

DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx20.39-508>

Artículos

# PANORAMA DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS EN MÉXICO. UNA MIRADA A LOS SUBSISTEMAS REGIONALES

## MEXICAN NEWS MEDIA LANDSCAPE. A GLANCE AT THE REGIONAL SUBSYSTEMS


### **Rubén Arnoldo González Macías**

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

 <https://orcid.org/0000-0002-6758-5328>

### **Luis García**

University of Miami, Estados Unidos

 <https://orcid.org/0009-0002-5225-1787>


### **Alejandra Toxtle**

Universidad Nacional Autónoma de México, México

 <https://orcid.org/0000-0002-0652-9226>

### **Sallie Hughes**

University of Miami, Estados Unidos

 <https://orcid.org/0000-0002-3237-5865>

### **Celia Del Palacio**

Universidad Veracruzana, México

 <https://orcid.org/0000-0002-7096-891X>

### **Josefina Buxadé**

Universidad de las América Puebla, México

 <https://orcid.org/0009-0008-2218-9007>

Autor para correspondencia: Rubén Arnoldo González Macías, email: [ruben.arnoldo@correo.buap.mx](mailto:ruben.arnoldo@correo.buap.mx)

### **Resumen**

*A partir de una metodología propia y diseñada ex profeso, el Consorcio de Investigación para México del estudio *Worlds of Journalism* elaboró el Directorio Nacional de Medios Informativos. En este artículo se presentan los resultados referentes a la cantidad de medios que operan en el país, su tipología, distribución, y relevancia. El sistema mediático que aquí se esboza incluye 2,510 organizaciones, de las cuales casi la mitad (44.94%) son digitales. En cuanto a la distribución regional, ésta sigue una dirección de norte a sur, puesto que la región Noroeste cuenta con la menor cantidad de medios, que va aumentando hasta llegar al Sureste. Finalmente, resalta el hecho de que cerca de la mitad de las organizaciones contabilizadas carece de relevancia en cuanto a su impacto en el establecimiento de la agenda política y opinión pública.*

**Palabras clave:** Directorio Nacional de Medios Informativos, sistema de medios, subsistemas regionales, México.

### Abstract

*Based upon a tailor-made methodology, the Mexican Research Consortium for the Worlds of Journalism Study built the National Directory of News Media. This article offers an approach to the amount, type, distribution, and relevance of news outlets that operate in the country. The news media system described here includes 2,510 organizations, and nearly half of them are digital (44.94%). The regional distribution follows a North-South direction, because Northeast region has a reduced amount of media, and the number increases towards Southeast. Interestingly, nearly half of the registered organizations are irrelevant in terms of political agenda setting and public opinion.*

**Keywords:** National Directory of News Media, media system, regional subsystems, Mexico.

Recibido: 28/02/2023

Aceptado: 19/06/2023

### Introducción

A pesar de ser uno de los países líderes en producción mediática en el mundo de habla hispana, se desconocen los detalles referentes a la estructura del sistema de medios en México. Al respecto hay cierta información dispersa, desactualizada, e imprecisa consignada por diferentes organismos públicos como la Secretaría de Gobernación o el Instituto Nacional Electoral. Sin embargo, debido a la dificultad de mantener al día un registro que está en proceso de modificación permanente, hasta el momento no existe una base de datos que permita tener una visión detallada del número y tipos de medios que actualmente operan en el país.

Ante este problema ampliamente documentado tanto en México (ver por ejemplo Bohmann, 1989;

Trejo, 1997; García, 2013; Márquez-Ramírez & Larrosa-Fuentes, 2019) como en otros países (para el caso de Ecuador ver Panchana & Mena, [2020], y para Brasil Araújo, [2017]), el Consorcio de Investigación para México del estudio Worlds of Journalism elaboró el Directorio Nacional de Medios Informativos (DNMI). A fin de contar con un insumo confiable para realizar la tercera ronda de dicha investigación, este proyecto parte de una metodología propia y diseñada *ex profeso*; la cual se basó en una minuciosa búsqueda en redes socio-digitales y registros oficiales de organizaciones exclusivamente informativas. En ese sentido, el objetivo central es integrar una base de datos lo más actualizada y exhaustiva posible sobre la cantidad, tipología, distribución, y relevancia de las organizaciones noticiosas del país. Por lo tanto, este artículo está guiado por las siguientes preguntas de

investigación: ¿Cuántos y qué tipo de medios informativos operan en México? ¿Cómo están distribuidos geográficamente? Y ¿Cuál es su relevancia en términos de impacto en el establecimiento de la agenda política y opinión pública de su localidad?

Contar con un panorama amplio y profundo de la estructura de medios, por más que sea una fotografía de un momento específico, facilita el análisis de conceptos como el de sistema mediático (Hallin & Mancini, 2004) o infraestructura periodística (Napoli et al., 2017), los cuales se refieren –precisamente - al número y tipo de medios de comunicación con los que cuenta un lugar en un momento determinado. A partir de esta información, se puede explicar la manera en la que las distintas organizaciones mediáticas se conforman y operan para producir noticias en un entorno determinado.

Para desarrollar mejor estas ideas, la estructura del documento es la siguiente: En primer lugar, se ofrece una revisión de la literatura acerca de las discusiones sobre la estructura del sistema mediático mexicano, seguida por la explicación de la metodología con la que se integró el DNMI. Posteriormente, se presenta un reporte descriptivo de los principales datos, y el texto cierra con unas reflexiones sobre las implicaciones de los hallazgos para el estudio del periodismo en México.

### **Revisión de la literatura**

Para el caso mexicano, se observa que la mayoría de las investigaciones que han reportado el desarrollo de

los medios de comunicación suele ofrecer sólo aproximaciones de los datos (i.e. Jiménez-Ottalengo, 1976; Márquez-Ramírez & Larrosa-Fuentes, 2019); esto a razón de que es complejo sistematizar la vasta cantidad de medios que existen en el país. De tal forma, los esfuerzos que se han registrado frecuentemente tienden a ser de alcance descriptivo y teórico (i.e. Muñoz et al., 2022; Trejo, 1997); lo cual no minimiza los estudios. Sin embargo, se identifica que existe un vacío en la literatura especializada. En ese sentido, el presente apartado muestra una revisión de los trabajos académicos acerca del desarrollo de los medios de comunicación en México, con la finalidad de justificar la importancia de construir el Directorio Nacional de Medios Informativos.

De acuerdo con el alcance de la investigación, la literatura especializada en el desarrollo de los medios de comunicación en México se divide en cuatro líneas: 1) estudios de alcance explicativo, 2) teórico, 3) descriptivo, y 4) histórico. Con relación a la primera línea, De León-Vázquez & García-Macías (2022) presentan un estudio que evalúa las condiciones bajo las cuales se desarrolla el entorno mediático en las entidades federativas de México. La hipótesis central plantea que existe presencia de rasgos asociativos entre la comunicación mediática y el desarrollo social. Bajo esa línea, el desarrollo mediático es entendido como

*El fortalecimiento en el conjunto de los esquemas locales de la radiodifusión, el acceso a tecnologías de información y comunicación, la cobertura de las redes digitales, las libertades y derechos*

*asociados a la información y la comunicación, las regulaciones sobre el sector de los medios y las telecomunicaciones, la calidad de contenidos que circulan en los medios de comunicación, la rendición de cuentas, y los aspectos asociados (De León-Vázquez & García-Macías, 2022, p. 4).*

A partir de una metodología cuantitativa, se elaboró una base de datos con la información de cada uno de los estados del país, y se ejecutó un Análisis de Componentes Principales (ACP). Entre los principales hallazgos se destaca que, “el desarrollo mediático de las entidades federativas de México se asocia parcialmente con algunas condiciones del desarrollo social y que los rezagos democráticos derivados del autoritarismo de los gobiernos estatales es la causa del menor desarrollo de los medios” (De León-Vázquez & García-Macías, 2022, p. 19).

Por otro lado, entre los vacíos de la literatura, los autores hacen énfasis en que es necesario un contexto del ambiente mediático en México, dado que hasta ahora los resultados no son concluyentes y se requiere de modelos evaluativos. Asimismo, se requiere de estudios futuros más finos y con producción propia de datos estadísticos (De León-Vázquez & García-Macías, 2022).

En esa línea, Paxman (2021) intenta explicar los motivos por los que existen muchos diarios o prensa escrita en México. El autor plantea que hay una multiplicidad de ofertas que se ven no sólo en Ciudad de México sino en todas las metrópolis y capitales estatales, y ello sucede de la misma forma que en el espacio digital a través de una vasta

cantidad de portales de noticias. La hipótesis central plantea que la abundancia de diarios en México se debe principalmente a su modelo de negocios históricamente predominante: la interdependencia (Paxman, 2021).

El autor señala que el modelo de interdependencia se basa en dos factores básicos: (i) a partir de la Revolución Mexicana de 1910-1920, los periódicos del país han sido concebidos como herramientas políticas, donde la influencia de la élite política tiene mayor peso que los ingresos basados en una amplio número de lectores y publicidad privada de los propios medios; y (ii) los gobiernos a nivel federal y estatal han estado dispuestos a subsidiar a la prensa para mantener un órgano de comunicación que sea confiable y brinde difusión acerca de sus plataformas con una finalidad propagandística. Estos factores han impulsado la creación de muchos más periódicos de los que los mercados urbanos de México podrían sostener sobre la base de los ingresos comerciales únicamente. En general, este sistema se basa en el dinero público, a través de los convenios de publicidad oficial (Paxman, 2021).

En consideración a lo anterior, el autor plantea que una de las principales repercusiones que desencadena el exceso de prensa escrita es que cada nuevo diario o portal de noticias se lanza sobre la base del apoyo estatal; lo que dificulta la sostenibilidad independiente de los medios que reciben poca o ninguna publicidad gubernamental. En otras palabras, “el modelo predominante socava económicamente el periodismo independiente” (Paxman, 2021, p. 5).

Respecto a las investigaciones de alcance teórico, De León Vázquez & De la O Torres (2021) analizan el concepto de desarrollo mediático a partir de una revisión de literatura especializada. Los autores parten del hecho de una ausencia de definición clara del concepto de desarrollo mediático (*media development*). De tal forma que dicho término siempre ha presentado imprecisiones. En ese sentido, los autores intentan explicar cómo la comunicación puede coadyuvar en el combate a la desigualdad en el mundo y en cada una de las naciones.

A partir de la revisión de literatura, los autores identifican determinados enfoques que ha recibido el estudio del desarrollo mediático: 1) discusiones formuladas en la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el cual se enfoca en la modernización y el desarrollo; 2) visión impuesta desde el Norte Global; 3) los sistemas mediáticos en el nivel estructural y comparado; 4) el desarrollo mediático relacionado con los avances tecnológicos de los dispositivos para comunicar, y 5) la comunicación para el desarrollo y el cambio social, siendo este marco teórico es el más consolidado (De León Vázquez & De la O Torres, 2021).

A manera de conclusión, los autores proponen comprender al desarrollo mediático a través de una doble formulación: proceso y estado; donde el proceso ofrece los lineamientos para entender los diferentes contextos y conceptualizar el desarrollo mediático como un conjunto de decisiones situadas, tanto por los ciudadanos como por aquellos que producen la estructura mediática, permitiendo un abordaje sociocultural. Respecto a estado o meta, el

concepto ofrece la posibilidad de la evaluación de las condiciones alcanzadas en relación con otras problemáticas que la rodean. Es decir, el papel y la importancia de lo mediático en la construcción de la democracia sustantiva (De León Vázquez & De la O Torres, 2021).

Asimismo, desde este enfoque de estudios se han registrado esfuerzos acerca del análisis de la regulación y concentración de los medios de comunicación en México. Con relación al tema regulatorio, Trejo (2012) enfatiza que la regulación de los medios de comunicación y las telecomunicaciones experimentan un atraso de varias décadas, ello a razón de una concepción moralista y restrictiva de la Ley de Imprenta que data de 1917; además del sistema de asignación discrecional de concesiones de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960. Aunado a ello, existen dos empresas, *Televisa* y *Televisión Azteca*, que en ese entonces concentraban el 97% de televidentes. Asimismo, la Suprema Corte de Justicia invalidó reformas que propiciarían el pluralismo en la televisión y la radio.

Considerando el anterior escenario, el autor plantea que ante la ausencia de regulación de los medios de comunicación en México no existe una diversidad y calidad en sus contenidos. De tal forma que se enfatiza en un conjunto de leyes obsoletas e incumplibles para el actual escenario de los medios de comunicación (i.e. la Ley Federal de Radio y Televisión fue expedida en 1960). De igual forma, se subraya el poder del Presidente de la República para controlar a las organizaciones de comunicación, dado que éste era quien respondía directamente a la Comisión Federal de Telecomunicaciones; la cual se

encargaba de otorgar licencias a los medios para que pudieran transmitir. Esta situación promueve una intensa concentración de dichos medios de comunicación (Trejo, 2012).

Por su parte, Muñoz et al. (2022) actualizan el panorama de la comunicación en México mediante una investigación del entorno cambiante de la política gubernamental y de medios en el ámbito normativo y regulatorio. Los autores parten del hecho de que el diseño institucional del sistema político contempla organismos constitucionales autónomos capaces de conciliar la democracia de partidos, de los poderes tradicionales, grupos económicos y sociales. Tal es el caso de la regulación de las telecomunicaciones y la radiodifusión, misma que está a cargo del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Antes de abordar el escenario actual en materia de regulación y normativa de los medios de comunicación, es importante hablar del sistema mediático en México, mismo que presenta dos problemas estructurales: 1) altos niveles de concentración del mercado y 2) prácticas clientelares (sistema de beneficio entre el poder político y el poder económico-mediático). Esto obstaculiza una cobertura universal en telecomunicaciones y radiodifusión, además de limitar la oferta de información plural (Muñoz et al., 2022). Un panorama nada distinto al que describe Trejo (2012) y que se caracterizaba por una alta concentración de medios.

Muñoz et al. (2022) puntualizan que el sistema de comunicaciones en México ha presentado una serie de problemas que ha conducido a

constantes reformas en los últimos 20 años. Específicamente, la reforma de 2013 trajo avances de regulación en materia de competencia económica, convergencia e inversión, cobertura y acceso, pluralidad y diversidad cultural, y de derechos humanos. Esta reforma fue promovida a partir de reclamos históricos de los ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil que exigían una democratización de los medios de comunicación en México. Además, esta iniciativa fue propuesta por las tres fuerzas políticas más importantes de aquel entonces (Partido Revolucionario Institucional, Partido Acción Nacional y Partido de la Revolución Democrática).

El resultado de dicha reforma constitucional fue la promulgación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) en 2014, la cual reemplazó a la Ley Federal de Radiodifusión (1960) y la Ley Federal de Telecomunicaciones (1995). Esta nueva Ley reconoció por primera vez a las telecomunicaciones y la radiodifusión como servicios públicos de interés general, creó tribunales especializados en la materia, y un nuevo órgano constitucional autónomo para regular la competencia económica de los sectores de las telecomunicaciones y la radiodifusión (Muñoz et al., 2022).

Asimismo, los autores plantean que, en la actualidad, la industria de medios impresos es muy grande y es difícil hacer una radiografía precisa de ella debido a la falta de información estadística que dé cuenta, con precisión, sobre su estado y desarrollo (Muñoz et al., 2022).

Con relación a los estudios de alcance descriptivo, los cuales son más recurrentes, se identifican en general investigaciones que versan acerca del panorama, retos, desarrollo histórico, perfil y rasgos característicos de los medios de comunicación en México durante determinados lapsos de tiempo.

En esa línea, Márquez-Ramírez & Larrosa-Fuentes (2019) realizan un análisis del estado de los medios en México. Los autores comienzan señalando que el aumento de violencia política y criminal en diversas regiones del país representa una amenaza tanto para el periodismo de calidad como para la seguridad de los periodistas. En especial, esto representa un entorno desafiante y complicado para el acceso a la información, pluralidad de voces y calidad de contenidos noticiosos.

Dicho lo anterior, el desarrollo de los mercados de medios en México se caracteriza por ser débil. Es decir, existe una concentración de estos orientados a la élite que tienen un mayor alcance en audiencias nacionales y regionales. De tal forma que el sistema de medios aún está arraigado al clientelismo. A pesar del carácter privado del sistema mediático, la intervención del Estado se mantiene más allá del marco legal de las operaciones de este tipo de organizaciones (Márquez-Ramírez & Larrosa-Fuentes, 2019).

Por otro lado, de acuerdo al informe *El despertar de un gigante adormecido: Los cambios profundos que se avecinan en el ecosistema de medios locales y regionales en México*, “los ingresos tradicionales de los medios están sufriendo una disminución importante, sin que los ingresos

digitales compensen dicha caída” (WAN-IFRA et al., 2021, p. 10). De tal forma que tanto los medios regionales como los locales están buscando activamente nuevas alternativas para su modelo de negocios.

En general, dicho informe evaluó cuán preparados están los medios regionales y locales mexicanos para avanzar hacia el cambio digital. A través del documento se destaca la necesidad de que las organizaciones mediáticas transiten hacia plataformas online. Sin embargo, la realidad es que estas enfrentan desafíos complejos y múltiples (i.e. personal sin capacitación y habilidades necesaria para la producción de contenidos multimedia, así como audiencias con limitada alfabetización mediática) (WAN-IFRA et al., 2021).

En esta misma línea descriptiva se ubica Espino (2019), quien hace un detallado recuento de los altibajos operativos, periodísticos y comerciales de las tres cadenas nacionales de televisión comercial en México (*Televisa, TV Azteca, e Imagen*), casos emblemáticos de la prensa escrita (*El Universal, La Jornada, y Proceso*), y algunos portales de noticias como *Aristegui Noticias, Sin Embargo, y Animal Político*. El autor hace particular hincapié en el argumento que la digitalización de los medios tradicionales mexicanos ha sido más de forma que de fondo, puesto que su presencia online no ha implicado un cambio en la producción de contenidos y narrativas informativas. Esto representa un área de oportunidad para las organizaciones nativas digitales, cuya relevancia para la opinión pública aún está en ciernes, a pesar de su creciente número.

Finalmente, respecto a los estudios de corte histórico en cuanto al desarrollo de los medios, Jiménez-Ottalengo (1976) describe algunos rasgos característicos de la prensa, radio, televisión y cine nacionales. La autora parte del supuesto de que el sistema del poder se refleja en cada uno de los medios de difusión colectiva, porque éstos reciben un matiz por parte de los grupos de poder. Es decir, las líneas editoriales de los primeros reflejan las posturas ideológicas de los segundos (Jiménez-Ottalengo, 1976).

La autora reporta que la prensa escrita y las revistas han sido mayoritariamente empresas privadas. Sin embargo, al igual que Paxman (2021) años más tarde, señala que el Estado propiciaba la propia supervivencia de estas publicaciones a través del suministro de su principal insumo: el papel. En aquel entonces, y hasta finales del siglo pasado, este material era proporcionado por la monopólica Productora e Importadora de Papel (PIPSA), misma que desde 1935 operaba bajo la dirección y vigilancia de la Secretaría de Industria y Comercio (Jiménez-Ottalengo, 1976).

La autora reporta que en 1970 existían en el país 1996 periódicos y revistas registradas, concentrándose en la capital del país el 63%; el 37% restante estaba distribuido en pequeñas proporciones en el interior. El tiraje diario aproximado de periódicos en el país era de 7,699,090 ejemplares. Con relación a la televisión, en el año de 1950, ésta comenzó y se caracterizó por ser comercial. En este caso específico, el Gobierno Federal se reservó el derecho de producir y seleccionar la programación de tales canales; por lo que el material era producido por

las empresas privadas y transmitido por la televisión (Jiménez-Ottalengo, 1976).

En ese sentido, Trejo (1997) ofrece una descripción detallada de los orígenes y desarrollo histórico de los principales diarios impresos en México. El autor destaca que el panorama de los medios comenzó a cambiar en los años ochenta, y en la primera mitad de los noventa se experimentó una renovada libertad de prensa. Es durante los años setenta y ochenta que a partir de las limitaciones que enfrentaron los medios de comunicación se fueron creando nuevos espacios de expresión en los que se hallaba información distinta a aquella de los medios pro-gubernamentales (ver también Hughes, 2006).

Respecto a cifras, en junio de 1990, se hizo una estimación del tiraje real de los diarios de la Ciudad de México, reportando 25 periódicos que se publicaban e incluían contenido deportivos, especializados y vespertinos. De los cuales se estarían imprimiendo unos 751,000 ejemplares diarios (Trejo, 1997). Sin embargo, al no existir cálculos frecuentes, imparciales y de metodología ampliamente verificable, el autor destacó que no se podrían tener datos reales exactos respecto a la impresión y la circulación de los medios en México

A partir de esta revisión se identifican dos situaciones específicas en la literatura especializada donde convergen los autores de manera frecuente: por un lado, se enfatiza la intervención del sector privado y público en la prensa (Paxman, 2021; Jiménez-Ottalengo, 1976; Márquez Ramírez & Larrosa-Fuentes, 2019; Trejo, 1997, 2001). Por el otro, se ubica la necesidad de construir bases de datos más exactas a partir de una metodología sólida



enfocada en ubicar y registrar los diferentes medios de comunicación que operan en México. Esto es particularmente necesario, ya que los resultados y hallazgos previamente registrados no son concluyentes, puesto que se trata de aproximaciones. De tal forma que, como lo sugieren algunos autores antes mencionados (por ejemplo, De León-Vázquez & García-Macías, 2022; Muñoz et al., 2022), se requiere de estudios más finos y con producción propia de datos estadísticos, situación que motivó la creación del Directorio Nacional de Medios Informativos que se presenta a continuación.

### **Metodología**

Los datos presentados en este artículo se extraen del Directorio Nacional de Medios Informativos (DNMI), realizado por el Consorcio de Investigación para México del estudio *Worlds of Journalism*; el cual es un proyecto transnacional pionero en el mundo encabezado por la Universidad de Múnich. En su tercera ronda, este estudio busca diagnosticar, documentar y comparar las culturas profesionales de las y los periodistas en más de cien países a partir de un instrumento validado por comités científicos internacionales. En el caso de México, la investigación está a cargo de un equipo de investigadores e investigadoras adscritos a varias universidades públicas y privadas.

En ese sentido, la metodología aplicada para integrar el DNMI fue diseñada *ex profeso* por el equipo WJS-México, la cual se basó en una

minuciosa búsqueda por redes socio-digitales y registros oficiales de medios exclusivamente informativos, tanto a nivel estatal como federal. Dado que la naturaleza del estudio *Worlds of Journalism* se enfoca en los productores de noticias, el DNMI no incluye medios que no generen este tipo de contenidos. Por ejemplo, se excluyeron estaciones de radio únicamente musicales, o canales de televisión que sólo transmiten películas o series. Asimismo, tampoco se incluyeron publicaciones enfocadas en la farándula y/o eventos sociales. El levantamiento de información se llevó a cabo de enero a diciembre del 2021.

Ante la ausencia de registros oficiales a nivel local, se determinó enfocar la búsqueda vía redes socio-digitales en municipios de más de 25 mil habitantes -de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)-, por lo que en cada demarcación se ubicaron cuentas en Facebook, Twitter y/o Instagram que se identificaran como medios de comunicación. La búsqueda se realizó vía Google bajo el criterio “noticias” y “nombre de la localidad”, por ejemplo “noticias Uruapan”. Una vez localizadas estas cuentas, se procedió a verificar que:

- Publicaran información noticiosa propia y original (no repetidores)
- Manejaran información reciente y que constantemente fuera actualizada.
- Tuvieran una página de internet propia y/o actividad constante en las redes socio-digitales de Facebook, Twitter y/o Instagram.

Cada medio de comunicación ubicado pasó por las etapas de verificación descritas con anterioridad, además de que los datos se contrastaron con otros directorios como el Padrón Nacional de Medios de Comunicación -de la Secretaría de Gobernación a nivel federal-, la base de datos de Sembramedia, el registro nacional de medios del Instituto Nacional Electoral (INE) para el proceso electoral de 2021, y el de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

Se analizaron los medios incluidos en cada una de esas bases, así como su información, y se contrastaron con los datos recabados por nuestro equipo. De modo que el Directorio Nacional de Medios Informativos se integra tanto con información propia como recuperada de diferentes organismos.

Asimismo, se clasificó a cada medio de acuerdo con los siguientes aspectos:

- Tipo: Impreso diario, impreso no diario, radio, televisión, nativo digital, y agencia de noticias.
- Orientación: Tradicional (organización establecida formalmente e identificada exclusivamente como productora de contenidos noticiosos) y periférico (persona o grupo que, aunque produce noticias, no forma parte de ningún medio establecido. Por tanto, comparte sus contenidos principalmente en redes socio-digitales, blogs, o aplicaciones de mensajería instantánea).
- Alcance: Local, regional, y nacional. Más que la circulación por sí misma, se ponderó la amplitud y variedad de la información difundida.

- Tipo de propiedad: Privado (con fines de lucro), público (sin fin de lucro y sostenido por universidades), estatal (sin fin de lucro y sostenido por el gobierno federal, estatal o municipal), sin fin de lucro (financiamiento independiente a través de fundaciones o donaciones), y comunitario (sin fin de lucro y sostenido por la misma sociedad local).
- Relevancia: Valoración del impacto del medio en el establecimiento de la agenda política y opinión pública locales. Esta medición se estableció otorgando a cada medio un valor de entre 1 y 5, donde 1 significa menos relevante y 5 más relevante; y como resultado de dicha evaluación se le etiquetó como “irrelevante” (entre 1 y 2), “relevante” (3), y “muy relevante” (entre 4 y 5).

Con el objetivo de reforzar la confiabilidad y validez de los datos recuperados, se solicitó a al menos un(a) académico(a) y/o periodista de cada estado evaluar el listado de medios de su entidad. No obstante, importa aclarar que en Durango y San Luis Potosí no se pudo realizar la evaluación externa, por lo que la información se presenta tal y como fue recabada. Como resultado de esta etapa, se eliminaron y/o añadieron diferentes organizaciones que integraron la versión final del DNMI.

Finalmente, una vez concluido el proceso de levantamiento, evaluación y corrección de los listados individuales, se organizaron los datos en las regiones siguiendo el patrón determinado por el Consejo Nacional para la Seguridad Pública; el cual divide al país en cinco grandes zonas: Noroeste (Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Sinaloa y Sonora),

Noreste (Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí y Tamaulipas), Occidente (Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro y Zacatecas), Centro (Ciudad de México, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos, Puebla y Tlaxcala), y Sureste (Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán).

## Resultados

Por cuestiones de espacio, en este artículo sólo se presentan - a nivel descriptivo - los hallazgos relacionados con los tipos de medios informativos mapeados a lo largo del país, así como su relevancia.

### Tabla 1.

*Tipos de medios informativos en México*

Tipo de medio	Cantidad	Porcentaje
Impreso Diario	386	15.38
Impreso No Diario	73	2.91
Radio	684	27.25
TV	201	8.01
Digital	1128	44.94
Agencia Noticias	38	1.51
Total	2510	100.00

Una primera aproximación regional a la aglutinación de medios se presenta en la *Tabla 2*. Aquí destaca que la densidad de dichas organizaciones sigue una dirección de norte a sur, puesto que la región Noroeste cuenta con la menor cantidad de medios (292), que va aumentando

Por lo tanto, esta sección está dividida en dos apartados en los que se reportan los datos correspondientes a dichos aspectos.

### Tipos de medios informativos

En México se encontraron 2,510 medios informativos que tienen las características señaladas en el apartado metodológico. La *Tabla 1* muestra su tipología y proporción. Se destaca que casi la mitad de las organizaciones periodísticas registradas (44.94%) son digitales (nativas o que migraron a esta plataforma). Asimismo, aunque con una presencia significativamente menor, la radio y los diarios impresos siguen teniendo una amplia penetración (27.25% y 15.38%, respectivamente).

hasta llegar al Sureste, que es la zona en donde se aglutina el mayor número de ellos (706). En otras palabras, mientras que en esta última se encuentra poco más de la cuarta parte de todos los canales informativos (28.13%), la primera condensa apenas el 11.63%.

**Tabla 2.***Concentración regional de medios informativos*

Región	Número de medios	Porcentaje
Noroeste	292	11.63
Noreste	406	16.18
Occidente	527	21.00
Centro	579	23.07
Sureste	706	28.13
Total	2510	100.00

En cuanto a la distribución de los diferentes tipos de medios al interior de las regiones, la *Tabla 3* indica que cada una de ellas presenta un patrón particular. Es decir, salvo en los casos de los impresos no diarios y las agencias de noticias que siempre son los de menor porcentaje, y los digitales que invariablemente son los mayoritarios, la presencia de los demás se

acentúa de manera diferente en cada zona. Por ejemplo, mientras que el Centro concentra más impresos diarios que estaciones de radio (20.21% y 17.44%, respectivamente), en el Sureste la relación es a la inversa (14.31% y 35.41%); y más aún en el Noroeste, donde hay casi tres radiodifusoras por cada periódico (41.44% y 13.36%, en ese orden).

**Tabla 3.***Distribución de tipos de medios por región*

Región	Impreso Diario	Impreso No Diario	Radio	Televisión	Digital	Agencia Noticias	Sumatoria Porcentajes Regional
Noroeste	13.36	1.03	41.44	8.22	33.90	2.05	100
Noreste	17.24	1.72	28.08	12.81	38.42	1.72	100
Occidente	11.20	2.47	18.60	6.83	60.34	0.57	100
Centro	20.21	7.60	17.44	7.08	44.39	3.28	100
Sureste	14.31	0.85	35.41	6.80	42.21	0.42	100

Con una mirada más detallada, la *Tabla 4* muestra cuáles son los estados que acumulan la mayor cantidad de medios. La lista la encabeza Veracruz

con 180 organizaciones noticiosas, por encima de las 162 de la Ciudad de México. Este dato es relevante, puesto que no es la capital del país el lugar que

aglutina más medios. Asimismo, como se indica en la *Tabla 2*, las regiones Centro y Sureste son en donde operan más de éstos; por lo que no sorprende

que ambas aporten dos entidades cada una a esta lista: Ciudad de México y Estado de México de la primera, y Veracruz y Oaxaca de la segunda.

**Tabla 4.**

*Estados con mayor acumulación de medios*

Estado	Número de medios	Porcentaje nacional
Veracruz	180	7.17
Ciudad de México	162	6.45
Tamaulipas	157	6.25
Oaxaca	141	5.62
Estado de México	125	4.98

En las antípodas se encuentran los estados que cuentan con el menor número de medios informativos, los cuales aparecen en la *Tabla 5*. Con apenas 24, Baja California Sur es la entidad con menos organizaciones mediáticas; lo que representa el 0.96% a nivel nacional. Por su parte, ninguno de

los cuatro estados restantes que integran esta lista llega a las 40 organizaciones. Nuevamente estos datos son consistentes con la *Tabla 2*, ya que la región Noroeste - la de menor acumulación – aporta dos de sus integrantes aquí (Baja California Sur y Sinaloa).

**Tabla 5.**

*Estados con menor acumulación de medios*

Estado	Número de medios	Porcentaje nacional
Sinaloa	38	1.51
Campeche	34	1.35
Zacatecas	32	1.27
Tlaxcala	31	1.24
Baja California Sur	24	0.96

La *Tabla 6* ofrece un mayor acercamiento a la acumulación de tipo de medios a lo largo del país, en donde destaca la Ciudad de México como el lugar en donde hay más impresos diarios, no diarios, canales de televisión, y agencias de noticias. Asimismo, Veracruz y Oaxaca aglutinan el mayor número de estaciones de radio y medios digitales respectivamente. Por su parte, Colima tiene el menor número de impresos diarios, Baja California Sur de radiodifusoras, Aguascalientes de televisoras, y

Durango de digitales. Estos datos reflejan las tendencias antes descritas: Mientras que las regiones Centro y Sureste acumulan el mayor número de organizaciones periodísticas, en los estados del Occidente y – particularmente – del norte su presencia es significativamente menor. Cabe señalar que no se reportan estados con menor número de impresos no diarios ni agencias de noticias porque hay varias entidades que no cuentan con ninguno de éstos.

**Tabla 6.**

*Estados con mayor y menor acumulación de tipo de medios*

Tipo de medio	Estado con mayor acumulación	Estado con menor acumulación
Impreso Diario	Ciudad de México (34)	Colima (5)
Impreso No Diario	Ciudad de México (29)	
Radio	Veracruz (71)	Baja California Sur (8)
TV	Ciudad de México (18)	Aguascalientes (3)
Digital	Oaxaca (79)	Durango (11)
Agencia Noticias	Ciudad de México (7)	

### Relevancia de los medios informativos

La segunda parte de este reporte empírico se centra en la relevancia de los medios informativos en México. Como se explicó en la sección de la metodología, este aspecto fue evaluado por académicos y/o periodistas de cada estado, excepto San Luis Potosí y Durango; donde no se logró conseguir a nadie para que hiciera dicha valoración. Por este motivo, la muestra con la que se trabajará en este apartado es de 2,375 medios. La *Tabla 7* indica

que, salvo en el Noreste, en el resto de las regiones las organizaciones informativas tienden a ser irrelevantes: Mientras en la primera el 45.76% de la oferta mediática es muy relevante al momento de informar a la ciudadanía, las demás oscilan entre el 35.84% y el 21.59% (Sureste y Centro, respectivamente). Esto sugiere que, en promedio, alrededor de la mitad de los contenidos noticiosos que se producen en el país no son importantes para las audiencias.

**Tabla 7.***Relevancia de los medios informativos en México*

<b>Región</b>	<b>Irrelevante</b>	<b>Relevante</b>	<b>Muy relevante</b>	<b>Sumatoria Porcentajes Regional</b>
Noroeste	44.18	20.55	35.27	100.00
Noreste	35.06	19.19	45.76	100.00
Occidente	48.39	20.87	30.74	100.00
Centro	53.37	25.04	21.59	100.00
Sureste	46.74	17.42	35.84	100.00
Total	47.07	20.63	32.29	100.00

Para complementar lo anterior, es necesario puntualizar que – a nivel estado – hay casos dignos de destacar. La *Tabla 8* muestra las entidades cuyos medios son los mejor evaluados en cuanto a la relevancia de sus contenidos. En ese sentido, siete de cada 10 organizaciones mediáticas en Veracruz son muy relevantes (71.11%); lo que representa el promedio más alto del país, además de ser la entidad

con mayor número de medios a nivel nacional (ver *Tabla 4*). Los otros estados de esta lista oscilan entre el 55% y el 52.08% (Nuevo León y Baja California, respectivamente). Otro detalle interesante es que, salvo el primero que es del Sureste, los cuatro estados restantes pertenecen a las regiones Noroeste (Baja California y Baja California Sur), Noreste (Nuevo León y Tamaulipas).

**Tabla 8.***Estados con medios muy relevantes*

<b>Estado</b>	<b>Irrelevante</b>	<b>Relevante</b>	<b>Muy relevante</b>	<b>Sumatoria porcentaje estatal</b>
Veracruz	21.11	7.78	71.11	100.00
Nuevo León	37.50	7.50	55.00	100.00
Baja California Sur	33.33	12.50	54.17	100.00
Tamaulipas	28.66	19.11	52.23	100.00
Baja California	33.33	14.58	52.08	100.00

En el otro extremo del espectro se encuentran las entidades cuyos medios son los más irrelevantes para las audiencias, los cuales están incluidos en la *Tabla 9*. Aquí destaca el caso de Tabasco, donde poco más de ocho de cada 10 organizaciones noticiosas son irrelevantes (81.36%). De muy cerca le siguen

Estado de México y Tlaxcala con 78.4% y 77.42%, en ese orden. Cabe resaltar que la región Centro es la que más estados aporta a esta lista, ya que también está Morelos junto a los dos antes mencionados; además de tener la segunda mayor acumulación de medios en el país (ver *Tabla 2*).

**Tabla 9.**

*Estados con medios irrelevantes*

Estado	Irrelevante	Relevante	Muy relevante	Sumatoria porcentaje estatal
Tabasco	81.36	10.17	8.47	100.00
Estado de México	78.40	16.00	5.60	100.00
Tlaxcala	77.42	9.68	12.90	100.00
Sonora	63.41	18.29	18.29	100.00
Morelos	62.75	21.57	15.69	100.00

Una vez presentados los datos del Directorio Nacional de Medios Informativos (DNMI), es importante profundizar en algunos aspectos cuya relevancia implica una discusión más detallada. En ese sentido, tres son los puntos a destacar aquí: la acumulación regional de las organizaciones noticiosas, la clara tendencia a la digitalización de las mismas, y el fenómeno de la cantidad versus la calidad de la información que difunden.

Por lo que respecta al primer punto, los resultados indican que la acumulación de medios en México sigue una clara dirección Norte-Sur. Es decir que las regiones fronterizas con Estados Unidos cuentan con menos organizaciones noticiosas, número que sistemáticamente aumenta conforme se dirige la observación hacia el Bajío, la

Península de Yucatán, y la frontera con los países de Centroamérica. De tal suerte que –por ejemplo– mientras lugares como Baja California Sur no alcanzan ni siquiera la treintena de organizaciones (24), Veracruz lo supera por más de siete veces (180).

Si bien el alcance de este artículo es descriptivo, el dato de la menor cantidad de medios en las regiones del norte podría explicarse a partir de la población. Es decir, estados como Baja California, Sonora o Sinaloa cuentan con muchos menos habitantes que –por ejemplo– Veracruz, Oaxaca y Chiapas en el Sureste. Asimismo, en esta última región la población está más dispersa y, por ende, hay más municipios con más de 25,000 habitantes; ergo, más medios informativos.



En segundo lugar, los datos del DNMI apuntan hacia la digitalización de las organizaciones noticiosas del país; ya que casi la mitad de éstas (44.94%) son digitales. Importa señalar que este rubro incluye tanto a los nativos como a los que migraron a esta plataforma, pero excluye a aquellos que -aunque tengan presencia en internet- su formato principal es offline (por ejemplo, estación de radio o canal de televisión). Ya sea de uno u otro tipo, lo que resulta evidente es la preponderancia que el ámbito digital ha estado mostrando consistentemente, no sólo en México sino en el resto del mundo (Ochoa & Covi, 2017; Newman et al, 2022).

El tercer aspecto derivado de los hallazgos es la relación entre la cantidad de medios y la calidad del periodismo que practican. En este punto es interesante destacar que casi la mitad de los contenidos noticiosos difundidos en México no es relevante para las audiencias (47.07%). Al igual que en el caso de la concentración regional, aquí destaca que en el norte del país hay menos organizaciones informativas, pero más relevantes; contrario al centro y occidente, que cuentan con más medios, aunque de menor relevancia. Este dato refuerza la discusión que diferentes estudios han planteado a lo largo de los años (ver por ejemplo Trejo, 1997; González & Echeverría, 2018; Márquez-Ramírez & Larrosa-Fuentes, 2019; Paxman, 2021; Muñoz et al, 2022), en los que se sugiere que, a pesar del alto número de medios, las audiencias mexicanas no tienen acceso a contenidos informativos relevantes para fortalecer la vida democrática de la sociedad.

## Conclusiones

Los datos antes presentados tienen implicaciones más amplias para reflexionar sobre los estudios de sistemas mediáticos y periodismo. En cuanto a lo primero, la estructura del Directorio Nacional de Medios Impresos (DNMI) sugiere que, en vez de un gran sistema mediático mexicano, existen diferentes subsistemas regionales. Dicho de otra forma, es inexacto considerar a los medios noticiosos como un todo homogéneo; ya que como se observa en la acumulación, tipos y relevancia, las organizaciones noticiosas se agrupan en esquemas subnacionales.

Este hallazgo abona a la crítica hacia los modelos de sistemas mediáticos de Hallin & Mancini (2004), cuya propuesta inicial fue cuestionada precisamente por sugerir una cierta uniformidad general en la forma en la que se organizan y operan los medios. Si bien los mismos autores han corregido esa lectura de su trabajo (Hallin & Mancini, 2012 y 2017), la hipótesis de la diversidad de modelos entre -y al interior de- países ha cobrado fuerza en años recientes (ver por ejemplo Voltmer, 2013; De Albuquerque, 2019; González & Echeverría, 2018; De León-Vázquez & García-Macías, 2022; Echeverría et al., 2022).

En otras palabras, Hallin & Mancini (2004) sentaron las bases para entender el concepto de sistemas de medios, entendido como el contexto en donde éstos se organizan y operan. Aunque en un principio no incluyeron a ningún país del Sur Global en su estudio, hubo una tendencia a ubicar a los países en desarrollo dentro del modelo *Pluralista*

*Polarizado*. Posteriormente, Guerrero & Márquez (2014) propusieron el concepto *Liberal-Capturado* para explicar el caso latinoamericano. De acuerdo con los autores, el periodismo en esta región tiene la aspiración de ser liberal (monitor del poder y fomentar la rendición de cuentas), pero los rasgos autoritarios del entorno se lo impiden. Tomando como base este principio, otros académicos han desarrollado esta idea y han señalado consistentemente que ambos factores conviven, pero en cada región se presentan combinaciones particulares de cambios y continuidades (González & Echeverría, 2018; De León-Vázquez & García-Macías, 2022; Salazar, 2022). Por ende, los hallazgos aquí reportados refuerzan el debate de que, más que un sistema uniforme, cada región cuenta con sus rasgos particulares que determinan la operación de las organizaciones noticiosas.

Es precisamente la heterogeneidad de sistemas y subsistemas mediáticos lo que, a su vez, da pie al fenómeno de múltiples periodismos; concepto que hace alusión a las diferentes rutinas, orientaciones, niveles de autonomía y de capacitación que rigen la práctica periodística en un determinado contexto (Waisbord, 2006, Roudakova, 2009; De Albuquerque, 2019; González & Echeverría, 2022). Esta situación es particularmente evidente en México, dadas las desigualdades a las que se enfrentan cotidianamente los periodistas en términos de libertad de expresión, seguridad y profesionalización a lo largo del territorio nacional (ver por ejemplo Del Palacio, 2015; González, 2021; González de Bustamante & Relly, 2021; Salazar, 2022).

Finalmente, como cualquier proyecto científico, este estudio presenta algunas limitaciones. Las primeras dos son de orden metodológico y tienen que ver -por un lado- con la selección de medios y lugares, y -por el otro- con la evaluación de la relevancia. Como se explicó en una sección previa, el DNMI sólo incluye organizaciones noticiosas, por lo que se dejaron fuera medios que difunden otro tipo de mensajes como música, películas, turismo, etcétera. Además, se tomaron en cuenta aquellos ubicados en poblaciones mayores de 25 mil habitantes, lo que hace que no se haya observado el entorno mediático de comunidades más pequeñas. Por lo que respecta a la relevancia, este aspecto aglutina tanto el impacto en la agenda política como en la opinión pública, y el dato que se reporta corresponde únicamente la evaluación de una o dos personas por estado. En ese sentido, y para darle seguimiento a este proyecto, se sugiere incluir municipios más pequeños, operacionalizar mejor el concepto de relevancia, y contar con un mayor número de dictaminadores por estado.

La tercera limitante tiene que ver más con la naturaleza del objeto de estudio, no tanto con la metodología de análisis. Y es que, a diferencia de lo que sucedía en el siglo pasado, cuando los medios tradicionales tendían a ser más longevos y estables, en años recientes la digitalización ha generado el constante nacimiento y desaparición de diversas organizaciones (ver también Ochoa & Crovi, 2017). Aunado a ello, la crisis económica global derivada de la pandemia por el COVID, y -en el caso particular de México- las elecciones del 2021, han provocado una importante oleada de cierres (y no pocas

aperturas) de medios durante el periodo de recolección de datos. Razón por la cual, el registro y actualización de éstos es una tarea inacabable.

No obstante, a pesar de dichas limitaciones, esta investigación también tiene dos contribuciones importantes a los estudios de periodismo y sistemas mediáticos. Primeramente, ofrece una mirada lo más actualizada posible a la manera en la que están organizados y distribuidos los medios noticiosos en México, tanto a nivel nacional, como regional, y

estatal; lo cual es un dato que –hasta donde sabemos– no estaba disponible. En segundo lugar, utiliza una metodología propia diseñada *ex profeso* para este fin, que fue validada por las y los integrantes del Consorcio de Investigación para México del estudio *Worlds of Journalism*, así como también por diferentes académicos(as) y periodistas. Por tal motivo, el instrumento puede considerarse confiable y válido; ergo puede ser fácilmente replicable en cualquier lugar.

### Referencias bibliográficas

- Araújo, P. (2017). Mídia brasileira e a perspectiva regional: uma nova proposta de estudo exposta na análise dos mercados das regiões Norte e Sul. *Compólitica*, 7(2), 225-244. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2017.7.2.127>
- Bohmann, K. (1989). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Alianza Editorial
- De Albuquerque, A. (2019). Journalism and Multiple Modernities: The Folha de S. Paulo Reform in Brazil. *Journalism Studies*, 20(11), 1546–1562. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1528881>
- De León Vázquez, S., & De la O Torres, R. A. (2021). Desarrollo mediático. Una aproximación conceptual crítica. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (30), 137-156. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2021.30.71797>
- De León-Vázquez, S., & García-Macías, A. (2022). Cinco tendencias subnacionales del desarrollo mediático en México. *Frontera Norte*, 34, 1-20. <https://doi.org/10.33679/rfn.v1i1.2264>
- Del Palacio, C. (2015). *Violencia y periodismo regional en México*. Juan Pablos.
- Echeverría, M., González, R. A., & Reyna, V. H. (2022). Bringing History back into Media Systems Theory. Multiple Modernities and Institutional Legacies in Latin America. *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612221141315>
- Espino, G. (2019). *El nuevo sistema de medios en el México del siglo XXI*. Editorial Fontamara
- García, C. (2013). Radiografía de la prensa diaria en México en 2010. *Comunicación y Sociedad*, (20), 65-93. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i20.217>
- Gonzalez, R. A. (2021). Mexican journalism under siege. The impact of anti-press violence on reporters, newsrooms, and society. *Journalism Practice*, 15(3), 308-328. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1729225>

- González, R. A., & Echeverría, M. (2018). A medio camino. El sistema mediático mexicano y su irregular proceso de modernización. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (24), 35-51. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.60437>
- González, R. A., & Echeverría, M. (2022). What is Professional Journalism? Conceptual Integration and Empirical Refinement. *Journalism Practice*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2098521>
- González de Bustamante, C. & Relly, J. E. (2021). *Surviving Mexico: Resistance and Resilience among Journalists in the Twenty-First Century*. University of Texas Press.
- Guerrero, M. & Márquez, M. (2014). El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de Comunicación*, 29, 135-170.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2012). *Comparing media systems beyond the Western world*. Cambridge University Press.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2017). Ten years after comparing media systems: What have we learned?. *Political Communication*, 34(2), 155-171. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1233158>
- Hughes, S. (2006). *Newsrooms in conflict: Journalism and the democratization of Mexico*. University of Pittsburgh Press.
- Jiménez-Ottalengo, R. (1976). El perfil de los medios de difusión masiva en México. *Revista Mexicana de Sociología*, 38(3), 609-625. <https://doi.org/10.2307/3539825>
- Márquez Ramírez, M., & Larrosa-Fuentes, J. (2019). México: Media Landscapes. *En Media Landscapes. Expert Analyses of the State of the Media*. European Journalism Centre (EJC) & The Dutch Ministry of Education, Culture, and Science (OCW).
- Muñoz, A., Gómez, R., & Larrosa-Fuentes, J. (2022). *Concentración del Mercado y Rastros de Prácticas Clientelares, Principales Problemas de la Comunicación en México*. CEU. <https://bit.ly/465ILVz>
- Napoli, P., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2017). Local Journalism and the Information Needs of Local Communities. *Journalism Practice*, 11(4), 373-395. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1647110>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Ochoa, R. L., & Covi, D. M. (2017). Characterization of Mexican cybermedia: A vision from the diffusion of innovations. *2017 Congreso Internacional de Innovación y Tendencias en Ingeniería (CONIITI)*, 1-6. <https://doi.org/10.1109/CONIITI.2017.8273345>.
- Pachana, A., & Mena, L. (2020). El Mapa de los Medios Públicos de Ecuador: Entre el Auge y la Ambigüedad. *Global Media Journal México*, 17(32), 42-59. <https://doi.org/10.29105/gmjmx17.32-3>

- Paxman, A. (2021). *Why Does Mexico Have so Many Newspapers? A Historical Accounting, 1914 to the Present*.  
<https://bit.ly/42L8caL>
- Roudakova, N. (2009). 'Journalism as "prostitution": understanding Russia's reactions to Anna Politkovskaya's murder'. *Political Communication*, 26(4), 412- 429. <https://doi.org/10.1080/10584600903053890>
- Salazar, G. (2022). *Más allá de la violencia. Alianzas y resistencia de la prensa local mexicana*. Centro de Investigación y Docencia Económica
- Trejo, R. (1997). *Volver a los medios. De la crítica a la ética*. <https://ru.iis.sociales.unam.mx/handle/IIS/5042>
- Trejo, R. (2001). II. La prensa mexicana entre 1970 y 1999. In R. Trejo (Ed.), *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. (pp. 159-183). Ediciones Cal y Arena.  
<https://ru.iis.sociales.unam.mx/handle/IIS/4803>
- Trejo, R. (2012). México: Medios, política y ciudadanos en la hora de la convergencia digital (2012). In R. Trejo (Ed.), *Democracia y medios de comunicación. Más allá del Estado y el mercado* (pp. 191-221). Centro Edelstein de Pesquisas Sociais & Konrad Adenauer Stiftung. <https://bit.ly/46dfnLG>
- Voltmer, K. (2013). *The Media in Transitional Democracies*. Wiley.
- Waisbord, S. (2006). In journalism we trust? Credibility and fragmented journalism in Latin America. In K. Voltmer (Ed.), *Mass media and political communication in new democracies* (pp. 64-77). Routledge.
- WAN-IFRA, Tecnológico De Monterrey, & Facebook Journalism Project. (2021). *El despertar de un gigante adormecido*. <https://informemediosmexico2021.com/index.php>