

Periodismo emprendedor, un acercamiento a las estructuras organizacionales, el perfil profesional polivalente e interdisciplinario y la innovación periodística de medios digitales del sur de Sinaloa

*Entrepreneurial journalism, an approach to organizational structures, the versatile and interdisciplinary professional profile and the journalistic innovation of digital media in southern Sinaloa*

---

Isabel Lincoln Strange Reséndiz\*  
Universidad Anáhuac México  
Av. Universidad Anáhuac núm. 46,  
Col. Lomas Anáhuac, C.P. 052786,  
Huixquilucan, Estado de México, México

[isabel.lincoln@anahuac.mx](mailto:isabel.lincoln@anahuac.mx)  
<https://orcid.org/0000-0002-6998-9123>

Miriam Josefina Vega Astorga\*\*  
Universidad Autónoma de Sinaloa  
Avenida Universidad, s/n, Ciudad Universitaria,  
C. P. 82000, Mazatlán, Sinaloa, México

[miriamvega@uas.edu.mx](mailto:miriamvega@uas.edu.mx)  
<https://orcid.org/0000-0002-9688-6402>

Editor: Rogelio del Prado Flores

<https://doi.org/10.36105/stx.2022n9.07>

*Fecha de recepción: 4 de abril de 2022*

*Fecha de aceptación: 11 de mayo de 2022*

\* Doctora en Ciencias Políticas y Sociales, línea Comunicación y Cultura, por parte de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM; Maestra en Humanidades y Literatura por parte de la UAM-Iztapalapa y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por parte de la UNAM. Es profesora investigadora del Centro para la Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac México. Tiene diversas publicaciones relacionadas con el estudio de la comunicación y la literatura. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), Nivel I Conacyt.

\*\* Maestra en Ciencias Sociales en el área de estudios del trabajo y relaciones industriales, por El Colegio de Sonora. Profesora en la Facultad de Ciencias Sociales en la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, campus Mazatlán, de la Universidad Autónoma de Sinaloa.

## RESUMEN

Con el objetivo de evaluar las estructuras organizacionales y la calidad del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa, se realizó un estudio cuantitativo a través de una encuesta a periodistas de medios digitales emprendidos en Mazatlán y Escuinapa, para conocer las dinámicas de consolidación de los espacios informativos digitales en el ecosistema mediático de la región; algunas de las variables analizadas fueron el número de integrantes, el perfil profesional y la innovación periodística de dichos espacios. Como sustento teórico se retomaron premisas de la teoría organizacional y el *Newsmaking*; mientras que el análisis de datos se realizó a través del *software* spss. Los resultados obtenidos indican que, si bien las estructuras organizacionales pequeñas no impactan en la consolidación de los medios emprendidos, la necesidad de perfiles polivalentes e interdisciplinarios y la falta de propuestas innovadoras, podrían influir en la calidad periodística y con ello en la credibilidad y consolidación de los medios a largo plazo.

**Palabras clave:** periodismo emprendedor, periodismo digital, estructuras organizacionales, calidad periodística.

## ABSTRACT

With the objective of evaluating the organizational structures and the quality of entrepreneurial journalism in southern Sinaloa, a quantitative study was carried out through a survey of digital media journalists in Mazatlán and Escuinapa, to learn about the dynamics of consolidation of information spaces. digital in the media ecosystem of the region; some of the variables analyzed were the number of members, the professional profile and the journalistic innovation of said spaces. As theoretical support, premises of organizational theory and *Newsmaking* were taken up; while the data analysis was performed through the spss software. The results obtained indicate that, although small organizational structures do not impact the consolidation of the media, the need for multi-skilled and interdisciplinary profiles and the lack of innovative proposals could influence journalistic quality and thus credibility and consolidation. of the long-term means.

**Keywords:** entrepreneurial journalism, digital journalism, organizational structures, journalistic quality.

## INTRODUCCIÓN

En la era de la información y la digitalización (Castell, 2009), las facilidades de la tecnología y el Internet; así como la crisis económica por la que pasa la industria mediática desde el 2008 a la fecha (Gómez, Paniagua y Farías, 2015; Solórzano, 2017; Martínez y Navarro, 2018; De León, 2018; Carpes Da Silva *et al.*, 2020; Newman *et al.*, 2021), han motivado modificaciones a las estructuras organizacionales de las empresas mediáticas; además de impulsar nuevas formas de organizar el trabajo en las redacciones.

La combinación de estos factores también ha originado el surgimiento de espacios informativos nativos digitales en la búsqueda de un mercado de lectores que navegan en la red y que podrían interesarse por información actualizada sobre su entorno y el contexto local. Entre estos espacios informativos se encuentran medios donde participan periodistas que han salido de redacciones tradicionales para iniciar sus propios espacios noticiosos o formar parte de las plantillas laborales de estas propuestas mediáticas digitales (Edo, 2009; Meneeses, 2010; Barrios, 2013; Covi, 2016; Martínez y Navarro, 2018, Negreira-Rey *et al.* 2020).

En este contexto, aspectos organizativos y éticos han determinado nuevas dinámicas en las redacciones, quienes, impulsadas por la competencia y la inmediatez, descuidan aspectos fundamentales de la noticia y dejan de lado la calidad informativa; fortaleciendo así, la crisis de credibilidad en los medios informativos y en los periodistas (Albertini, 2016; Covi, 2016; Arzate *et al.*, 2017; Bernabé, 2017; Solórzano, 2017, De León, 2018).

Para autores como Arévalo y Cancelo (2020) el papel de los medios de comunicación, en general, pero de manera particular en las organizaciones periodísticas, no sólo se limita a la construcción de imágenes o realidades, sino que, desde la responsabilidad social y con base en el ejercicio profesional, de ellas se espera que den respuesta a las necesidades democráticas de una sociedad, así como a la generación e implementación de valores como imparcialidad, justicia, solidaridad, etcétera.

Sin embargo, en esta realidad, se desconoce hasta dónde los cambios en las estructuras organizacionales y las nuevas dinámicas de las redacciones podrían estar impactando en la reputación, la credibilidad y la consolidación de los medios digitales emprendidos por periodistas que, de manera independiente y a la par de los medios tradicionales, lanzan su propuesta informativa a través de plataformas y herramientas digitales para competir con otros medios consolidados.

Partiendo de la premisa de que “los medios de comunicación deben responder a las demandas del entorno, así como a las de sus integrantes” (Arévalo y Cancelo, 2018, p. 1053), esto desde una visión como empresa, pero también como difusores de valores democráticos e inclusión social; y ante el panorama generado por los cambios en las organizaciones, surge la

pregunta: ¿En qué medida las estructuras organizacionales y la calidad periodística del periodismo digital determinan la credibilidad, la reputación y la consolidación de los medios informativos emprendidos por periodistas, a partir del perfil profesional y la innovación del periodismo, en la nueva realidad mediática?

Para acercarse a la respuesta de esta interrogante, este trabajo plantea como objetivo evaluar las estructuras organizacionales y la calidad del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa, para conocer las dinámicas de consolidación de los espacios informativos digitales en el ecosistema mediático de la región, a través de explicar las estructuras organizacionales predominantes en los medios emprendidos y determinar la calidad periodística de dichos medios a partir del perfil profesional y la innovación de los medios emprendidos por periodistas de esta región del norte de México.

A partir de lo anotado, la hipótesis general que se planteó fue la siguiente: el tipo de estructuras organizacionales y la calidad periodística del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa, están determinadas por las características del perfil digital del periodista y por el grado de innovación que presente el medio informativo para la producción, distribución y difusión de sus productos, lo cual impacta en la credibilidad, la reputación y la consolidación del medio emprendido.

En ese sentido, la hipótesis estadística diseñada para la comprobación de dicha hipótesis general, plantea la siguiente hipótesis nula ( $H_0$ ): la consolidación del medio informativo del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa, es independiente del tipo de estructuras organizacionales del medio informativo emprendido. Mientras que la hipótesis alternativa ( $H_a$ ) es: la consolidación del medio informativo del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa, no es independiente del tipo de estructuras organizacionales del medio informativo emprendido.

## ESTADO DEL ARTE

### **Breve marco histórico: el desarrollo del periodismo digital en el norte de México**

El periodismo se convierte en digital, según Salaverría (2019), cuando éste empieza a practicarse y desarrollarse con el apoyo de las tecnologías digitales; en ese sentido, el desarrollo del periodismo digital ha estado sujeto al ritmo y la incorporación de la tecnología digital que tienen los países, esto a través de sus políticas y los acuerdos internacionales de acceso universal a Internet.

En el caso de México, el proceso neoliberal marcó el origen de una serie de acciones privatizadoras de servicios que impactan, en 1993, al sector mediático del país, una vez que el

Estado pone a la venta el paquete medios de comunicación, los cuales fueron adquiridos por capitales privados que buscaban presencia o expansión de sus empresas en diferentes medios de comunicación (Crovi, 2016).

Si bien estas empresas de medios iniciaron con un limitado desarrollo tecnológico, una vez que la tecnología se optimizó, los costos del uso de la banda ancha disminuyeron y el país inició la incorporación de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), los primeros medios de México incursionaron en el periodismo digital.

En el caso del norte del país, este proceso dio inicio en septiembre de 1995, cuando *El Imparcial*, medio impreso de Hermosillo, Sonora, empieza a replicar su información impresa en la *Web*, con el fin de tener una cobertura nacional e internacional y poder concentrar en un solo dominio de Internet la información de todos los diarios de su casa editorial (González, 2016).

Unos años más tarde, se suman a este proceso otros medios impresos como *El Debate* y *Noroeste*, en Sinaloa, quienes, al igual que otros diarios del norte y el resto del país, iniciaron con presencia en la *Web* difundiendo la información impresa que se generaba en el día a día, pero que con la aparición de otros elementos tecnológicos sus plataformas fueron evolucionando y el ejercicio del periodismo se volvió más digital.

Para algunos autores el desarrollo del periodismo digital en México no ha sido homogéneo, pues no todos los medios han podido aprovechar las herramientas que la tecnología ofrece (Menesses, 2011; Barrios, 2013; Crovi, 2016; González, 2016) ni han puesto en práctica el uso de factores claves del periodismo digital como multimedialidad, hipertextualidad e interactividad (Barrios, 2013).

Sin embargo, también se han encontrado que diarios como *El Debate* y *Noroeste*, en el caso de Sinaloa (Barrios, 2013), han podido destacar en el desarrollo de su quehacer periodístico digital, lo que ha marcado una competencia positiva en la región, misma que podría estar impactando en el resto de los medios periodísticos digitales, entre ellos los espacios informativos emprendidos de manera independiente en el sur de Sinaloa.

### **El periodismo emprendedor: entre precariedad salarial, violencia y crisis de credibilidad**

A partir del 2008, cuando la crisis económica afectó a los medios tradicionales y estos iniciaron un proceso de concentración empresarial al que se le sumó la convergencia digital, aparecieron en los ecosistemas mediáticos espacios de noticias independientes de los medios convencionales, muchos de ellos promovidos por los propios periodistas que se quedaban desempleados por los recortes laborales de las organizaciones y emprendían sus propios espacios informativos digitales (Martínez-García y Navarro, 2018).

Estos periodistas emprendedores, aprovechando conocimiento, experiencia en la profesión y las ventajas tecnológicas y de Internet, tienen a su favor la poca inversión que se necesita para la producción y distribución de la información en el mundo digital; además de que la estructura laboral requerida para el desarrollo de las actividades puede ser más pequeña que la de los medios tradicionales (Edo, 2009); de esta manera, según Martínez-García y Navarro (2018), surge el periodismo emprendedor.

En el caso de México, el desempleo y la precariedad laboral en la profesión también está latente, pues según datos del Instituto Nacional de Estadística e Información (INEGI), en el 2018 existían 217 mil 438 trabajadores en el sector de medios de información; de las cuales 66% contaban con un contrato laboral; mientras que 34% de estos profesionales eran subempleados (*freelance*) o trabajaban bajo el contrato de una empresa terciaria. Sólo en el caso de los periódicos, en el 2018, de un total de 15 mil 127 trabajadores registrados, cerca de 5 mil laboraban bajo condiciones de *freelance* (Fuentes, 2018).

A esta inestabilidad laboral se le suma el hecho de que la mayoría de los medios del país, y del propio estado de Sinaloa, dependen de la publicidad oficial y, con el cambio de poderes y las medidas de austeridad propuestas por el presidente de la república, Andrés Manuel López Obrador, la disminución de la inversión en publicidad oficial ha impactado a la industria mediática del país (Fuentes, 2018).

En el 2019, según datos del Observatorio Laboral de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (2020), en la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo STPS-INEGI* del tercer trimestre, en el área de comunicación y periodismo existen 190,500 personas ocupadas; el 5.6% son hombres y el 47.4% son mujeres, ambos con un ingreso mensual de \$12,139.00. Sin embargo, con el recorte presupuestal para comunicación social, es posible que aumenten los despidos de periodistas y estos recurran al autoempleo y al emprendimiento de sus propios espacios laborales.

Aunado a esto, otros problemas mantienen al periodismo en constante incertidumbre; uno de estos problemas es el aumento de asesinatos y casos de violencia contra los profesionales de la información; el otro, la crisis de credibilidad que vive el periodismo y los periodistas a nivel mundial por la expansión de las noticias falsas y la distorsión de la realidad a través de Internet y las redes sociales (Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019); así como la lucha por la inmediatez de la información que evita la comprobación de datos y disminuye la calidad informativa (Villegas, 2015; Blanco-Herrero y Arcila-Calderón, 2019).

En el caso de la violencia contra periodistas, según el Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2020, a través del Informe anual de la relatoría especial para la libertad de expresión a cargo de Pedro Vaca Villarreal (2021), en México “la violencia letal contra los periodistas sigue siendo uno de los principales problemas que enfrenta el

gremio” (p. 290); agresión a la que se suman acciones intimidantes, como amenazas, ataques físicos y digitales, secuestros, arrestos injustificados y asesinatos.

Estas acciones posicionan al país, según la edición 2020 de la *Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa de Reporteros Sin Fronteras* (Reporteros Sin Fronteras, 2021), en el lugar 143 de 180 países que son evaluados y clasificados de mayor a peor situación, a partir de la libertad de prensa; México se ubica por debajo de la India, que ocupa el lugar 142; seguido de Camboya, con el lugar 144, y Pakistán, que ocupa el 145.

Esta situación ha sido analizada por el organismo independiente Artículo 19, a través del informe titulado *Distorsión: el discurso contra la realidad, informe anual 2020*, publicado en marzo del 2021, en donde se reporta que las entidades de Ciudad de México, Puebla, Quintana Roo, Veracruz y Oaxaca, son las de mayor violencia contra la prensa. Asimismo, los estados del noroeste del país, como Baja California y Sinaloa, forman parte del listado de entidades donde se reportan más agresiones contra la prensa, Baja California con 34 reportadas durante el 2020 y Sinaloa con seis (Artículo 19, 2021).

La violencia contra los profesionales de la comunicación no es ajena a los medios y a los periodistas del sur de Sinaloa. Empero, sin ser tema específico de esta investigación, este puede ser un factor de emprendimiento. Sin embargo, existen pocas investigaciones sobre el desarrollo de los medios informativos digitales, algunos de los cuales mantienen presencia significativa a nivel nacional, como los medios digitales promovidos desde la casa editorial de *El Debate*, en el caso de Sinaloa, que en el 2020 destacaron en el *ranking* de medios nativos digitales publicado por *El Economista* (2 de abril de 2020) y de donde han salido periodistas que han emprendido sus propios espacios informativos digitales, los cuales son parte del ecosistema mediático de la región.

### **Las estructuras organizacionales, los perfiles profesionales y la innovación periodística en el periodismo emprendedor**

La tecnología, el acceso y uso de Internet cada vez más generalizado; así como la convergencia mediática han facilitado, por una parte, un auge en el consumo de la información; y por otra, la reestructuración de las organizaciones mediáticas y de las labores periodísticas de los profesionales, cuyo trabajo ha sufrido cambios significativos (Salaverría y García, 2008; Menesses, 2013; Crovi, 2016; Zambrano *et al.*, 2018; Martínez-García y Navarro, 2018; Chávez, 2020).

Para autores como Martínez-García y Navarro (2018), el trabajo de los profesionales de los medios informativos ha tenido transformaciones relevantes debido a la tecnología y la facilidad con la que las audiencias acceden a la información, lo que obligó a los medios a buscar

e incorporar innovaciones que permitieran la diversificación de soportes para la difusión de contenidos.

La innovación es un término que se ha trasladado al foco de las humanidades (Knoclauch, 2014) y está vinculado con la producción y el bienestar. Creatividad e innovación también se relacionan estrechamente; han sido términos importantes para los campos de la política, la economía, la educación, el periodismo y otros. Actualmente, se asocia de manera general con la cultura, en la medida que forman parte de la realidad social contemporánea, inmersa en un contexto cambiante en el que las nuevas tecnologías condicionan los nuevos medios.

En ese sentido, para autores como García-Avilés *et al.*, (2018), la innovación periodística se refleja en la capacidad que tienen los medios para “reaccionar ante los cambios en los productos, procesos y servicios, mediante el uso de habilidades creativas que permiten identificar un problema o necesidad y resolverlo mediante algo nuevo que aporte valor al medio y a los clientes” (p. 370).

Así mismo, las facilidades generadas por la tecnología y el Internet, según Martínez-García y Navarro (2018) también provocaron una mayor competencia en la industria periodística; debido a que la información dejó de ser de difusión exclusiva de los medios de comunicación, para también ser emitida por otras instituciones, organizaciones o personas que aprovechan la virtualidad y las herramientas tecnológicas y comunicativas para conectarse con el público.

Otra de las afectaciones señaladas por Martínez-García y Navarro (2018), y que han aportado cambios y un aumento en las funciones de los periodistas, es la reducción de las plantillas laborales en las organizaciones mediáticas, como consecuencia de la búsqueda por un modelo de negocio más funcional y adaptable. A esto se le suma, la participación cada vez más activa de las audiencias a través de la *Web 2.0* y las redes sociales digitales.

En ese sentido, autores como Zambrano *et al.*, (2018) señalan que esta nueva dinámica en los medios informativos, donde se han modificado la producción, difusión y el consumo de los productos periodísticos, plantea nuevos retos a la formación de los profesionales de la comunicación, entre ellos, a los periodistas, pues surge la necesidad de que las plantillas laborales de los medios actuales cuenten con habilidades y competencias que también se vinculen a la comunicación digital y no sólo a la elaboración de información periodística.

Estas nuevas competencias y habilidades que se demandan en los centros de trabajo están enfocadas a la búsqueda, elaboración y difusión de contenidos noticiosos desde un perfil polivalente, concepto que parte de la base de que los profesionales de estos medios “deben ser capaces de producir cualquier modalidad de contenidos: escritos, fotográficos, sonoros, audiovisuales o interactivos” (Scolari *et al.*, 2008, pp. 51-52).

Pero también desde la interdisciplinariedad, entendida esta como la incorporación o interacción de otras disciplinas, “producto de lo cual se enriquecen mutuamente sus marcos



conceptuales, sus procedimientos, sus metodologías de enseñanza y de investigación” (Fragoso *et al.*, a partir de Almenares, Marín y Valenzuela, 2017, p. 4) que se integran a las redacciones a través de la formación de sus participantes y que facilita el desarrollo de varias tareas encaminadas a la producción de informativa y a la gestión de la empresa, así como la comunicación virtual a través de las redes sociales.

Dicha interdisciplinariedad, que también puede ser entendida como el conjunto de nexos o vínculos de interrelación y de cooperación entre los objetivos, contenidos y métodos de varias disciplinas, asumidas para fusionar los saberes hasta conformar habilidades integradoras (Paoli-Bolio, 2019), así como la polivalencia de los profesionales, se acompañan de la exigencia de mantenerse actualizados en el uso de las herramientas tecnológicas de vanguardia que faciliten la innovación y la aplicación de nuevas narrativas en las redacciones; así como en la difusión de las mismas (López-García *et al.*, 2017; Zambrano *et al.*, 2018; Schena *et al.*, 2018; Martínez-García y Navarro, 2018; Carpes da Silva y Gruszynsky, 2020).

Sin embargo, en este contexto, siguen siendo pertinentes y necesarias las competencias tradicionales relacionadas con las técnicas de comunicación social y redacción periodísticas (López-García *et al.*, 2017; Zambrano *et al.*, 2018; Schena *et al.*, 2018); y en el caso de las estructuras laborales, los medios informativos digitales se acercan más a la réplica de departamentos empleados en los medios tradicionales, con una organización piramidal (Martínez-García y Navarro, 2018), aunque sus plantillas sean pequeñas.

## MARCO TEÓRICO

La teoría organizacional ha sido una guía importante para quienes desean analizar y explicar el presente y el futuro de las organizaciones, las cuales tienen que adaptarse a los cambios constantes y a los nuevos ambientes en los que surgen. Una de las ventajas de la teoría organizacional es que sus conceptos aplican para cualquier organización y para cualquier industria, además de que sus aportes ayudan a explicar los desafíos que enfrentan las organizaciones en un mundo globalizado, donde existe competencia y la necesidad de respuestas rápidas o inmediatas; así como atender aspectos éticos y trabajar bajo contextos digitalizados y diversos (Daft, 2011).

Estos desafíos que se pueden abordar desde la teoría organizacional son también situaciones que viven y experimentan las organizaciones periodísticas emprendidas de las que se habla en esta investigación, mismas que, una vez lanzadas a la red, ya se encuentran inmersas en un ecosistema mediático competitivo, cambiante y diverso; y donde la ética de sus profesionales, y del medio en general, podría estar jugando un papel determinante en el proceso de estructuración y consolidación como organizaciones informativas.

Por lo tanto, profundizar en las cualidades de la organización desde la teoría es importante. Taylor (Taylor, 1995) expone que para comprender lo organizacional en el ámbito de la comunicación, es sustancial reflexionar en dos elementos: coordinación y control; se trata de dos tipos de relaciones estructurantes que permiten reconocer la existencia de una organización. La primera se remite al trabajo secuencial de procesos; la segunda vincula la autoridad con la comunalidad (*commonality*).

La organización implica tres modos de acoplamiento en el trabajo; la primera involucra hablar de articulación coordinada, operaciones y prácticas que son similares para la organización, en donde existe una comunicación menor. La segunda es el enlace secuencial, a través de una cadena, en donde existe una reducción en la cantidad de actividades que se realizan. Finalmente, en el enganche recíproco, a partir de Mintzenberg, Taylor (1995) apunta precisamente que se trata de la actividad de dar y recibir en las labores que se realizan, en una dinámica de comunicación más abierta. Si bien Taylor señala que estos modos de acoplamiento son secuenciales y definen a una organización, el último permite una comunicación más abierta, ideal para toda relación.

Interesa subrayar que una organización es un sistema en el que es posible identificar su desempeño y comportamiento. Para Bertalanffy (1989), los sistemas se comportan a partir de principios, la suma de sus características consuntivas y comportamientos: “las partes contenidas en un sistema y la relación que hay entre ellas, el comportamiento del sistema es derivable a partir del comportamiento de las partes” (p. 55). Es decir, un sistema es la suma de las partes interrelacionadas. Taylor (1995) coincide que una organización es un sistema en el que cada una de las partes es responsable de los procedimientos y las actividades que en ella se realizan.

Por otra parte, Johnson (1993), basado en Jablin, apunta que la estructura de una organización puede incluir variables abstractas, tales como configuración, complejidad, formalización y centralización; considera que las definiciones de la teoría clásica que describen a la organización, la reducen en la mirada de la jerarquía de las posiciones al interior de la misma, en la diferenciación de las actividades especializadas, o en los mecanismos formales de coordinación y tareas. Sin embargo, estas acepciones se relacionan con términos que implican control y coordinación. No obstante, en las últimas décadas, a partir de los años ochenta, los empleados han comprendido que la organización (y su función) significa compartir valores culturales y normas; es decir, cultura en la organización es la vida organizacional misma (Johnson, 1993, p. 75). El autor se remite a Blau y a Levi-Strauss para subrayar que los símbolos culturales son la esencia de la una estructura social, tal como sucede con una organización.

Finalmente, según Byers (1997), el éxito de la función de una organización está en que se trata de un sistema complejo adaptativo (*complex adaptive system*). Esta perspectiva, emanada

de los “Principios de la teoría del caos” (p. 30), apunta que en ocasiones estos sistemas actúan y existen independientemente de una central de control; los agentes que la conforman actúan de manera cooperativa y, a la vez, realizan las tareas que les corresponden. Se trata de sistemas que se auto organizan y se retroalimentan dentro del mismo ambiente organizacional.

Ante esto, es importante mencionar que para esta investigación una organización es toda aquella “unidad social coordinada deliberadamente, compuesta de dos o más personas que funciona más o menos de manera continua, para alcanzar una o varias metas comunes” (Robbins, 2004, p. 8); dicha unidad social es dirigida por gerentes o directores, quienes planean, organizan, dirigen, coordinan y controlan las actividades con el fin de alcanzar esas metas comunes.

En el caso de las estructuras organizacionales, desde la teoría y el diseño organizacional, como uno de los paradigmas que sustentan la conceptualización de organización, se retoman tres componentes elementales de una estructura; la primera tiene que ver con la subordinación y las relaciones formales de designación; los niveles jerárquicos, así como el control de gerencia y supervisión; la segunda, con la identificación del personal y su agrupamiento en departamentos de la organización; y tercero, con la inclusión de un sistema de comunicación que garantice la comunicación, la coordinación y la integración entre los departamentos. Estos tres elementos constituyen la verticalidad y la horizontalidad de una organización (Daft, 2011).

En otras palabras, una estructura puede ser entendida como “la totalidad de maneras distintas en las que el trabajo ha sido dividido en labores diferentes, para después lograr la coordinación entre tales tareas” (Mintzberg *et al.*, 1993, p. 373). Es decir, tiene que ver con la división del trabajo y forma en la que el personal de una organización se coordina para lograr los objetivos y metas de la organización misma. En el caso del periodismo, la organización y división del trabajo está directamente relacionada con la forma en la que se organiza la producción informativa.

Cuando se habla de producción informativa, se vuelve pertinente abordar la teoría de *Newsmaking*, esto para comprender el vínculo entre la organización y los medios de comunicación emprendidos. Según Alsina (1989), la producción de noticias inicia con acontecimiento de interés social, pero cuyo proceso implica una reconstrucción social de la realidad. El autor recurre a los teóricos de la fenomenología como Berger y Luckman, para explicar que este proceso implica una nueva objetivación a partir de la interiorización de los fenómenos sociales. En este sentido, el sistema (el medio) ocupa un lugar esencial con relación al acontecimiento/entorno. Según Alsina (1989), el sistema funciona a partir de un determinismo ecosistémico, a partir de dos premisas esenciales:

1. Por homeostasia: el sistema tiende a amortiguar las variaciones del mundo exterior y a imponer en su interior sus propias constantes.
2. Por equifinalidad: el sistema tiende a imponer su determinismo sobre el medio a pesar de las condiciones desfavorables. Un estado final del sistema puede alcanzarse en condiciones iniciales diferentes y según vías diferentes (Alsina, 1989, p. 8).

Los acontecimientos pueden tener distintas características, mismas que pueden variar dependiendo del sistema, del hecho y de los sujetos. En el primer caso, las normas internas pueden definir el hecho o el acontecimiento: caducidad, variación, permanencia, espectacularidad, etcétera (Alsina, 1989). Los acontecimientos cobran relevancia o la pierden a partir de su relación con el sistema. El autor recurre a Hausser para exponer que: “el periódico no se adapta al acontecimiento, es el acontecimiento el que es llevado a adaptarse al periódico. Un estudio de la enunciación nos lleva a evaluar el grado de adecuación de un acontecimiento al comportamiento habitual de un periódico y no a la inversa” (Hausser citado por Alsina, 1989, p. 16). Es decir, la organización (el medio) es el que determina cada uno de los aspectos del acontecimiento.

En segundo lugar, el hecho está condicionado por otros componentes. En la opinión de Arrueta y Brunet (2010), sobre que existen factores circundantes, como la cultura institucional y las fases de medio, es importante, debido a que determinará las cualidades de la comunicación de los acontecimientos. Finalmente, los sujetos son diversos, desde los que forman parte del acontecimiento, hasta los miembros del medio y el periodista en sí; todos, determinados por ingredientes culturales y humanos.

Desde la perspectiva de los teóricos Golding y Elliot (1979), los acontecimientos son mostrados a través de los medios a grandes audiencias y son narrados como historias, con un inicio, un desarrollo y un desenlace; buscan crear drama, entretener y divertir. Contar los acontecimientos a los receptores puede realizarse de manera honesta, estableciendo un punto medio entre el entretenimiento y la información. En este sentido, el vínculo entre el medio, el periodista y la audiencia es esencial: puede permitir alcanzar los ideales periodísticos.

## METODOLOGÍA

Con el propósito de validar una prueba piloto con las respuestas de profesionales que participan en diferentes medios informativos emprendidos en el sur de Sinaloa; se solicitó a periodistas de 45 espacios informativos digitales vigentes de Mazatlán y Escuinapa, Sinaloa las respuestas de un cuestionario cuyos resultados permitieron adentrarse en la medición de variables y tener un acercamiento con la realidad que perciben los sujetos encuestados ante el periodismo emprendedor de la región.

Es importante subrayar que, si bien la comprobación de hipótesis estadística requiere de una muestra lo más representativa posible, el total aproximado de miembros de estas organizaciones periodísticas no rebasa las cincuenta personas. Ante esta necesidad, para la recopilación de información se realizó la invitación a todos los participantes de las organizaciones registradas; sin embargo, sólo diez periodistas emprendedores dieron respuesta al cuestionario, por lo que tampoco fue posible aproximarse al tema a partir de un censo. En ese sentido, la información recabada no determina de manera definitiva si existe una correlación entre las variables, pero sí permite un primer acercamiento a la realidad contemporánea de un tema reciente y que ha sido poco estudiado.

### Las variables a medir y el instrumento

La definición de las variables como constructos ha sido resuelta a través de la revisión de la teoría, así como del estado del arte de esta investigación. Una vez realizado este análisis, se consideraron las variables independientes, determinadas como las causas; las variables dependientes, relacionadas con los efectos; además, las variables intervinientes.

La variable independiente abordada para este artículo fue: tipo de estructuras organizacionales; mientras que, en el caso de las variables dependientes, relacionadas con los efectos fue: consolidación del medio. Finalmente, las variables intervinientes, que se presentan de manera constante, fueron: 1) perfil digital del periodista; 2) características sociodemográficas del periodista; 3) innovación periodística.

En la Tabla 1 se muestran las definiciones conceptuales de cada una de las variables propuestas a través de los aportes de diversos especialistas; éstas permiten al lector comprender la relevancia de las mismas en el análisis de los resultados y las razones por las que fueron seleccionadas para el instrumento.

TABLA 1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES

Variable	Definición
Independiente: tipos de estructuras organizacionales.	“La totalidad de maneras distintas en las que el trabajo ha sido dividido en labores diferentes para después lograr la coordinación entre tales tareas” (Mintzberg <i>et al.</i> , 1993, p. 373).
Dependiente: consolidación del medio informativo.	La generación de firmeza y seguridad de permanencia de un medio informativo en el ecosistema mediático (Case-ro-Ripollés, 2016).

Interviniente 1: perfil digital del periodista.	“Las capacidades, habilidades y dominio de herramientas digitales por parte de los profesionales que elaboran mensajes informativos en formatos digitales” (Barrios, 2013).
Interviniente 2: características sociodemográficas del periodista.	Aspectos sociales y demográficos del periodista.
Interviniente 3: innovación periodística.	“Capacidad para reaccionar ante los cambios en los productos, procesos y servicios, mediante el uso de habilidades creativas que permiten identificar un problema o necesidad y resolverlo mediante algo nuevo que aporte valor al medio y a los clientes” (García-Avilés, J., Carvajal, M. y Arias, F. 2018, p. 370).

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE (MINTZBERG *ET AL.*, 1993; CASERO-RIPOLLÉS, 2016; BARRIOS, 2013; GARCÍA-AVILÉS *ET AL.*, 2018).

Para la selección de las organizaciones mediáticas se contempló a las organizaciones periodísticas vigentes que iniciaron sus actividades informativas entre el 2013 y el 2020; mientras que para la ubicación de los medios digitales y ante la falta de un registro oficial, se elaboró un estudio de tipo exploratorio a través de un mapeo de medios informativos emprendidos por periodistas en el sur de Sinaloa. Este mapeo se llevó a cabo con el apoyo del proyecto de Servicio Social: Observatorio de medios de Comunicación en Mazatlán, de la Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS); así como con la ayuda de la Asociación de Egresados de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UAS.

Para determinar la muestra de la unidad periodistas de medios digitales emprendidos y para el caso del cuestionario piloto aplicado, la selección se basó en periodistas de los 45 medios informativos vigentes registrados en el estudio exploratorio de medios digitales emprendidos en el sur de Sinaloa.

A partir de las definiciones de constructos y de variables se pudieron establecer las dimensiones, el tipo de variables, los indicadores e ítems que fueron analizados desde lo cuantitativo; esto a través del cuestionario piloto aplicado por medio de Google Forms; dicho cuestionario se envió vía correo electrónico, WhatsApp y mensajes de Facebook a los periodistas de medios informativos emprendidos en el sur de Sinaloa, quienes respondieron un total de 71 preguntas. El cuestionario tenía las siguientes características: 7 preguntas se plantearon con respuestas dicotómicas; 43 con respuestas de opción múltiple; 12 con escala Likert; 9 restantes con respuesta abierta. De los 45 medios, se recibió la respuesta de 10 cuestionarios. Es importante destacar que este cuestionario tenía como propósito alcanzar resultados tanto cuantitativos como cualitativos, con el afán de evidenciar la importancia de la interdisciplinariedad y la innovación.

En cuanto al análisis de confiabilidad se utilizaron, para las medidas de coherencia o consistencia interna, el alfa de Cronbach, debido a que se observó como uno de los más confiables para alcanzar datos sólidos. Los resultados de dicho análisis se pueden observar en la Tabla 2 de este documento, el cual se acerca al punto máximo (1) de confiabilidad, por lo que se convierte en un elemento esencial, sólido, para este estudio.

TABLA 2. RESUMEN DEL RESULTADO DE FIABILIDAD

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.855	70

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON APOYO DE SPSS (2021).

## RESULTADOS Y SU INTERPRETACIÓN

### Los periodistas emprendedores de Mazatlán y Escuinapa, Sinaloa; sus características y la de sus medios informativos

El cuestionario piloto diseñado y aplicado a periodistas emprendedores de Mazatlán y Escuinapa, como se mencionó en el apartado anterior, fue atendido por 10 personas que son parte de un espacio informativo emprendido de manera independiente en este municipio de Sinaloa. Cinco de estas personas, es decir, el 50% de las respuestas que registraron fueron mujeres y el otro 50% hombres.

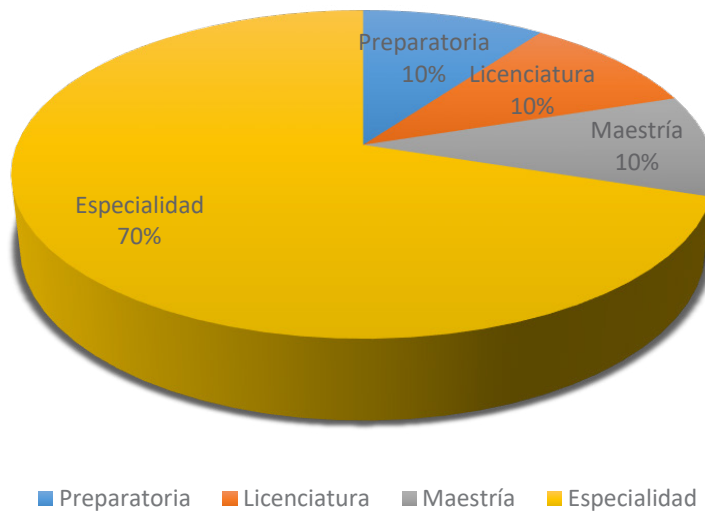
El 70% de los periodistas encuestados se ubican en el municipio de Mazatlán, el cual cuenta con el mayor número de medios emprendidos registrados, además de ser el municipio del sur con mayor actividad económica y con representación de los principales medios tradicionales del estado como el periódico *Noroeste*, con oficinas en Culiacán y Mazatlán; *El Debate*, con sedes en todo el estado de Sinaloa y *El sol de Mazatlán*, perteneciente al grupo Organización Editorial Mexicana (OEM), con presencia en varios estados del país.

Mientras que el 30% de los periodistas entrevistados se encuentran en Escuinapa, municipio del sur de Sinaloa que limita con el estado de Nayarit y su economía depende de la pesca, la agricultura y en un porcentaje más pequeño del turismo. Cuenta con algunas radio-difusoras y corresponsalías de los periódicos tradicionales de Mazatlán como *El Debate* y *Noroeste*.

Respecto a las edades de los periodistas encuestados, en un análisis de datos de distribución de frecuencia se encuentra que el mayor número de los encuestados se ubica en el rango de 34 a 48 años, con el 60%, mientras que, al rango de 18 a 33 años pertenece el 40% de ellos; esto refleja que los periodistas que trabajan en los medios emprendidos son relativamente jóvenes y se encuentran en el rango de edad más productivo de sus carreras, con la posibilidad de aprovechar su experiencia y conocimientos de la profesión para iniciar sus propios espacios laborales y utilizar la tecnología para captar a un público también joven.

En cuanto la formación educativa y el perfil de los periodistas encuestados, los datos indican un alto grado de habilitación pues el 70% de ellos señala tener una licenciatura, como se puede observar en la Gráfica 1 donde se muestra la distribución de los datos sobre la escolaridad de los periodistas entrevistados.

GRÁFICA 1. ESCOLARIDAD DE LOS PERIODISTAS EMPRENDEDORES DEL SUR DE SINALOA



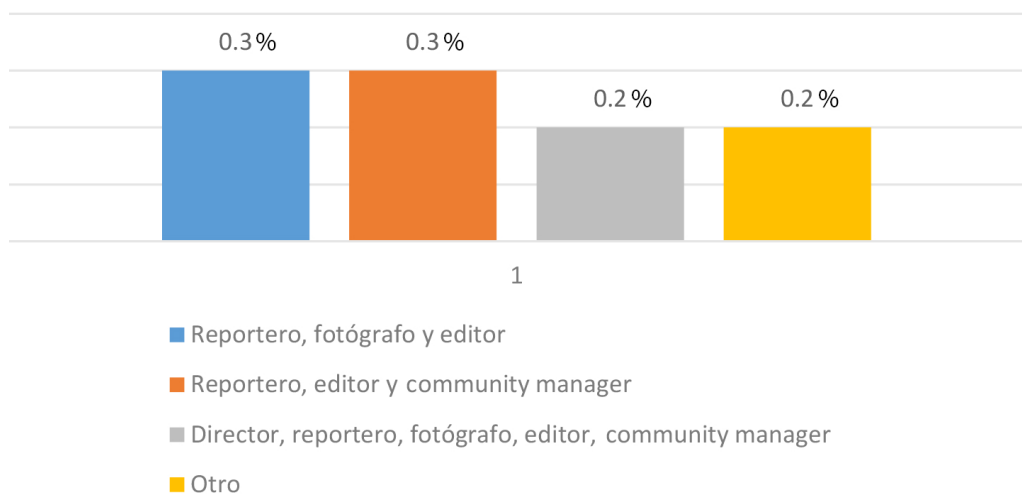
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA (2021).

En esta encuesta también se consultó sobre los años que tienen los periodistas ejerciendo la profesión. En las respuestas obtenidas se encontró que el 60% de los periodistas han trabajado de 6 a 15 años en las redacciones periodísticas de la región; un 20% tiene experiencia de 21 a 25 años y el otro 20% de cero a cinco años de experiencia. Mientras que la antigüedad en el espacio laboral actual, el 40% señala tener de dos a tres años trabajando en el medio informativo digital actual.



Para conocer la polivalencia e interdisciplinariedad del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa, se consultó a los periodistas sobre las actividades que realizan en su puesto de trabajo (Gráfica 2). Entre las respuestas se obtuvo que el 60% de los entrevistados llevan a cabo por lo menos tres diferentes funciones; por ejemplo, realizan el reporteo, editan las notas y gestionan las redes sociales; o bien, otros de los entrevistados indicaron desempeñarse como reporteros, fotógrafos y editores. Mientras que el 40% restante, indica la realización de cinco actividades, entre ellas la dirección de la propuesta periodística emprendida.

GRÁFICA 2. POLIVALENCIA E INTERDISCIPLINARIEDAD EN EL PERIODISMO EMPRENDEDOR



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA (2021).

Para indagar sobre el número de integrantes de la organización periodística y su estructura, se consultó a los periodistas sobre la plantilla laboral del espacio informativo emprendido; las respuestas reflejan que los espacios informativos donde laboran los periodistas encuestados del sur de Sinaloa, en promedio cuentan con seis integrantes (la media es de 5.6). Además, también en promedio, estos espacios informativos cuentan con tres empleados indirectos y tres colaboradores, según se muestra en la Tabla 3.

TABLA 3. PROMEDIO DE PERSONAS QUE INTEGRAN EL MEDIO DIGITAL EMPRENDIDO POR LOS PERIODISTAS

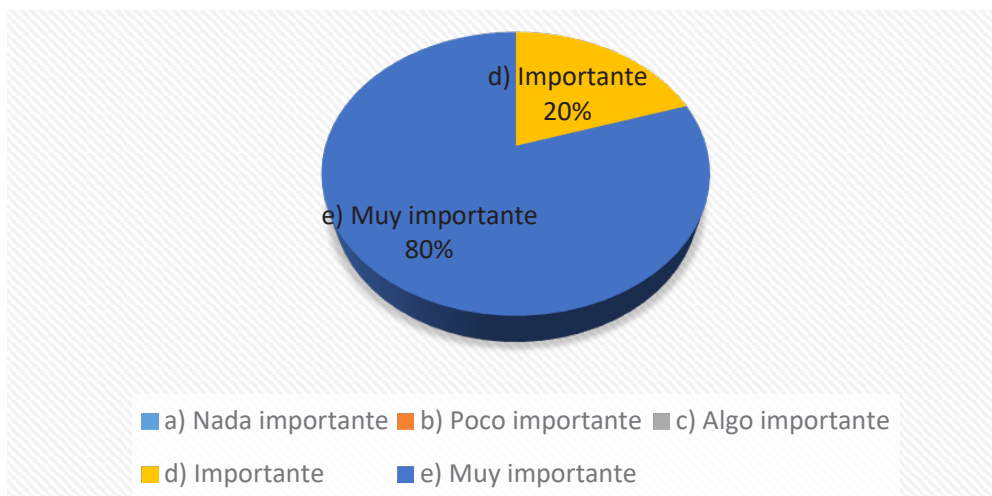
		Escribe el número total de personas que integran el medio digital donde laboras	Escribe el número de empleados indirectos del espacio informativo donde laboras	Escribe el número de colaboradores del espacio informativo donde laboras
N	Válidos	10	10	10
	Perdidos	0	0	0
Media		5.70	2.90	3.30

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA (2021).

### Valoración y servicios informativos ofertados por el periodismo emprendedor en el sur de Sinaloa

En este cuestionario también se le preguntó al periodista emprendedor sobre la importancia de su labor en la actualidad. Las respuestas fueron consultadas a través de escala de Likert. Ocho de los periodistas mencionaron que su labor es *muy importante*, mientras que los dos restantes señalaron que esta labor es *importante* (a, b y c no se seleccionaron). En la Gráfica 3 se presenta la distribución de estas respuestas.

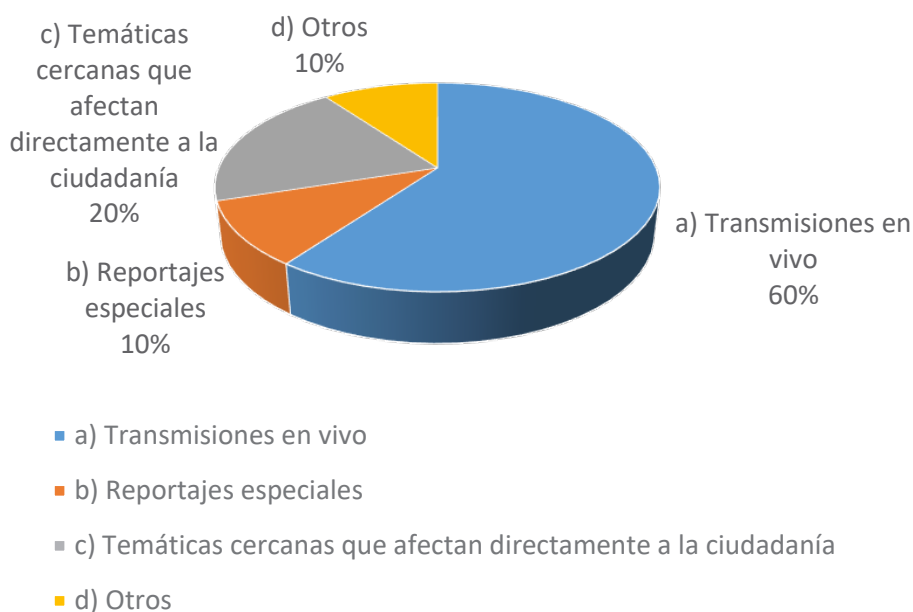
GRÁFICA 3. IMPORTANCIA DE LA LABOR DEL PERIODISTA DESDE LA PERSPECTIVA DEL PERIODISTA EMPRENDEDOR



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA (2021).

Respecto al uso de herramientas innovadoras para la difusión de la información, ocho de las respuestas mostraron las *transmisiones en vivo por redes sociales* (Facebook y YouTube) como la herramienta digital principal; la segunda más mencionada fue *otras redes sociales* (Twitter, WhatsApp), seguida de Podcast y por último *lista de difusión por e-mail*. Las transmisiones en vivo destacan también, con el 60% de las respuestas, cuando se consulta sobre las características que distinguen al medio de los otros espacios informativos (Gráfica 4).

GRÁFICA 4. CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS DEL MEDIO INFORMATIVO EMPRENDIDO POR LOS PERIODISTAS



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA (2021).

En cuanto a la independencia de las variables, a través de una tabla de contingencia se pusieron a prueba la variable dependiente “tipo de estructuras organizacionales del medio informativo emprendido por periodistas del sur de Sinaloa” y la variable independiente “consolidación del medio informativo emprendido”, esto con el objetivo de comprobar la relación de las variables y acercarse a la comprobación de la hipótesis nula ( $H_0$ ): “la consolidación del medio informativo del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa” es independiente del “tipo de estructuras organizacionales del medio informativo emprendido”. Mientras que la

hipótesis alternativa (Ha) “consolidación del medio informativo del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa” no es independiente del tipo de estructuras organizacionales del medio informativo emprendido.

Para tal efecto, se recurrió a cruzar el ítem de la variable dependiente “consolidación del medio informativo”, relacionado con el total de empleados directos del medio emprendido, y la variable independiente “tipos de estructuras organizacionales”, con el ítem número total de personas que laboran en el medio informativo.

Para contextualizar este cruce de datos es importante mencionar que el 10% de los periodistas entrevistados señalaron que su plantilla laboral se integraba por dos personas, 20% de estos medios cuentan con tres personas, otro 20% con cuatro personas, otro 20% con cinco personas; mientras que los tres periodistas consultados restantes señalaron que sus medios contaban con más de cinco personas, uno de ellos con siete, otro con diez y uno más con 14 personas.

Sin embargo, cuando se les consultó sobre el número total de la plantilla laboral directa, el 10% señaló tener a una persona como empleada directa; 30% mencionó a tres personas bajo esta condición laboral, el 20% contestó tener cuatro personas laborando directamente y 10%, es decir, una persona entrevistada indicó la presencia de siete personas laborando directamente en el espacio informativo emprendido.

Los resultados muestran que, en los medios informativos emprendidos por periodistas del sur de Sinaloa, la relación laboral de la plantilla de profesionales es diversa y si bien se pueden encontrar organizaciones periodísticas con la participación de 14 personas, estas no necesariamente están laborando bajo un contrato directo y sus funciones también podrían depender del tipo de relación laboral y con ellos del tipo de estructura organizacional con el que cuenta el medio emprendido; y, a su vez, esto vincularse con el nivel de consolidación del medio emprendido.

Es importante mencionar que esta información no es suficiente para determinar si existe una relación o no entre estas variables, por lo que, para conocer la independencia de variables y acercarnos a la comprobación de hipótesis, se realizó la tabla de contingencia que se muestra en la Tabla 4 relacionada con la independencia de variables y muestra un resumen de las tablas anteriores.

TABLA 4. INDEPENDENCIA DE VARIABLES CONSOLIDACIÓN DEL MEDIO PERIODÍSTICO EMPRENDIDO  
Y TIPO DE ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES

		Escribe el número total de empleados que integran el medio digital donde laboras						Total	
		2	3	4	5	7	10		14
56.- Escribe el número de empleados directos del espacio informativo donde laboras.	1	1	0	0	0	0	0	0	1
	3	0	2	1	0	0	0	0	3
	4	0	0	1	0	0	0	1	2
	5	0	0	0	2	0	1	0	3
	7	0	0	0	0	1	0	0	1
Total		1	2	2	2	1	1	1	10

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA (2021).

Esto podría significar que las estructuras organizacionales de los medios emprendidos en el sur de Sinaloa no impactan de manera significativa en la consolidación de dichos medios, pues los periodistas han podido impulsar sus organizaciones a pesar de contar con plantillas laborales pequeñas.

## DISCUSIÓN

Como puede observarse a través de los resultados estadísticos hasta aquí analizados, los profesionales de los espacios informativos emprendidos por los periodistas del sur de Sinaloa son una población relativamente joven y con formación educativa alta, pues la mayoría de los encuestados cuenta con licenciatura en el área del periodismo; de igual manera, se pudo detectar que las estructuras organizacionales de estos medios digitales están integradas, en promedio, por seis participantes, por lo que, desde el concepto de organización propuesto por Robbins (2004), estos emprendimientos periodísticos pueden catalogarse como organizaciones aunque sus estructuras sean pequeñas, como se señala en la literatura (Edo, 2009; Martínez-García y Navarro, 2018).

Sin embargo, las actividades laborales de estos espacios informativos emprendidos pueden tener dinámicas diferentes, pues las plantillas de estas organizaciones se conforman, indistintamente, de empleados indirectos y colaboradores, con un promedio de tres personas que están bajo cada una de estas condiciones laborales, por lo que las estructuras organizacionales y las funciones que realiza cada profesional de estos medios emprendidos pueden estar

dependiendo del tipo de relación contractual con la que laboran. A su vez, es posible que este tipo de relación laboral determine el perfil profesional y la interdisciplinariedad necesaria para atender el grado de polivalencia y participación en la gestión administrativa y productiva del medio emprendido, que señalan autores como Salavarría y García (2008); Martínez-García y Navarro (2018); Carpes da Silva y Gruszynsky (2020), esto al visualizar los perfiles profesionales en el periodismo digital.

Con relación al perfil profesional polivalente e interdisciplinario y la innovación periodística, como se señala en la literatura (López-García *et al.*, 2017; Zambrano *et al.*, 2018; Schena *et al.*, 2018), los profesionales de estos espacios digitales emprendidos, si bien utilizan herramientas que exigen poner en práctica conocimientos de comunicación digital combinados con competencias tradicionales de la narrativa periodística, el alto número de actividades que realizan los periodistas encuestados podría llevar a que las innovaciones de estos medios queden concentradas en las transmisiones en vivo, vía redes sociales.

Esta innovación —transmitir en vivo—, que también fue considerada por los encuestados como la actividad o característica que los distingue del resto de los medios informativos de la región, es una propuesta ya común entre los entrevistados y sus portales informativos; además se han convertido un elemento importante a partir del cual podría estar girando la producción informativa, según lo propuesto desde *Newsmaking* (Alsina, 1989) y con ello las estructuras jerárquicas de estos medios; así como el reflejo de la importancia que otorgan los periodistas emprendedores a las herramientas digitales vinculadas a la inmediatez de la información.

## CONCLUSIONES

Este trabajo presenta los resultados de un estudio que busca identificar las estructuras organizacionales del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa, un tema que es relevante en la actualidad, debido a la necesidad de información oportuna y de calidad en un contexto social donde la información y la desinformación fluye de manera constante y continua a través de la tecnología y las redes sociales, por lo que la presencia de organizaciones periodísticas bien estructuradas podrían aportar información de calidad.

A través de este acercamiento y a partir de las encuestas aplicadas, se puede señalar que las estructuras organizacionales de los medios emprendidos de los periodistas en el sur de Sinaloa pueden impactar o no de manera significativa en la consolidación de dichos medios, pues los periodistas han podido impulsar sus organizaciones a pesar de contar con plantillas laborales pequeñas, las cuales se han mantenido en el ecosistema mediático de la región. Sin

embargo, sus propuestas no presentan innovaciones periodísticas diferentes a la de otros medios digitalizados. Lo que pone en discusión si la cantidad de miembros de una organización es relevante para la estructura de la misma, así como para el desarrollo del periodismo digital de calidad y con un futuro sostenible a largo plazo.

En cuanto al perfil profesional de los periodistas que participan en estos medios emprendidos, se encontró que estos tienen un alto grado de profesionalización en el área, además de experiencia; sin embargo, esto no se refleja en propuestas periodísticas innovadoras, en la medida en que se privilegian las transmisiones en vivo, relegando otro tipo de materiales informativos. Dicha situación puede ser consecuencia del nivel de polivalencia e interdisciplinariedad que la práctica exige a sus integrantes de base, quienes pueden verse limitados por el tiempo para la ejecución de nuevas propuestas informativas innovadoras; a su vez, esto impacta en la calidad informativa y con ello, en la credibilidad y la consolidación de estos espacios informativos a largo plazo.

Ante este escenario, seguir investigando y profundizando sobre el tema aportará al entendimiento de la situación actual en la producción informativa de calidad, no sólo en el sur de Sinaloa, sino en otras partes de México y del mundo. En este sentido, los aspectos relacionados con las estructuras organizacionales, la calidad y la consolidación periodística, aunados al perfil profesional polivalente e interdisciplinario, así como a la innovación periodística de medios digitales, deben profundizarse a través de investigaciones cualitativas complementarias que brinden al lector una visión detallada de las dinámicas del periodismo emprendedor.

## REFERENCIAS

- Albertini, E. (2016). Nuevas prácticas y rutinas del periodismo digital. *Letras*, (5), 195-203.
- Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Paidós. <https://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-I/La%20produccion%20de%20la%20noticia.pdf>
- Arévalo, R. I., y Cancelo, M. (2018). Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1043-1055. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62201>
- Arévalo, R., y Cancelo, M. (2020). La responsabilidad de los medios de comunicación desde su filosofía organizacional con las audiencias y ciudadanía. *Ética, comunicación y género. Debates actuales*, 239-249.
- Artículo 19. (2021). *Distorsión: el discurso contra la realidad, informe anual 2020*. <https://articulo19.org/distorsion/>

- Arrueta, C. y Brunet, M. (2010). Noticiabilidad y planificación. Una mirada desde la teoría de los emisores, los procesos productivos y la cultura tecnológica. *Intertextos. Cuadernos del Programa de Comunicación Social*, 4. <https://www.elsevier.es/en-revista-revista-mexicana-opinion-publica-109-articulo-la-construccion-noticia-desde-el-S1870730017300066>
- Arzate, E., López, J., y Mancilla, L. (2017). Periodismo del siglo XXI, *Notimex*.
- Barrios, A. (2013). *El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades*. [Tesis doctoral]. Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- Bernabé, J. (2017). *El periodismo preventivo como técnica pedagógica para evitar la desinformación en crisis y conflictos: los casos de Chihuahua y Ciudad Juárez*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- Bertalanffy, L. (1989). *Teoría general de sistemas*. Fondo de Cultura Económica.
- Blanco-Herrero, D., y Arcila-Calderón, C. (2019). Deontología y noticias falsas: estudio de las percepciones de periodistas españoles. *Profesional de la Información*, 28(3), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.08>
- Byers, Y. (1997). *Organizational Communication Theory and Behavior*. Allyn and Bacon.
- Carpes da Silva, G., y Gruszynsky, S. (2020). Business Model Innovation in News Media: Fostering New Relationships to Stimulate Support from Readers. *Medios y Comunicación*, 8(2), 28-39. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2709>
- Casero-Ripollés, A. (2016). El periodismo emprendedor ante el reto de su consolidación. *Anuario ThinkEPI*, 10, 203-208. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2016.42>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Crovi, D. (2016). México. *Ciberperiodismo en Iberoamérica*, 241-257.
- Daft, R. (2011). *Teoría y diseño organizacional*. Cengage Learning.
- 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.
- Del Valle, R. (2017). *Las audiencias activas y la credibilidad de los medios de comunicación en México*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo, el impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Alfaomega.
- Fuentes, R. (22 de agosto de 2018). El freelance, futuro de los periodistas. *Al momento*. <http://almomento.mx/diario-ejecutivo-el-freelanceo-futuro-de-los-periodistas/>
- García-Avilés, J., Carvajal, M., y Arias, F. (2018). Implantación de la innovación en los cibermedios españoles: análisis de las percepciones de los periodistas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 369-384. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1260en>



- Golding, P. y Elliot, P. (1979). *News Values and News Production*. Longman. <https://www.sweetstudy.com/files/1-newsvaluesandnewsproduction-golding-elliott-pdf>
- Gómez, S., Paniagua, F., y Farias, P. (2015). El emprendimiento en el periodismo. La actitud de los estudiantes. *Opción*, 31 (6), 351-368. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31045571022.pdf>
- 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 Mágala, Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- INEGI. (2019). *Censos Económicos*. <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#>
- Johnson, D. (1993). *Organizational Communication Structure*. Alex Publishing. Michigan State University.
- Knoclauch, H., Jacobs, M., y Tuma, R. *Culture, Communication, and Creativity. Reframing the Relations of Media, Knowledge, an Innovation in Society*. [e-book]. Peterlang. [https://www.researchgate.net/publication/275948787\\_Communication\\_Culture\\_and\\_Creativity\\_-\\_Reframing\\_the\\_Relations\\_of\\_Media\\_Knowledge\\_and\\_Innovation\\_in\\_Society](https://www.researchgate.net/publication/275948787_Communication_Culture_and_Creativity_-_Reframing_the_Relations_of_Media_Knowledge_and_Innovation_in_Society)
- 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>
- 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>
- 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*, 1-19. [https://www.academia.edu/12718316/Convergencia\\_en\\_la\\_industria\\_period%C3%ADstica\\_mexicana\\_Algo\\_m%C3%AAs\\_que\\_una\\_reconversi%C3%B3n\\_tecnol%C3%B3gica](https://www.academia.edu/12718316/Convergencia_en_la_industria_period%C3%ADstica_mexicana_Algo_m%C3%AAs_que_una_reconversi%C3%B3n_tecnol%C3%B3gica)
- Mintzberg, H., y Quinn, J. (1993). *El Proceso Estratégico: conceptos, contextos y casos*. Prentice Hall Hispanoamericana.
- Negreira-Rey, C.; López-García, X., y Vázquez-Herrero, J. (2020). Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España. *Revista de Comunicación*, 19(2), 193-214. <https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A11>
- Newman, N.; Fletcher, K.; Schulz, A.; Andi, S.; Robertson, C., y Nielsen. R. (2021). The Reuters Institute Digital News Report 2021. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf)

- Observatorio laboral. (2020) *Estadísticas de carreras profesionales por área*. <https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/estudios-publicaciones/Sociales.html>
- Paoli-Bolio, J. (2019). Multi, inter y transdisciplinariedad. *Anuario de filosofía y teoría del derecho*, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas. <http://www.scielo.org.mx/pdf/paftd/n13/2007-4387-paftd-13-347.pdf>
- Puente, S., Pellegrini, S.; Alessandri, F., Porath, W., y Mujica, C. (2004). Instrumento para evaluar la calidad periodística: el VAP compara a la prensa y televisión de Hispanoamérica. *Cuadernos de información*, 16, 101-113. <https://doi.org/10.7764/cdi.16.167>
- Redacción (2020). El debate mete a tres nativos digitales al top 10; UnoTv cae 13%, y SDP estrecha distancia en la cima. *El Economista*. [https://www.eleconomista.com.mx/contenidos/2020/04/02/noticia\\_0089.html](https://www.eleconomista.com.mx/contenidos/2020/04/02/noticia_0089.html)
- Todos los periódicos diario (2021). Periódicos de Baja California. *Prensa Escrita*. <https://www.prensaescrita.com/america/bajacali.php>
- Reporteros Sin Fronteras. (2021). *Clasificación Mundial 2020 la libertad de prensa en el mundo*. <https://www.rsf-es.org/clasificacion-mundial-2020-la-libertad-de-prensa-en-el-mundo/>
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Prentice-Hall.
- Rodrigo-Alsina, M., y Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.info*. (44), 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
- Salaverría, R., y García, J. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 23, 31-47. <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118910>
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. *Profesional de la información*. 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Schena, J., Besalú, R., y Casellas, C. (2018) Valoraciones actualizadas de las competencias profesionales en la práctica laboral de los periodistas españoles. *Revista Latina de Comunicación Social* (73), 531-555. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1268>
- Solórzano, R. (2017). *Ciberperiodismo: una región a partir de la gestión, producción, consumo y prácticas periodísticas en los cibermedios de Tuxtla Gutiérrez*. [Tesis doctoral]. Universidad Autónoma de Chiapas.
- Scolari, C., Micó, J., Navarro, H., y Pardo, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la globalización de los medios audiovisuales catalanes. *Revista de Estudios de Comunicación*, 13(25), 37-60. <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/3572/3200>
- Taylor, J. R. (1995). *Rethinking the Theory of Organizational Communication. How to Read an Organization*. Alex Publishing Corporation.

- Vaca, P. (2021). *México: informe anual de la relatoría especial para la libertad de expresión*. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/ESPIA2020.pdf>
- Villegas, J. (2015). Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística online. Su percepción por los profesionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 91-109. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1036>
- Zambrano, W. R., García, D., y Barrios, A. (2018). 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.

