

28-Medios y Comunicación universitaria

Oportunidades y Desafíos del Periodismo Emprendedor en Paraguay

Silguero Eggenschwiler, Ingrid Araceli inarse23@gmail.com

Universidad Nacional de Asunción

Resumen

Dentro de la actual sociedad que migra hacia lo digital, surge la oportunidad de emprender dentro del periodismo. La fragilidad laboral a la que es expuesto el periodista de grandes conglomerados de medios de comunicación se evidencia en el incremento de despidos injustificados desde agosto del 2016 y las encuestas sobre denuncias de censura y autocensura. Ante la crisis por la que atraviesa el periodismo, nace la necesidad de promover verdadera ecuanimidad y libertad de prensa, alejada de los intereses políticos y empresariales, de manera que a través del incremento de la pluralidad, se garantice información que promueva el desarrollo. A través de las experiencias de periodistas emprendedores se determinaron oportunidades y desafíos para el periodismo emprendedor en Paraguay, un país donde la mayoría de los medios de comunicación con mayor impacto están concentrados en 3 grupos empresariales. La penetración de internet abrió caminos a nuevos terrenos de tierra fértil donde el emprendimiento colabore con el desarrollo de la sociedad, conociendo las oportunidades y por medio de la superación de desafíos. El periodista como agente transformador se renueva mediante las oportunidades que existen en la creciente sociedad globalizada que exige nuevas formas de comunicar e informar.

Palabras clave: Emprendedurismo, pluralidad, medios de comunicación, tecnología

Oportunidades y Desafíos del Periodismo Emprendedor en Paraguay

Silguero Eggenschwiler, Ingrid Araceli inarse23@gmail.com

Universidad Nacional de Asunción

Introducción

La profesión del periodista ha convivido desde sus inicios con la fragilidad laboral. Los despidos colectivos e injustificados se volvieron una tendencia creciente y constantemente se presenta la lucha entre la verdad y los intereses políticos y empresariales.

Trabajar en una empresa vuelve al periodista dependiente de los intereses comerciales y de posicionamiento. Estas empresas forman conglomerados de medios bajo una misma cabeza, limitando la pluralidad de opinión. De esta manera se instala el monopolio o concentración de medios de comunicación.

Periodismo independiente es entendido como aquel que no depende de intereses hegemónicos, sean estos de índole política o empresarial. Periodismo dependiente, por su parte, se denominará a aquel que responda líneas editoriales que concuerden con valores empresariales o políticos. El periodismo emprendedor es aquel que nace como independiente y ofrece información con criterios propios. A los medios independientes también se los conoce como alternativos, por oponerse a los denominados como “medios tradicionales”, que en este caso serán los conglomerados de medios.

El emprendedurismo (del inglés *entrepreneurship*) surge como alternativa para los periodistas, que con su creatividad y profesionalismo pueden renovar el periodismo actual. La migración digital, las nuevas tecnologías y el desarrollo de herramientas comunicativas promueven el periodismo emprendedor.

El espíritu emprendedor puede constituirse como una herramienta para hacer frente a los problemas como el monopolio, el parcialismo y la subjetividad de los medios de comunicación, aprovechando las oportunidades tecnológicas que existen para democratizar la información.

Por estos motivos se vuelve importante estudiar al emprendedurismo dentro del Paraguay desde las experiencias de periodistas, y de esta manera conocer los desafíos y las oportunidades que existen para emprender en esta profesión que tiene gran impacto en la sociedad y de esta manera lograr mayor ecuanimidad.

Objetivos

Reconocer los desafíos y las oportunidades del emprendimiento periodístico en el Paraguay.

Específicos

Detectar desafíos que obstaculizan el emprendimiento dentro del periodismo.

Difundir oportunidades que propicien un periodismo emprendedor.

Valorar la importancia del periodista como agente de transformación dentro de la sociedad.

Materiales y Métodos

Para la presente investigación se identificó a tres periodistas emprendedores, de manera a estudiarlos como tres casos. Los mismos fueron entrevistados a profundidad, para lo cual se utilizó una guía de preguntas. Se tomaron notas sobre las declaraciones de los entrevistados, las cuales se sometieron a un análisis posterior. El enfoque de la investigación es cualitativo, naturalista con un diseño emergente y narrativo de alcance exploratorio. Los periodistas entrevistados fueron:

- Joel Barrios, Director de Innova News
- Desireé Esquivel, Cofundadora de Ciencia del Sur
- Maxi Manzoni, Periodista enKultural y el Surtidor

Los periodistas dieron el permiso expreso correspondiente para participar de la investigación y ser citados en el presente artículo

Resultados y Discusión

Herramientas tecnológicas y el auge de internet

El periodismo atraviesa por una serie de cambios a consecuencia de varios factores; entre ellos la migración digital de la audiencia. Esto ya lo señalaban López Meri y Casero Ripollés: *“Internet y los medios sociales juegan un papel cada vez más relevante en la distribución y el consumo de noticias. El público, por un lado, elige informarse a través de medios y plataformas digitales. Las empresas mediáticas, por su lado, padecen las consecuencias de esta tendencia, castigadas con menos inversión publicitaria y drásticas reducciones de beneficios. Esta crisis del modelo de negocio se traduce en salarios más bajos y despidos”*.



Desireé Esquivel

Periodista, fotógrafa y cofundadora de Ciencia del Sur. Directiva del Foro de Periodistas del Paraguay y Embajadora de Sembrar Media en Paraguay. Escritora y Productora Audiovisual.





Maximiliano Manzoni

Bloguero, excolumnista en Ejemplar. Escritor de 3 libros publicados. Periodista emprendedor en Kurtural y el Surtidor.





Joel Barrios

Comunicador y estratega digital. Director de Innova News y periodista en SDías. Especializado en tecnología.



Según sondeos de SembrarMedia, existen 19 medios digitales o alternativos en el país, pero los periodistas emprendedores relatan que la cantidad real rondaría los 35 medios alternativos, dentro de los cuales el personal es de una media de 10 periodistas. Se esboza un nuevo paradigma dentro del periodismo con la disrupción tecnológica.

	TOTAL	13-17 años	18-25 años	26-35 años
Para buscar información	58,8%	76,5%	71,2%	69,5%
Para trabajar	43,4%	30,1%	47,0%	63,8%
Para procesar textos (Word, Excel, Libre Office, I-work)	35,9%	55,9%	40,9%	46,0%
Para jugar, ver videos y escuchar música	33,4%	59,6%	40,9%	32,4%
Para acceder a redes sociales	29,4%	36,8%	41,4%	32,9%
Para leer diarios	18,2%	9,6%	14,0%	29,1%
Nunca utilizó	22,6%	8,8%	15,8%	15,0%
Para otras actividades	1,4%	2,9%	1,4%	0,9%
NS/NR	7,6%	1,5%	3,3%	

latamclick

Universidad Nacional de Cuyo | Mendoza, Argentina 17, 18 y 19 de octubre de 2018
El 90% de la población accede a internet en Paraguay según una encuesta

realizada por la Secretaría Nacional de Tecnologías de la Información y Comunicación, la Encuestadora First Análisis y Estudios, y LatamClick en el 2017. Maximiliano Manzoni, periodista de los medios alternativos Kurtural y Surtidor, declara que las TIC sin duda abrieron un abanico de posibilidades de alcance y formatos con los cuales contar mejores historias y llegar a más gente. Por su parte, Desireé Esquivel, cofundadora del Portal de Periodismo Científico Ciencia del Sur y representante de SembraMedia en Paraguay, menciona que internet y las TIC colaboran en la visualización de oportunidades para emprendimientos innovadores. Internet en Paraguay tiene una penetración del 95,8% mediante un móvil, de una población de 13 a 45 años, según la misma encuesta.

	13-17 años	18-25 años	26-35 años	36-45 años	46-65 años
Accede	100,0%	95,3%	93,9%	85,8%	60,6%

Una de las primeras oportunidades identificadas a través de las experiencias de los periodistas emprendedores resultan ser las herramientas tecnológicas y el auge de internet. En esto se coincide con Vázquez Falquez en su tesis “Emprendedurismo en Ecuador” cuando menciona “*el internet vino para quedarse y el acceso a este recurso es cada vez más extenso*”.

Sobre el punto, Casero Ripollés y López Meri afirman que “*el entorno digital es también una oportunidad para contrarrestar esta inseguridad laboral, en dos sentidos. Por un lado, permite a los profesionales emprender proyectos periodísticos innovadores, alternativos a los medios convencionales. Por otro lado, otorga autonomía a los periodistas*”. Lo que conecta con uno de los mayores desafíos para el periodismo emprendedor: la centralización o el monopolio de medios de comunicación.

Centralización de Medios de Comunicación

Esta situación sitúa a los periodistas actuales en una encrucijada; ¿Para quién trabajamos? ¿Para quién hacemos periodismo de calidad? La respuesta desde la perspectiva del periodista se resume con que dentro del Paraguay son 3 los bloques hegemónicos que manejan los medios masivos de comunicación. El grupo Cartes, el Grupo Vierci y el Grupo Zuccolillo. Esto relacionado a la cuestión de impacto, demuestra que la población consume y vive alrededor de estos tres intereses, aunque reciban información de diferentes plataformas y soportes. Maximiliano Manzoni

Universidad Nacional de Cuyo | Mendoza | Argentina 17, 18 y 19 de octubre de 2018
menciona al respecto que "la centralización de medios no solo es mala para los periodistas como trabajadores, sino para la sociedad entera que se ve vedada de otras voces que expandan nuestro entendimiento de eso que llamamos realidad".

Al respecto, Desireé Esquivel explica su experiencia trabajando para Grupos de Medios de Comunicación:

En enero del 2016 me incorporo al GNC (Grupo Nación de Comunicaciones) para integrar el staff del área digital de la Radio 970 AM. En agosto de ese mismo año me desvinculan por supuesto "reajuste administrativo". Mi jefe, de ese momento, Enrique Vargas Peña, me cuenta que la directiva decidió sacarme del grupo, como también a otros compañeros, por mi clara posición contra el Gobierno de Horacio Cartes plasmadas en mis publicaciones de las redes sociales y blog personal. "Decidieron durante mis vacaciones. Hoy recién me enteré. Y tranquila, no fue por tu mal desempeño laboral", me dijo, lo recuerdo perfectamente. Durante un mes estuve sin laburo¹ fijo, solo haciendo fotografía en eventos empresariales y producciones audiovisuales temporales.

Los despidos injustificados se volvieron una problemática dentro del Periodismo en Paraguay. En el año 2017, se contabilizaron 46 denuncias de despidos injustificados de periodistas, según el Sindicato de Periodistas del Paraguay. La fragilidad laboral con la que conviven los periodistas es una dificultad a consecuencia de la centralización de medios de comunicación que se ciñen a valores empresariales en ocasiones contradictorios con los fundamentos del periodismo.

Desireé comenta que trabajar para grandes medios de comunicación te da la posibilidad de lograr un gran impacto, pero que también se debe estar alineado/a con el medio.

La creación de medios por parte de periodistas deriva, en muchas ocasiones, de la situación del mercado laboral, sobre todo, por el incremento de los despidos o las malas condiciones laborales. Un periodismo que aparece como respuesta a una complicada situación laboral. Gran parte de la plantilla que conforma este tipo de periodismo tiene que ver con profesionales veteranos de la profesión o por jóvenes periodistas que no encuentran una estabilización en los medios tradicionales (Berganza, Arcila Calderón y Herrero Jiménez, 2015).

Otra oportunidad, la autonomía

¹ Coloquialismo utilizado para referirse al trabajo u ocupación

Universidad Nacional de Cuyo | Mendoza | Argentina 17, 18 y 19 de octubre de 2018
Durante el año 2017, 46 periodistas denunciaron ser despedidos de manera

injustificada por sus respectivos conglomerados de medios de comunicación. Esta situación evidencia la fragilidad laboral a la que se ciñe el periodista en el Paraguay, el cual depende de valores que en ocasiones no concuerdan con la labor periodística.

Autonomía, definida por la RAE como “Facultad de la persona o entidad que puede obrar según su criterio, con independencia de la opinión o el deseo de otros”, brinda la noción de que un periodista autónomo es aquel que trabaja según sus criterios de ecuanimidad. Sobre el punto, Paniagua Rojano, Gómez Aguilar, y González Cortés afirman que *“la ciudadanía demanda más información plural e independiente que nunca.”*

La crisis ha provocado graves repercusiones en la profesión periodística: aumento del paro, precariedad laboral, mala retribución del trabajo periodístico y también falta de independencia tanto económica como política en los medios. (García García, M. 2015)

La autonomía permite contrarrestar la censura y la autocensura. Un sondeo realizado por el Sindicato de Periodistas del Paraguay reveló que 64,2 % de los periodistas decidió no publicar sobre un tema por razones políticas o empresariales. Además, por línea editorial el 46,3 % declaró que tuvo que suavizar una publicación. Mientras tanto, el 61 % afirmó haber sido censurado.

Los entrevistados afirmaron que debido a sus emprendimientos que los desprenden de los intereses de grandes medios, pueden manejar sus publicaciones con otro enfoque, más libre y en concordancia con lo que la ciudadanía busca.

La rigurosa y plena libertad de hacer publicaciones de interés colectivo. Decidimos emprender un portal de ciencia, a sabiendas de que “muchos no leen sobre ciencia”, porque vemos que es necesario existencia de un medio especializado y dedicado a hacer este tipo de periodismo. (Desireé Esquivel)

Sobre todo, es destacable que la no dependencia de conglomerados de medios permite manejar estándares de ética no sesgados a intereses políticos o netamente económicos.

El principal criterio que nos mueve es no solo producir periodismo de calidad sino ofrecer información en formatos adecuados para llegar a una juventud a la cual la sociedad hoy solo le ofrece consumo o represión, propiciando una visión más completa de lo que sucede en el país y nos afecta día a día (Maximiliano Manzoni)

Universidad Nacional de Cuyo | Mendoza | Argentina 17, 18 y 19 de octubre de 2018
La noticia se convierte en un instrumento de transformación social y no sólo mercancía de medios de comunicación.

En el periodismo es mucho mayor la responsabilidad porque respondés directamente a la gente y lo único que tenés es tu credibilidad para marcar la diferencia. (Joel Barrios)

Asimismo, los entrevistados declararon una mayor autonomía para decidir sobre los caminos de su formación profesional. Maximiliano Manzoni explicó que trabajar en medios independientes le permitió ser becado a Brasil.

Cruzando fronteras: proyección internacional

Los periodistas consultados coincidieron de manera relevante que una de las oportunidades dentro del periodismo emprendedor es la proyección internacional, la posibilidad de crear enlaces en medios extranjeros o de incluso crear impactos en ellos, salir al exterior a trabajar y crecer a nivel profesional.

Desireé Esquivel comentó que: *“El ser independiente te permite aceptar trabajos con los que podés llevar adelante. Por ejemplo, durante un año fui corresponsal de la Radio de Sur de Caracas-Venezuela, también escribí para portal IELA de Florianópolis-Brasil sobre el ámbito socio-político de Paraguay. Además, me publicaron, y pagaron, mis fotos sobre la contaminación del Lago Ypacaraí en el diario El País de España”.*

Kultural por su parte, medio alternativo del cual forma parte Maximiliano Manzoni, fue adjudicado con el premio de Amnistía Internacional Paraguay 2016, y El Surtidor, presentó su trabajo en Austin – Texas; otro medio alternativo es Oviedo Press que hace investigación periodística en Coronel Oviedo.

Joel Barrios asegura que gracias a su emprendimiento tiene contacto con medios y referentes de otros países como Uno (Argentina), Chumel Torres y el Pulso (México), Juan Manuel Lucero (Google LATAM), Guillermo Tomoyose (La Nación Argentina).

El periodista multifacético, pero especializado

Una cualidad necesaria para emprender es la capacidad de ser un “todólogo” pero a la vez especializado. El periodista emprendedor tiene el desafío de ser capaz de realizar todas las actividades que requiere para sacar un buen material: debe converger en fotógrafo, camarógrafo, editor, entrevistador, investigador, diseñador, diagramador, programador, agente de relaciones públicas y es más, conocer de administración para sostener el emprendimiento. *“Los periodistas también han notado este cambio. La digitalización ha provocado la exigencia de un periodista polivalente capaz de realizar*

Universidad Nacional de Cuyo | Mendoza | Argentina 17, 18 y 19 de octubre de 2018
diversas tareas en el menor tiempo posible. Las nuevas demandas a los trabajadores y la emergencia de nuevos perfiles profesionales afecta a la formación de futuros periodistas". (García García, M. 2015). Dentro de esta polivalencia surge la oportunidad de especializarse, encontrar un nicho donde exista una audiencia insatisfecha y anidar ahí.

"El periodismo independiente debe ofrecer calidad y un lenguaje acorde a nuestros lectores para ganarlos. Nosotros realizamos artículos periodísticos, muchas veces, más completos y con otras miradas", afirma Esquivel.

Cómo financiar un emprendimiento periodístico

La mayor duda para un emprendedor es la de cómo sostener su modelo de negocio incipiente. Al respecto, Desireé Esquivel relata que Ciencia del Sur se sustentó al principio mediante un modelo de negocio denominado financiamiento colectivo, conocido también como *crowdfunding*, que se trata de la unión masiva de inversores que financian con cantidades pequeñas los proyectos de alto potencial, pero esta inversión es de carácter arriesgado. Posteriormente conectaron con organizaciones científicas privadas. Pero la forma de sostener se basa en la realización de seminarios, talleres, charlas, conferencias. "Realizamos el I Seminario de Comunicación Científica Digital que duró aproximadamente tres meses, todos los sábados en la Unibe, gracias al apoyo de 11 instituciones", comentó Esquivel. Además cobran por la utilización de sus logos en eventos. No realizan publicidad clásica digital. Apuntan a hacer investigaciones de periodismo científico a través de becas de organizaciones del extranjero.

En el caso de Kurtural y Surtidor, estas forman parte de Memetic.media, una organización civil sin fines de lucro cuyos modos de financiación son: alianzas con organizaciones nacionales para trabajos en tópicos de interés mutuo, fondos destinados a financiar periodismo independiente y consultorías de comunicación.

Nuestro modelo de financiación nos permite estar libre de la influencia de los principales grupos de poder económicos del país y hablar de un montón de temas que de otro modo no podríamos. Pero al mismo tiempo es un desafío constante la sostenibilidad del proyecto apostando a diversificar nuestras fuentes de ingreso para que ninguna sea tan preponderante que nos marque agenda. La tendencia mundial de los medios alternativos exitosos es apoyarse cada vez más en sus lectores, y es allí donde nosotros también nos estamos dirigiendo. (Maximiliano Manzoni)

En el caso de Innova News, esta se sostiene por publicidad tradicional y marketing de contenidos para empresas.

Universidad Nacional de Cuyo | Mendoza | Argentina 17, 18 y 19 de octubre de 2018
En el nuevo mundo del periodismo digital, los marketers y los periodistas

comparten algunas metas. Ambos quieren ofrecer un producto diferente, impactante, relevante. Ambos quieren atraer a un usuario leal que pasa mucho tiempo en el sitio y se convierte en un abogado por el sitio. Ambos quieren ganar una vida de su trabajo. Ambos quieren producir algo que tiene prestigio en la comunidad. Para los marketers, un producto de prestigio e integridad es más fácil de vender y de cobrar una prima por ello. Para los periodistas, el periodismo de calidad es su razón de ser. (Manfredi Sánchez, J. L. (Coordinador) 2015)

Los 3 emprendimientos forman parte de SembraMedia, una organización no gubernamental que conecta emprendimientos digitales en español. Esta organización brinda soporte a los emprendimientos y colabora en su crecimiento, además de contar con una escuela online para formar periodistas digitales, fundadores de medios y emprendedores.



Conclusiones

La Sociedad de la Información actual replantea la forma de hacer periodismo desde las experiencias que se recogen. El paradigma de hoy ofrece oportunidades de emprender para hacer frente a las dificultades con las que el periodismo ha convivido por mucho tiempo. La censura, la centralización de medios de comunicación, los despidos colectivos e injustificados y otros aspectos de la precarización laboral son obstáculos que pueden superarse de manera paulatina con el fomento del emprendedurismo.

En consecuencia se torna interesante considerar al emprendimiento dentro de la profesión periodística como una alternativa de trabajo con proyección internacional, que posibilita la expansión de los límites con los que se encuentra un periodista de medio nacional.

Además, las TIC e Internet se vuelven terreno fértil para el nacimiento de emprendimientos innovadores, con enfoques nuevos y especializados, dirigidos a audiencias dinámicas. Lo único que se requiere es innovación y creatividad (Casero-Ripollés 2016)

Gracias a las experiencias recabadas y al posterior análisis se puede comprender cómo el periodismo independiente ofrece un abanico mayor de oportunidades y la consecuente autonomía para avanzar en la formación personal y profesional, que permite a su vez información con un tratamiento de enfoque social, evitando así el sesgo político y empresarial.

Dentro de un paradigma que exige un periodista multifacético surge la posibilidad de encontrar audiencias insatisfechas para especializarse. Saber hacia dónde migra el público es otra clave a tener en cuenta a la hora de emprender.

Reconocer la importancia de los periodistas como agentes de transformación social colaborará en la subsecuente promoción del desarrollo hacia un periodismo más justo y ecuánime.

Bibliografía

- Aceituno-Aceituno, Pedro; Bousoño-Calzón, Carlos; Escudero-Garzás, José-Joaquín; Herrera-Gálvez, Francisco-José (2014). "Formación en emprendimiento para periodistas". El profesional de la información, julio-agosto, v. 23, n. 4, pp. 409-414. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.jul.09>
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail*. Nueva York: Hyperion. Recuperado de http://dl.motamem.org/long_tail_chris_anderson_motamem_org.pdf

- Universidad Nacional de Cuyo | Mendoza | Argentina 17, 18 y 19 de octubre de 2018
- Berganza, Rosa; Arcila-Calderon, Carlos; Herrero-Jiménez, Beatriz (2016). "Digital vs. Traditional media journalists: sociodemographic characteristics, and external and internal threats to autonomy". *El profesional de la Información*, v. 25, n. 2, pp. 179-187. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.04>
 - García García, M. (2015) El auge del periodismo emprendedor en el ámbito cultural. (Trabajo final de Grado, Universidad Jaume I) Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/162131>
 - Jiménez Sáez, F.; Arroyo Vázquez, M. (2009). "El Fomento del Emprendedurismo Universitario a través de un modelo integrador". España. Recuperado de http://digital.csic.es/bitstream/10261/20580/1/AC265_1_E--archivos-185.pdf
 - López-Meri, A. y Casero-Ripollés, A. (2017). Las estrategias de los periodistas para la construcción de marca personal en Twitter: posicionamiento, curación de contenidos, personalización y especialización. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 8(1), 59-73. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.5>
 - Manfredi Sánchez, Juan Luis (Coordinador) (2015): *Innovación y Periodismo: emprender en la Universidad*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 76. La Laguna (Tenerife): Latina.
 - Melián Navarro, A.; Campos Climent, V. (2010). "Emprendedurismo y Economía Social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis". *Revista de Estudios Cooperativos de España*, pp. 43-67.
 - NARVÁEZ, Milton José. "Dimensiones del emprendedurismo desde una visión universitaria". *Ing-novación*. Revista semestral de Ingeniería e Innovación de la Facultad de Ingeniería, Universidad Don Bosco. Junio – Noviembre de 2012, Año 2, No. 4. pp. 1-7. ISSN 2221-1136.
 - Paniagua Rojano, F. J.; Gómez Aguilar, M.; González Cortés, M. E. (2014): "Incentivar el emprendimiento periodístico desde la Universidad". *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 548 a 570. http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1024_UMA/27es.html
 - Vázquez Falquez, J. (2013) *Periodismo Emprendedor en Ecuador. El caso de "El Emprendedor"*. (Tesis de Grado, Universidad Casa Grande) Recuperado de http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/126/1/Tesis612VA_Zp.pdf