

# **Juventud e información periodística en la segunda década del Siglo XXI: Concepto y valor de las noticias en la era digital.**

Alejandra Valenciano Ortega.

Cita:

Alejandra Valenciano Ortega (2019). *Juventud e información periodística en la segunda década del Siglo XXI: Concepto y valor de las noticias en la era digital. XXXII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Lima.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-030/254>



## Juventud e información periodística en la segunda década del Siglo XXI:

### Concepto y valor de las noticias en la era digital

Alejandra Valenciano Ortega

#### Resumen

La realidad tiene múltiples y complejas interpretaciones y la información periodística es una de manera de acercarnos a ella. Antes del auge de internet y la revolución digital, el mundo del periodismo, los medios de comunicación y sus audiencias estaba más o menos definido, pero esto cambió con la hegemonía del internet que revolucionó las formas de producción y consumo de información periodística ¿Qué es la información noticiosa en la era digital? ¿Dónde está y cómo se accede a ella? ¿A alguien le interesa? Fueron algunas de las preguntas que, desde mi experiencia como periodista, dieron origen a este trabajo. Para responderlas, se recogieron las opiniones de una centena de jóvenes estudiantes de licenciatura de la Universidad de Guadalajara (México) a través de una encuesta digital de autollenado. Los resultados muestran que el consumo incidental de noticias a través de las redes sociales está desplazando a los medios de comunicación como fuente principal de información debido a valoraciones positivas como la gratuidad, la inmediatez y la facilidad para enterarse de las noticias, aunque esto implique sacrificar criterios periodísticos como la veracidad y estar más expuestos al amarillismo y a las noticias falsas.

#### Palabras clave

Internet, información periodística, redes sociales, medios de comunicación, difusión.

#### Introducción

Aunque la palabra desarrollo se usa comúnmente para referirse a procesos eminentemente económicos, se trata es un concepto dinámico que ha mutado a la par de las coyunturas socioeconómicas y geopolíticas de la historia y que está estrechamente ligado al origen del capitalismo (Martínez, 2013). El término se remonta a la época de la Revolución Industrial donde el desarrollo se relacionaba con el aumento de la tecnologización e industrialización de las ciudades y el consecuente incremento de la producción y el crecimiento económico. La principal limitación de esta visión del desarrollo es que no tomaba en cuenta “aspectos tales como el grado de solidaridad entre los diferentes grupos sociales, el apoyo mutuo orientado al bien común, la responsabilidad social, la tolerancia y el respeto mutuo, la paz social, el trabajo en



equipo, el compromiso social, etc.” (Martínez, 2013, p. 57) para evaluar los niveles de desarrollo de las naciones del mundo.

Tras la Segunda Guerra Mundial, las teorías del desarrollo se enfocaron en la función correctora del Estado de los desequilibrios sociales y económicos del mercado. A partir de 1950, cuando la desigualdad social y económica muestra las flaquezas del modelo vigente es que el desarrollo se vincula con aspectos sociales y educativos a través del Desarrollo Humano, partiendo de que la dignidad y el bienestar de las personas no pueden estar aislados del crecimiento tecnológico y económico. Respecto al papel de la educación en el desarrollo, Martínez apunta que “además de favorecer el crecimiento” ésta tiene otros beneficios “como son los de abrir la mente de los sujetos, dando a entender que es posible el cambio ya que existen otros modos de organizar la producción más equitativos” (2013, p. 63).

El Desarrollo Humano también toma en cuenta la capacidad que tienen los individuos para acceder a los recursos que les permitan tener un nivel de vida digno y adquirir conocimientos para la toma de decisiones propias con base en la información y el conocimiento. La información difundida a través de los medios de comunicación en formato de noticias representa una forma de conocimiento (Park, 1940).

Por otra parte, desde la perspectiva del desarrollo sustentable, tener acceso a información imparcial, oportuna y completa sobre los asuntos que nos afectan a nosotros y a nuestra comunidad o sobre el uso y distribución de los recursos comunes es indispensable para construir sociedades más justas y equitativas. Consciente de lo anterior, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través de los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS), hace énfasis en la importancia de garantizar el acceso público a la información para fortalecer las instituciones democráticas y para lograr dotar de paz y justicia a las sociedades contemporáneas.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) señala que recibir información incompleta, sesgada y/o politizada puede difundir versiones distorsionadas de la realidad que fomentan estereotipos, promueven conflictos o exacerban las divisiones sociales, mientras que garantizar la existencia de un entorno mediático independiente del poder político y económico (tarea por demás



difícil en el capitalismo), capaz de generar información de calidad, contribuye al entendimiento del mundo.

### Periodismo y democracia

Desde un punto de vista liberal, el periodismo es el puente entre la información pública y los ciudadanos, dada la función fiscalizadora y escrutadora del poder público que la democracia le otorga. Además, se trata de una disciplina enmarcada en el campo de la comunicación humana, cuya función es el procesamiento y transmisión de información (sobre todo de interés público) a través de determinadas técnicas y artilugios.

Por otro lado, desde la disciplina del derecho, más que un concepto, la información debe entenderse como un proceso que, en un sentido amplio comprende el proceso de acopio, almacenamiento, tratamiento, recepción y difusión de hechos, ideas, noticias, opiniones o datos, ideas. (Carpizo y Villanueva, 2001). Asimismo, debe entenderse que este derecho puede ejercerse desde tres diferentes vertientes:

- Derecho a atraerse de información: acceso a los archivos, registros y documentos públicos. Decidir libremente qué medio se consulta.
- Derecho a informar: Libertad de expresión e imprenta y para constituir sociedades informativas.
- Derecho a ser informado: recibir información objetiva y oportuna; completa (el derecho a enterarse de todas las noticias) y universal (que la información sea para todas las personas, sin exclusión alguna).

El derecho a la información se elevó a categoría de libertad fundamental cuando en 1948 la ONU lo incluyó en su Declaración Universal de los Derechos Humanos. El artículo 19 de este documento establece que:

*Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (ONU, 1948, p. 6).*

Rivadeneira describe al periodismo como una “parte de la comunicación humana destinada a la transmisión de noticias y cuyas características esenciales son: actualidad, universalidad (geográfica, temática y social), periodicidad y acceso público”, y para referirse específicamente al periodismo impreso agrega que se trata de un “sistema



abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlos a destino mediante un canal llamado periódico” (1990, p. 34). Se adopta esta definición por considerar que, a pesar de los cambios tecnológicos de las últimas décadas, refleja el carácter esencial del periodismo.

Desde la invención de la imprenta en el siglo XV que dio origen al periodismo como lo conocemos actualmente, la evolución de este oficio y de los medios de comunicación — el canal por antonomasia para difundir información de interés público a grandes audiencias— ha respondido a estímulos políticos, sociales y tecnológicos. Primero fue la irrupción de los medios electrónicos en el siglo XX: la radio en la década de los 20 y la televisión en los 50. Su alcance y velocidad para transmitir información acabaron con el papel hegemónico que ostentó la prensa por casi tres siglos y permitieron a una mayor parte de la sociedad acceder a los medios de comunicación antes restringidos a la burguesía: el periodismo se masificó y mercantilizó (Márquez, 2017). Más tarde, ya en los inicios del Siglo XXI, la aparición del internet y las redes sociales no hicieron más que profundizar estos procesos de masificación, mercantilización y cambios en las formas de producir y difundir información.

Finalmente, los avances tecnológicos y la determinación de las distintas industrias mediáticas por no perder relevancia en el mercado dieron lugar a la convergencia de los medios de comunicación, “el proceso mediante el cual formas mediáticas aparentemente distintas se combinan de nuevas maneras (...) los periódicos pueden leerse en línea, las emisoras de radio pueden escucharse a través de la televisión digital y los teléfonos móviles permiten el acceso a Internet” (Giddens y Sutton, 2013. p. 857).

La convergencia tecnológica, el efecto globalizador de la información (Bauman, 1998) y una industria enraizada en un modelo de masas y negocios creó condiciones propicias para el periodismo cuántico de la actualidad: altamente tecnologizado, que produce información en exceso para satisfacer la incasable necesidad de novedades de unas audiencias sin memoria ni capacidad de asombro donde “las hard news como vienen, se van” (Márquez, 2013, p.46).



## Fundamentación del problema

El cierre de medios de comunicación y el despido recurrente de reporteros, editores, fotógrafos y demás personal involucrado en la producción de información se ha convertido en una situación cotidiana para quienes están inmersos en el mundo del periodismo y han terminado por admitir la precarización y la inestabilidad laboral como condiciones inherentes al oficio.

En medio de esta crisis permanente de la industria donde el periodismo pierde su valor democrático para ser reducido a una mercancía de consumo más, existen periodistas que, con todo, se empeñan en preservar los valores democráticos del periodismo (fiscalización y escrutinio del poder público; vigilancia de los bienes comunes) a través de la investigación y difusión de informaciones que motiven la participación y exigencia ciudadana para resolver problemas como la contaminación o la desigualdad económica y social, sin embargo surge un problema: los periodistas no encuentran eco en la audiencia a la que pretenden servir; ésta se encuentra cada vez menos interesada en leerles, escucharles, verles, prefiere el entretenimiento por encima de los temas públicos. Abatida por los asuntos de su vida cotidiana y decepcionada de un sistema económico, político y democrático que no parece operar en su beneficio, las personas recurren a las redes sociales para pasar el rato, distraerse y abstraerse de la realidad; lo último que quieren es enterarse de más problemas que no pueden resolver.

Además, existe la tendencia deliberada de no consumir noticias debido a la carga psicoemocional que implica para algunas personas exponerse a información relacionada con sucesos de violencia, injusticia, contaminación, desastres, corrupción, pobreza, etcétera. Por una parte, esto se relaciona con la crudeza o falta de criterios éticos por parte del periodista que narra el acontecimiento y el medio que lo transmite. Por otro lado, estas audiencias decididas a no consumir noticias también son un síntoma del fracaso que el periodismo y el sistema de medios de comunicación contemporáneo han tenido en su función intermediaria entre el poder político o económico y la sociedad, en acercar la información de los asuntos de interés público al ciudadano de a pie, que, ante la crudeza de la realidad, prefiere ignorarla.

En México, previo a la popularización del Internet y las redes sociales se alegaba que el problema de la desinformación radicaba en el poder mediático de los monopolios y duopolios informativos de la época — como el que formaban las empresas Televisa y



Tv Azteca o la Organización Editorial Mexicana, poseedora de una agencia de noticias, 70 periódicos y 24 estaciones de radio—, sin embargo la democratización de la tecnología y la consecuente posibilidad de acceder fácilmente a diversas fuentes de información no ha traído los efectos positivos esperados.

¿Qué explica esta desconexión entre el público y los periodistas comprometidos con producir información de calidad? En tiempos donde las noticias fluyen y se consumen a través de las redes sociales, y los límites entre la información y la publicidad, entre lo público y lo privado son difusos, donde influencers que movilizan a la opinión son confundidos con periodistas ¿Qué lugar ocupan los verdaderos profesionales de la información? ¿Hay espacio para ellos? ¿A alguien le interesa su trabajo?

Desde el gremio periodístico constantemente se debate la importancia del derecho a la información y a la verdad, se piensan nuevos modelos de negocio que posibiliten el ejercicio de un periodismo que aborde los problemas realmente importantes de la comunidad, sin embargo, el alcance de estas disertaciones es limitado y tiene poco impacto en los ciudadanos de pie. Entonces, antes de continuar la discusión gremial vale la pena explorar las percepciones y opiniones del público sin prejuicios ni sentimentalismos acerca del papel democrático del periodismo.

En este contexto para entender las nuevas configuraciones de los espacios informativos vale la pena indagar en las opiniones que los jóvenes nativos digitales tienen acerca del periodismo y las noticias.

### Metodología

El estudio tomó en cuenta la opinión de 104 estudiantes del Centro Universitario de la Costa, de la Universidad de Guadalajara, ubicado en la ciudad de Puerto Vallarta, Jalisco, en el Occidente de México. Puerto Vallarta es el principal centro turístico del estado de Jalisco (Arrendondo, 2017) lo que explica el predominio de unidades económicas dedicadas a los servicios (51.8%) y al comercio (41.8). El municipio cuenta con una población total de 275 mil habitantes (IIEG Jalisco, 2018) cuya edad mediana es 27 años (INEGI, 2015). Respecto a la disponibilidad de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), 49.9% de la población tiene acceso a internet; 59.1% a televisión de paga; 92.2% posee un teléfono celular; 44.8% tiene una computadora y 46.4% una pantalla plana (INEGI, 2015). Además de los medios de comunicación



masiva tradicionales como son los diarios, televisoras y radiodifusoras, en Puerto Vallarta hay una tendencia hacia el hiperlocalismo, entendido como una forma de periodismo con “Información que se produce a través de Internet, orientada en torno a una región, barrio o comunidad geográficamente bien definida, con enfoque transversal de contenidos, principalmente acerca de las preocupaciones e intereses de sus residentes” (Flores, 2014, p. 38).

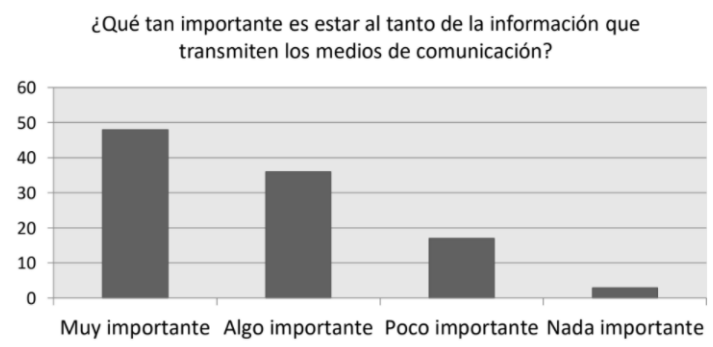
El Centro Universitario de la Costa se fundó en el año 1994 y ofrece 18 programas de licenciatura en los campos de las ciencias sociales, artes y humanidades; ingenierías y ciencias exactas; y ciencias biológicas y de la salud. Alberga una población estudiantil de 5, 949 alumnos de grado.

La opinión de los alumnos, cuya edad promedio es 20 años, se recogió a través de una encuesta digital de autollenado que se hizo llegar primero a través de los coordinadores de licenciatura, quienes la distribuyeron entre los alumnos; y posteriormente a través de las páginas oficiales de cada licenciatura y comunidades digitales estudiantiles; también se repartieron códigos QR impresos en los pasillos del campus para los alumnos que tuvieran interés de responder la encuesta en otro momento.

En total participaron 63 mujeres y 41 hombres de las licenciaturas en Turismo, Derecho, Ingeniería civil, Ingeniería en videojuegos, Contaduría Pública, Nutrición, Arquitectura, Enfermería y Médico Cirujano Partero. El cuestionario constó de 10 preguntas: 4 abiertas que buscaban indagar en el concepto de noticia y en la valoración de internet como fuente de acceso a ellas; y 6 de opción múltiple para medir intereses temáticos, frecuencia de consulta y preferencias de acceso.

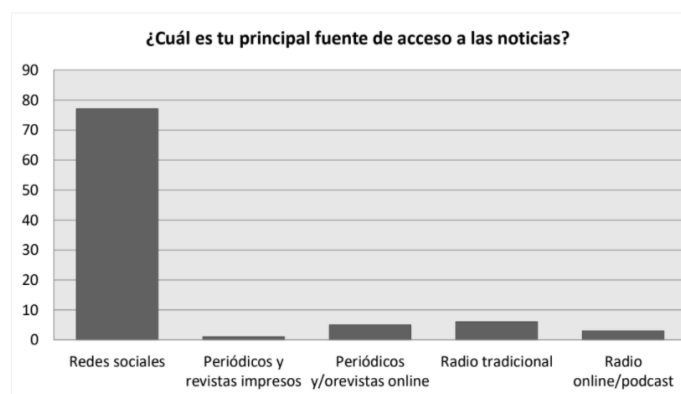
### Resultados y discusión

Como afirma Caseiro-ripollés (2012) los jóvenes no han perdido el interés por la información noticiosa, sólo acceden a ella de forma diferente. A los participantes de este estudio se les preguntó qué tan importante les parecía estar al tanto de la información que difunden los medios de comunicación: 48 respondieron que era muy importante, 36 algo importante; mientras que 17 lo calificaron como poco importante y 3 personas consideraron que no tiene ninguna importancia estar al tanto de las noticias. (Gráfica 1)



Gráfica 1. Fuente: elaboración propia

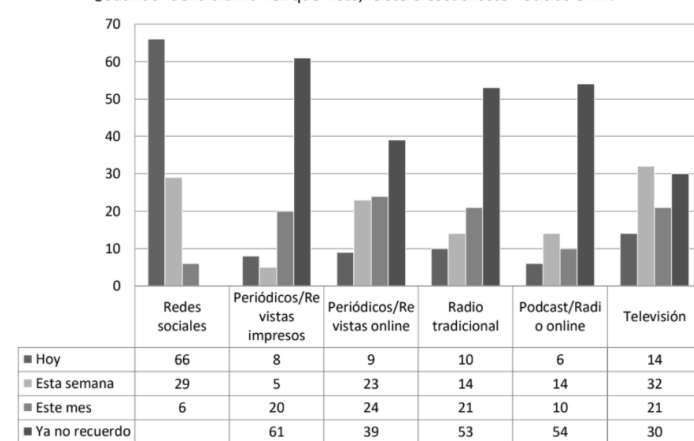
Las redes sociales son la principal fuente de acceso a las noticias, de acuerdo con 77 % de los participantes; 9 % a la televisión; 6 % radio tradicional; 5 % periódico en línea y televisión; 3 % radio online o podcast; 1 % periódicos y revistas impresas (Gráfica 2). 66 de ellos respondieron que ese mismo día habían visto, escuchado o leído noticias a través de estas plataformas digitales. Mientras que la fuente menos consultada eran los periódicos y revistas impresas (Gráfica 3).



Gráfica 2. Fuente: elaboración propia.

Con 87 menciones, Facebook es la principal fuente acceso a las noticias; lejos, con 11 menciones, Twitter se cuela como segunda red social de acceso a información noticiosa. Este apartado de resultados refuerza hallazgos de estudios anteriores (Cortés, 2011. Cano, Quiroz, & Nájar, 2017) acerca de cómo los medios de comunicación tradicionales estaban siendo desplazados por las redes sociales. Por otra parte, el consumo incidental de noticias (Boczkowski, Mitchelstein & Matassi, 2018) se presenta como la forma predominante de aproximarse a la información: 84 % dijeron que se encuentran con noticias mientras navegan en las redes sociales, es decir no entraron a las redes sociales específicamente a buscar noticias, pero las consumieron mientras navegaban. Solo 20 % dijo tener una rutina de consulta de noticias basada en sus temas de interés particular en los medios específicos de su preferencia.

¿Cuándo fue la última vez que viste, leíste o escuchaste noticias en...?



Gráfica 3. Fuente: elaboración propia

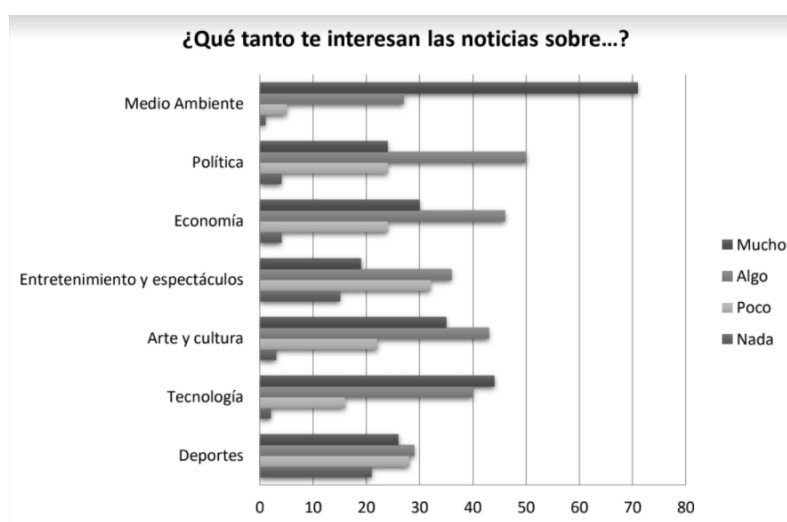
Que la información noticiosa fluya a través de las redes sociales y se acceda a ella de manera incidental no resuelve el problema de las audiencias desinformadas. Con el objetivo de crecer sus comunidades digitales los medios han optado por publicar en las redes sociales contenidos de entretenimiento y reservan la información política y de interés público para sus sitios web (Boczkowski, Mitchelstein y Panza Guardatti, 2019). En este sentido, seguir la información que publican los medios a través de las redes sociales no necesariamente representa estar mejor informado.

Entonces, si las noticias están en Facebook, una de las principales dudas era saber qué características otorgan las audiencias a la información noticiosa en medio de la vorágine de contenidos y publicidad que confluyen en esta plataforma. De acuerdo con los resultados las noticias son: “información relevante y de interés público”, “acontecimientos recientes”, “narraciones de hechos novedosos”, “mensajes importantes para la sociedad”, “decisiones públicas”, “medios de comunicación”, “un medio para enterarse de lo que pasa afuera”, “una fuente de información para mantenerse actualizado”, “acontecimientos de la comunidad o algún grupo de la sociedad”, “hechos nuevos” y “reporte diario, semanal o mensual” “de temas políticos, económicos y sociales”. Estas respuestas muestran una coincidencia con los valores y criterios básicos del periodismo detallados anteriormente, como actualidad, periodicidad, novedad y acceso público. Asimismo, está presente la relación del periodista como vigilante del quehacer político y las decisiones públicas.

Aunque identifican el rol vigilante del periodismo en la política, poco les interesa lo que los medios tengan que decir al respecto. La política es el tema que menos interesó a los

participantes. Esto explicaría en parte su desconexión con los periódicos y revistas impresas, anclados casi siempre en una agenda informativa construida a base de boletines oficiales, ruedas de prensa y eventos políticos o convocados por los diferentes órganos de gobierno. Con esto no estamos afirmando que a los jóvenes no les interese la información política, más bien puede que no estén interesados en las historias o enfoques seleccionados por los medios para presentar información política, casi siempre con tono oficialista o desde una visión rancia de la política que no conecta con las aspiraciones y preocupaciones de los jóvenes. Otros estudios podrían abundar al respecto de este desinterés por la información política

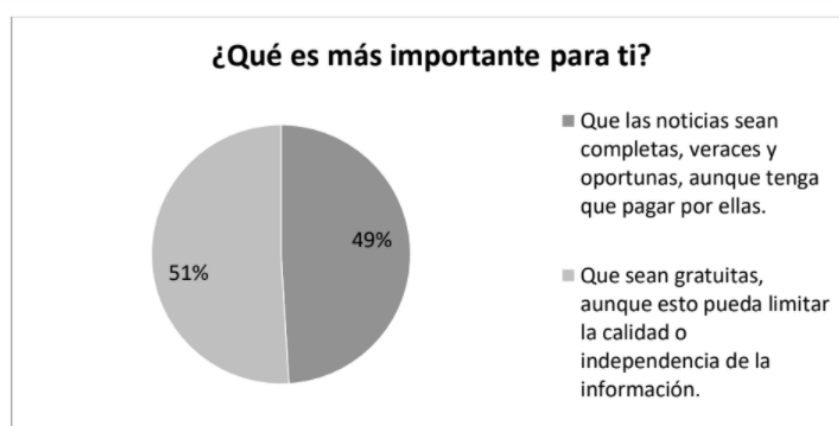
Lo que sí les interesa es la información medioambiental, lo cual es una buena noticia para los crecientes esfuerzos locales y regionales por construir proyectos informativos independientes pobre periodismo ambiental y periodismo sostenible (Fernández, 2004). El resto de sus intereses temáticos en los medios noticiosos son: tecnología; arte y cultura; economía; deportes (Gráfica 4).



Gráfica 4. Fuente: elaboración propia.

A los participantes también se les preguntó acerca de las ventajas o desventajas que implicaba informarse a través de internet. Entre los aspectos positivos están la accesibilidad pública, la inmediatez, rapidez y gratuidad, así como la posibilidad de encontrar mayor cantidad de información. Mientras que en las desventajas las respuestas más comunes están relacionadas con la poca veracidad de la información y la alta probabilidad de estar expuesto a información incompleta o totalmente falsa que no solo se lee, sino que se comparte.

Al someter su independencia editorial a los ingresos publicitarios, el modelo de negocios con el que operan los medios actuales □ heredado de la prensa de masas del siglo XX □ vulnera el derecho a la información y a la libertad de prensa de las sociedades. Por otro lado, el principal obstáculo para los medios de comunicación independientes y críticos es la falta de recursos para su operación, por lo que durante las últimas décadas éstos han experimentado diversos formatos y modelos de negocio a través de internet que les permitan hacer un periodismo más democrático. En el caso de este estudio se les dio a elegir a los alumnos entre información completa, veraz y oportuna con un costo económico, o de poca calidad y parcial, pero gratuita. La opinión está dividida, pero por una ligera diferencia, prefieren la información gratuita. (Gráfica 5).



Gráfica 5. Fuente: elaboración propia

## Conclusiones

La hipertecnologización no es el fin del periodismo de servicio público, sin embargo, sí es el marco que deben tomar en cuenta los periodistas y las empresas informativas que estén replanteando su función en el complejo ecosistema digital y que quieren seguir en contacto con sus audiencias. En este sentido deben buscar la innovación, pero no únicamente tecnológica, si no en su narrativa de la realidad y en las formas de contarla. Todo esto en adhesión a los principios básicos del periodismo como la investigación, la ética y el rigor de los datos, así como un análisis autocrítico del trabajo cotidiano.

De poco sirve ganar premios de periodismo y jactarse de comunicar para cambiar el mundo si al final la información no llega y permea en la vida de las personas.

Escuchemos y aprendamos nuevos lenguajes que nos ayuden a completar el proceso comunicativo.



## Bibliografía

- Arrendondo, P. (2017). Conectividad y desigualdad digital en Jalisco, México. *Comunicación y Sociedad*, (30), 129–165. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34653156007>
- Bauman, Z. (1998). *La Globalización. Consecuencias humanas*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Boczkowski, P., Mitchelstein, E. □ Panza Guardatti, M. (2019) Política en los sitios web, entretenimiento en las redes: la agenda de los medios noticiosos en sus sitios y en Facebook y Twitter. En
- Cano, A., Quiroz, M., & Nájar, R. (2017). Jóvenes universitarios en Lima: Política, medios y participación. *Comunicar*, 25(53), 71–79. doi: 10.3916/C53-2017-07
- Carpizo J, & Villanueva Ernesto. (2001). El derecho a la Información. Propuestas de Algunos Elementos para su Regulación en México. En Valadés & R. Gutiérrez Rivas (Eds.), *Derechos Humanos* (pp. 71–101). México. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/94-derechos-humanos>
- Casero-ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Comunicar*, 20(39), 151–158. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-03-05>
- Flores, J. (2014). Periodismo hiperlocal, sinergia de dos entornos. *Cuaderno de periodistas*. Volumen (22), 38-54.
- IIEG Jalisco. (2018). Puerto Vallarta Diagnóstico Municipal. Recuperado de <https://iieg.gob.mx/contenido/Municipios/PuertoVallarta.pdf>
- INEGI. (2015). Panorama sociodemográfico de Jalisco 2015. Recuperado de [http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/inter\\_censal/panorama/702825082239.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/inter_censal/panorama/702825082239.pdf)
- Fernández, R. (2004) Periodismo ambiental y periodismo sostenible. *Ámbitos*. Volumen (12) 311-317.
- Giddens, A., y Sutton, P (2013). *Sociología*. Séptima edición. Madrid. Alianza Editorial.
- Márquez, C. (2017) Liberalismo, democracia y periodismo como elementos de la modernización. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*. Vol. 2 (7), 39- 50. doi: 10.15304/ricd.2.7.4399
- Martínez, F (2013). *Educación, neoliberalismo y justicia social*. Madrid. Ediciones Pirámide.
- ONU. (2016). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Recuperado de



<https://www.cepal.org/es/publicaciones/40155-la-agenda-2030-objetivos-desarrollo-sostenible-oportunidad-america-latina-caribe>.

ONU. (1948). Declaración Universal de Derechos Humanos. 9. Recuperado de <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

Park, R. (1940) News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. American Journal of Sociology Vol. 45, pp. 669-686. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/2770043?seq=1>

Rivadeneria, R. (1990) Periodismo: La teoría general de los sistemas y la ciencia de la Comunicación. México. Trillas.