



Características de las empresas sociales periodísticas

Trabajo de Fin de Grado – Periodismo Promoción 2015-2019

Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla

Autora: Sofía Villar Donaire

Tutor: Francisco Javier Caro González

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
a) Justificación del tema.....	3
b) Objetivos.....	4
c) Metodología.....	4
2. Revisión teórica.....	6
a) Concepto de emprendimiento.....	6
b) Importancia del emprendimiento social en España.....	6
c) Diferencias entre el emprendimiento social y el emprendimiento clásico.....	8
d) Emprendimiento en periodismo.....	9
e) Emprendimiento social.....	12
f) Definición de empresa social.....	13
g) Características de la empresa social.....	14
h) Tipos de emprendimiento social.....	16
i) Emprendimiento social en periodismo.....	17
j) Ejemplos de emprendimiento social en periodismo.....	18
-La Marea.....	18
-Se buscan periodistas.....	19
3. Resultados.....	21
4. Conclusiones	27
5. Bibliografía.....	30
6. Anexo.....	33
a) Tabla 1.....	34
b) Tabla 2.....	46

1.Introducción

a) Justificación del tema

Con la llegada de la crisis económica en 2007, miles de puestos de trabajo fueron destruidos y cientos de trabajadores se vieron despedidos y sin rumbo fijo. El sector de la comunicación, junto al de la construcción, fue uno de los más afectados por esta crisis. El mercado laboral español, tan sensible al deterioro de la economía española, busca reinventarse. A raíz de esto, graduados y licenciados en lo que se conoce como el cuarto poder, han visto en el emprendimiento una oportunidad de generar nuevos puestos de trabajo.

Las empresas periodísticas y de comunicación en general se encuentran inmersas en continuos cambios, que exigen al profesional una constante evolución en busca de nuevos modelos de negocios, entre los que se encuentra el enfoque social. Esta dimensión se configura como una nueva mirada a la realidad, aportando un punto de vista sensible a los procesos sociales, relacionando el eje social, con el eje político y económico en la agenda de los medios de comunicación.

El nuevo periodismo ha propiciado la llegada de estas nuevas empresas de comunicación, que conviven con modelos tradicionales. La necesidad de reinventarse, ofrecer calidad y así recuperar la credibilidad de la sociedad, se han convertido en razones de peso para dar lugar a un periodismo más ciudadano.

En definitiva, podemos confirmar que el emprendimiento en periodismo ha llegado para quedarse y formar parte de nuestra realidad, de la misma forma que lo ha hecho la pérdida de independencia de los medios (Fernández Acebes, 2017), lo que ha favorecido la aparición de nuevos medios sociales.

Todo esto me lleva a querer ampliar mis conocimientos acerca del campo de las empresas sociales, concretamente las periodísticas, cuya prioridad es contribuir a la mejora del bienestar social, de una forma diferente e innovadora. Además, quiero conocer cómo este tipo de empresas sobreviven a un marco mediático marcado por intereses económicos, instrumentalización y presiones, donde el objetivo principal es un fin económico, dejando a un lado la ética del periodista, algo tan fundamental en esta profesión.

b) Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es definir el concepto de la empresa social en el ámbito del periodismo. Para ello, los objetivos secundarios que se plantean en este trabajo de fin de grado son los siguientes:

- Poner en valor la Empresa Social
- Conocer las características de este tipo de empresas.

En cuanto a la estructura a seguir, en primer lugar, se llevará a cabo la revisión teórica o bibliográfica, donde se abarcarán apartados como la definición de empresa social o los tipos de emprendimiento social más comunes en nuestro país, así como la presencia de este tipo de emprendimiento en el ámbito de la comunicación. Toda la información dispuesta en el documento se agregarán diversas infografías como tablas, o gráficos de barra.

A continuación, en el tercer apartado se incluirán una serie de resultados obtenidos tras el análisis de contenido y la investigación. Para ilustrarlo, se emplearán gráficos acompañado de sus correspondientes leyendas, junto a una breve reflexión referente a cada apartado para facilitar su lectura.

El apartado de bibliografía seguirá al del resultado. En éste, se dispondrán en formato APA, citas acompañadas de enlaces para una consulta más profunda.

Por último, este Trabajo de Fin de Grado, culminará con documentos anexos. En este caso, el anexo estará compuesto de tablas extraídas de documentos Excel.

c) Metodología

Para responder a los objetivos planteados, se ha seguido tres métodos de investigación diferentes:

En primer lugar, y mediante una búsqueda través de la plataforma Google Académico, se llevó a cabo una revisión bibliográfica de contenido acerca de la empresa social periodística. Este proceso se realizó conforme a palabras claves como empresa social periodística o emprendimiento social en comunicación. La falta de artículos puso en evidencia el escaso interés de la sociedad por estos temas. Por ello se optó por realizar el

estudio de forma generalizada sobre la empresa social, y una vez obtenidos datos relevantes, focalizarlo en el ámbito del periodismo.

A continuación, se tuvo en cuenta la información recogida en SembraMedia, plataforma que, como ellos mismos se definen “es una organización sin fines de lucro dedicada a incrementar la diversidad de voces y calidad del contenido en español, ayudando a emprendedores de medios digitales a ser más exitosos y sostenibles”. De un total de 459 medios, se analizaron 87 empresas, de las cuales 30 eran sociales en función a una serie de variables y características propias: tipo de organización (con o sin ánimo de lucro), número de fundadores hombres y número de fundadores mujeres, así como una breve descripción de la misión de cada una de ellas. Todos estos datos se plasmaron en un documento Excel que será adjuntado al final de la investigación.

Una vez obtenido estos resultados, se llevó a cabo un análisis del contenido de la base de datos. Se fijaron una serie de criterios orientados a identificar los temas de los que disponían, mediante una serie de palabras claves.

Cuando esta información estuvo cubierta, se plasmó en un conjunto de infografías y gráficos que mostraba de forma visual los datos. Estas representaciones fueron acompañadas de un texto que completaba la información.

Paralelamente al análisis, se buscó delimitar el concepto de empresa social, un término algo complejo debido a la falta de acuerdo entre los académicos. Posteriormente, se llevó cabo la búsqueda de información acerca del emprendimiento en nuestro país, lo que suponen las empresas sociales en la comunicación y su delimitación en el marco mediático. Toda la información deriva de la consulta de numerosos artículos, páginas webs, así como diversos estudios y revistas científicas, mediante el buscador Google académico en su mayoría.

Por último, y para ejemplificar todo lo anterior, se ha realizado un estudio de casos de dos empresas sociales periodística como son La Marea o Se Buscan Periodistas (SBP).

2. Revisión teórica

a) Concepto de emprendimiento

La RAE define **emprender** como: *Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.* Emprender es un camino complicado y muchas veces se hace cuesta arriba. Pero este concepto, que parece tendencia en los últimos años, ha existido desde los orígenes de la humanidad. Toda idea que cubra una necesidad es emprendimiento. El primer hombre que pensó en cazar con "armas" ya estaba llevando a cabo un emprendimiento; en este caso, de supervivencia. Miles de personas apuestan diariamente por mantener su negocio donde ellos mismos son sus propios jefes y cada vez más personas se suben a este tren en busca de nuevas oportunidades laborales. En el caso de España, el emprendimiento nacional goza de salud por unas cifras que, según el nuevo Informe GEM España (2017), reflejan la recuperación de la actividad emprendedora además de una reducción en la brecha de género, donde el 44,3% de los emprendedores son mujeres, disminuyendo la brecha un 36% en los últimos diez años.



Ilustración 1. Gráfico de elaboración propia a partir de datos obtenidos del GEM (2017-2018)

b) La importancia del emprendimiento social en España

En el mundo del emprendimiento, ha cobrado una gran importancia el emprendimiento social. Los emprendedores tradicionales (emprendedores cuya meta es lucro económico), conviven con los **emprendedores sociales**. Esta idea supone, la creación de un beneficio

para el conjunto de la sociedad como objetivo principal. A diferencia de las ONGs, estas organizaciones sí tienen beneficios y, al mismo tiempo que produce el impacto social, se favorece la economía local vinculada con la actividad y se tiene en cuenta el desarrollo sostenible del proyecto. Esto suena bien, si no existieran cuatro elementos fundamentales que complican el emprendimiento social en nuestro país (APD, 2018):

- **Financiación:** Lo más habitual en estos casos es que el emprendedor recurra a los fondos propios para financiar el proyecto. Otro recurso habitual son plataformas de financiación como crowdfunding. Como el emprendimiento social no buscan el rédito económico como fin principal, es más difícil que los bancos privados apuesten por ellas.
- **La problemática de la plantilla:** Hay veces que se encuentran dificultades a la hora de contratar empleados que se muestren fieles a la idea que se defiende en el emprendimiento. Es común que trabajen personas del colectivo al que se pretende ayudar.
- **El desconocimiento:** La falta de conocimiento sobre el emprendimiento social hace que sea visto por los inversores privados como poco estable
- **Ausencia de un marco jurídico específico:** en el marco legislativo no se ha prestado demasiada atención a este tipo de emprendimiento. Esto hace que sea visto como un proyecto inestable y poco fiable.

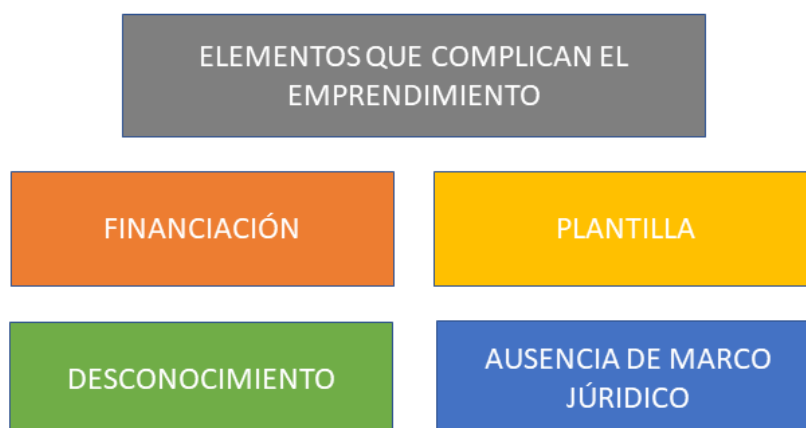


Ilustración 2. Gráfico de elaboración propia a partir de datos obtenidos de APD (2018)

Estas circunstancias son las causas principales de que España sea el país de Europa con menor tasa de Actividad Emprendedora Social. Si analizamos estos datos a nivel estatal, podemos conocer que, en el caso de España, Las Islas Baleares y Madrid son las regiones con mayor porcentaje de emprendimiento social (con un 1% y un 0,95% respectivamente). Por el contrario, La Rioja, Ceuta y Melilla se encuentran a la cola en cuanto a actividades sociales (Informe GEM 2017)

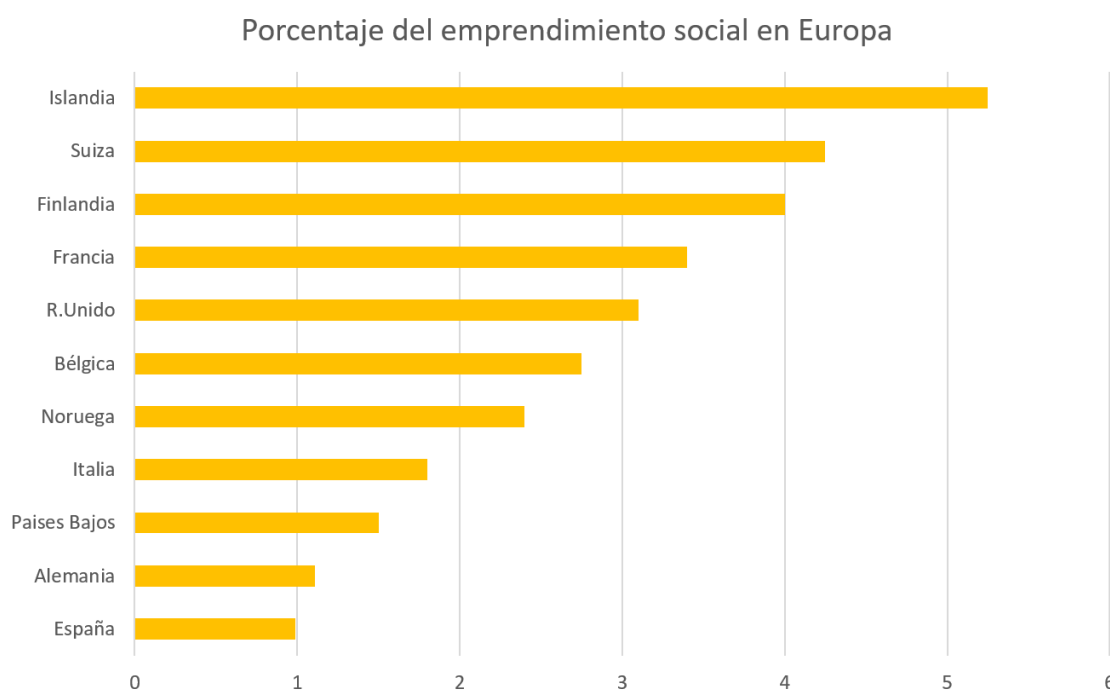


Ilustración 3. Gráfico de elaboración propia a partir de datos obtenidos del Informe GEM (2017).

e) Diferencias entre emprendimiento social y emprendimiento clásico en nuestro país.

Aunque tanto en el emprendimiento social como en el emprendimiento clásico la idea de emprender supone encontrar una idea de negocio y llevarla a cabo, son muchas las diferencias que existen entre estos dos modelos empresariales.

La diferencia principal entre estos conceptos radica principalmente en la motivación entre la necesidad y la oportunidad. La primera comprende a las iniciativas que se crean o

ponen en marcha por exclusión, al no hallar los emprendedores una alternativa profesional para desarrollar su actividad laboral. Sin embargo, en el segundo caso, donde se enmarcan los emprendedores sociales, aun existiendo otras alternativas laborales (si no siempre al comienzo de la actividad emprendedora cuando ésta se creó, sí una vez resueltos los problemas de crisis en el mercado de trabajo), los emprendedores sociales no abandonan su actividad, sino que por el contrario la eligen a pesar de disponer de alternativas laborales (Sanchis Palacio, 2011.)

A diferencia del emprendimiento clásico, el emprendimiento social busca satisfacer una necesidad de la sociedad. De esta forma, utiliza y se sirve de las necesidades del mercado para alcanzar un fin social.

Además de nutrirse de características típicas del emprendimiento clásico, cuenta con elementos diferenciativos de este como son (Office Madrid, 2018):

- Creación de un valor social
- Presta soluciones innovadoras a problemáticas sociales, propiciando así un cambio social
- El beneficio económico no figura entre sus objetivos principales. En el emprendimiento tradicional, el lucro económico puede considerarse como la motivación principal.
- Promueve la innovación tanto económica como social. En el caso del emprendimiento tradicional, este se basa en modelos de negocios clásicos.
- Se sustenta de autofinanciación y ayudas a través de crowdfunding.

d) Emprendimiento en periodismo

En el último año, la tasa de paro periodistas en nuestro país se ha reducido en 462.400 personas, lo que se refleja un 12,3% menos de parados respecto al año anterior. A pesar de esto, el periodismo en nuestro país siempre ha estado y estará en crisis.

La crisis financiera en los medios tradicionales, los despidos masivos de periodistas a nivel mundial por cierre de medios y la saturación de profesionales de la comunicación que ha derivado en el abaratamiento de salarios, son solo algunas causas que generan inestabilidad en esta profesión. Es por ello por lo que la ocupación de periodista lleva de la mano la constante renovación y reinención, al igual que un continuo aprendizaje.

Nuevas ideas, así como la rápida incorporación a las nuevas tecnologías suponen herramientas claves para el ejercicio de la profesión.

En los últimos años, más de 100 medios de comunicación han abierto la posibilidad a periodistas emprendedores para desarrollar su profesión. Incluso hay medios especializados que ofrecen exclusivamente contenidos sobre startups de comunicación como *Kippel01*, *Loogic*, *TodoStartups*, *TICBeat*, *InnovaSpain* o *El Referente* o medios con especialistas en tecnología y economía digital como *El Español*, *El Confidencial*, *El País*, *Expansión*, *VozPopuli* o *El Mundo*, entre otros (El Referente, 2017)

Pero algunos profesionales han decidido ir más allá y lanzan su propio medio de comunicación. Radios, periódicos e incluso agencias de noticias, nacen en forma de proyectos cargados de ilusión, donde estos emprendedores deciden entregarse en cuerpo y alma para que salgan adelante. Como en todo, los principios no son fáciles. La falta de recursos para llevar a cabo estas ideas supone un desafío diario. A pesar de esto, son muchos los que apuestan por un negocio donde ellos mismos son sus propios jefes, ofreciendo un periodismo de calidad no instrumentalizado.

A continuación, se presentan algunos de los periodistas que han decidido adentrarse en el mundo del emprendimiento periodístico (El Referente, 2018)

NOMBRE	MEDIO	AÑO DE CREACIÓN
EDUARDO ARCOS	Fundador de Hipertextual	2005
<i>JAIME ESTÉVEZ</i>	Fundador de Agora News, Agora Music y Agora Colombia. Primera agencia de	2008

	video online en español y streaming de eventos	
<i>CHEMA NIETO</i>	Fundador de Socialnius . Agencia de comunicación, relaciones públicas, marketing online y eventos especializada en el sector de la innovación	2011
<i>COVADONGA FERNÁNDEZ</i>	Fundadora de Blockchain Media . Sitio web para el seguimiento del proceso de descentralización en las industrias culturales y creativas como consecuencia de la aplicación de la tecnología blockchain.	-----
<i>EUGENIO MALLOL</i>	Fundador de Talent&InnovDock	-----
<i>ESTHER MOLINA</i>	Fundador de 360° WILD . Diseño de campañas de comunicación para pequeñas y grandes empresas de nuestro país.	-----
<i>RAFAEL LUPION</i>	Radioemprende . Emisora de radio que dedica las 24 horas de su programación a ofrecer ideas, información, inspiración y motivación a los emprendedores.	2014

ALBERTO PAYO	Applicantes , web de información sobre apps	2012
-----------------	--	------

Tabla: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en *El Referente*

De esta forma, podemos considerar el emprendimiento como una posible solución a los problemas laborales presentes en nuestra profesión, lo que no indica que sea sencillo.

En el artículo *El emprendimiento en periodismo. La actitud de los estudiantes*. (Gómez Aguilar, Paniagua Rojano, & Farias Batlle, 2015) se analiza a predisposición de los estudiantes de periodismo hacia el emprendimiento como opción laboral. Tras este estudio se llegó a la conclusión de que, a pesar de la falta de enseñanza en los centros acerca de materias relacionadas con la economía de la empresa, la actitud de los estudiantes es cada vez más emprendedora.

e) **Emprendimiento social**

El concepto emprendimiento social ha cobrado gran importancia en las últimas décadas hasta el punto de llegar a ser objeto de estudio a nivel académico. Los cambios demográficos, la liberalización de los mercados, el fracaso de las instituciones estatales y de los gobiernos en la satisfacción de las necesidades sociales y los avances tecnológicos han impulsado el nacimiento de los emprendimientos sociales (Bull, 2008; Nichols, 2006; Zhara, et.al. 2008).

Si embargo, a pesar de que el interés por esta rama se ha acentuado notablemente, no hay un consenso acerca de su definición, debido a la amplia variedad de emprendimientos sociales. Entre los trabajos académicos centrados en definir este término (Bloom & Chatterji, 2009; Dees, 1998; Dees & Anderson, 2006; Mair & Marti, 2006; Martin and Osberg, 2007; Murphy & Combs, 2009; Peredo & McLean, 2006; Zahra et al, 2009) existe un amplio consenso en que un emprendimiento social implica la creación de valor social a través de medios innovadores y que a su vez contiene elementos inspirados en el mundo del negocio. (Alemany Gil, Vernis Domènech, 2015)

f) Definición de empresa social

A continuación, se ofrecen una serie de definiciones aportadas por diversos especialistas en el emprendimiento social.

- (Comisión Europea, 2011) Empresa social será aquella para la cual **el objetivo social** de interés común es la razón de ser de la **acción comercial**, que se traduce a menudo en un alto nivel de innovación social. Los beneficios que obtienen se reinvierten en la realización de este objetivo social.
- (Yunus, 2010) La empresa social tiene como objetivo superar la pobreza, o **resolver los problemas que amenacen a la población y a la sociedad y no maximizar beneficios**. Se crea con el ánimo de garantizar su sostenibilidad en el tiempo y no de cubrir una necesidad específica, para lo que resulta fundamental garantizar su viabilidad.
- (Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009) El emprendimiento social abarca las actividades y procesos **realizados para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de mejorar el bienestar social** creando nuevas empresas o gestionando organizaciones existentes de una manera innovadora

A raíz de estas definiciones podríamos **definir empresa social** como “aquellas empresas donde prevalece el objetivo social sustentado en una acción comercial cuya finalidad es mejorar el bienestar de una comunidad, eliminando problemas sociales que amenacen a la población”

Según la empresa Deloitte, destacan tres variables Entre los diferentes factores que han contribuido al auge de la empresa social destacan (Deloitte, 2018):

1. El poder individual está creciendo, liderado por los jóvenes emprendedores
2. La sociedad confía más en las empresas que en los gobiernos para llenar un vacío de liderazgo presente en la ciudadanía.
3. La llegada de la tecnología ha provocado impactos imprevistos en la sociedad, generando oportunidades para lograr un crecimiento sostenible e inclusivo.

g) Características de la empresa social

La denominada economía social o solidaria, así como las empresas sociales, se constituyen como un componente de renovación del tercer sector. Por tercer sector se entiende aquellas empresas que se encuentran a medio camino entre el sector privado y el sector público, donde se incluyen cooperativas, empresas de trabajo asociado, Sociedades Laborales, organizaciones no lucrativas, asociaciones caritativas, mutuas o mutualidad y micro emprendimientos asociativos. Esta renovación se manifiesta principalmente en las siguientes características:

•**La reafirmación de principios democráticos:** tanto a través del modelo cooperativo, como mediante nuevas prácticas de representación y participación de los stakeholders (trabajadores, usuarios/clientes, socios, voluntarios, asociados, etc.) en los órganos sociales empresariales, haciendo más plural la base social a dichas organizaciones. Ambos modelos velan por el bienestar general.

La predisposición a favor de **la economía de mercado**, compaginándose con otras líneas del medio de realización de sus finalidades sociales y no como medio de maximización del lucro y, por tanto, como medio de sustentación económica y de garantía de la autonomía

Por tanto, como cita Fernández Acebes, si no existe una definición consensuada en un término tan genérico, mucho menos en una de las ramas dentro del emprendimiento social. En el caso del emprendimiento social en el periodismo, esto se ve claramente.

Defourny y Nyssens (Defourny y Nyssens, 2006) establecen una serie de criterios, sociales y económicos, a la hora de definir las características de dichas empresas:

En el ámbito **de lo social:**

A) Iniciativas locales de grupos de ciudadanos

B) No buscan la consecución de capital. Las decisiones se asientan en la regla general de procesos de carácter democrático

C) Cuenta con una dinámica participativa, dando protagonismo a todas las partes involucradas en la actividad (trabajadores, colaboradores, clientes/usuarios...)

D) Limitación de la distribución de los beneficios, acompañado de un rechazo del principio de maximización del beneficio

E) el principal objetivo es ofrecer servicio a una comunidad o colectivo.

En cuanto a **lo económico**:

F) Se considera una actividad de producción de bienes y servicios, y no una actividad de defensa de intereses o de redistribución de recursos materiales y financieros.

G) Cuenta con un elevado grado de autonomía, ya que en la mayor parte de los casos son proyectos originados por grupos de personas y dirigidos por las mismas, con independencia en cuanto a los poderes públicos o a otras organizaciones

H) Existe la presencia de un nivel significativo de riesgo económico

i) Hay un nivel mínimo de empleo remunerado, incluyendo el trabajo voluntario. Las empresas sociales implican un nivel mínimo de trabajadores permanentes y remunerados.

CRITERIOS SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativas locales de grupos de ciudadanos • No buscan la consecución de capital • Protagonismo a todas las partes involucradas en la actividad • Limitación de la distribución de los beneficios • Busca ofrecer un servicio
CRITERIOS ECONÓMICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de producción de bienes y servicios • Cuenta con un elevado grado de autonomía con independencia en cuanto a los poderes públicos o a otras organizaciones

	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo económico • Nivel mínimo de empleo remunerado
--	---

Tabla: Elaboración propia mediante información obtenida de Defourny y Nyssens (2006).

h) Tipos de emprendimiento social

Aunque en todos los tipos está presente un alto nivel de conciencia social, se encuentran diferencias entre ellos(Comunicaciones Socialab, 2019):

- 1) Emprendimiento profesional: en este caso, se encuentran aquellos expertos donde emplean sus conocimientos y capacidades en suplir una falta o carencia en una comunidad.
- 2) Emprendimiento de concienciación: estos emprendedores buscan a la sociedad de sus argumentos para que cambien una determinada conducta o estilo de vida.
- 3) Emprendimiento social privado: estas empresas se caracterizan por ofrecer un beneficio para que aporte a la causa, encontrando así un equilibrio entre el impacto social y el rédito financiero.
- 4) Emprendimiento dependiente de un modelo corporativo: en este tipo de emprendimiento, la empresa recibe aportes de una empresa. En este caso, el fin social se cumple mediante una colaboración con terceros.

Otros aspectos institucionales de estas empresas es la forma jurídica:

- Cooperativas: es la forma más extendida en este campo de lo social. Se basa en la estructura y funcionamiento democrático.
- Sociedad Laboral: el capital pertenece a los trabajadores
- Centros especiales de empleo: este tipo de empresas compatibilizan la viabilidad económica y su participación en el mercado con su compromiso social hacia colectivos con menores oportunidades en el mercado de trabajo
- Empresas de inserción: su finalidad principal es, mediante un proyecto de inserción, favorecer el acceso a puestos de trabajo a los colectivos más desfavorecidos.

- Fundaciones: son aquellas que no persiguen un lucro económico. No son pocas las empresas sociales que optan por esta forma jurídica.
- Asociaciones: muy similar a los centros especiales de empleo y a las empresas de inserción. Se centran en la discapacidad y en la inserción de personas en riesgo de exclusión.
- Cooperativas de impulso empresarial: Es la forma jurídica de Se Buscan Periodistas. Este modelo únicamente está presente en España.

i) Emprendimiento social en periodismo

Una vez conocido lo que supone el emprendimiento social, debemos extrapolar estos conocimientos al sector de la comunicación. Esto no es algo fácil debido a la excepcionalidad de las empresas informativas. El profesor Caro González (2007) define el concepto de empresa informativa como “un conjunto organizado de elementos materiales, económicos e intangibles, que, mediante el trabajo conjunto y coordinado de un grupo de personas, persigue el logro de unas metas con eficiencia. Para ello se pone en marcha una idea que satisface una necesidad en un público objetivo dispuesto a pagar por dicha satisfacción.”

Otra de las definiciones que ofrece este término es “Conjunto organizado de trabajo redaccional, creativo y técnico, bienes materiales y económico, y relaciones comerciales, para difundir informaciones, ideas, expresiones artísticas o de entretenimiento, utilizando soportes o medios de **comunicación social**. (Nieto, Iglesias, 1993)

Las prioridades del periodismo actual han cambiado. Si antes la credibilidad y la reputación y la confianza por parte de los ciudadanos quedaba en segundo plano, hoy esto ha pasado a primer lugar. El ofrecer información ciudadana, alejada de intereses económicos y con un enfoque social se ha convertido en la misión de muchos medios de hoy en día.

En definitiva, la forma de entender y ejercer la comunicación ha sufrido una revolución que se está desarrollando a velocidad de vértigo. Las tendencias del periodismo han cambiado:

- Cambios en las expectativas de los consumidores: que ha derivado en una fragmentación de la audiencia en nichos rentables favoreciendo el desarrollo de empresas de ámbito local que actúan sobre unas necesidades particulares.
- Preocupación por temas **medioambientales** que lleva a las empresas a asumir la responsabilidad desarrollando acciones positivas para reducir los impactos negativos en el entorno
- Las discontinuidades tecnológicas que han ayudado a la creación de nuevas empresas, nuevas formas de producción de mensajes y nuevas formas de distribución (Caro González, 2007).

j) Ejemplos de emprendimiento social en periodismo en nuestro país

Para entender mejor este fenómeno, se van a presentar dos ejemplos españoles que ofrecen el modelo de empresa social periodística.

La Marea

La Marea es un medio que surge a raíz del despido del 85% de la plantilla del diario Público. Gran parte de los afectados, con la colaboración de lectores del diario, decidieron adentrarse en el emprendimiento, poniendo en marcha este nuevo proyecto, financiado en su mayoría por la plataforma *crowdfunding*. Su forma jurídica es la de una sociedad cooperativa, con sede en la capital de España, Madrid. Desde 2015, la periodista española Magda Bandera está al frente de la dirección,

Actualmente La Marea es un medio de comunicación en formato revista mensual, editado tanto en papel como en digital. El formato físico puede adquirirse en quioscos de prensa de las provincias de Madrid, Barcelona, Valencia, Alicante, Sevilla, Zaragoza, Huesca y Teruel. También cuenta con puntos de venta en medio centenar de localidades más y puntos de lectura gratuitos como bibliotecas o bares.

Como ya mencionado, La Marea tiene un carácter mensual, y se publica el último viernes de cada mes. Apuestan por un periodismo de calidad, por la información y la formación. Desde 2016, se han embarcado en talleres de periodismo de documentación y de perspectiva de género, entre otros. Además, junto a la organización no gubernamental de cooperación para el desarrollo, Oxfam Intermón, han puesto en marcha un taller *online* con claves para informar sobre violencia machista.

Desde 2017, se dedican también a asesorar otros medios y organizaciones sobre cómo aplicar la perspectiva de género en el ámbito de la comunicación. Sumado a esto, La Marea se financia mediante la venta de productos como camisetas, libros y otros productos. A diferencia de otros medios, la publicidad únicamente supone el 10% de los ingresos. Como signo de transparencia, en su página web puede consultarse las cuentas desde 2013 hasta 2017, a expensas de publicar las del pasado año.

Entre los valores que este medio representa, se encuentran la libertad, la igualdad, la laicidad, la defensa de lo público, la soberanía de los pueblos, la economía justa, la regeneración democrática, el republicanismo, la memoria histórica, la cultura libre, el trabajo y la vivienda dignos y el respeto por el medio ambiente. (La Marea). Para velar por el cumplimiento de estos principios, cuenta con un **Consejo Editorial** compuesto por cooperativistas lectores y personas ajenas a la cooperativa que aportan experiencia y conocimiento en distintos ámbitos

Se buscan periodistas

Como muchos nuevos medios, SBP nace como respuesta a la crisis económica y ética que afecta al sector de la comunicación. Se trata de una cooperativa de impulso empresarial, herramienta que favorece un ámbito y servicios para los profesionales de la información, canalizando los proyectos de emprendimiento de los socios.

Esta cooperativa aparece en 2012, a modo de entidad sin ánimo de lucro que busca favorecer el empleo en el ámbito de la comunicación, compaginándolo con un periodismo de calidad. Nace como idea de autoempleo, pero terminó transformándose en un movimiento social que ha unido a cientos de personas. Entre sus premisas principales busca dejar a un lado los intereses económicos velando por los criterios periodísticos a través de la independencia de instituciones, tanto públicas como privadas, priorizando la veracidad, la independencia y la calidad.

En cuanto a su financiación, esta viene de las cuotas de carácter mensual de sus socios, así como cuotas extraordinarias. Para formar parte de Se Buscan Periodistas, es necesario abonar una cuota anual de 40€ para trabajadores y 15€ para aquellos socios que se

encuentren desempleados, sean estudiantes o jubilados. Al pagar esta tasa, los beneficios y servicios prestados serán los siguientes (Fernández Acebes, 2017):

1. Voz y voto en las asambleas.
2. Derecho a optar a ser miembro de la Comisión ejecutiva.
3. Participar en los distintos Grupos de Trabajo y de formar parte de los Grupos Motores en las diferentes regiones del país.
4. Ser socio de la Cooperativa de impulso empresarial, y hacer uso de sus servicios.
5. Carné identificativo de SBP-CA.
6. Cuenta de correo corporativa.
7. Acceso a los servicios exclusivos para asociados en la web de SBP-CA.
8. Acceso a ofertas de trabajo exclusivas, y anuncios de convocatorias de concursos, licitaciones y subvenciones.
9. Impartir o recibir cursos de formación, a través de otros organismos.
10. Tutela, apoyo y seguimiento de proyectos de emprendimiento.
11. Admisión a la Comunidad SBP-CA de Facebook, vía de contacto entre los asociados y foro de intercambio de ideas y proyectos.

Además de la cuota mensual, en sus inicios recibió ayudas procedentes de la Junta de Andalucía, por presentarse al programa de Apoyo a la Economía Social Fomento del Emprendimiento Social e Intercooperación empresarial en Economía Social en 2014.

3. Resultados

A continuación, se presentan los datos obtenidos a partir de un total de 87 empresas analizadas.

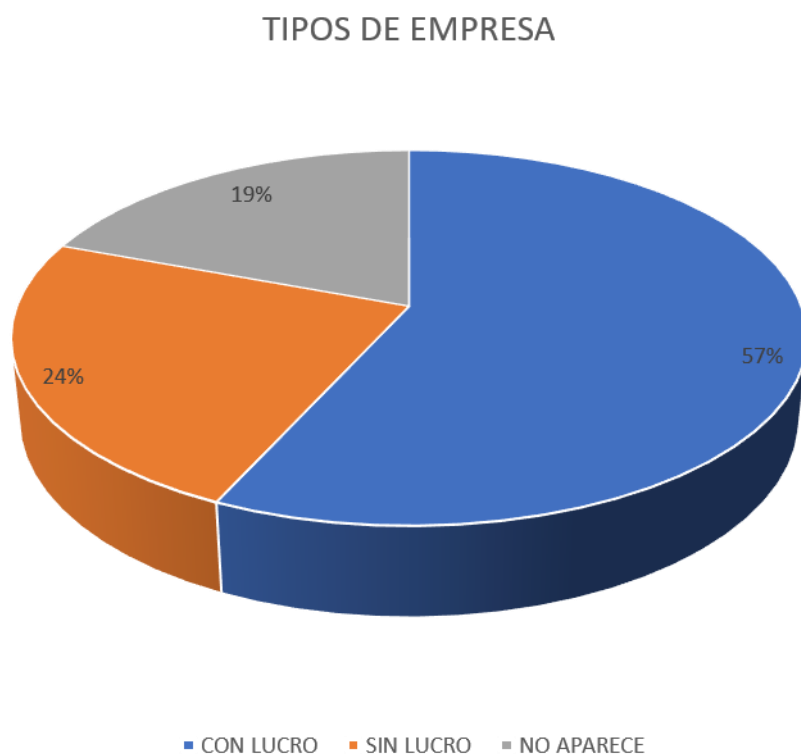


Ilustración 4. Gráfico de elaboración propia. Tipos de organizaciones.

A las 87 empresas se le aplicaron una serie de filtros o categorías: en primer lugar, fueron divididas según la intención económica de cada una de ellas: **Con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro**. Además, se añadió una tercera categoría: **No aparece**, donde se incluían aquellas empresas donde esta información no se encontraba disponible.

El primer grupo es el más mayoritario, donde se incluyen un total de 50 empresas, sobre un total de 87. Esto supone que el 57% de ellas atienden a una intención de obtener una ganancia o beneficio económico.

En cuanto a las empresas sin ánimo de lucro, el porcentaje alcanza el 24%. Un total de 21 empresas *persiguen* una finalidad social, altruista, humanitaria, artística y comunitaria, dejando a un lado el beneficio económico. En la mayoría de los casos, este tipo de empresa

cuentan con la financiación a través de ayudas y donaciones, bien de procedencia física (personas, empresas, e instituciones y organizaciones de todo tipo) o procedentes del propio estado (en forma de subsidios, usufructo de fincas, exoneraciones fiscales o aduaneras, etc.).

La última categoría “No aparece”, se encuentran aquellas sociedades que no disponen de información acerca del tipo de organización que son. La plataforma SembraMedia pone a disposición del lector una amplia información acerca de la entidad que se desea consultar, entre la que destacan datos concretos como el número de seguidores en RRSS, o incluso sus fundadores. Sin embargo, la forma jurídica, que de primeras parece un dato asequible e incluso necesario se omite en un total de 17 empresas, lo que implica el 19% de las mismas. Esta información llama la atención, ya que la falta de información podría significar un encubrimiento para el beneficio de los propietarios, variando esta característica a su libre albedrío.

Una vez delimitado el tipo de organización, se procede a realizar un análisis de contenido acerca de la información disponible en la descripción de la empresa. Para llevar a cabo el estudio, se fijan una serie de palabras claves. En este caso, dichas palabras fueron: **Social, cultural, comunidad, ecologismo, indígenas, ciudadanía, bienestar, emprendimiento, salud, música, economía, turismo, medioambiente y pobreza.** Lógicamente, la mayoría de las empresas se englobaban en más de una categoría, lo que dificulta el análisis exhaustivo. Al tratarse de empresas sociales, la rama que cuenta con más entidades es **la social**, donde se engloban un total de 35 empresas. Así mismo, la categoría **indígena** es la menos popular, ya que, de las 87 entidades, solo la empresa Tanae responde a ella.

Llegados a este punto, se pone en relación el tipo de organización con el contenido de cada una de ellas. Estos fueron los datos obtenidos:

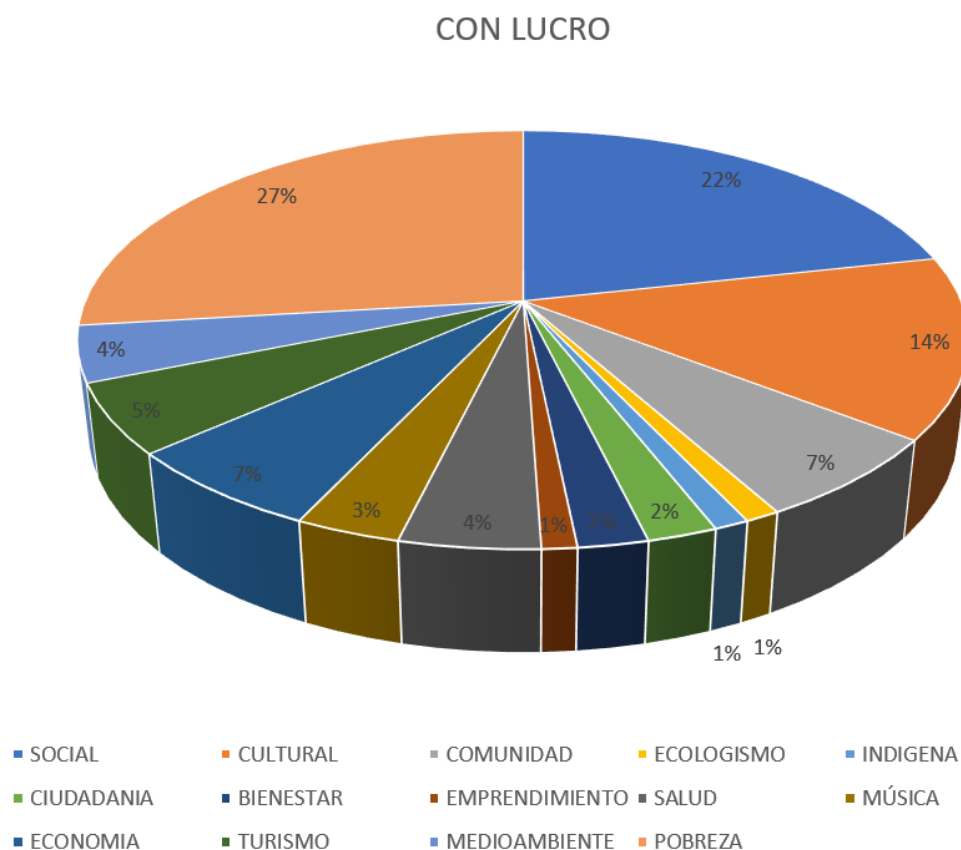


Ilustración 5. Gráfico de elaboración propia. Organizaciones con ánimo de lucro.

Como ya se ha mencionado, el 57% de las entidades organizadas buscan aumentar su patrimonio económico, es decir, son empresas con ánimo de lucro. Dentro de estas 50 empresas, un 27% de ellas se agrupan en la **categoría pobreza**, seguida por un 22% que aplica **criterios sociales**. El término **cultura** está presente en el 14%, seguida por un 7% tanto en **comunidad** como **economía**. Empresas que defienden el **ecologismo**, así como aquellas donde aparece el concepto de **indígenas**, cuentan con una mínima representación del 1%.

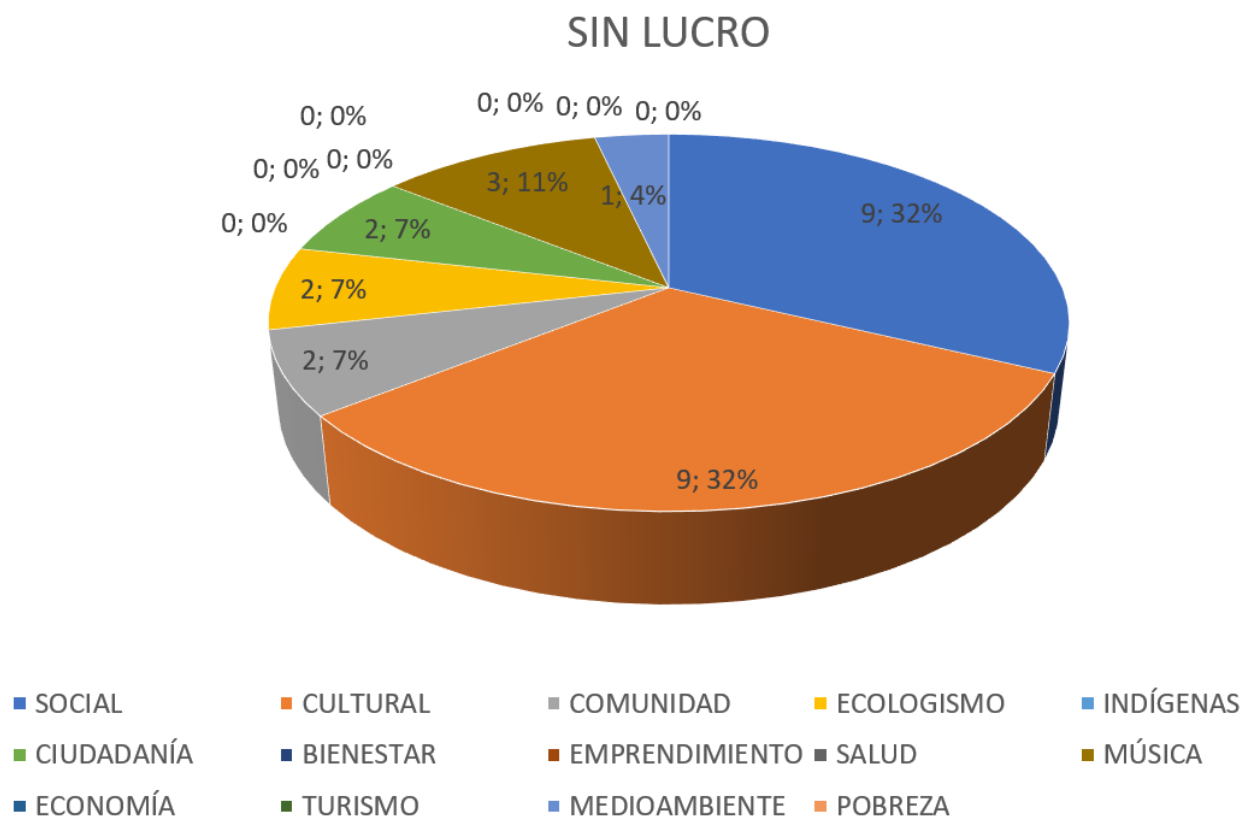


Ilustración 6.. Gráfico de elaboración propia. Organizaciones sin ánimo de lucro.

El caso de las empresas no lucrativas representa un 24% del total (21 empresas). En este tipo de organizaciones, la categoría social (32%), con un porcentaje superior al modelo anterior, coincide con lo **cultural**. En el caso de **comunidad**, el porcentaje es el mismo que en el caso anterior, un 7%. A diferencia del caso anterior, el término **pobreza** no aparece. Esto mismo les pasa a conceptos relacionados con lo económico como son **economía, bienestar, emprendimiento, pobreza, turismo...**Claramente este modelo de negocio es mucho mas social ya que términos como ciudadanía o ecologismo han aumentado en relación a aquellas con ánimo de lucro.

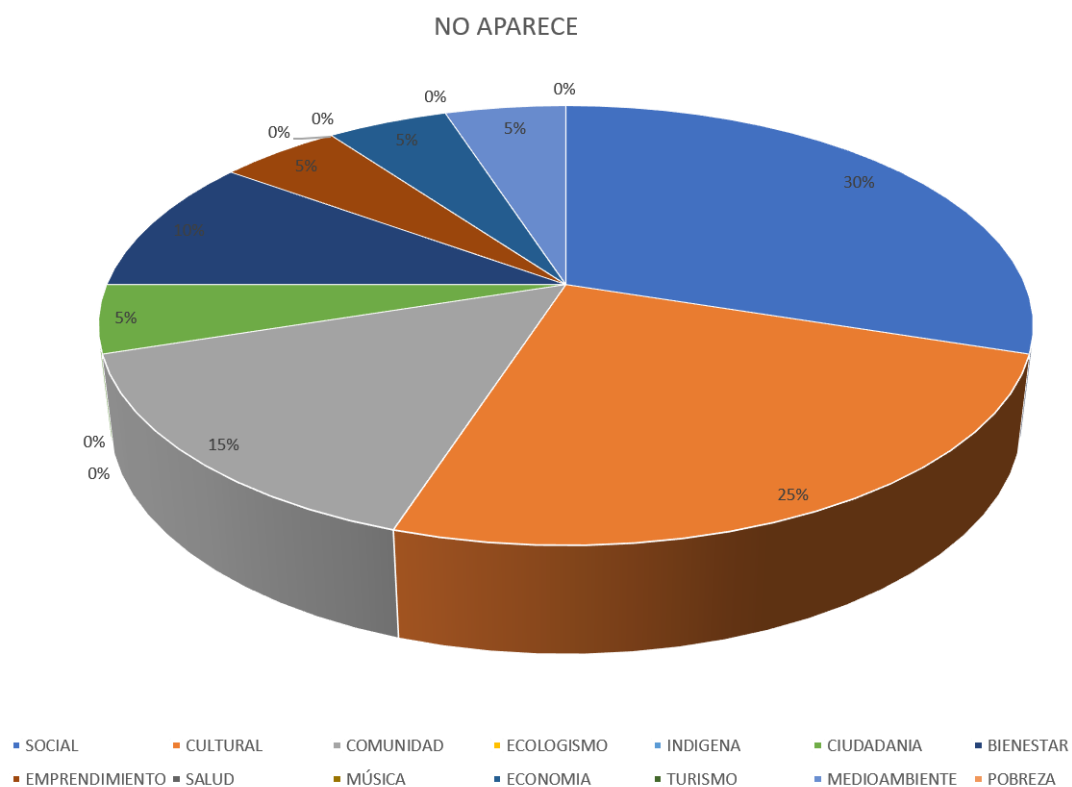


Ilustración 7. Gráfico de elaboración propia. Organizaciones donde el tipo no se indica.

En los casos donde no se indica el tipo de organización, siguen predominando los tres conceptos: **comunidad (15%), social (30%) y cultural (25%). A esto le sigue un 10% el concepto de bienestar.**

A modo de conclusión, se puede afirmar que independientemente del tipo de organización de la que se trate, el matiz de lo social y lo cultura se mantiene invariable. A diferencia de las otras dos clasificaciones, en la categoría de “con ánimo de lucro” aparece el concepto de pobreza, siendo incluso la mayoritaria.

A modo de resumen...

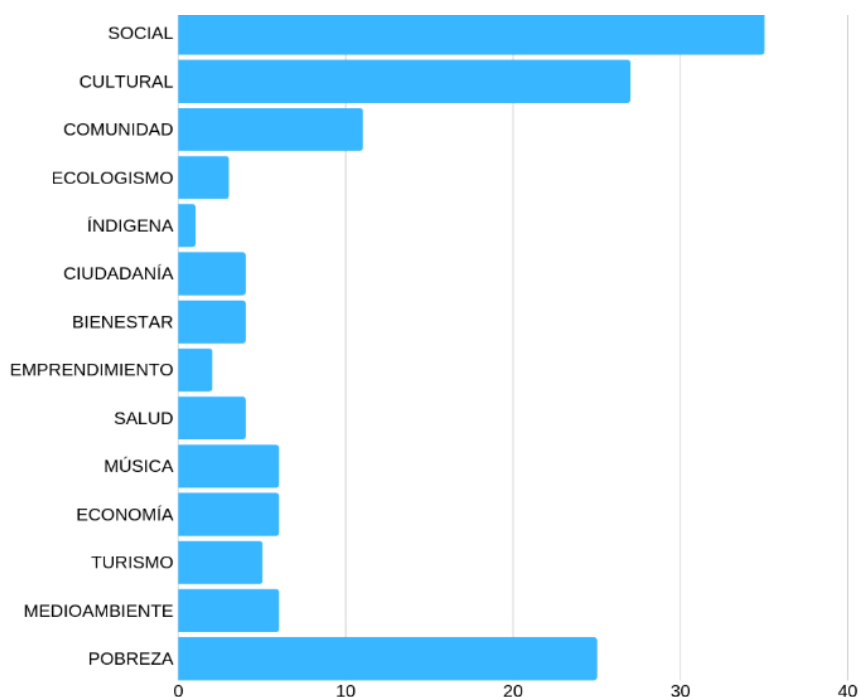


Gráfico de elaboración propia. Presencia de cada concepto en las 87 empresas.

	CON ÁNIMO DE LUCRO	SIN ÁNIMO DE LUCRO	NO APARECE
SOCIAL	22%	32%	30%
CULTURAL	14%	32%	25%
COMUNIDAD	7%	7%	15%
ECOLOGISMO	1%	7%	0%
INDÍGENAS	1%	0%	0%
CIUDADANÍA	2%	7%	5%
BIENESTAR	10%	0%	10%
EMPRENDIMIENTO	2%	0%	5%
SALUD	4%	0%	0%
MUSICA	3%	11%	0%
ECONOMÍA	7%	0%	5%
TURISMO	5%	0%	0%
MEDIOAMBIENTE	4%	4%	5%
POBREZA	27%	0%	0%

Tabla de elaboración propia

4. Conclusiones

A partir de este estudio realizado se pueden obtener las siguientes conclusiones.

La falta de información en este campo hace que el emprendimiento social siga inmaduro, a pesar de que cada vez más profesionales se dediquen a este sector de la comunicación.

La crisis tanto económica como coyuntural que ha afectado al periodismo ha hecho que la tendencia del emprendimiento social crezca, concretamente en el ámbito de la información. Cada día son más los que apuestan por un periodismo que aporte valor social a la comunidad, pensado en recuperar el compromiso con la ciudadanía y de acuerdo con los intereses y preocupaciones de la sociedad, asumiendo todos los riesgos que esto conlleva. Como ya se ha mencionado, el emprendimiento social no las tiene todas consigo. La falta de ayudas y recursos complican la financiación de proyectos, al no perseguir un beneficio económico como fin principal. A esto se suma problemáticas en la plantilla, la ausencia de un marco jurídico. Pero sobre todo la causa principal es el desconocimiento, que hace que se proyecte una imagen de negocio poco estable.

Debido a la falta de uniformidad, la labor de identificar estos modelos de negocios en comunicación se complica. La carencia de una definición consensuada del concepto de empresa social ha supuesto la puesta en común de diferentes interpretaciones de autores especializados.

Finalmente, se ha determinado que por empresas sociales entendemos “aquellas donde prevalece el objetivo social sustentado en una acción comercial cuya finalidad es mejorar el bienestar de una comunidad, eliminando problemas sociales que amenacen a la población”.

Llevando esta definición a la práctica, se ve reflejado en las empresas analizadas procedentes de la plataforma SembraMedia, donde figuran conceptos e ideas que implican un carácter social, donde su principal objetivo es mejorar el bienestar de la comunidad. Esto se manifiesta en sociedades como *Go! Healthy PR*, medio digital especializado en periodismo en salud y comunicación para la salud, que además obtiene contenidos de bienestar y felicidad de una forma sencilla y entretenida. Otro ejemplo de empresas analizadas que muestran un carácter social explícito es *Vokaribe.net* un proyecto radiofónico y digital que promueve los procesos sociales, culturales y políticos locales de 70 barrios del suroccidente de Barranquilla (Atlántico) –una población de más

de 500.000 habitantes—, mediante la generación de una cultura de la comunicación participativa, reflexiva, constructiva desde el escenario local, con contenidos creativos y críticos inspirados en la riqueza cultural del Caribe.

Es de mencionar que las empresas analizadas son en su mayoría de origen sudamericano, y solo una de origen español. Es el caso de *Avilared*, un periódico digital de información local que cubre temas relacionados con la ciudad y la provincia de Ávila, en la comunidad autónoma de Castilla y León. Esto invita a reflexionar acerca de la falta de desarrollo de estos modelos de negocios en España, en comparación con países menos desarrollados y con mayores dificultades económicas, que mira por la sociedad sin buscar un lucro económico.

A modo de conclusión, añadir que el campo de las empresas sociales, concretamente en el ámbito de la comunicación, es mucho más amplio de lo que se refleja en este Trabajo de Fin de Grado. Este fenómeno se encuentra en una continua evolución y expansión, como ya hemos observado, no solo en España sino también en América Latina. Desde aquí, animo a investigar sobre este campo, para así solucionar la carencia de información que existe acerca del emprendimiento social, más concretamente en el ámbito de la comunicación y la información y de esta forma completar la información obtenida.

En segundo lugar, analizar también en profundidad las empresas seleccionadas, haciendo un análisis más exhaustivo en cuanto a sus publicaciones y servicios que prestan, con la posibilidad de hacer una investigación sobre el target y nicho de mercado.

Con vistas al futuro, sería interesante estudiar hacia donde se dirige este tipo de emprendimiento, que indudablemente se encuentra en un continuo proceso de desarrollo y por ende de crecimiento.

En cuanto a lo personal, la elaboración de esta investigación me ha proporcionado una visión objetiva acerca de un ámbito hasta ahora desconocido. La importancia de emprender, así como las posibilidades laborales que aporta, ha hecho que valore esta opción como una oportunidad profesional más allá del clásico periodismo.

A pesar de las dificultades con las que me he encontrado a lo largo de la elaboración del análisis para determinar la caracterización de las empresas sociales en el ámbito de la

comunicación, debido a la falta de información, me ha resultado un tema apasionante en el que me encantaría profundizar.

La realización de este Trabajo de Fin de Grado ha propiciado la elaboración de mi primera investigación en profundidad, mejorando mi comprensión lectora así como mis técnicas de selección de información y citas. Conocer nuevas técnicas de análisis, además de programas informáticos y sitios web, han sido solo algunas de las aportaciones que la ejecución de este análisis me ha dado. El mundo de la economía siempre ha generado un interés en mi persona, y es por ello por lo que considero que, junto al excelente tutor asignado, la elaboración de este proyecto me ha supuesto un verdadero placer a pesar de sus complicaciones.

5. Bibliografía

Bartolomé, L. & Ortega, B. En España se emprende menos que en Europa.

Madrid. El economista. Recuperado de:

<https://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/9350465/08/18/En-Espana-se-emprende-menos-que-en-Europa.html>

Blanco Cedrún, M.A. (22 de febrero 2018) ¿Está de moda el emprendimiento en España?

<https://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/8955926/02/18/Esta-de-moda-el-emprendimiento-en-espana-.html>

Bravo, L. (2019). PRNOTICIAS. España: La EPA cifra en un 12,3% la bajada del paro entre periodistas en 2018. Recuperado de:

<https://prnoticias.com/periodismo/periodismo-pr/20171846-epa-cierre-2018-paro-periodistas>

Caro González, F. (2007). Gestión de empresas informativas. Madrid: McGraw-Hill

Caro González, F.J (31 de octubre de 2008). ¿Qué es una empresa informativa?

Empresas de comunicación. Recuperado de: <https://empresasdecomunicacion.wordpress.com/2008/10/31/que-es-una-empresa-informativa/>

Casado, A (2018). ¿Qué es el tercer sector? Ayuda en acción. Recuperado de:

<https://ayudaenaccion.org/ong/blog/solidaridad/que-es-el-tercer-sector/>

Delgado, A. (2018) Informe GEM España: Repunta la actividad emprendedora y disminuye la brecha de género, pero...España. Emprendedores.

Recuperado de: <https://www.emprendedores.es/gestion/a77440/gem-espana-2017-actividad-emprendedora/>

Deloitte. (2018). Tendencias Globales de Capital Humano. Recuperado de:

<https://www2.deloitte.com/cl/es/pages/human-capital/articles/cl-tendencias-globales-capital-humano-2018.html>

Deloitte. ¿Qué es una empresa social? Recuperado de: <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/human-capital/articles/que-es-una-empresa-social.html>)

Emprendimiento social vs emprendimiento. ¿En qué se diferencian?
Recuperado de: <https://www.officemadrid.es/noticias/emprendimiento-social-vs-emprendimiento/>

Fernández Acebes, B. (2017) Emprendimiento social en Periodismo (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Sevilla, España.

Global Entrepreneurship Monitor (2018) Informe GEM España 2017-2018.
Recuperado de: <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2018/09/PDF-17-1695-9302.pdf>

Gómez Aguilar, M. S. & Paniagua Rojano, F.J & Farias Batlle, P. El emprendimiento en periodismo. La actitud de los estudiantes. Recuperado de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045571022>>

Melián Navarro, A., & Campos Climent, V., & Sanchis Palacio, J. (2011). Emprendimiento social y empresas de inserción en España. Aplicación del método delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, (106), 150-172.

Momentum Project: buscando el equilibrio entre la creación de valor económico y valor social. Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, 89-117, 94. 6.).

Quintão, C., Empresas de inserción y empresas sociales en Europa. CIRIEC-España, de Revista Economía Pública, Social y Cooperativa [en línea] 2007, (octubre): [Fecha de consulta: 12 de marzo de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405903>>

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22.^aed.). Madrid, España.

Redaccion APD (2018). La importancia del emprendimiento social en España. Asociación para el progreso de la Dirección. Recuperado de:
<https://www.apd.es/la-importancia-del-emprendimiento-social-espana/>

Sanchis Palacio, J. R. (2011). Emprendimiento, economía social y empleo. IUDESCOOP, Instituto Universitario de Economía Social y Cooperativa de la Universidad de Valencia.

Tipos de emprendimiento social. Agrega. Junta de Andalucía. Recuperado de:
http://agrega.juntadeandalucia.es/repositorio/25062018/2d/es-an_2018062512_9110835/31_tipos_de_emprendimiento_social.html

Torrego, J.M. (2017) Conoce a los periodistas que hablan sobre emprendedores y startups de España. El Referente. Recuperado de:
<http://www.elreferente.es/tecnologicos/periodistas-especializados-emprendedores-29782>

Páginas webs

AgoraNews. Disponible en: <https://agoranews.es/>

Applicantes. Disponible en: <https://applicantes.com/>

Blockchainmedia. Disponible en: <https://www.blockchainmedia.es/>

Hipertextual. Disponible en: <https://hipertextual.com/>

La Marea. Disponible en: <https://www.lamarea.com/>

Radioemprende. Disponible en: <http://www.radioemprende.com/>

Se buscan periodistas, Disponible en:
<http://sebuscanperiodistas.com/asociacion/>

SocialNius. Disponible en: <http://socialnius.com/>

Wildcom. Disponible en: <http://wildcom.es/quienes-somos>

ANEXO

TABLA 1. (Elaboración propia en base a los contenidos de SembraMedia)

Nombre	Tipo de organización	Fundadores Hombre	Fundadores Mujeres	DESCRIPCIÓN
Agencia ecologista de información Tegantai	Organización sin fines de lucro	1		Su objetivo fundamental es proporcionar a la ciudadanía y a los medios de comunicación elementos de investigación en ecología popular y medio ambiente. Tiene una filosofía enmarcada dentro de la corriente del ecologismo popular y la comunicación para el cambio social.
Agenda CIX	-----	1	1	Agenda CIX es una plataforma digital que surge debido a la falta de cobertura informativa de la escena cultural en la región Lambayeque, ubicada al norte del Perú. Bajo la dirección de Juan Soto y Matilde Granados, Agenda CIX se fundó el 30 de abril del año 2013. Este sitio tiene como meta “ser la plataforma digital de difusión, promoción y producción cultural y académica líder de la región Lambayeque, con un alto grado de sensibilidad social”. Además, Agenda CIX promueve actividades de proyección social y preservación del medio ambiente, orientadas al servicio y bienestar de la comunidad.
Agenda Samaria	Organización con fines de lucro	2	0	Para este medio local de Santa Marta, digitalizar las experiencias de la cultura local no necesariamente se enmarca en el concepto de periodismo cultural, sino que refleja una tendencia universal de afirmación de identidad de la ciudad y la región. Por ello, aunque las secciones de Agenda Samaria sean Literatura, Teatro, Música, Museos, Ecosistema y Periodismo, en estas se reflejan la actualidad local y sus protagonistas. El concepto visual de Agenda Samaria, dice su editor, es “una exploración permanente en lo gráfico con la estética del entorno”. Sin embargo, más que lo visual, se destaca el sonido: entrevistas, informes, crónicas y otros contenidos de audio que recuerdan el origen radial del medio y de su equipo. “No somos una emisora en internet –aunque venimos de la radio–, pero un gran porcentaje de informes contiene audios –cosa que hacemos desde hace casi una década–, dice su editor en la descripción del medio. Esta fortaleza del sonido se alimenta con destacadas voces reconocidas en Colombia y en el exterior, como las de Armando Plata Camacho y William Vergara. Para destacar, la visión colaborativa del medio, que en sus contenidos destaca y promueve los de medios aliados como Radio Nacional de Colombia, Unimedios, 070 y Radio Paradise.
Agrochic	Organización con fines de lucro	0	1	Plataforma digital que genera y publica contenidos variados sobre jardinería, agricultura sustentable y bienestar
Arica al Día	Organización con fines de lucro	0	2	Arica al Día es el primer Diario Electrónico de la ciudad de Arica. Nace a principios del 2003. Según su sitio web su compromiso es con la nueva región de Arica y Parinacota, su gente y su desarrollo.
Arica Mía	Organización sin fines de lucro	1	1	Fundado el 05 de abril de 2013. Tiene como objetivo difundir las actividades preponderantes de la ciudad de Arica. Utilizamos además videos con el fin de mostrar la ciudad. Hacemos más énfasis en cultura, educación, pero sin descuidar las noticias policiales.
Artesanía Boricua	Organización con fines de lucro	1		Publicación digital sobre el acontecer en la artesanía, la cultura y festivales puertorriqueños.
Así es Cucuta	Organización con fines de lucro	1		Medio de comunicación generalista que ofrece información local de Cúcuta, el departamento de Norte de Santander y la frontera colombovenezolana, en particular noticias políticas, judiciales y económicas, además de notas de turismo y deportes.
Atacama Viva	Organización con fines de lucro	1		Esta revista digital nace para ofrecer un espacio abierto y pluralista de encuentro, conocimiento y debate de ideas de interés público sobre el acontecer en la Región de Atacama. Sus contenidos están regidos bajo la Ley de Prensa, ofreciendo información veraz y servicios confiables manteniendo una línea editorial independiente. El proyecto se ha financiado con el Fondo de Medios de Comunicación 2013, Capital Semilla Línea Empresa 2014 y el Premio Nacional de Periodismo Minero, EXPOMIN 2014, categoría Medios Escritos Regionales.

Avilared	Organización con fines de lucro	1		Avilared es un periódico digital de información local que cubre temas relacionados con la ciudad y la provincia de Ávila, en la comunidad autónoma de Castilla y León (España). Se trata de un proyecto impulsado desde el año 2012 por el periodista Carlos de Miguel, que cuenta con la participación de otra persona y con diversos colaboradores. La web organiza la información en las siguientes secciones: Ávila, Provincia, Sociedad, Casos, Economía, Castilla y León, Ocio y Cultura, Deporte y Miradas. En esta última, Miradas, se pueden encontrar columnas escritas por distintos colaboradores. Durante el mes de noviembre de 2016 Avilared tuvo 416.000 páginas vistas según datos internos facilitados a SembraMedia. La web obtiene ingresos a través de la publicidad digital. La web suma casi 5.000 seguidores en Facebook y cerca de 7.000 en Twitter, y tiene un canal de vídeos en YouTube. En los móviles, Avilared está presente con una aplicación en Google Play para los dispositivos Android, y con una versión móvil específica para iPhone.
Bodega Blush	Organización sin fines de lucro	0	1	Blog con “infulas de revista” en el que se encuentran contenidos sobre cocteles, bebidas, belleza, maquillaje y vida ecoamigable.
Buena Onda	Organización con fines de lucro	0	1	Buena Onda es una radio online basada en Tucumán, Argentina, que transmite música e información general. Abordan temas de deporte, hasta tecnología, videojuegos y cultura, entre otros.
Caliescribe	Organización sin fines de lucro	1		Medio de comunicación dirigido a la ciudadanía de Cali (Valle del Cauca, Colombia), tanto la que habita en la ciudad como la que está diseminada por el mundo. Presenta noticias y reportajes de actualidad, deportes, cultura y caleños en el mundo, entre otros, además de columnas de opinión y reportajes gráfico
Carchi al día	Organización con fines de lucro	1	2	Es un medio enfocado en informar noticias sobre la provincia de Carchi, en la Sierra norte del Ecuador. Está enfocado principalmente en temas religiosos, cultura y deportes.
Cartago Hoy	Organización con fines de lucro	1	1	
Cero Latitud	-----	1	2	Es un medio dedicado a potencializar y visibilizar lo que sucede en las parroquias rurales de Quito.
Chiapas Paralelo	Organización sin fines de lucro	2	2	Chiapas Paralelo es un portal digital de noticias, análisis e información diversa sobre la vida política, económica y social de Chiapas. Según el portal “Chiapas Paralelo nació de la inquietud, interés y aportación de cuatro periodistas –Ángeles Mariscal, Sandra de los Santos, Sarely Martínez e Isaín Mandujano-. Pero este proyecto es de todos los que creen que es posible construir ciudadanía y democracia, al hacer efectivos los derechos a la libertad de expresión, a saber y al acceso a la información.”
Cicloperiodismo	-----	1		Robín Martínez, un periodista que se moviliza en bicicleta por la ciudad de Guatemala, hace pequeños reportajes sobre lo que descubre viajando por las calles. Movilizarse en bicicleta en la ciudad de Guatemala no es común, pero los últimos años ha aumentado la práctica. Este sitio web provee información indispensable sobre el uso de la bicicleta en una ciudad en donde el tráfico aumenta cada día más.
Ciudad Oriental	-----	1		Ciudad Oriental se concentra en el acontecer noticioso del municipio Santo Domingo Este de la Provincia de Santo Domingo. Es el emprendimiento digital del periodista Robert Vargas, y se ha convertido en referencia sobre el acontecer de una de las localidades más pobladas de República Dominicana. Se autodenomina “El periódico de Santo Domingo Este”.
Comunicación Continua	Organización con fines de lucro	1		José Leonardo León Avendaño, creador y Editor jefe de Comunicación Continua, recuerda que en el año 2010 observó varios episodios de censura en distintos medios de comunicación de Venezuela y decidió abrir un blog para evadir esta situación. Desde Mérida, importante ciudad de los Andes venezolanos, se dedicó a publicar “foto noticias” mientras atendía al mismo tiempo su programa La Ciudad en la Radio y su corresponsalía en El Nacional, uno de los principales diarios impresos del país. La variedad noticiosa la hacen posible 4 pasantes y 4 periodistas que trabajan en otros medios y creen en este proyecto, a través de 2 o 3 actualizaciones diarias en las que publican noticias locales, columnas de opinión de expertos y noticias oficiales que tienen interés nacional. León conjuga sus múltiples actividades laborales con cursos de periodismo radiofónico y redacción web, habilidades que aprovecha el talento joven interesado en hacer carrera en estos espacios. La comercialización de su propuesta digital tiene la mira puesta en clientes nacionales y no descarta apoyo internacional.

Confluencia Digital	-----	1	2	Confluencia Digital es un sitio de actualidad de la Patagonia argentina, con cobertura de noticias de actualidad e investigaciones propias. Dos de sus tres fundadores vienen de años de trabajo en el Diario de Río Negro y se definen a sí mismos como un sitio de información y opinión.
Cotopaxi Noticias	Organización con fines de lucro	1		Es un medio que publica información del centro del país, sur de Quito y Galápagos. Su intención es mirar a la región desde la cumbre del volcán activo más alto de Ecuador e interrelacionarla contando historias locales de interés regional a través de una herramienta global: Internet. Cubren temas de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Pastaza, Napo, Sur de Quito y de Pichincha, parte de Los Ríos (Quevedo y Valencia), parte de Santo Domingo de los Tsáchilas (Alluriquín) y Galápagos. Les interesa encontrar vínculos mediante temas noticiosos que les interesa a quienes han migrado entre esas provincias.
Diario El Vistazo	Organización con fines de lucro	0	1	Diario El Vistazo es un sitio web que ofrece información sobre política, sucesos, deportes y opinión de las ciudades de el Tigre y Guanipa (sur del estado de Anzoátegui).
Diarios Comunales	Organización con fines de lucro	1	0	Diarios Comunales es una red informativa que ofrece información y servicios de comunicación a las diversas comunas de la Región de Coquimbo (Chile). Pretenden consolidarse como una fuente informativa que cree opinión.
EcoAmazónico	Organización con fines de lucro	1	1	EcoAmazónico es un medio de comunicación digital comunitario que ofrece información sobre las seis provincias amazónicas del Ecuador. Ofrece noticias sobre diversos temas como economía, salud, deportes, política local e internacional, cultura...; además de opinión y, espacios para denuncias ciudadanas y para la difusión del turismo en la región.
Editorial Amazónico	Organización con fines de lucro	1	0	Editorial Amazónico es un sitio web que ofrece información de todo tipo de temas sobre Colombia y, en especial sobre noticias relevantes para los ciudadanos del departamento de Caquetá (Colombia).
El Faradio	Organización con fines de lucro	2	0	El Faradio es un medio local español ubicado en Santander, la capital de Cantabria, que combina web y radio y que se define como “un medio de comunicación crítico, social e independiente que apuesta por cambiar la agenda informativa, con espíritu crítico y contexto”, según explica uno de sus fundadores, Oscar Allende. En El Faradio, afirma Allende, “elaboramos temas propios de actualidad e investigación, y los combinamos con difusión de proyectos pequeños de iniciativa empresarial, creadores y movimientos sociales”. El equipo de El Faradio está formado por tres personas que trabajan a tiempo completo y dos colaboradores. En el mes de noviembre de 2016, la web de El Faradio tuvo un total de 19.403 usuarios únicos que realizaron cerca de 88.000 visitas, según datos internos facilitados a Sembramedia. El proyecto se financia fundamentalmente a través de dos vías: la publicidad y las suscripciones (7 euros al mes). A lo largo del año 2016 El Faradio obtuvo tres premios: Solidarios Once Cantabria, el primer Premio de Investigación de la editorial Libros.com y el periódico digital Contexto, y el segundo premio al proyecto Sostenible del Certamen Humanidad y Medio del Ayuntamiento de Camargo. La web cuenta con cinco secciones principales: Iniciativa, Creadores, Movimientos, Actualidad y Opinión.
El Mirador Diario	Organización con fines de lucro	3	0	Es un medio online que se define como el “primer y único periódico digital de la ciudad de Yerba Buena”, localidad de 75 mil habitantes en la Provincia de Tucumán, Argentina. Enfocado en temas estrictamente locales, cubre la actualidad en términos políticos, deportivos y culturales de la ciudad. Al mismo tiempo, dicen estar interesados en “reflejar las actividades del ámbito empresarial” porque consideran “que son parte fundamental de la vida cotidiana” de Yerba Buena.
En Redacción	Organización con fines de lucro	2	0	En Redacción es un sitio que se dedica a cubrir información sobre política, economía y deportes, entre otros, pero enfocado en la Provincia de Córdoba. Tiene, además, una sección de agenda con recomendaciones de diferentes actividades para hacer en Córdoba.

Escenario Tlaxcala	-----			Nos propusimos, –dicen los creadores de Escenario Tlaxcala– ser un medio interesado en el empoderamiento y construcción ciudadana por medio de la generación de espacios noticiosos y contenidos informativos veraces y originales, con ética, sensibilidad periodística y empatía para acercarnos a las distintas realidades de Tlaxcala y de México. Escenario nació en 2015, y con altas y bajas, reestructuraciones y nuevos bríos han logrado ahora conformarse como un equipo de jóvenes profesionistas conformado por 6 elementos en el equipo operativo y administrativo, y tienen un equipo de 25 colaboradores, también jóvenes, entre columnistas de opinión y conductores de vodcast para redes sociales. Escenario Tlaxcala suma entre sus logros un Premio Estatal de Periodismo en la categoría Tlaxcala Transparente por el uso de herramientas de acceso a información pública en la confección de sus productos periodísticos. Sobre su libertad editorial e independencia periodista señalan: “Nuestra plataforma es completamente en español, no partidaria ni corporativa por el carácter de independencia y libertad editorial que mantenemos por convicción. Somos el único sitio web de información en Tlaxcala que tiene transparentado y de fácil acceso su código de ética que incluye desde los principios que rigen nuestro quehacer periodístico, así como las restricciones, obligaciones y derechos del equipo, incluyendo los estatus vinculados a los fondos del medio”.
Exprésate, Morona Santiago	Organización con fines de lucro	1	1	Un medio informativo que aborda temas sociopolíticos de la provincia de Morona Santiago, en la Amazonía ecuatoriana.
Fotociclo	-----	1	0	Fotociclo es un blog periodístico sobre Asunción. Es un sitio donde se destaca el vehículo cultural que recorre los 70 barrios de Asunción, capital del corazón de América del Sur, documentando a través del fotoperiodismo hechos, personajes, paisajes y sensaciones para reflexionar sobre la ciudad. Empresa fundada en el año 2013 en Paraguay, goza de una gran credibilidad y transparencia gracias a sus artículos. Desde el 2013 distribuye sus contenidos en las redes sociales (Facebook, Instagram, Tumblr, Twitter y Snapchat). En septiembre de este año actualizará su sitio web para publicar periódicamente fotoreportajes, además de poner a disposición la fototeca completa del proyecto, de unas 100.000 fotos de la ciudad con licencia libre. También es un medio alternativo impulsado por Memetic.Media, una asociación de trabajadores de la comunicación: http://memetic.media/ .
Go! Healthy PR	Organización con fines de lucro	0	1	Go! Healthy PR Es un medio digital especializado en periodismo en salud y comunicación para la salud. Es un medio digital especializado en periodismo en salud y comunicación para la salud. Contiene contenidos de bienestar y felicidad de una forma sencilla y entretenida. Está dirigido Puerto Rico y al mercado hispano. Fundado por Lilly Riviera, la cual creó en 2011 la página salubrista en Facebook, ¡Go! Healthy PR, un espacio para comunicar salud que se ha transformado en un medio digital del periodismo especializado en salud.
Hecho en Cali	Organización con fines de lucro	1	0	Hecho en Cali es medio de comunicación en el que se abordan fundamentalmente los Derechos Humanos. Este medio de comunicación aborda a fondo los Derechos Humanos, específicamente en el departamento del Valle del Cauca, al occidente de Colombia, y en su capital, Cali. No solo registra denuncias de violaciones a los Derechos Humanos –que es lo que se espera sobre este tema–, sino también contenidos positivos o inspiradores que los reivindican y visibilizan, entre los que se destacan series de varias entregas con las que se busca tratar las historias con mayor profundidad. Así, se muestra una versión de este campo que va mucho más allá de las frías estadísticas. “Buscamos cumplir la tarea pendiente de los medios de comunicación con las víctimas, con las personas que día a día luchan por la reivindicación y visibilización de los Derechos Humanos”, agrega el medio en su descripción.
Inforiente	Organización con fines de lucro	1	0	Medio de comunicación del oriente Antioqueño. Medio de comunicación del Oriente Antioqueño, creado por el fallecido periodista Emiro Marín, el cual se distingue por ser el único enfocado en los Derechos Humanos en la región. Con sus contenidos busca visibilizar los procesos sociales del país, especialmente en su región. “Trabajamos por las víctimas y los derechos humanos, ese es el enfoque de Inforiente”, señala su descripción en el sitio web.
Informativo del Guaico	Organización con fines de lucro	1	0	Blog de información de noticias locales de Sandoná. Este medio, en formato blog, lleva 6 años informando sobre el acontecer de Sandoná, un municipio del departamento de Nariño, al sur de Colombia. Por su carácter hiperlocal, Informativo del Guaico y su director, Miguel Córdoba, cuando ocurren hechos de trascendencia en el municipio, se convierten en fuente de información para medios nacionales e internacionales. Miguel Córdoba, su fundador, tuvo la idea de crear este medio al asistir a un curso sobre periodismo digital y emprendimiento organizado por Consejo de Redacción con apoyo de la Unesco y en convenio con el Centro Knight para el Periodismo en las Américas. Informativo del Guaico, el blog, es el resultado de esa exploración de Córdoba, y de la evolución en formatos, pues nació como un programa radial matutino en la emisora Digital Stereo.

Korrалеja	Organización con fines de lucro	1	0	Emisora radial digital que cubre eventos musicales, deportivos y culturales. Emisora radial digital que cubre eventos deportivos, musicales y culturales a la par con hechos de interés periodístico en Sincelejo y el departamento de Sucre, en Colombia. Korrалеja se transmite en directo desde su sitio web y la aplicación TuneIn, así como en emisoras radiales locales en las frecuencias AM y FM. Además, transmite eventos especiales, especialmente musicales, por medio de video en vivo. La mezcla de noticias, deportes y programas musicales –que incluyen música moderna y tradicional colombiana– le ha servido a Korrалеja, una de las pocas emisoras en línea en la Costa Caribe colombiana, para que su alcance y reconocimiento hayan trascendido el ámbito local. Este medio ha obtenido dos premios de periodismo Mariscal Sucre, que otorga la Gobernación de Sucre.
La Base	Organización sin fines de lucro	1	0	Revista digital de música, sexo y cultura alternativa. La Base es una revista digital de música, sexo y cultura alternativa. Da cobertura a la escena alternativa costarricense. Se compone de un sitio web, en donde la información noticiosa se encuentra en la revista además de un canal de videos y un sitio de fotografías, que funcionan bajo la misma marca.
La Voz de Maipú	Organización con fines de lucro	1	3	Medio de información de la comuna de Maipú. Sitio de informaciones locales de la comuna de Maipú, la segunda más poblada de Santiago de Chile. Su visión es la de ser un referente, que cree opinión pública local, desarrollando en los vecinos identidad y pertenencia. Se definen como un medio de comunicación independiente, que comprende que requiere auspicios para funcionar, pero que no venden su línea editorial. En la actualidad La Voz de Maipú se financia a través de un contrato con la Municipalidad de Maipú, por medio del cual, el Municipio inserta noticias en su web. Dichas noticias, siempre son identificadas, para que el lector comprenda que ese es un contenido de pago. A pesar de ello, la línea editorial de La Voz es 100% independiente, no teniendo el Municipio ninguna injerencia sobre la misma. Asimismo varias empresas han auspiciado en su edición impresa y/o sitio web. Su equipo está compuesto por un grupo de profesionales de diversas áreas, quienes se preocupan por darle vida a sus comunidades informativas.
Lacontradejaén	Organización con fines de lucro	3	1	Diario digital hacia el periodismo de historias. Lacontradejaén es, en palabras de sus creadores, “un diario digital inclinado hacia el periodismo de historias”. Su lema, “Con otra mirada”, refleja su objetivo de contar lo que sucede en la provincia andaluza de Jaén de nuevas formas. La web debutó el 15 de enero de 2017 y lo hizo con algo más de 6.000 visitas. “Cuatro días después del lanzamiento, superamos los 2.000 seguidores en Facebook y rondamos los 800 en Twitter”, según explicó a Sembramedia uno de sus fundadores, Fran Cano. Tres meses después del lanzamiento, Lacontradejaén tiene, según Cano, algo más de 5.000 visitas diarias de media. En este nuevo proyecto periodístico digital español trabajan cuatro personas a tiempo completo. Además, han contado con la participación de un becario gracias a la Fundación Telefónica. La publicidad es la base del modelo de negocio de Lacontradejaén. Fran Cano ha explicado las distintas opciones que plantean a los anunciantes: “En el botón ‘Anúnciate’ desgranamos las opciones posibles, desde los convencionales anuncios en la web hasta el patrocinio de contenidos. También ofertamos la producción de textos publicitarios en el canal ‘Empresa’. La creación de canales temáticos es una de las vías publicitarias que más nos interesan, tanto para ofertar a administraciones como a particulares. Ahora tenemos el canal ‘Fitur’”. El equipo de Lacontradejaén busca “acuerdos con actores públicos y privados”. El medio mantiene contactos desde hace tiempo con Vozpópuli y Cordópolis “para valorar la opción de hacer sinergias con ambos diarios, nativos digitales como Lacontradejaén”, ha señalado Fran Cano. Lacontradejaén está presente en seis redes sociales: Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Youtube y LinkedIn.
Leticia Hoy	Organización con fines de lucro	No viene	No viene	Medio digital local de Leticia y el Amazonas. Es un medio digital local de Leticia y el departamento del Amazonas, que se enfoca en temas locales como el medio ambiente y el turismo de la región. Promueve los sitios turísticos, así como la conservación del medio ambiente, sin dejar de lado la información de actualidad en temas como deporte, política, cultura, salud y cocina. Además de su presencia en redes sociales, Leticia Hoy tiene un chat abierto para los usuarios que visiten el sitio y quieran conversar entre sí o con un vocero del medio.
Mercado Social	-----	0	1	Mercado social es una revista digital comercial. MercadoSocial.com se define como “una revista digital editorial-comercial, que persigue plasmar en la pantalla de la computadora la sección de sociales del periódico impreso tradicional”, lo que significa que publica las actividades de empresas, marcas, además de entrevistas y reportajes sobre la vida de personalidades de la sociedad dominicana. Además de la cobertura de eventos, incluye publicaciones sobre viajes, cultura.

Métrica Digital	-----	No viene	No viene	Medio digital independiente centrado en los asuntos del estado de México Métrica Digital se define como un medio digital independiente que presta especial atención a los temas locales del Estado de México, con un enfoque en materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Enrique Gómez, uno de los fundadores, así lo cuenta: “¿Por qué lo hacemos? porque hemos trabajado durante casi dos décadas en medios de comunicación que se pueden considerar grandes o convencionales y hemos advertido que ahí no se puede hacer un periodismo de investigación (o las posibilidades son restringidas), pues nos tenemos que ceñir a esquemas ya establecidos. Además de que buscamos generar una propuesta periodística que demuestre ser sustentable ante las pocas oportunidades económicas que tiene el periodismo de investigación”. El sitio existe formalmente desde el 24 de junio de 2014.
Morada	Organización sin fines de lucro	2		Morada es un colectivo social que nació en 2012 como una iniciativa de artistas en Medellín para promover su arte, con el impulso de la Fundación Casa de las Estrategias. En sus comienzos, se le llamaba ‘la Casa Morada del barrio San Javier’, por el color de su sede en este barrio de la famosa Comuna 13 de Medellín. Hoy, Morada produce contenidos para la Web y para radio –bajo el nombre Morada Estéreo–, y además genera campañas de activismo, movilización ciudadana e intercambio de conocimiento y experiencias. Su sede –la Casa Morada– cuenta con emisora, sala de ensayo, biblioteca y patio, y en ella se unen artistas y jóvenes de la comuna para compartir, leer, escribir, dibujar, inventar, hacer música. “Nos movemos en red por el voz a voz, tejiendo uno a uno, no somos un espacio público, ni una sede cultural del gobierno”, dice Morada en su propia descripción. Este medio social recibe los proyectos artísticos, culturales, periodísticos e investigativos que la gente desee publicar. “En Morada tenemos soñadoras, tejedores, artistas, almas libres en contracorriente, para volver a la voz, desatar susurros, acompañarnos de conversaciones. Sin superioridad de expertos y sin programas acartonados, pero con exploradores genuinos que buscan con nosotros. Música inédita de jóvenes artistas de esta ciudad del Valle de Aburrá y mucha conversación sobre encuentros y desencuentros, la búsqueda del otro, educación, erotismo, arte, cultura y ciudad. Morada Estéreo. Las voces de los soñadores”. Morada ha sido la sede, el punto de encuentro o el catalizador de destacados proyectos culturales, de arte urbano y musicales de la Comuna 13. Uno de ellos es el trabajo de Jeihhco, un gestor cultural e intérprete de hip-hop que se ha convertido en un referente para los jóvenes de la ciudad en temas de cultura y paz. A su vez, como eje cultural de esta comuna, y como proyecto que ‘roba’ jóvenes a la delincuencia, en Morada también han vivido de cerca la violencia, con el asesinato de algunos jóvenes y gestores culturales que participaban en sus actividades, sobre todo en su primer año de existencia.
Muyricotodo	Organización sin fines de lucro	1	1	es la creación de un grupo de diseñadores y periodistas a los que les motivó la idea de realizar un portal con información que sirva para nutrir de inspiración y conocimiento a los visitantes. Además, ofrece una agenda mensual de actividades relacionadas con sus contenidos sobre artes visuales, música y tecnología
Neuquén al instante	-----	2	2	Postdata.club es un equipo pequeño y multidisciplinar de profesionales cubanos a quienes interesa, desde una construcción colectiva, contar historias basadas en la interpretación de conjuntos de datos. Pretenden aportar una mirada objetiva y contextualizada de la realidad, que permita un entendimiento amigable de la información.
Noticias de Villavicencio	Organización con fines de lucro	2	2	Es un medio fundado en 2016 que produce y publica contenidos sobre Ecuador y España y conecta las historias entre ambos países. Genera contenidos independientes —libres de condicionamientos económicos, políticos partidistas y religiosos— en formatos de noticias o reportajes de profundidad. Todos los contenidos tienen un lenguaje fresco e incluyen una postura u opinión sobre el tema.
Noticiero Móvil	-----	1		Noticiero Móvil es un medio de comunicación multimedia que provee contenidos en Español e Inglés producido por alumnos de la Reynolds School of Journalism en la Universidad de Nevada en Reno, Nevada, en Estados Unidos. El equipo se dedica a trabajar con la comunidad latina para proporcionar el contenido imparcial, accesible y relevante acerca de esta diversa comunidad en el norte de Nevada. Las historias y multimedia de Noticiero Móvil son producidos por un equipo de alumnos de la Universidad con ayuda del Nevada Media Alliance. Además de publicar noticias en el medio digital, se producen eventos y diálogos locales para la comunidad hispana en Reno para involucrar y comprometer con la comunidad en los temas de actualidad. Este proyecto es administrado por el Online News Association con el apoyo de varias fundaciones, incluyendo: the Excellence and Ethics in Journalism Foundation, the Robert R. McCormick Foundation, the Knight Foundation, the Democracy Fund, and the Rita Allen Foundation.

Noticieros en línea	Organización con fines de lucro			Noticieros en línea es un proyecto de grupo Promomedios León, un conglomerado radiofónico con más de 50 años de antigüedad. Realizan cobertura periodística en temas de política, economía, policiales en la región Centro de México.
Notifalcon	Organización con fines de lucro	1	1	Siete periodistas hacen posible la cobertura en tres ciudades: Coro, la capital de Falcón, Punto Fijo, principal ciudad de este estado, y la cercana Maracaibo, capital del estado Zulia. La historia de Notifalcón surgió por la desinformación que había en Falcón en medio de una vaguada que incomunicó a varios municipios. Esta situación preocupó a Carlos García y abrió la cuenta @Notifalcon. “Te metías en twitter y veías algunas informaciones de algunas personas. Creamos el twitter y publicábamos avances con fotos”, detalla su hermana Mariangel García. Para ese entonces ella era periodista y su hermano abogado. Luego de esta experiencia Carlos se animó a estudiar Comunicación Social. Trabajan a través de correos electrónicos. Las noticias de comunidad, sucesos y regionales, las recibe uno de los dos editores de guardia que luego de revisar va programando para publicar en uno de los 3 horarios formalmente establecidos para actualizar el portal: 6 am, 10 am y 1 pm. El trabajo fuerte se realiza de lunes a viernes y los fines de semana se dedican a cubrir sucesos, nacionales y regionales. Al igual que muchos periodistas venezolanos, los que trabajan para Notifalcón trabajan además en emisoras de radio o televisión. El financiamiento que hace posible la existencia del portal, proviene de empresarios locales, gobierno regional y municipal. “Como hemos sido equilibrados hemos conseguido pauta publicitaria de bando y bando”, explica Mariangel.
NQN Magazine	Organización sin fines de lucro	1	1	NQN Magazine es un sitio dedicado a cubrir diferentes temas con una perspectiva de género. Incluye notas sobre noticias internacionales, nacionales y sobre todo locales, de la provincia de Neuquén, en el sur de la Argentina. Los temas van desde la paridad de género a la violencia, temas de derechos humanos más generales e historias personales, entre muchos otros.
Página 3	Organización con fines de lucro			La tercera página o la 3 es, en la mayoría de los medios, es el espacio más importante después de la portada, las mejores las notas o los mejores trabajos del día a día tienen ahí su cabida. Por ello Paulina y Pedro, las dos personas que están detrás de Página 3, decidieron nombrar así a su portal. Un sitio de noticias que nació en 2011 en Oaxaca “que busca ofrecer información social con calidad humana, con inclusión de perspectiva de género, enfocándose en los derechos humanos de las personas” y trata de mantener una política editorial alejada del poder, porque, como se sabe, en México, la pauta oficial es una vía mediante la cual el poder busca mantener controlada la información que se publica.
Periódico Portada	Organización con fines de lucro	1		La tercera página o la 3 es, en la mayoría de los medios, es el espacio más importante después de la portada, las mejores las notas o los mejores trabajos del día a día tienen ahí su cabida. Por ello Paulina y Pedro, las dos personas que están detrás de Página 3, decidieron nombrar así a su portal. Un sitio de noticias que nació en 2011 en Oaxaca “que busca ofrecer información social con calidad humana, con inclusión de perspectiva de género, enfocándose en los derechos humanos de las personas” y trata de mantener una política editorial alejada del poder, porque, como se sabe, en México, la pauta oficial es una vía mediante la cual el poder busca mantener controlada la información que se publica.
Periodismo Ecuador	Organización sin fines de lucro	1		Nace con la idea de compartir información relevante y noticiosa, además de convertirse en una herramienta de expresión tanto para sus autores como para todos quienes quieran presentar su información u opinión sin restricción. La Internet poco a poco se convertirá en el único medio de libre expresión en el mundo y en Ecuador hoy es el único medio para expresarse libremente.
Piccolo Mondo PR	Organización sin fines de lucro	2	2	Proyecto dedicado a las familias de Puerto Rico y del mundo, sobre el entretenimiento entre hijos y padres, y promover la sana convivencia familiar. Piccolo Mondo PR surge en 2008, cuando José Sánchez comenzó a compartir videos y fotografías en las redes sociales de las actividades divertidas que hacía con sus dos hijos pequeños. En 2011 Piccolo Mondo PR fue invitado a crear su primer espacio televisivo en el canal de interés público del gobierno de Puerto Rico, WIPR TV. Piccolo Mondo ha ido desarrollándose como un proyecto en el que papá (José) junto a mamá (Mariel) y sus dos hijos (Mariana y Guillermo) comparten cómo se entretienen y divierten en familia a través de viajes y actividades que promueven la imaginación, creatividad y el aprendizaje.

Pluma Digital	-----	1		Pluma Digital es un medio digital que aborda temas políticos y culturales en la región Junín, en el centro del Perú. Bajo la dirección de Adolfo Barja, Pluma Digital permite la retroalimentación y la participación de sus lectores. El objetivo de esta plataforma es que sus historias cuenten con “trascendencia, que impacten y que sean recordadas”. Uno de sus pilares es la responsabilidad social. Pluma Digital tiene como lema “periodismo responsable” y su equipo está conformado por periodistas locales que desarrollan los acontecimientos de la región Junín.
Pluma Volátil	Organización con fines de lucro	1		Pluma Volátil es un sitio web fundado en 2011, con la intención de plasmar situaciones cotidianas y temas de interés social en diferentes géneros periodísticos como la crónica, el reportaje y el periodismo de investigación. “Parte de la dinámica del sitio es la constante consulta con los lectores, a través de las diferentes cuentas de redes sociales, que en ocasiones se convierten en autores y principales editores de diferentes publicaciones”, dice su fundador Rafael David Sulbarán, quien es uno de los corresponsales de El Pitazo en el estado Zulia. Este proyecto que se inició como un blog personal, cuenta con 5 colaboradores, periodistas radicados en Chile, Argentina y Colombia, que se encargan de algunas entrevistas, edición de notas y redes sociales. Pluma Volátil tiene una versión en radio y fue galardonado con el Premio Regional de Periodismo, Zulia 2014 en el área digital. Hoy se mantiene activo con los trabajos que hace Sulbarán como periodista freelance.
Portal Informativo XV	Organización con fines de lucro	1		Es una plataforma local que busca fortalecer la crítica de sus lectores, está enfocado en noticias de la ciudad de Quevedo y la provincia de Los Ríos.
Primera Noticia	Organización con fines de lucro	2	1	Este proyecto digital iniciado a finales del año 2014 se concentra en los centros urbanos más importantes del estado Falcón: Punto Fijo y Coro, la capital. También hacen cobertura de lo que ocurre en el resto de la entidad gracias a alianzas con otros trabajadores de la prensa. De los cinco comunicadores sociales que se aventuraron en esta iniciativa se mantienen Carmen Marín Pietri y José Andrés Hurtado, en compañía del reportero gráfico Jimmy Salima. Trabajan en otros medios de comunicación y apuestan por el periodismo independiente. Detectamos que Falcón necesitaba tener información más concentrada, siendo nuestra fortaleza la sección El Ojo de la Calle, periodismo hecho por la misma gente para la gente”, explica Marín Pietri, Gerente de Información. Esta alternativa de periodismo comunitario, posible a través de whatsapp, pin Blackberry y redes sociales, potencia el alcance de Primera Noticia en la calle. Reciben las informaciones, confirman, editan y publican. Si identifican potencial en algún tema particular, el equipo se despliega para hacer próximas entregas. “Los contenidos digitales no quedan allí únicamente. Cuentan con espacios en Falconia TV, TV Activa y en Pegaisima 91.7fm transmiten Primera Noticia Radio, noticiero de 1 hora de información nacional y regional que se transmite a las 12 del día y 7 de la noche. Primera Noticia obtuvo el Premio Regional de Periodismo 2016 mención Opinión “Salomón Maduro Ferrer”, con el programa de opinión “Venezuela Decide”, que estuvo dirigido por la periodista Ariana Méndez.
Proyecto Ambulante	Organización sin fines de lucro			Proyecto Ambulante es una plataforma digital de información independiente, popular, indígena y comunitaria. Nació en 2010 como un medio derivado del proyecto radial de Tepache Radio, el cual surgió tras las protestas y el movimiento social y popular del estado de Oaxaca de ese año. Su lema es: “Construyendo contrainformación”. Según el portal: “Proyecto Ambulante es un sitio de comunicación alternativa que se ha dedicado a escuchar y sentir los latidos de la sonoridad de la lucha oaxaqueña, que emana de la fuerza y el coraje de mujeres y hombres que buscan construir formas comunitarias y autónomas de comunicación, organización y relación social. Durante nuestra primera etapa nuestras transmisiones de radio y la construcción de información fueron intermitentes, sin embargo, ahora el proyecto se ha extendido y sigue generando información, fotografía, audio y vídeo, además de colaborar con otros medios.” Proyecto Ambulante es un medio que se declara adherente a la Sexta Declaración de la Selva Lacandona del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN).
Pulsodiario.cl	Organización con fines de lucro	1		Medio digital que enfoca parte importante de su labor periodística en temas relacionados con el ámbito de la salud, la vida sana, el deporte y la actualidad de la región de La Araucanía.
QUÉ Digital	Organización sin fines de lucro	4	1	Es un medio digital de Mar del Plata, Argentina. Son un grupo de periodistas y fotógrafos, organizados como cooperativa, que cubren las noticias de la ciudad. Su slogan es “periodismo en la calle” y se describen a sí mismos como un medio con un “marcado perfil social”.

Queilén.cl	Organización sin fines de lucro	2	2	Web sin fines de lucro desarrollada en Queilén, una comuna del Archipiélago de Chiloé, en el sur de Chile. Fundada por los primos Cárcamo, una familia nacida y criada en esa localidad, su misión es dar a conocer su comuna e informar sobre lo que ocurre en la provincia, región y país. Cuando comenzaba la década del 2000 y empezaba a propagarse el Internet, no muchos municipios tenían acceso a páginas web, solo los de mayores recursos. Por lo que la asociación de municipalidades compró todos los dominios de las comunas más chicas que no los habían adquirido, esta compra se realizó por un período de 2 años y en ese transcurso cada municipalidad debía solicitar el dominio a la asociación para que fuese transferido. Algunas no lo hicieron, como fue el caso de Queilén, siendo desregistrado y eliminado el dominio “queilen.cl”. Así, en el año 2003, muy ingenuamente esta familia adquirió el dominio y desde entonces han querido aportar con la comuna, siendo un medio de difusión e información gratuito.
Radio Abierta	Organización sin fines de lucro		1	Radio Abierta es la primera, y tal vez la única, radio en México que es realizada por personas que tienen padecimientos mentales. Opera al amparo de la Universidad Autónoma de Metropolitana de la Ciudad de México. Aunque también desarrollan una versión itinerante que se llama Radio Abierta Ambulante que consiste en llevar este dispositivo radiofónico a instituciones psiquiátricas de la Ciudad de México. Transmite en vivo una vez a la semana, pero tiene programación en línea 24/7 de su sitio radioabierta.net, a la par transmiten en radio abierta a través de la frecuencia FM 94.1 UAM Radio, y en radio por internet de la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de México. El sitio publica también una revista digital cuatrimestral: TOING.
Radio Colmena	Organización con fines de lucro	1	3	Radio Colmena es la radio online de la cultura independiente de la Ciudad de Buenos Aires. Fundada en septiembre de 2010 en el Club Cultural Matienzo, Radio Colmena transmite las 24 horas del día desde su web para todo el mundo. Un espacio para todas las disciplinas, proyectos y protagonistas de la escena emergente.
Reporteros de Mérida	Organización con fines de lucro	1		Lo que comenzó como un noticiero radial en 2014, pasó a ocupar la web y las redes sociales Twitter e Instagram a inicios del 2015. El también periodista de Diario Frontera explica que publica un promedio de siete noticias diarias de las fuentes Política y Comunidad, con dos actualizaciones, una en la mañana y otra a final de la tarde. Además de la cobertura diaria, se apoya con la edición de notas de prensa e intercambio informativo con otros trabajadores de la prensa. En época estudiantil cuenta con pasantes de la UNICA, Universidad Católica Cecilio Acosta, sede Mérida y de forma permanente una persona se ocupa del mantenimiento web. Reporteros de Mérida cuenta con banners publicitarios que ocupan servicios locales y algunas figuras políticas, sin que esto afecte la imparcialidad en los contenidos. Dugarte ya ha tenido repercusión en su comunidad y entre colegas que se muestran interesados en participar del proyecto digital. Está convencido de los beneficios que traerán las próximas mejoras que aplicará a la web, que contemplan la inclusión de los temas jurídico y educativo.
Revista Enheduanna	-----		1	Enheduanna es una revista cultural feminista que se escribe y se produce en el estado de Chiapas, uno de los de mayor riqueza cultural y ambiental y de pobreza laboral y alimentaria. En la revista y el sitio que la contiene encontrarás “periodismo hecho por mujeres y hombres que registra el trabajo de la mujer en todas sus facetas y en todos los ámbitos, bajo la consigna de que toda historia de vida de toda mujer es importante y valiosa”. La revista digital y el sitio es alimentado por el trabajo de nueve colaboradoras y ocho mujeres de equipo fijo.
Revista Zetta	Organización con fines de lucro	1		Medio digital generalista enfocado en la ciudad de Cartagena y el departamento de Bolívar, Colombia. Nació como una revista impresa en 2000, y después de vivir varias etapas, en 2014 inició su versión en línea. Se especializa en temas políticos y económicos, aunque también presenta información sobre deportes, medio ambiente y cultura. Una de sus secciones más conocidas es la columna de opinión Órbita Política, que escribe su director, John Zamora.
San Andrés Hoy	Organización con fines de lucro	1		San Andrés Hoy es un medio digital con un fuerte enfoque audiovisual, ya que su fundador es fotógrafo profesional. Sin embargo, es a la vez un medio informativo, en el que el usuario encuentra las principales noticias judiciales, políticas, sociales, de turismo y generales del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Adicionalmente, el sitio es una conjunción entre medio de comunicación y canal de otros servicios, como la tienda digital que alberga (La Tienda San Andrés).

San José Volando	-----	--	---	San José Volando inició como una revista impresa de circulación gratuita en bares, restaurantes y otros puntos culturales de la capital de Costa Rica. Recientemente, dio el salto a complementar el papel con un sitio web que reseña lugares y eventos relevantes en la escena josefina.
Sello Negro	Organización sin fines de lucro			Este medio es una propuesta comunitaria afrodescendiente que pretende promover el uso de los medios de comunicación entre los afrocolombianos con el fin de desarrollar herramientas para que entre ellos cuenten su propia historia –al estilo del periodismo ciudadano–, que según sus autores hoy aún está narrada y descrita por medios que tienen una visión sesgada e incluso racista. El énfasis del medio es la visibilización de las comunidades negras de Colombia y América Latina, para lo cual utiliza la Web como soporte de diferentes formatos audiovisuales. Sello Negro, el medio digital, es el fruto de varios años de evolución. En 2005 surgió el Magazín Sello Negro, una producción para televisión que se transmitió años después, y el primer ‘talk show’ afrocolombiano, titulado ‘Quilombo’, que se emitió en 2013. Con su presencia en línea, su equipo promete que “desde este espacio emprenderemos un diálogo continuo con la tradición oral y la marimba, con los afrocolombianos visibles y con los que no se ven”.
Semanario del Norte	Organización con fines de lucro	1		Es un medio de información general de la región norte de Costa Rica. Se ubica en la ciudad de San Carlos, una de las zonas económicas más productivas del país donde se realizan numerosas actividades agropecuarias. Además de las actualizaciones diarias en su sitio web, Semanario del Norte transmite noticias y reportajes semanales a través de televisión de cable.
SienteValpo	-----		2	Valeria Viancos y Romina Díaz, periodistas de la Universidad Católica de Valparaíso, son las creadoras del sitio “Siente Valpo”. Fundado en 2010, defienden desde la vereda cultural, ser una voz independiente de los que no acceden a los grandes medios de comunicación: “en el caso de Siente Valpo, si bien no cubrimos hechos noticiosos que puedan responder a ciertas inquietudes de la ciudadanía, sí procuramos ser la vitrina de quienes no poseen los espacios para la difusión de sus proyectos musicales, teatrales y artísticos en general. Por medio del periodismo y los contenidos digitales, somos el apoyo para quienes lo necesiten”, explica Valeria, quien recomienda a los futuros periodistas o comunicadores que “hagan algo que realmente les apasione. Una vez definido, ¡nunca perder la esperanza! Es un proceso largo, agotador, donde conocerán realidades muy distintas a las suyas, pero que es enriquecedor en todo sentido. Los lazos, las amistades, la satisfacción de aportar, aunque en algo mínimo, a una comunidad, es lo gratificante de todo esto. Perseverancia y constancia, de eso se trata”.
solo local	Organización sin fines de lucro	1	1	Se trata de un sitio que publica investigaciones y notas basadas en datos, con un fuerte foco en las cuestiones locales de la ciudad de Bahía Blanca. Solo local “rastrea diariamente en la Web información sobre Bahía Blanca, dentro y fuera de la ciudad, y sobre la base de los resultados obtenidos publica y/o difunde contenidos desconocidos y/o que no hayan tenido difusión previa, de interés social para la comunidad bahiense”, según ellos mismos lo definen
SuVersión	Organización con fines de lucro			SuVersión es un medio digital enfocado en los hechos del departamento de Casanare y de su capital, Yopal. Por ello, además de los contenidos habituales de un medio generalista, SuVersión tiene secciones especiales de energía y medio ambiente, temas vitales de esta zona del país. El medio trata de ser una alternativa de información totalmente enfocada en las cuestiones más sensibles y relevantes para el público del Casanare. Además de sus contenidos propios, SuVersión publica, desde la plataforma Issuu, algunas ediciones anteriores del periódico impreso El Nuevo Oriente, también editado en Yopal.
Tane Tanae	Organización con fines de lucro	1		El compromiso por contar lo que ocurre en el segundo estado menos poblado, 167.500 habitantes para 2011 y el séptimo más extenso (40.200 km²), no es lo único que los une. Todos pertenecen a la etnia indígena Warao. resuelven artículos, fotos y videos de cuatro fuentes: comunidad, sucesos, política y deportes. Si bien asegura Medina que han ampliado su cartera de clientes, aún los números no alcanzan para hacer periodismo de investigación. Reconoce que la hostilidad que puede desprenderse de allí, también los detiene. Además de pensar en ampliar la oferta informativa, tienen pendiente la contratación de alguien que interactúe con los usuarios en sus redes sociales, que por los momentos se actualizan automáticamente con cada publicación.
Tiempo Patagónico	-----	1	1	Tiempo Patagónico es un medio que cubre información sobre fenómenos naturales en el sur argentino, con datos sobre el clima, novedades de la ciencia y otras noticias relacionadas a la Patagonia. Fueron clave en la cobertura de fenómenos como la erupción del volcán Puyehue en 2010 o la tormenta de 2013 en Neuquén y Río Negro.

Timeline	Organización con fines de lucro	2		Timeline Antofagasta (fundado en 2013) se define como un medio regional de periodismo de investigación que busca generar un espacio de ciberconversación en internet, utilizando principalmente las redes sociales como fuente de estas conversaciones, proponiendo temas no abarcados por los medios ya existentes en la zona.
Trinchera Política y Cultural	Organización sin fines de lucro	1		Trinchera Política y Cultural es una publicación digital semanal que se edita desde Chilpancingo, Guerrero, en México. Se fundó en 2013. Cubre temas policiales, de violencia y narcotráfico, así como movimientos sociales y afectaciones ambientales en el estado de Guerrero.
Tucumán Zeta	-----	3		En sus páginas, el lector encontrará una apuesta fuerte a la crónica, género en boga en América Latina, con una marcada impronta local”, así se describe el sitio Tucumán Zeta, donde se publican crónicas y fotoreportajes centradas en la provincia de Tucumán, en el norte argentino
Tulcán Online	Organización sin fines de lucro	3		Es un portal dedicado a difundir información de la provincia de Carchi, al norte del Ecuador. Desde su historia, sus costumbres y tradiciones hasta eventos relacionados con la cultura y el deporte. También difunde información útil para los ciudadanos como guías telefónicas de instituciones educativas, datos turísticos sobre diferentes destinos dentro de los cantones, libros en PDF que se pueden descargar e incluso la historia de los símbolos patrios. A través del portal, sus fundadores pretenden mostrar el desarrollo de la provincia.
Twitteros Cali	Organización con fines de lucro	1	1	Twitteros Cali es un medio digital y de periodismo ciudadano que ofrece información inmediata a través de Twitter como primer paso, y le da profundidad en su sitio Web. Con sus conocimientos en radio y televisión, Rengifo buscó una alternativa para ofrecer información constante sobre la actualidad de Cali con la colaboración de su comunidad. Este formato le permitió a Twitteros Cali ser nominado en la categoría de redes sociales en los Premios de Internet 2016 (Madrid, España), en los que se reconoció la labor que ha venido realizando y la forma como articula el periodismo con las plataformas digitales. El éxito de Twitteros Cali trajo consigo ataques, uno de ellos dejó al equipo sin acceso al sitio web. Desde entonces la página dejó de funcionar y el trabajo de Twitteros Cali se enfocó en la plataforma que los hizo famosos, Twitter. Desde allí siguen informando a toda la comunidad caleña.
Valdivia Capital	Organización con fines de lucro	3	1	Valdivia Capital es un portal de noticias Online de la Región de Los Ríos. Según su sitio web nació con el objetivo de aportar una visión distinta de la realidad política, social, cultural y educativa de la Región. Este portal se ha convertido en una herramienta de comunicación e información de un grupo considerable de lectores que a su vez se ha consolidado como un canal de difusión de distintas actividades de interés regional y nacional. aldivia Capital conforma su agenda periodística a partir del seguimiento de grandes temáticas: Noticias Regionales, Turismo, Deporte, Policial, Política, Arte, Cultura y Movimientos Sociales.
Valpovisual.cl	Organización sin fines de lucro			Se definen como una revista regional sin fines de lucro. Según su sitio web su misión principal es difundir el quehacer audiovisual de la región de Valparaíso y generar contenidos que, además de promover su desarrollo, permitan aportar al debate en torno a éste. En su sitio web se pueden encontrar noticias, entrevistas, columnas de opinión, comentarios de cine y películas on-line de forma legal y gratuita.
Vocero del Café	Organización con fines de lucro	1	1	Vocero del Café se denomina como un ‘periódico virtual’ del Eje Cafetero que ofrece información general local, nacional e internacional. Opinión, salud, política, deporte, cultura, historia, arte, medio ambiente, educación y recreación son algunos de sus ejes temáticos.
Vokaribe.net	Organización sin fines de lucro	2		Medio digital que pertenece a la red de medios comunitarios Vokaribe, nacida con la emisora Vokaribe Radio en 1993 y con presencia digital desde 2010. Se trata de un proyecto radiofónico y digital que promueve los procesos sociales, culturales y políticos locales de 70 barrios del suroccidente de Barranquilla (Atlántico) –una población de más de 500.000 habitantes–, mediante la generación de una cultura de la comunicación participativa, reflexiva, constructiva desde el escenario local, con contenidos creativos y críticos inspirados en la riqueza cultural del Caribe. Por su carácter social, cultural y comunitario, Vokaribe cuenta con el apoyo de organizaciones internacionales y entidades nacionales como Biblioteca Popular La Paz BIBLOPAZ, Deutsche Welle Akademie, Fundación Cultural Cazauroras, Fundación Intermundos, Ministerio de Cultura de Colombia y la Asociación Mundial por la Comunicación Cristiana (WACC).

Yo Ciudadano	Organización sin fines de lucro	4		<p>Nace como reacción a la falta de medios de comunicación alternativos en Ciudad Juárez que ofrecieran cobertura informativa relacionada con temas de derechos humanos, corrupción, sociedad civil, rendición de cuentas, contraloría ciudadana, y temas afines; pero también como respuesta a la cerrazón de los medios tradicionales, por presiones gubernamentales, a difundir los resultados del trabajo realizado desde las organizaciones de la sociedad civil, en particular de la Asociación Civil, Plan Estratégico de Juárez.. Pero si bien el espacio de noticias forma parte de la AC, no se limita a publicar el resultado de sus investigaciones sino que han tomado una agenda informativa de impacto social y ciudadano, utilizando las herramientas de la investigación periodística, la transparencia y el fact check. Y aseguran que para realizar su trabajo periodístico no reciben recursos gubernamentales, ni siquiera de manera indirecta, y que el sostenimiento del espacio se hace a través de la AC Plan Estratégico de Juárez. Ciudad Juárez, Chihuahua, es una ciudad fronteriza de México con los Estados Unidos de mucho dinamismo industrial, pero que también ha sido muy golpeada por la violencia, el crimen organizado y el narcotráfico.</p>
--------------	---------------------------------	---	--	--

TABLA 2. Elaboración propia en base a los contenidos de SembraMedia)

Nombre	SOCI AL	CULT URAL	COMU NIDA D	ECOL OGIS MO	INDÍG ENAS	ciudad anía	BIEN ESTA R	EMPR ENDI	SALU D	MÚSI CA	ECON OMÍA	TURIS MO	MEDIOA MBIENT E	POBR EZA	CON LUCR O	SIN LUCR O	NO APRE CE
Agencia ecologista de información Tegantai	1			1		1							1			1	
Agenda CIX	1	1	1				1						1				1
Agenda Samaria		1								1				1	1		
Agrochic							1								1		
Arica al Día															1		
Arica Mía		1														1	
Artesanía Boricua		1												1	1		
Así es Cucuta											1	1			1		
Atacama Viva															1		
Avilared	1	1	1								1			1	1		
Bodega Blush				1												1	
Buena Onda		1								1				1	1		
Caliescribe		1				1									1	1	
Carchi al día		1												1	1		
Cartago Hoy															1		
Cero Latitud																	1
Chiapas Paralelo	1					1									1		
Cicloperiodismo																	1
Ciudad Oriental								1									1
Comunicación Continua															1		

Confluencia Digital																		1
Cotopalli Noticias																	1	
Diario El Vistazo																	1	
Diarios Comunes																	1	
EcoAmazónico	1	1						1		1	1			1	1			
Editorial Amazónico																	1	
El Faradio	1													1	1			
El Mirador Diario		1												1	1			
En Redacción										1							1	
Escenario Tlalcala	1																	1
Elprésate Morona Santiago	1																1	
Fotociclo	1	1																1
Go! Healthy PR							1		1								1	
Hecho en Cali	1																1	
Inforiente	1															1	1	
Informativo del Guaico							1										1	
Korrleja		1								1	1				1	1		
La Base		1								1								1
La Voz de Maipú			1													1	1	
Lacontradejaén	1															1	1	
Leticia Hoy	1	1										1	1	1	1			
Mercado Social	1	1																1
Métrica Digital																		1
Morada	1	1								1								1
Muyricotodo										1								1
Neuquén al instante																		1
Noticias de Villavicencio																	1	
Noticiero Móvil			1															1
Noticieros en línea											1						1	

Notifalcon	1		1											1	1		
NQN Magazine																1	
Página 3	1													1	1		
Periódico Portada	1														1		
Periodismo Ecuador																1	
Piccolo Mondo PR	1															1	
Pluma Digital	1	1															1
Pluma Volátil	1													1	1		
Portal Informativo IV															1		
Primera Noticia	1													1	1		
Proyecto Ambulante	1															1	
Pulsodiario.cl									1						1		
QUÉ Digital	1															1	
Queilén.cl																1	
Radio Abierta		1														1	
Radio Colmena		1												1	1		
Reporteros de Mérida	1		1											1	1		
Revista Enheduanna	1					1											1
Revista Zetta		1											1	1	1		
San Andrés Hoy	1										1			1	1		
San José Volando		1															1
Sello Negro			1													1	
Semanario del Norte															1		
SienteValpo		1	1			1											1
solo local	1		1													1	
SuVersión												1			1		
Tane Tanae	1		1	1	1									1	1		
Tiempo Patagónico																	1
Timeline	1													1	1		

Trinchera Política y Cultural	1	1														1	
Tucumán Zeta																	1
Tulcán Online		1														1	
Twitteros Cali	1		1										1	1			
Valdivia Capital	1	1									1		1	1			
Valpovisual.cl		1														1	
Vocero del Café								1				1		1			
Vokaribe.net	1	1														1	
Yo Ciudadano	1															1	
sumatorio	35	27	11	3	1	4	4	2	4	6	6	5	6	25	50	21	17