los medios y los periodistas.

Finalmente, otro de los escenarios que se visualizan es la concentración de los medios en grandes empresas, particularmente a partir de las políticas neoliberales de desconcentración de medios estatales (Taraborrelli, 2022); además de que se observan dificultades tecnológicas sobre todo para las empresas independientes o de países como Cuba, con restricciones impuestas por los gobiernos de Estados Unidos (Molina, 2022).

En suma, este grupo resulta funcional a modo de introducción espacio-temporal, ya que se dimensiona un imaginario del periodismo como institución en redefinición constante. Es-

tos nueve textos encuentran su lugar como el retrato de un fenómeno ya dado: el impacto del desarrollo de Internet y la digitalización en el periodismo tradicional, lo que nos permite vislumbrar sus desafíos en la actualidad.

El deber ser de la profesión del periodista en la época digital

Aquí se sitúan textos acerca del quehacer periodístico con inquietudes relacionadas con la formación profesional y ética: dos de México (Torres, 2018 y Gutiérrez, 2022); tres de Ecuador (Puente, 2019; Ramos y Rivera, 2019 y Ulpo, *et al.*, 2020), así como uno de Perú (Santillán, 2019), uno de Colombia (Zambrano *et al.*, 2019) y uno de Cuba (Molina, 2022).

Se alude a la falta de profesionalización como característica del periodismo digital (Gutiérrez, 2022), dando mayor importancia al dominio tecnológico y a las estrategias para captar seguidores (Puente, 2019; Molina, 2022). Ramos y Rivera (2019) encontraron que en la formación de los periodistas digitales se cuenta con estudios universitarios (de pregrado y de posgrado), pero es notoria la preparación empírica dada por la experiencia en el medio y la autoformación.

En general, se coincide en que la formación en las universidades no es suficiente aún para impactar positivamente en el desarrollo de un profesional capaz de actuar en los medios digitales con una preparación completa como comunicadores. Tanto para Santillán (2019) de Perú, como para Zambrano *et al.*, (2019) de Colombia, la formación en las universidades aún no encuentra solidez y en los medios no se han definido las competencias necesarias; en tanto que Loyola y Viada (2020) enfatizan la necesidad de cambiar los parámetros de prácticas profesionales y de enseñanza en un escenario distinto al siglo XX: “No se puede seguir haciendo lo mismo con recursos, sistemas, entornos, lógicas que son diferentes” (Loyola y Viada, 2020, p. 67), por otra parte, Torres (2018) da cuenta de que no existe un mapeo de cómo están siendo formados los nuevos periodistas en las universidades mexicanas; por último, se acentúa que se debe tener un claro sentido ético que permita lidiar con noticias falsas y errores en la divulgación de la información (Ulpo, *et al.*, 2020), así como frente a las presiones de la audiencia y de las empresas (Gutiérrez, 2022).

En general, se enfatiza que además del conocimiento tecnológico, de los nuevos lenguajes, formatos de comunicación y adaptación a las nuevas dinámicas, se requiere una sólida formación teórica y ética relacionada con la práctica periodística, así como un amplio bagaje cultural y habilidades básicas de todo comunicador en redacción, expresión oral, dominio de la entrevista, etcétera.

Responsabilidad, confianza y credibilidad en el periodismo digital

En este caso se localizaron artículos que revisan la percepción de confianza y de credibilidad en el periodismo digital, en relación con la veracidad de la información, la generación de contenidos propios y la interacción con las audiencias. Esto, se observa principalmente en el trabajo de Vega (2021), en donde se recogen las opiniones de periodistas y estudiantes, para quienes la calidad se relaciona con la veracidad, la confianza y la validez de fuentes, la generación de contenido propios; llama la atención que en el caso de los estudiantes respondan confiar más en medios tradicionales o en periodistas con reconocimiento a nivel nacional, coincidiendo con Puente (2022), quien precisa que se percibe con mayor prestigio el periodismo impreso.

En cuanto a la responsabilidad de los medios por su impacto en los imaginarios y representaciones de las audiencias, se identifican los textos de Gómez (2020) y de Sánchez y London (2019), ambos de Argentina, quienes analizan las implicaciones de la presentación de estereotipos asociados a la pobreza, los cuales repercuten en los imaginarios del público e influyen en el consumo del medio que ofrece temáticas polémicas, en particular en periódicos digitales por su cobertura, acentuando el rol del periodista como caja de resonancia. En esta misma línea se inscriben también trabajos como el de Arias *et al.*, (2021) de Colombia en torno a los imaginarios de inequidad de género en cadenas internacionales; o el de Vásquez (2020), de Ecuador, acerca de imaginarios construidos sobre la migración.

Puente (2019) afirma que la crisis de credibilidad del periodismo digital se debe a las redes sociales, a la desinformación y las noticias falsas, Molina (2022) lo vincula con el tratamiento deficiente de los temas, así como con financiamientos que imponen líneas en el tratamiento de las noticias; y Gutiérrez (2022) subraya el desafío que implica la *infoxicación*, la “vorágine de información” con la que se enfrenta el periodista y las dificultades del seguimiento y verificación de la misma, junto con el riesgo de la manipulación deliberada en pos de la opinión y las emociones que impactan más en las audiencias. Por otro lado, Lugo (2022) de Puerto Rico, analiza las repercusiones de la participación de las audiencias mediante recursos como Twitter y la sección de comentarios; por un lado, en términos positivos, como canales que contribuyen a la democracia con la deliberación en la esfera pública y la interacción entre ciudadanos, pero por otro, en tanto predomina la pobreza lingüística, y los mensajes de odio y hostigamiento, afectan la calidad del trabajo periodístico; en ese sentido, si bien no son la noticia, se han convertido en parte del producto noticioso, llegando a influir — como también apunta Borges (2018)— en las historias de los periodistas y en el afán de mantener la lealtad o aumentar la cantidad de seguidores.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

A partir del análisis de 19 trabajos académicos relacionados con el periodismo y la construcción de imaginarios del periodismo digital en Latinoamérica, se pudieron encontrar tres grupos de investigaciones enfocadas a esta reflexión; el primer grupo se conforma de investigaciones vinculadas a la relación que existe entre la construcción de imaginarios del periodismo a partir de las distinciones entre periodismo digital y periodismo tradicional; el segundo grupo a las investigaciones que indagan sobre el deber ser del periodista en la época digital; y un tercer grupo enfocado a la relación entre la construcción de imaginarios a partir de la confianza y la credibilidad en el periodismo digital.

En primer lugar, se observa, como una línea de representación en el imaginario, la brecha entre un periodismo *digital e impreso* definida por las herramientas que se utilizan en la digitalidad para alcanzar a las audiencias, y sus efectos sobre éstas (alcance, mercadeo, *trend*), pero también en el sentido de una redefinición constante de las herramientas y condiciones laborales de los periodistas digitales, por tanto, del imaginario que rodea al periodismo en su totalidad.

En segundo lugar, destaca la constitución de un imaginario instituido en la profesión no digital, al ser acentuados perfiles relacionados con las capacidades y habilidades de comunicación, independiente de la virtualidad, pero también se configuran representaciones ligadas a la necesidad de una formación diferente que atienda a las nuevas dinámicas: la preparación de los periodistas en la digitalidad. Si se puede hablar de una “deontología periodística”, la digitalidad supone que ésta deba ser enseñada profesionalmente con todos sus cambios actuales, incluidos los impactos en las audiencias y el estado actual del mercado en el que se desenvuelven los periodistas. En este caso, la existencia de diversidad de perfiles periodísticos instituye imaginarios sociales igual de diversos.

En cuanto a los imaginarios de confianza o desconfianza en el periodismo, coexiste un imaginario en disputa entre la propagación de la desinformación de forma desmedida por una confianza ciega en la información vertida en internet y una desconfianza en el periodista producto del desconocimiento de sus herramientas de investigación, difusión y mercadeo. Los estudios de caso son variados, pero encuentran su centro en estos dos lugares comunes del periodismo en redes, además de los nuevos roles que encuentra el periodista en la época digital: como intérprete de datos que han sido filtrados, ahora de forma masiva; o como incitador de *trends* que dan lugares a representaciones e imaginarios.

Algunos de los textos analizados se sitúan en una época previa al COVID-19, lo que podría considerarse un hito para hablar de un periodismo digital antes y después de este evento. Podemos hacer hincapié en que el periodista encontró nuevos roles con la propa-

gación masiva de desinformación en el terreno de elementos que pueden ser considerados vitales dentro de la emergencia sanitaria, y, por tanto, se forman nuevos imaginarios de éste como el causante de la desinformación, pero también como quien se encarga de disolverle. En este contexto, de la necesidad de enfatizar el comportamiento ético del periodista digital tiene sentido el rol del *fact-checker*, el cual surge durante la pandemia COVID-19 en espacios periodísticos destinados a refutar noticias falsas (Salaverria, *et al.*, 2020).

En general, se puede dar cuenta de lo que apuntan Soengas y Sixto (2019) y Salaverría (2018, 2019a y 2019b), que el periodismo impreso aún no termina su época, que vive presente en espacios y comunidades, y por tanto aún puede moldear los imaginarios sociales en Latinoamérica de forma significativa, mientras que el periodismo digital todavía presenta desafíos importantes reflejados como áreas de oportunidad, las cuales están relacionadas con la brecha tecnológico-materiales y formativa que sigue presente en muchos países latinoamericanos.

Esta brecha vigente en los países de Latinoamérica se vincula con la crisis de credibilidad que afecta a los medios a nivel mundial y con la ausencia de lineamientos éticos claros que intervienen en la elaboración de la noticia y en los ensamblajes discursivos que moldean la construcción de otros imaginarios como el de los migrantes, los deportistas, los pobres, las mujeres, la corrupción, etcétera, a partir de la realidad social que describen los mismos medios (Arias *et al.*, 2021; Vázquez, 2020; Gómez, 2020; Sánchez y London, 2019).

En este sentido y según las investigaciones que se han revisado se puede dar cuenta de que la noticia impresa en Latinoamérica sigue vigente, pero que el periodismo digital está presente como un medio complementario y alternativo; y que tiene oportunidades para poder establecerse como un medio más fuerte y con credibilidad; en este sentido, es preciso garantizar el derecho de la ciudadanía de recibir información veraz, adaptando la labor periodística a las nuevas situaciones tecnológicas y características de las audiencias activas.

En la mayoría de los textos analizados se pudo ubicar al periodismo digital como algo inevitable en Latinoamérica, pero que, en general, el periodismo y sus profesionales, en el ejercicio de su profesión desencadenan imaginarios que, a su vez, modifican las necesidades de sus audiencias y entretejen nuevas herramientas para los periodistas en sus redes como lo señalan Salaverria *et al.* (2020).

CONCLUSIONES

En conclusión se puede decir que el periodismo digital en Latinoamérica tiene cada vez más presencia, pero que uno de los grandes desafíos a los que se enfrenta este periodismo

tiene raíz en la brecha tecnológica y formativa que, al combinarse con los nuevos modelos de negocio y dinámicas de consumo que han transformado el perfil de los profesionales del periodismo digital, impide la aplicación de principios ontológicos todavía vigentes en el imaginario de la profesión, por lo que el desarrollo de un periodismo digital alejado de lineamientos éticos en un contexto de desinformación y noticias falsas, amerita la necesidad de nuevos perfiles y herramientas digitales que garanticen la credibilidad de la información.

En este contexto, aparece un deber ser común del periodista en torno a la confiabilidad que podría garantizarse con la presencia del *fact checkers*, según señalan Salaverría *et al.* (2020), una actividad que deberá sumarse al perfil del periodista digital, en busca de una conexión con la sociedad civil y los consumidores, esto a través del uso y dominio de herramientas que ayuden a verificar el contenido noticioso; sin embargo, algo particular de las investigaciones dedicadas a la enseñanza del periodismo a nivel licenciatura en Latinoamérica es que en los programas formativos mucho se dice del periodismo a nivel empresa-marketing-componentes del trabajo, y poco se habla, en particular, de las herramientas que garantizan la verificación de los hechos, las cuales podrían cambiar no solo los imaginarios del periodismo, sino también la manera en la que el periodismo construye otros imaginarios.

En ese sentido, se puede percibir que el imaginario de la profesión en el medio digital se constituye en un escenario de posibilidades significativas, que no está todavía anclado, y se debate en una dualidad entre la ética periodística y los intereses del mercado económico y político, tanto en su forma de control y manipulación, como de acción política. Esta dualidad podría estar agudizando la crisis de credibilidad en el periodismo y facilitando la polarización de los discursos entre los gobiernos y los medios, en muchos de los países de Latinoamérica, situación que agrava la percepción y confianza que se tiene del periodismo y sus profesionales. Este contexto impulsa el desarrollo de líneas de investigación que profundicen en las intersubjetividades que aportan a la construcción de imaginarios sobre el periodismo en Latinoamérica.

REFERENCIAS

- Albertini, E. (2016). Nuevas prácticas y rutinas del periodismo digital. *Letras*, (05), 195-203.
- Anderson, B. (2021). *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica.
- Arias, N., Núñez, J., y Vargas, W. (2021). *Inequidad de género en el tratamiento de información sobre fútbol en periodismo deportivo televisivo: Win Sports, ESPN y Fox Sports*. (Tesis de licenciatura). Universidad Autónoma de Bucaramanga.

- Arzate, E., López, J., y Mancilla, L. (2017). *Periodismo del siglo XXI, Notimex, ecosistema digital*. Notimex, CONEICC. https://www.researchgate.net/publication/319730252_Periodismo_del_Siglo_XXI_Notimex_ecosistema_digital
- Barrios, A. (2013). *El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades*. [Tesis doctoral]. Universidad de Santiago de Compostela.
- Borges, G. (2018). Two newsrooms and the daily reinvention of journalism. *Brazilian Journalism Research*, 14(2), 460-485. <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n2.2018.1091>
- Castoriadis, C. (1997). El imaginario social instituyente. *Zona Erógena* (35), 1-9.
- Castoriadis, C. (2013). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets.
- Cegarra, J. (2012). Fundamentos teórico epistemológicos de los imaginarios sociales. *Cinta de Moebio* (43), 1-13. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2012000100001>
- Crovi, D., (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*, 241-257. Fundación Telefónica-Universidad de Navarra-Ariel. <https://hdl.handle.net/10171/42336>
- De León, S. (2018). Una mirada a las rutinas no convencionales de producción periodística en México. *Estudios sobre periodismo en México: Despegue e Institucionalización*, 149-170. Universidad de Guadalajara.
- Edelman. (2020). *Barómetro de confianza*. <https://n9.cl/livy1>
- Edelman. (2022). *Barómetro: el ciclo de la confianza*. <https://n9.cl/ak2dg>
- Fuentes, R. (2018). El freelanceo, futuro de los periodistas. *Al momento*. <http://almomento.mx/diario-ejecutivo-el-freelanceo-futuro-de-los-periodistas/>
- Girola, L. (2012). Representaciones e imaginarios sociales. Tendencias recientes en la investigación. *Tratado de metodología de las ciencias sociales: Perspectivas actuales*. FCE-UAM.
- Gómez, C. (2020). De twitter a la prensa digital: el caso Braian Gallo. *Questión*, 2(66), 1-25. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/5912>
- González, C. (2016). La prensa mexicana y su evolución del papel a las plataformas Web y móvil para la distribución múltiple de sus noticias. El caso de El Imparcial de Hermosillo (1937-2014) [Tesis doctoral]. Universidad de Málaga.
- Gutiérrez, I. (2022). Apuntes sobre ciberperiodismo y problemáticas conexas. *Vida Digital. Efectos sociales*. UNAM.
- Harcup, T., y O'Neill, D. (2017). What is News? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- IFT (2017). Marco Internacional y recomendaciones de la banca ancha en el escenario mexicano. <https://n9.cl/wuitr>
- Loaiza, V. (2019). *La función de las comunidades virtuales de periodistas y las nuevas rutinas periodísticas en la estructuración de las salas de redacción en la era digital, caso La Barra Espaciadora, Ecuador* [Tesis de maestría]. Universidad de los Hemisferios.

- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A., y Pereira-Fariña, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales del periodismo actual. *Comunicar*, 53, 81-90. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-08>
- Loyola, I. y Víada, M. (2020). Los desafíos de la convergencia mediática: disrupciones y reconfiguraciones en el periodismo. *Géneros Textuales/Discursivos y los Medios*, 67-76. Universidad Nacional de Córdoba.
- Lugo, L. (2022). Argumentación sin deliberación: interactividad periodística en internet y twitter sobre los muertos del huracán María. *Caribbean Studies*, 50(1), 79-105. <https://doi.org/10.1353/crb.2022.0003>
- Martínez-García, L., y Navarro, C. (2018). Organización laboral y perfiles profesionales de los nuevos medios digitales españoles creados por periodistas en tiempos de crisis. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1445-1458. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62227>
- Memos, C. (2014). *Castoriadis and critical theory: crisis, critique and radical alternatives*. Springer.
- Meneses, M. (2010). La industria del periodismo y su transición a la convergencia digital: ciberperiódicos y periodistas convergentes en México. *Virtualis*, 2, 44-59. <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/28>
- Meneses, M. (2013). Convergencia en la industria periodística mexicana, Algo más que una reconversión tecnológica. *Industrias culturales en México. Reflexiones para actualizar el debate*. Universidad Autónoma de México/Tintable.
- Menesses, M. (2011). *Periodismo convergente: Tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI*. Porrúa.
- Molina, L. (2022). Tipicidades del ciberperiodismo cubano contemporáneo. Desafíos para la investigación académica y el ejercicio profesional. *Islas*, 6(202), 17-27.
- Moscovici, S. (1986). *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Paidós.
- Newman, R. (2022). Resumen ejecutivo. *Digital news report 2022*. <https://n9.cl/z3r7u>
- Newman, R., y Fletcher, R. (2020). Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2020. *Digital news report*. <https://n9.cl/hlxfw>
- Pellegrini, S. (2010). Análisis conceptual del Periodismo Ciudadano. *Palabra clave*, 271-290. <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v13n2/v13n2a04.pdf>
- Puente Martínez, G. (2019). *El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita* [Tesis de licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Ramos, Y., y Rivera, D. (2019). Competencias profesionales de periodismo digital en diarios ecuatorianos. *RISTI*, 20(5), 204-216.
- Raphael, R. (2017). *Periodismo urgente, manual de investigación 3.0*. Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI)-Ariel.

- Retegui, L. (2012). Digitalización y cambios en las rutinas laborales. ¿Qué pasa con el marco jurídico? *Congreso de periodismo y medios de comunicación (COPEM)*, FPyCS/UNLP.
- Salas, T., Hernández, O., Real, J., y Barrientos, J. (2021). Ciberperiodismo regional en Chihuahua. Violencia, supervivencia e inseguridad como aspectos psicológicos de atención. *Dilemas Contemporáneos*, 8(especial), 1-22. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2582>
- Salaverría, R., y García, J. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Tripodos*. 23, 31-47. <https://n9.cl/f9wym>
- Salaverría, R. (2018). La RAE renueva las definiciones de periodismo y periodista. *Ideas on Journalism by Ramón Salaverría*. <http://www.salaverria.es/blog/2018/12/22/la-rae-renueva-las-definiciones-de-periodismo-y-periodista/>
- Salaverría, R. (2019a). Digital journalism. *The international encyclopedia of journalism studies*, 1-11. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0189>
- Salaverría, R. (2019b). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El Profesional de la Información*, 28 (1), 1-27. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene>
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., y Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3), 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Salaverría, R., Harlow, S., y de Lima, M. (2022). *Medios nativos digitales de Latinoamérica: un panel de expertos*. Universitat Pompeu Fabra.
- Sánchez, M., y London, S. (2020). La pobreza y el discurso de los mass media. Un estudio de la prensa local argentina. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 49, 136-157. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i49.09>
- Sánchez-García, P., Campos-Domínguez, E., y Berrocal, S. (2015). Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina de Comunicación Social*. 70, 187-208. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1042>
- Santillán, J. (2019). El perfil del periodista en la era digital: Una aproximación académica para comprender sus desafíos y oportunidades. *Cultura*, 33, 87-118. <https://doi.org/10.24265/cultura.2019.v33.06>
- Soengas, X., y Sixto, J. (2019). La comunicación en una sociedad hiperconectada: nuevas estrategias del periodismo. *La comunicación en el escenario digital: Actualidad, retos y perspectivas*. Pearson Educación-UTPL.
- Taraborrelli, D. (2022). Periódicos digitales argentinos en un marco de concentración. Un análisis cuantitativo de propiedad, audiencia y origen geográfico. *Avatares de la Comunicación y la Cultura* (24), 1-23. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/7610>

- Torres, A. (2018). Los retos de la enseñanza universitaria del periodismo digital emprendedor en México. *Global Media Journal México*, 15(29), 5-21. https://gmjmxico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/329
- Tovar, M. (2012). *Castoriadis, Foucault, and autonomy: new approaches to subjectivity, society, and social change*. Bloomsbury Publishing.
- Ulpo, K., Cabrera, S., Guerrero, S., Cordova, E., Pezo, C., y Medina, L. (2020). Principios deontológicos del periodismo digital: una aproximación axiológica a la realidad. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 24(101), 11-18.
- Vásquez, B. (2021). *Imaginarios contruidos de la migración en la prensa digital ecuatoriana. Caso de estudio: El Universo, El Comercio y El Herald* [Tesis de licenciatura]. Universidad Técnica de Ambato.
- Vega, M. (2021). Representaciones sociales y calidad periodística en la credibilidad y consolidación del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa. *Sintaxis* (6), 55-73. <https://doi.org/10.36105/stx.2021n6.02>
- Zambrano, W., García, D., Barrios, A. (2019). El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 587-607. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63747>

Esta obra está bajo Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.

