



Artículo de investigación

Replanteamientos curriculares y de formación de un programa educativo derivados de la era digital

Curricular rethinking and training of an educational program derived from digital area

Repensar curricular e formação de um programa educacional derivado da área digital

Verónica García Martínez

Universidad Juárez Autónoma
de Tabasco, México.

<https://orcid.org/0000-0001-5299-3540>

Vero1066@hotmail.com

Martha Patricia Silva Payró

Universidad Juárez Autónoma
de Tabasco, México

<https://orcid.org/0000-0001-9081-0549>

patypayro@gmail.com

Resumen

La Era Digital es un concepto inherente al cambio tecnológico, asociado a la revolución tecnológica que afecta toda acción humana, una de los cuales es la educación. Es la educación superior el nivel en el que más impacta el desafío tecnológico, exigiendo cambios sustanciales en todos sus componentes. Este trabajo presenta el caso de diversos cambios que tuvieron que realizarse en un programa educativo de una universidad pública del sureste mexicano, muchos de los cuales fueron efectuados en respuesta a las demandas de la era digital. El objetivo fue analizar y discutir las necesidades que enfrenta un determinado programa de educación superior, pero que pueden ser una referencia para otros, sean o no de la misma disciplina. A través de un enfoque cualitativo se abordó su impacto en el currículo y los componentes de capacitación docente. Se concluye que la irrupción de la tecnología en los diferentes ámbitos profesionales de la formación universitaria es real o inminente, debido a la aparición de nuevos perfiles profesionales en el mercado laboral, las universidades tienen que revisar de forma continua y permanente la configuración de sus planes y programas, y a reestructurarlos según lo que marque el contexto, y el imparable cambio tecnológico.

Palabras clave: Era digital; Formación docente; Cambio curricular; Programa educativo.



Silvia Patricia Aquino Zúñiga
Universidad Juárez Autónoma
de Tabasco, México
<https://orcid.org/0000-0002-7223-8582>
silvia.aquino@ujat.mx

Enrique Roberto Peralta Mazariego
Universidad Tecnológica de
Cancún / Universidad Virtual del
Estado de Guanajuato, México
<https://orcid.org/0000-0001-9197-879X>
mazariego27@hotmail.com

Abstract

The Digital Age is a concept inherent in technological change, associated with the technological revolution that affects all human action, one of which is education. Higher education is the level at which the technical challenge most impacts, demanding substantial changes in all its components. This paper presents the case of various changes made in an educational program of a public university in southeastern Mexico, many of which occurred in response to the demands of the digital age. The objective was to analyze and discuss the needs faced by a particular higher education program, but that may be a reference for others, whether or not they are from the same discipline. The study it was carried out through a qualitative approach. It is concluded that the irruption of technology in the different professional areas of university education is actual or imminent. Due to the appearance of new professional profiles in the labor market, universities have to continuously review the configuration of their plans and programs and restructure them according to what the context marks and unstoppable technological change.

Keywords: Digital age; Teacher training; Curriculum change; Educational program.

Resumo

A Era Digital é um conceito inerente à mudança tecnológica, associado à revolução tecnológica que afeta toda a ação humana, uma das quais é a educação. O ensino superior é o nível em que o desafio tecnológico mais impacta, exigindo mudanças substanciais em todos os seus componentes. Este artigo apresenta um caso de várias mudanças que tiveram que ser feitas em um programa educacional de uma universidade pública no sudeste do México, muitas das quais foram multadas em resposta às demandas da era digital. O objetivo era analisar e discutir as necessidades enfrentadas por um determinado programa de ensino superior, mas isso pode ser uma referência para os outros, sejam eles ou não da mesma disciplina. Por meio de uma abordagem qualitativa, seu impacto no currículo e componentes de formação de professores foi abordado. Conclui-se que a irrupção da tecnologia nas diferentes áreas profissionais da educação universitária é real ou iminente, devido ao surgimento de novos perfis profissionais no mercado de trabalho, as



universidades têm que rever de forma contínua e permanente a configuração de seus planos e programas, e reestruturá-los de acordo com o que o contexto marca, e mudanças tecnológicas imparáveis.

Palavras chave: Idade digital; Treinamento de professor; Mudança curricular; Programa educacional.

Introducción

La Era Digital es una etapa histórica que inició con el reemplazo de los soportes analógicos en la transmisión de la información por dispositivos mucho más eficientes y accesibles, y eso apenas en tres décadas. La tecnología digital se ha convertido en la base de muchos sistemas que administran datos en las esferas personal y social, lo que provoca la paulatina sustitución de un sinnúmero de mecanismos de transferencia. Esta Era podría haber comenzado con la aparición de la primera computadora en los 80, o con la de la Internet en los 90, y continuado su curso de manera vertiginosa e instigada por la revolución tecnológica y por el crecimiento exponencial de la *World Wide Web* (WWW). El desafiante cambio tecnológico motivó el Informe del Banco Mundial (2025) el cual advierte de las transformaciones experimentadas en la naturaleza del trabajo debido a los avances tecnológicos. Esta advertencia no es en el sentido de la pérdida de ocupaciones por parte de la fuerza laboral como principal problema, sino en la necesidad de invertir en la capacitación del elemento humano para que adquiera las competencias que le permitan hacer frente a las condiciones que este tipo de empleos exige. Cuando surgió

la revolución industrial, los trabajadores debieron adquirir conocimientos, habilidades y aptitudes para poder manejar toda la parafernalia que constreñía al uso de la maquinaria creada para industrializar los procesos. Algo parecido ocurre con el cambio tecnológico, que induce a los asalariados a capacitarse de manera continua para que puedan adaptarse a las dinámicas impuestas por los dueños del capital.

Este cambio tecnológico que conlleva transformaciones en lo laboral, también está aparejado con problemas sociales complejos como los diversos cambios demográficos, violencia, pobreza, migración, deterioro ambiental, discriminación, enfermedades nuevas y cambios laborales, los cuales necesariamente impactan las dimensiones personal, familiar, social, y desde luego educativa. Los retos que el contexto impone, sugieren cambios en la educación superior debido a las diversas prácticas profesionales emergentes que demandan desarrollar competencias para seleccionar e interpretar información, comunicarse de manera eficiente, desarrollar habilidades para trabajar en equipos multidisciplinarios, resolver problemas, y



aprender continuamente, en todas las profesiones.

En la actualidad, conceptos como Inteligencia Artificial (IA), realidad virtual, internet de las cosas, *big data* y dispositivos como *robots*, *drones*, GPS o *smartphones* se integran cada día en los saberes cotidianos. Este cambio tecnológico ha transformado los mercados laborales, generando mayores ingresos para quienes se desempeñan en áreas vinculadas con la tecnología (Fondo Monetario Internacional, 2024). Ante ello, las universidades e Instituciones de Educación Superior (IES) deben analizar continuamente las tendencias curriculares y asumir su responsabilidad de formar profesionistas críticos, proactivos y humanistas mediante ajustes curriculares inteligentes que utilicen la teoría curricular como herramienta central. Riveros (2025) identifica cuatro etapas en estas tendencias —clásica, deliberadora, integral y multidimensional, y compleja—, mientras que en las IES conviven generaciones con distintos perfiles digitales: los *digital adaptatives* o Gen X (1965–1979), los *digital natives* o Gen Y (1980–2000) y los *digital avatars* del siglo XXI, quienes enfrentan los cambios tecnológicos con gran capacidad de adaptación.

En este escenario las IES formadoras en las diversas disciplinas, afrontan las demandas de un nuevo mercado laboral que exige de profesionales capaces de asimilar y utilizar a su favor y de la manera más rápida, los productos emanados de la revolución tecnológica. Aunado

a esto, Herrera (2025), señala que nos enfrentamos a una relación socio laboral distinta caracterizada por una marcada inestabilidad de las profesiones y la obsolescencia del conocimiento. De modo que las IES han de alinear sus componentes, a fin de dotar a los universitarios de los elementos sustanciales para hacer frente a los requerimientos del entorno.

La formación profesional ha estado constante cambio en el ámbito económico, lo advertimos en la revolución industrial y ahora en la tecnológica, que más que por la tecnología está marcada por la digitalización, proceso donde convergen lenguajes y formas nuevas de crear y transmitir datos (Herrera, 2025). Ésta plantea no solo un cambio de formato, sino una reconfiguración de los medios en donde el usuario es quien dicta los temas y contenidos (Navarro, 2024) y que incluso, demandan una nueva disposición en la esencia de los medios de comunicación, en los cuales privan la interactividad y la especialización (Ídem) y surge la figura del *prosumidor* (productor y consumidor de contenidos).

Desde hace más de dos décadas, la demanda de profesionistas ha disminuido en el sector secundario y aumentado en el terciario, especialmente en áreas como salud, educación y seguridad (Gobierno de México, 2020). En este contexto, el talento humano y la capacidad para resolver problemas serán fundamentales para que las empresas compitan en un entorno de constante innovación. Sin embargo, las nuevas



generaciones enfrentan mayores dificultades para encontrar empleo debido a los desajustes entre la formación universitaria y las exigencias del mercado laboral, lo que hace necesario revisar continuamente los programas educativos en las IES (UNESCO, 2023).

En el caso del comunicólogo, su formación transita entre las licenciaturas de periodismo, comunicación social, publicidad y una serie de denominaciones de escuelas que finalmente se enfocan a formar profesionistas en la elaboración de mensajes para determinados grupos y audiencias. Vega (2021) afirma que nunca antes se le había exigido tanto a este profesional como ahora, por lo que la formación continua se convierte en una condición permanente dadas las circunstancias. Un profesional de la comunicación que esté en un medio público o privado, en una empresa o en el sector gubernamental, debe estar a la vanguardia en el manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TI), las cuales se mueven a una velocidad increíble en la era digital. Esto permea en el perfil del comunicólogo, quien tiene que adaptarse a las mutaciones que sufre por causa de las irrupciones en materia tecnológica.

En esas nuevas profesiones configuradas por el impacto de la era digital existe un cúmulo de conocimientos, actitudes y valores que debe adoptar o desarrollar el estudiante para desempeñarse en el área de su elección. Alvarado *et al* (2024) consideran que dos de los conocimientos más necesarios que deben

adquirir los trabajadores de esas nuevas profesiones relacionadas con la comunicación son el uso de redes sociales y de plataformas, pero también el uso de herramientas web (*timelines*, infografías, imágenes interactivas, entre otras). Sin embargo, a la par de los conocimientos, se deben considerar a los valores como un elemento de suma relevancia en estos perfiles, dado que se encuentran en espacios virtuales donde son líderes de opinión o como ahora se les conoce: *influencers*, que pueden marcar tendencias, ya sea positivas o negativas, a favor o en contra de los intereses sociales. Para el adecuado ejercicio de las funciones del comunicador es necesario que éste se identifique con los valores del medio o la marca de la cual es mediador.

La profesión del comunicador abarca múltiples campos y perfiles, como periodistas, publicistas o especialistas en relaciones públicas, cuyas funciones varían según el entorno laboral, aunque comparten ciertos ejes de conocimiento (Segarra et al., 2018). Cada ámbito requiere el manejo de recursos especializados que implican una redefinición de competencias. Por ello, los planes de estudio en Comunicación deben adaptarse a la transformación digital y a la diversidad profesional (Silva-Robles, 2016), considerando que los medios han evolucionado en formatos y distribución, exigiendo habilidades en búsqueda, edición y difusión de contenidos en múltiples plataformas (Vega-Astorga et al, 2023). Silver (2018) destaca cinco cambios clave



en la profesión: inmediatez informativa, dinámica laboral, relación con el lector, lealtad a medios y redes sociales, donde la interacción con prosumidores es esencial. En este contexto emergen nuevos perfiles como el *media browser*, encargado de gestionar metadatos; el documentalista, especializado en archivos audiovisuales y el *media manager*, enfocado en la gestión de contenidos digitales. En conjunto, se identifican tres roles principales: director de contenidos, gestor de contenidos digitales y redactor web (Álvarez-Flores et al., 2018).

La comunicación organizacional se refiere a las relaciones públicas tanto internas como externas, así como a la identidad corporativa. En este campo se destacan varios tipos de perfiles: los promotores, los ejecutores y los públicos (Silva-Robles, 2016) mismos que interactúan a través de plataformas tecnológicas. La web participativa ha impactado a la comunicación corporativa tanto en la forma como en el fondo, ya que diferentes públicos interactúan en aras de la identidad como organización. Uno de estos impactos se erige en la figura de *community manager*, cuya función ya comienza a ser objeto de estudio (Elorriaga-Illera et al., 2018; Silva-Robles, 2016), dado que representa una personalidad cada vez más común y recurrente en las empresas dedicadas a diferentes actividades, especialmente al *marketing*.

El área de diseño y publicidad se relaciona con la creación de contenidos digitales orientados a una comunicación más interactiva con las

audiencias (Soler-Adillon et al., 2016). Su naturaleza interdisciplinaria —que integra ingeniería, arquitectura y humanidades— le otorga una alta capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos mediante programas informáticos enfocados en la comunicación audiovisual. En este campo destacan perfiles como el diseñador publicitario, el director de arte, el diseñador web y el desarrollador web (Álvarez-Flores et al., 2018), quienes utilizan de forma directa recursos digitales e Internet para responder a las nuevas demandas de las plataformas publicitarias, las cuales requieren formatos innovadores dirigidos a “prosumidores” activos en el espacio público y que implican conocimientos de marketing, programación y gestión de datos, es decir, “perfiles relacionados directamente con la informática o herederos de los perfiles tradicionales” (Carrillo-Durán y Rodríguez-Silgado, 2018, p. 200).

En este abanico de posibilidades innovadoras de ejercicio de la comunicación, cada perfil demanda un cierto tipo de funciones relacionadas con el ámbito de trabajo donde se desempeñan: manejo de soportes, plataformas, programas informáticos, convergencia de dispositivos, redes sociales etc. Sin embargo, existen otro tipo de funciones y competencias que son comunes a todos los perfiles: la buena redacción de los mensajes, el compromiso con la sociedad, la interacción con las audiencias, la posesión de una cultura general, la ética, la disponibilidad para la formación continua, la



actualización de los cambios en escenarios políticos y sociales. En el caso de la Universidad que nos ocupa se reestructuró entre otros programas el de la Licenciatura en Comunicación, a la cual se le hicieron cambios sustanciales.

Metodología y métodos

Para el estudio se realizó una exhaustiva investigación documental, especialmente curricular. Se realizaron entrevistas a profundidad a cuatro docentes de la Licenciatura en Comunicación, que tuvieran la antigüedad suficiente para haber transitado en al menos tres de los cuatro cambios curriculares que el Plan de Estudios (PE) ha tenido. De ellos, una profesora fue fundadora del mismo con 26

El presente estudio es el que se conoce como estudio de caso, Jiménez y Cobet (2016) ya que aborda un programa educativo específico que se ha visto impactado sensiblemente por la era digital.

años de antigüedad, otro con 20, una más con 20 años de adscripción la cual forma parte del personal administrativo y el cuarto que fue estudiante y desde hace más de 10 años funge como profesor. Para el análisis de la información se realizó análisis de contenido de los planes de estudio especialmente en las reestructuraciones que experimentó el programa. Las entrevistas fueron procesadas a través de matrices de análisis.

Resultados y discusión

La Licenciatura en Comunicación se incorporó a la oferta educativa de la IES de estudio en 1991, fecha desde la cual ha tenido un ajuste de créditos y tres reestructuraciones. En 1991, las asignaturas del plan de estudios estaban enfocadas a la atención de las demandas de la sociedad desde el ámbito de la comunicación. El contexto tecnológico, estaba orientado a la producción visual, editorial, radiofónica y televisiva analógica.

La primera reestructuración (2004), significó una evolución sustancial, ya que se enfocó en flexibilizar el sistema de créditos, alcanzar la pertinencia, continuar atendiendo las necesidades de la sociedad, y con el propósito de alcanzar el desarrollo de la región, se hizo mayor énfasis en incorporar los avances científicos y tecnológicos. Para lograr lo anterior, se incorporaron seis asignaturas en la malla curricular relacionadas con la tecnología. La segunda reestructuración (2010) en la que se identificó que existía una amplia demanda de



especialistas en comunicación. De igual manera, otro factor identificado, fue el relativo a la brecha tecnológica que existía entre los conocimientos adquiridos en el aula por los estudiantes y las demandas del mercado laboral, ya que con los cambios que se viven en el contexto mundial, las instituciones de educación superior, no logran llevar a las aulas, el nivel de los cambios vertiginosos con que se vive día con día.

La tercera reestructuración se llevó a cabo en 2017, y las implicaciones en el contexto tecnológico se asumen desde una perspectiva sociocultural. Se realiza de igual forma un ajuste curricular que implica el estudio y la reflexión de los fenómenos sociales comunicativos, por lo que éstos deben abordarse desde un enfoque holístico. La interpretación y comprensión de los fenómenos socio-tecnológicos, se realiza a través de la incorporación transversal de contenidos. Se privilegia la formación de capacidades que permitan a los estudiantes transformar los contextos y sus procesos sociales.

La UNESCO (2023) resalta la necesidad del establecimiento de políticas que permitan la integración de las TI a la educación, ya que facilitan la inclusión social, la reducción de la brecha digital, la deserción escolar e inciden en el mejoramiento de las habilidades y competencias y el logro académico. La integración curricular de las TI, debe ser flexible y todo su proceso que abarca desde la elaboración de materiales curriculares hasta su

ensayo en la práctica, evaluación y posterior implementación debe estar integrada. Como se expuso en el ejemplo del programa educativo de pregrado, éste se fue modificando básicamente empujado por el cambio tecnológico, que permeó en la incorporación o sustitución de asignaturas para que respondan a las nuevas funciones del comunicador.

La experiencia de su adecuación pertenece a la última tendencia curricular propuesta por Severiche y Pérez (2022), fundados en el modelo educativo de la institución, el cual fue actualizado en 2025 y sustenta los principios institucionales basados en la formación integral del estudiante, estándares e indicadores para la calidad educativa, el sentido de pertenencia, la pluralidad, la igualdad, y la ética, de igual manera, tiene su fundamento en las teorías psicológicas y pedagógicas constructivista y humanista cuyos ejes sustanciales son la formación integral del estudiante, centrado en el aprendizaje y el currículum flexible (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT], 2025).

La propuesta de adecuación curricular de la licenciatura en comunicación fue incorporando el uso de las TIC en sus prácticas áulicas. El equipo a cargo de las adecuaciones curriculares debe tomar en cuenta las necesidades de formación personal y actitudinal de la planta docente, y considerar las implicaciones, impacto y limitaciones de los cambios curriculares propuestos derivados de las exigencias de las políticas nacionales e internacionales, así como



de establecer un plan de seguimiento y evaluación de las adecuaciones que evidencien la congruencia del currículum formal y el perfil de egreso.

Por tanto, siendo el docente el principal mediador entre la tecnología y el estudiantado, su desenvolvimiento en el aula se transforma, y requiere de una formación continua que le permitan adquirir las competencias no solo para enseñar, sino para diseñar el currículo, los materiales, así como los escenarios e itinerarios

de aprendizaje centrados en el estudiante o aprendiente. Los profesores están conscientes que deben apropiarse del escenario tanto curricular como tecnológico, dado que deben sintetizar ambos para ofrecer alternativas de formación que respondan a las demandas de un mundo cambiante. La adquisición de habilidades instrumentales tanto como de estrategias pedagógicas mediadas por lo digital representan una importante necesidad del profesorado, dado que son una generación formada en una era pre-internet.

Conclusiones

En los escenarios planteados se debe dar énfasis en una formación continua del profesorado que le permita responder a las exigencias del entorno, y a las repercusiones que el cambio tecnológico ha provocado, el cual reclama a su vez la profesionalización permanente. Los profesores (aunque no en su totalidad) tienen disponibilidad por entrar en una dinámica modificada por la digitalización, sin embargo, expresan tener cierto temor a no ser capaces de responder a las exigencias de un mercado de

trabajo cambiante y exigente, que se mueva a una velocidad mayor que las adecuaciones curriculares de los programas educativos. Las IES tienen frente a ellas un panorama nada fácil, ya que dependen además de los recursos proporcionados por los gobiernos para la modernización de sus propuestas educativas. Es urgente que se establezcan estrategias que permitan si no emparejarse, por lo menos no quedar a la zaga de los cambios propiciados por la era de la digitalización.

Referencias bibliográficas

Alvarado, M., Lalangui, E., Posso, E. & Falcan, B. (2024). Análisis del Impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información. *Bastcorp International Journal*, 3(2), 288-304. [10.62943/bij.v3n2.2024.95](https://doi.org/10.62943/bij.v3n2.2024.95)

Álvarez-Flores, E.P., Núñez-Gómez, P. y Olivares-Santamarina, J. (2018). Perfiles profesionales y salidas laborales para graduados en Publicidad y relaciones públicas: de la especialización a la



- hibridación. *El profesional de la información*, 27(1), 136-147. <https://bit.ly/2OUi95h>
- Banco Mundial [BM]. (2025). *Empleo y transformación económica*. <https://shre.ink/obXR>
- Carrillo-Durán, M.V. & Rodríguez-Silgado, A. (2018). El ecosistema programación. La nueva publicidad digital que conecta datos con personas. *El profesional de la información*, 27(1), 195-201. <https://bit.ly/2JBgYjQ>
- Elorriaga-Illera, A., Usin-Enales, S. y García-Azpuru, A. (2018). Evolución del community manager en las pymes del País Vasco y Navarra. *El profesional de la información*, 27(3), 651-658. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.18>
- Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2024). *Fondo Monetario Internacional analiza el Impacto Global de la Inteligencia Artificial en el empleo y la desigualdad*. <https://shre.ink/obC2>
- Gobierno de México. [GM]. (2020). *Informes sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública al segundo trimestre de 2020*. Secretaría de Hacienda. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/566777/Comunicado_No_062.pdf
- Herrera, M. (6 de agosto de 2025). Del aula al empleo: cerrar la brecha, abrir el futuro. Milenio. <https://n9.cl/ko0b8>
- Jiménez, V. & Comet, C. (2016). Los estudios de caso como enfoque metodológico. *ACADEMO Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2), 2 <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5757749.pdf>
- Navarro, (A). (2024). *Era digital. Una transformación total de la sociedad*. <https://mundobytes.com/era-digital/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2023). *Marco de competencias de los docentes en materia de TICS*. UNESCO. <https://www.unesco.org/es/digital-competencies-skills/ict-cft>
- Riveros, G.M. (2025). Tendencias y Reformas Curriculares en la Educación Superior Latinoamericana con aportes críticos y análisis de investigaciones recientes (2018-2023). *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1), 1859-1879. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3458>
- Segarra, M., López, L. & Gil, S. (2018). Radiografía de las consultoras de comunicación en España: perfil profesional, estructura y actividad. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 478-503. <https://cutt.ly/0eXDiSM>
- Severiche, C. & Pérez, H. (2022). Nuevas tendencias curriculares para afrontar los cambios de la sociedad actual. *Revista Oratores*, (17), 100-116. <https://doi.org/10.37594/oratores.n17.709>
- Silver, L. (30 de octubre de 2018). *Cinco grandes cambios del periodista actual*. *Red Internacional de Periodistas*. <https://ijnet.org/es/story/cinco-grandes-cambios-del-periodismo-actual>
- Silva-Robles, C. (2016). Perfil del community manager en las agencias de publicidad y relaciones públicas de España. *El profesional de la información*, 25(2), 237-245. <https://bit.ly/2YjI3DE>
- Soler-Adillon, J., Sora, C., Freixa, P. y Ribas, J. (2016). Perfil del profesional de la comunicación



interactiva: fundamentos, actualidad y perspectivas. *El profesional de la información*, 25(2), 196-208.
<https://bit.ly/2YpTiKQ>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2025). *Modelo educativo*.
<https://gacetajuchiman.ujat.mx/wp-content/uploads/2025/09/anexo-138.pdf>

Vega-Astorga, M., Osuna, A. y Loubet, R. (2023). Desafíos del periodismo digital y los imaginarios sociales de la profesión en Latinoamérica. *Sintaxis, Revista Científica*

del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada, 11(2023), 125-141.
<https://doi.org/10.36105/stx.2023n11.09>

Vega, M. (2021). Representaciones sociales y calidad periodística en la credibilidad y consolidación del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa. *Sintaxis* (6), 55-73.
<https://doi.org/10.36105/stx.2021n6.02>

Contribución autoral

Verónica García Martínez: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Investigación, Redacción del borrador original

Martha Patricia Silva Payró: Conceptualización, Análisis formal, Investigación, Metodología, Administración del proyecto, Visualización, Redacción del borrador original

Silvia Patricia Aquino Zúñiga: Conceptualización, Análisis formal, Investigación, Metodología, Validación, Redacción, revisión y edición

Enrique Roberto Peralta Mazariegos: Conceptualización, Recursos, Supervisión, Visualización, Redacción, revisión y edición

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de interés.