RED DE PROFES
DE PERIODISMO EMPRENDEDOR

PUNTO DE PARTIDA II

Informe sobre la enseñanza del periodismo emprendedor en las universidades de Latinoamérica y España.

SEMBRAMEDIA

unesco

Índice

Agradecimientos **3**
Resumen ejecutivo **4**
Introducción **9**
Anatomía del profesor **11**
Periodismo emprendedor en las aulas **23**
Radiografía curricular en universidades **33**
Recomendaciones **36**
Sobre el estudio **39**
Metodología 39
Quiénes somos 42
Referencias 43
Créditos **44**
SembraMedia 44

Agradecimientos

Con el apoyo de UNESCO, presentamos **Punto de Partida II,** un informe cuantitativo que muestra la evolución del periodismo emprendedor en las aulas y la necesidad de formar a periodistas digitales para que enfrenten retos como la transformación digital, la sustentabilidad, la desinformación y los ataques a la libertad de expresión.

En 2018, publicamos nuestro primer informe cualitativo Punto de Partida I para conocer la formación y experiencia de profesores que dictan cursos de periodismo emprendedor, los contenidos de sus clases y el impacto de su trabajo en la industria, en colaboración con Google News Initiative.

A los cientos de profesores que contestaron el cuestionario, toda nuestra gratitud. Sus nombres y universidades aparecen en el mapa interactivo.

Más de 30 personas (investigación en campo, dirección y coordinación, edición, diseño, redacción, etc.) colaboraron en esta investigación y encontrarán sus nombres, fotos y biografías en la sección *Quiénes somos.*

Resumen ejecutivo

Las universidades y escuelas de periodismo son actores clave para la industria informativa, protagonistas en la defensa de la libertad de expresión y escenarios de base para la democracia. Este informe revela **el estado actual de la docencia vinculada al emprendedurismo periodístico,** a los retos y oportunidades que suceden en las aulas y a su impacto en el ecosistema de los medios nativos digitales.

En 2018, gracias al apoyo de Google News Initiative, publicamos el primer estudio sobre el estado de la enseñanza del periodismo emprendedor en las facultades universitarias de comunicación y las escuelas de periodismo en Latinoamérica y España. Diseñamos un estudio cualitativo y entrevistamos a 25 profesores miembros de la red de SembraMedia, les preguntamos sobre su formación docente y experiencia profesional, las características de los cursos que impartían en relación con emprendimientos informativos, las percepciones de sus estudiantes en la materia y el impacto que tenían las asignaturas en los estudiantes.

En aquel estudio, encontramos que las y los profesores que enseñaban periodismo emprendedor **en 2018 tenían en promedio 13 años de experiencia laboral en medios y 14 años en la docencia universitaria.**

Además, encontramos que:

- **El 60% ejercían como docente a tiempo completo** y el resto además estaba cumpliendo otros roles.
- **El 64% había tenido experiencia en emprendimientos periodísticos.**
- El 48% de los profesores consideraba que, a la hora de crear un medio propio, **la libertad económica y editorial para hacer periodismo era el factor que más podría incentivar a sus estudiantes.**
- **El 76% de los cursos de periodismo emprendedor eran obligatorios.** Sin embargo, encontraron complejo conectar la mentalidad económica con sus clases.

En poco tiempo, **el contexto en el que se construyó Punto de Partida I cambió drásticamente;** la pandemia del covid 19 impuso nuevas condiciones en muchos aspectos. Por ello, en SembraMedia ampliamos la oferta de nuestra escuela virtual, ofrecimos múltiples programas en diferentes países, capacitamos a profesores y alumnos con talleres y charlas en toda la región para adaptarnos a las condiciones mundiales y apoyar a los periodistas y medios emprendedores.

En SembraMedia, **entendemos el periodismo emprendedor como un agente de cambio** que ralentiza la erosión de las democracias, combate las zonas de silencio e incuba la libertad de prensa desde las aulas. Después de atravesar la crisis sanitaria, económica y social, y en medio de múltiples y renovadas amenazas a la libertad de expresión, consideramos fundamental **actualizar el estado de nuestra investigación sobre cómo las y los profesores se están adaptando**, y dónde y cómo se está enseñando periodismo emprendedor en la región.

Gracias al apoyo de UNESCO, presentamos Punto de Partida II, un proyecto que articula un eslabón entre la industria periodística y la academia, a partir de la investigación de dos fuentes:

1. 101 profesores (38% Mujeres, 56% Hombres, 1% No binarix, 5% Prefirió no decir) de 16 países hispanoparlantes.
2. 157 universidades latinoamericanas y españolas.

Dentro de los **principales hallazgos de esta investigación en 2023,** encontramos:

- Entre el periodo 2017-2018 y 2021-2022, **los cursos sobre periodismo emprendedor aumentaron un 15%.**

- **Impacto de la enseñanza de periodismo emprendedor en la vida laboral de los estudiantes:** el 77% de los profesores señalan que tienen estudiantes que trabajan en medios nativos digitales y el 38% del total de sus estudiantes, lanzaron su propio medio.

- **Se redujo la cantidad de años de experiencia y disminuyó la cantidad de profesores exclusivamente dedicados a la docencia.** Los participantes tienen en promedio 10 años de experiencia docente y 48.5% son profesores de tiempo completo.

- **El 28% trabaja actualmente en un medio de comunicación o dirige uno propio.**

- **Más de la mitad de las y los profesores tiene otra ocupación.** El 16% es consultor, 15% trabaja en medios, 15% es investigador, y 8% es periodista independiente.

- Los profesores creen que **los mayores impulsores del periodismo emprendedor son los laboratorios de emprendimientos.**

- El dinamismo del ecosistema de medios digitales **se refleja en la cantidad de cambios de los planes de estudio.** Estos se intensificaron en 2018 (8 por año) y se mantienen hasta 2023 (9 por año).

- **La gran mayoría de las universidades que enseñan periodismo emprendedor lo hacen como una materia obligatoria.** El porcentaje de universidades que la enseñan en esta modalidad aumentó más de 6% respecto del estudio anterior, dato muy significativo ya que además se amplió la muestra cuatro veces.

- **Los principales temas que se imparten sobre emprendimientos periodísticos son:** modelo de negocio (51.5%), situación actual de la industria (45.5%), fuentes de financiamiento y monetización (39.6%).

- Si los cursos son de carácter obligatorio, **hay cuatro veces más probabilidades de que los estudiantes vean temáticas de periodismo emprendedor;** y tres veces más de ver metodologías relacionadas, respecto a los cursos opcionales.

- Los **principales retos que detectan los profesores para el periodismo emprendedor en las aulas son:** el seguimiento a los proyectos una vez concluida la materia y la orientación de la carrera hacia la comunicación.

- Al analizar las mallas curriculares de las universidades, el 82% la tiene disponible en su sitio web y **más de la mitad (56%) incluye materias vinculadas con emprendimientos o innovación.**

- **Más de la mitad de profesores (55%) conoce el diseño curricular desarrollado por SembraMedia.**

- México, Colombia y Argentina son **los países que incorporan más asignaturas** vinculadas con periodismo emprendedor.

En SembraMedia apoyamos la construcción de un futuro para los periodistas desde las aulas. Estamos convencidos de que desde allí se construyen las bases que garantizan la continuidad y la sustentabilidad de los emprendimientos periodísticos digitales.

Nuestra investigación es consistente con otros de nuestros estudios, como Punto de Inflexión, publicado en noviembre de 2021, donde se reflejan algunas de las tendencias de los medios nativos digitales independientes de Latinoamérica, entre otras regiones. Por ejemplo:

En Punto de Inflexión encontramos que entre 2016 y 2018 fueron los años en que se fundaron más organizaciones de medios en México y Argentina.

En Punto de Partida II se observa que fue 2017 el año donde se dispararon los cursos sobre periodismo emprendedor.

Este informe se encuadra a partir de una muestra no probabilística. La más reciente investigación en centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe, publicada por UNESCO en 2009, arrojó que en Latinoamérica existían 1,381 centros de enseñanza universitaria de habla hispana donde se forman comunicadores y periodistas. Si bien nuestro estudio representaría el 11.3% de ese total, los hallazgos abordan variables específicas actualizadas en una disciplina que está en contínua evolución y desarrollo.

Introducción

El escenario actual en el mundo ofrece pocas certezas. A nuestro vocabulario cotidiano se han incorporado con frecuencia palabras como *virus, guerra, crisis climática, polarización, inflación, populismo o desinformación*. Se trata de un escenario que plantea incertidumbre, pero que al mismo tiempo refuerza la importancia de investigar e informar y en el que sobresalen la vigencia y relevancia de un periodismo en reinvención.

Sin embargo, la estructura informativa cruje. Por un lado, tal y como lo señala la UNESCO, ser periodista se ha vuelto sinónimo de riesgo. Por otro lado, diversos organismos e instituciones coinciden en que **la libertad de expresión y de prensa, pilares de las democracias, están bajo constante amenaza.** María Ressa, ganadora del premio Nobel de la Paz en 2021, señaló que su emprendimiento buscó juntar periodismo y tecnología para mostrar la ausencia de una visión democrática para el siglo XXI.

La industria informativa también está en tensión por diversas fuerzas que tiran de ella: nuevos hábitos y comportamientos de las audiencias, acceso masivo a Internet, desinformación como negocio, transformación digital, plataformización de la información, aversión informativa, crisis en los modelos de negocio, etc.

Los retos están a la vista y cruzan todo el tejido democrático e informativo, desde los modelos de negocio y publicidad hasta el hilo más delgado que son los estudiantes de periodismo. **Punto de Partida II** es un termómetro para conocer el estado del periodismo emprendedor en las aulas de clase en Latinoamérica y España.

En SembraMedia estamos convencidos de que una forma de reducir esa presión y fortalecer el ecosistema informativo es **conectar y estimular la colaboración de emprendedores de medios digitales en el mundo.** A través de la cooperación y trabajo en conjunto podemos fortalecer no solo a los periodistas y a la industria, sino también a las universidades y escuelas de periodismo.

En los últimos años hemos trabajado en configurar una propuesta de diseño curricular en periodismo emprendedor **que anime e inspire a más universidades y profesores a desarrollar iniciativas periodísticas** sustentables, transparentes y conectadas con sus comunidades. Además, creamos una red con profesores que permite el intercambio y la colaboración. Actualmente cuenta con más de 300 docentes de toda la región.

Para esta investigación diseñamos un cuestionario para que las y los profesores respondieran sobre su experiencia, preparación académica, mallas curriculares, emprendimientos estudiantiles, etc. También hicimos una radiografía a las universidades para investigar los diferentes abordajes temáticos sobre emprendedurismo informativo en las facultades.

Nuestro objetivo es que con la currícula, la red y la investigación, podamos construir junto con los docentes el futuro del periodismo digital.

Anatomía del profesor

Perfil

La dispersión por países de los profesores participantes nos permitió tener un panorama de lo que sucede en Latinoamérica y España entre quienes imparten cursos de periodismo emprendedor. Es preciso señalar que **el 54% de las respuestas provienen de escuelas de periodismo y de facultades de comunicación que no se encuentran en ciudades capitales,** lo cual muestra mayor incidencia en circuitos menos cosmopolitas y ofrece un pronóstico saludable para el impulso del periodismo local.

La **edad promedio de los participantes en la investigación fue de 44 años;** la edad mínima fue 28 y la máxima 68. **La experiencia promedio en docencia es de 10 años** y el **48% comenzó a impartir cursos de periodismo emprendedor a partir de 2019.**

Años como docente	Porcentaje de profesores	Años impartiendo	Porcentaje de profesores
1 a 4	10%	1 a 4	48%
5 a 9	41%	5 a 9	41%
10 a 14	21%	10 a 14	9%
15 a 19	10%	15 y más	2%
20 años y más	19%		

La velocidad de la transformación digital y la evolución en la industria periodística obliga una constante actualización en términos de métricas, experiencia de usuario, diseño y modelos de negocio, que se renuevan constantemente. Los profesores no son ajenos a ello.

Además de los cursos cortos o seminarios en diversas actividades periodísticas, propios de la industria, nuestra investigación plantea que los profesores también se ven obligados a profesionalizar o investigar los conceptos que imparten en las aulas. Una de las variables que más llama la atención en el estudio es que **el 83.2% de todos los profesores cuenta con estudios de posgrado** (maestría 54.5% y doctorado 28.7%), y **en los 16 países participantes al menos un profesor tenía maestría o doctorado.**

"Cursé el doctorado hace bastantes años debido a mi interés en dedicarme a la carrera académica de la forma más completa posible, lo que incluye la posibilidad de diseñar y llevar a cabo proyectos de investigación, así como organizar y coordinar grupos de investigación y dirigir tesis doctorales".

Lluís Codina - España

"Empecé muy joven a dictar clases, cuando aún no había terminado la Licenciatura y, desde entonces, mis inquietudes y necesidades fueron modificándose en función de los cambios en la profesión, pero también de mis intereses. Luego de la carrera de grado estudié el profesorado, que me brindó herramientas didácticas y pedagógicas. Al poco tiempo comencé una especialización en planeamiento educativo".

India Molina - Argentina

Además de la formación académica, la profesionalización también destaca en la experiencia laboral:

33% ocupó un puesto directivo

50% fue editor

66% fue reportero

Particularmente en Chile y México, más de la mitad de los profesores formó parte del cuerpo directivo en la industria de medios.

Para redondear su perfil profesional, encontramos que **el 28% actualmente están vinculados con el ejercicio periodístico, el 13% dirige y el 15% trabaja en un medio.**

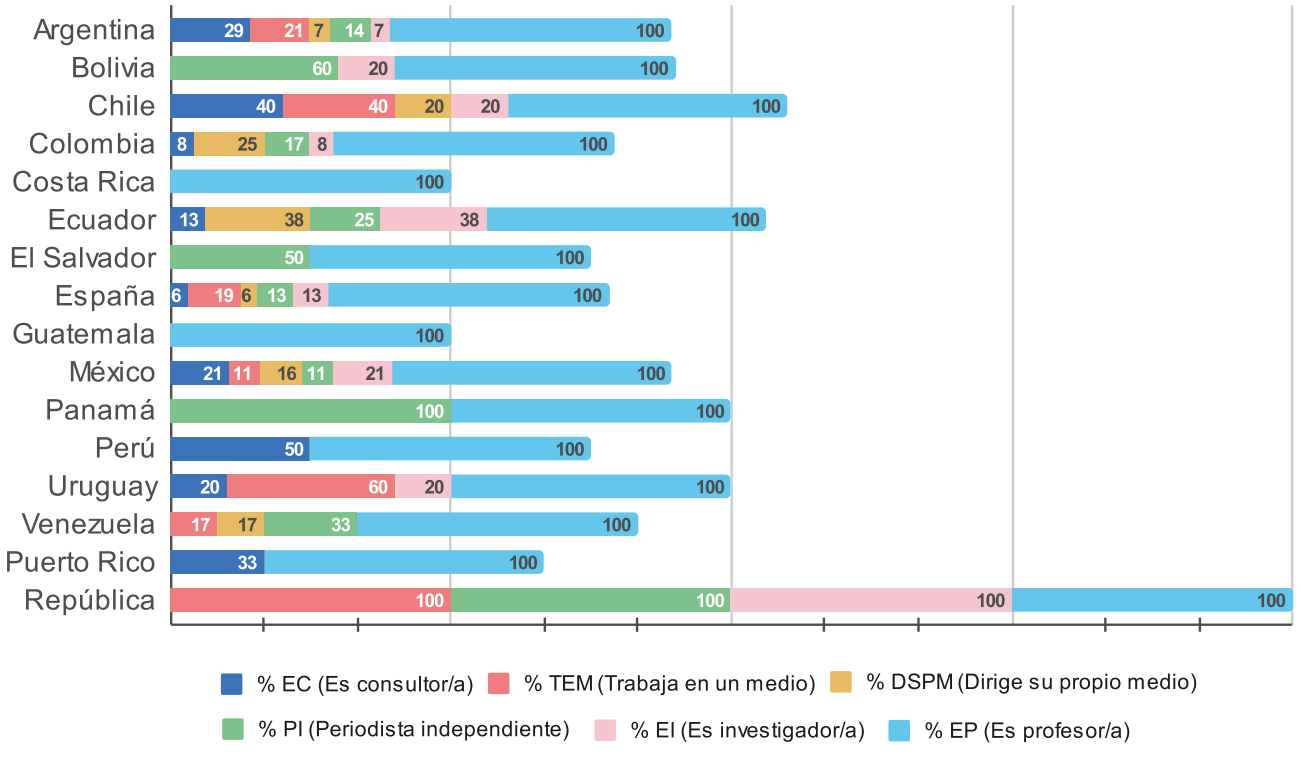
Al considerar la preparación, experiencia y situación actual, se observa un comportamiento dinámico y complementario de actividades entre los docentes involucrados en impartir cursos sobre emprendimientos periodísticos.

Otro punto ponderable es la ocupación múltiple de los profesores. **Más de la mitad (51%) manifestó tener un empleo adicional y el 20% respondió que realiza más de dos actividades.** Además, el 17% respondió que trabaja en dos universidades y el 3% en tres o más facultades.

Ocupación adicional	Porcentaje
Es consultor/a	16%
Trabaja en un medio	15%
Es investigador/a	15%
Dirige su propio medio	13%
Es periodista independiente	8%

*Respuesta múltiple

El fenómeno multiocupacional **se muestra con mayor intensidad en Chile, Panamá, Uruguay, Ecuador y República Dominicana** pues todos los participantes, además de ser profesores, tienen otra actividad.



Mujeres en la educación

En Punto de Partida I entrevistamos a 13 mujeres involucradas en la docencia del periodismo emprendedor. Esta vez, **39 mujeres expresaron su opinión y participaron del cuestionario.**

Nuestra investigación muestra que **el 25% de ellas tiene experiencia previa en la industria de medios en un puesto directivo.** Un estudio realizado por Wan Ifra, en 2021, destacó que la presencia de mujeres en las redacciones de los medios digitales era de alrededor del 58%, pero en los equipos directivos era del 49%.

En ellas, la antigüedad promedio como docente es de 11 años y destaca que **el 92% tiene estudios de posgrado** (70% maestría y 30% doctorado).

"Mi vocación por la enseñanza siempre ha estado como una de mis prioridades. Asumí que era necesario una sólida formación académica. En la universidad donde me formé, todos mis profesores contaban con el grado académico de doctor. Era como una especie de requisito para ingresar en la docencia universitaria. Eso influyó en mí para seguir con los estudios de doctorado".

Carolina Albornoz - Perú

"Tengo un emprendimiento llamado Negrita Come Coco que cuenta con sus plataformas en redes sociales y sirve para difundir la afrodescendencia y cultura popular en mi país, pero además conozco a otras mujeres que lideran medios digitales y otro tipo de propuestas por el estilo".

Indhira Suero - República Dominicana

Nuestros datos arrojan que, de las mujeres participantes, **10% dirige su propio medio.** Sin embargo, el estudio Punto de Inflexión (2021) encontró que en Latinoamérica casi el 38% de las personas fundadoras de medios nativos digitales eran mujeres.

La mitad de las profesoras desarrolla otra actividad. El 21% trabaja en un medio, 15% es periodista independiente, 13% es consultora y 8% es investigadora.

Ocupaciones de mujeres profesoras

21%
Trabaja en un medio

15%
Es periodista independiente

13%
Es consultora

10%
Dirige su medio

8%
Es investigadora

*Respuesta múltiple

"Pese a que las encuestas dicen que las mujeres llevamos significativamente más carga por trabajos de cuidado en comparación con los hombres, las mujeres emprenden más para tener mayor flexibilidad y conciliar trabajo con familia".

Fabiola Gutierrez - Bolivia

Ruta del emprendimiento

Una búsqueda en Google Scholar sobre “periodismo emprendedor” evidencia que es un campo disciplinar de reciente estudio con menos de 500 resultados, y cuyas primeras publicaciones aparecen al inicio de la década de 2010. En 2015, construimos una primera propuesta de diseño curricular en periodismo emprendedor de SembraMedia para acompañar en el camino a los interesados en desarrollar medios digitales. Entre otros temas, incluimos la exploración y revisión de diferentes modelos de sustentabilidad financiera, pues a lo largo de nuestras investigaciones aprendimos que **emprender no tiene una ruta única pero sí tiene paradas clave.**

También desarrollamos la Red de Profes de periodismo emprendedor que **agrupa a más de 300 profesores de 16 países** y que cuenta con el seguimiento de moderadores y coordinadores encargados de nutrir y fortalecer los lazos entre los docentes. La red participa en diversas actividades académicas y de capacitación con temas de vanguardia en la industria, así como en convocatorias y financiamientos.

“El diseño curricular propuesto por SembraMedia ha sido para mí una guía para la preparación de contenidos y actividades en mis clases, tanto en los primeros niveles de periodismo como en cursos avanzados en las distintas instituciones en las que enseño en Buenos Aires”.

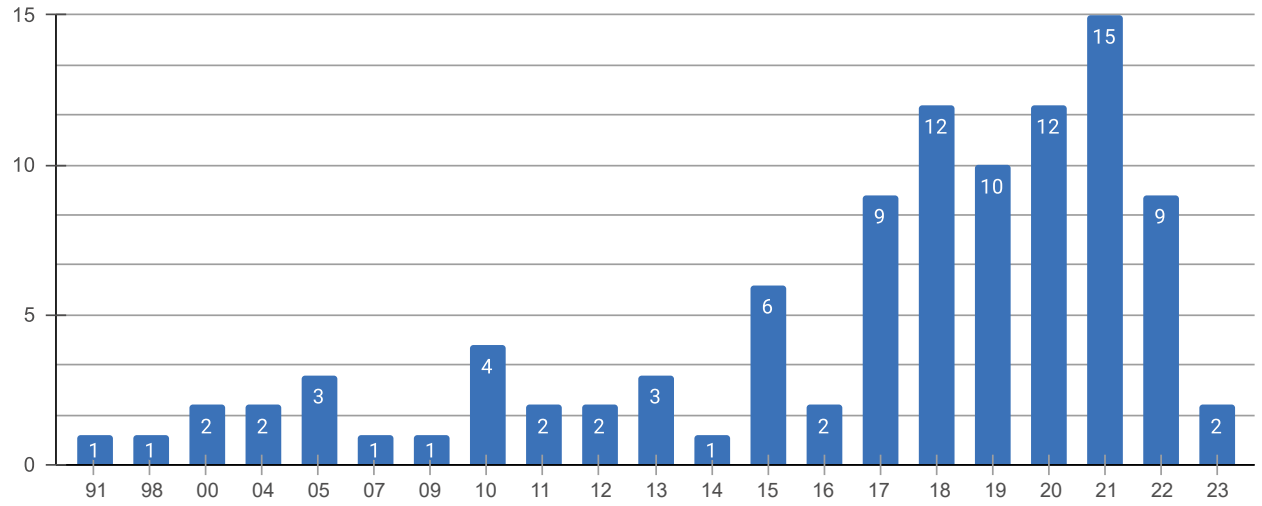
Nicolás Elabi - Argentina

“El estudio y aplicación de la currícula de la Red de Profes de SembraMedia fue de enorme ayuda para poder incluir temas de emprendimiento en varios cursos de periodismo, orientando a los estudiantes sobre el emprendimiento como alternativa de crear medios propios y ejercer la profesión desde otro ángulo”.

José Hernandez - Puerto Rico

Esta investigación refleja parte del esfuerzo realizado hasta hoy; **la cantidad de profesores que imparten cursos en Latinoamérica y España se incrementó,** tal y como se muestra en la presente gráfica:

Año en que comenzaron a impartir cursos sobre periodismo emprendedor



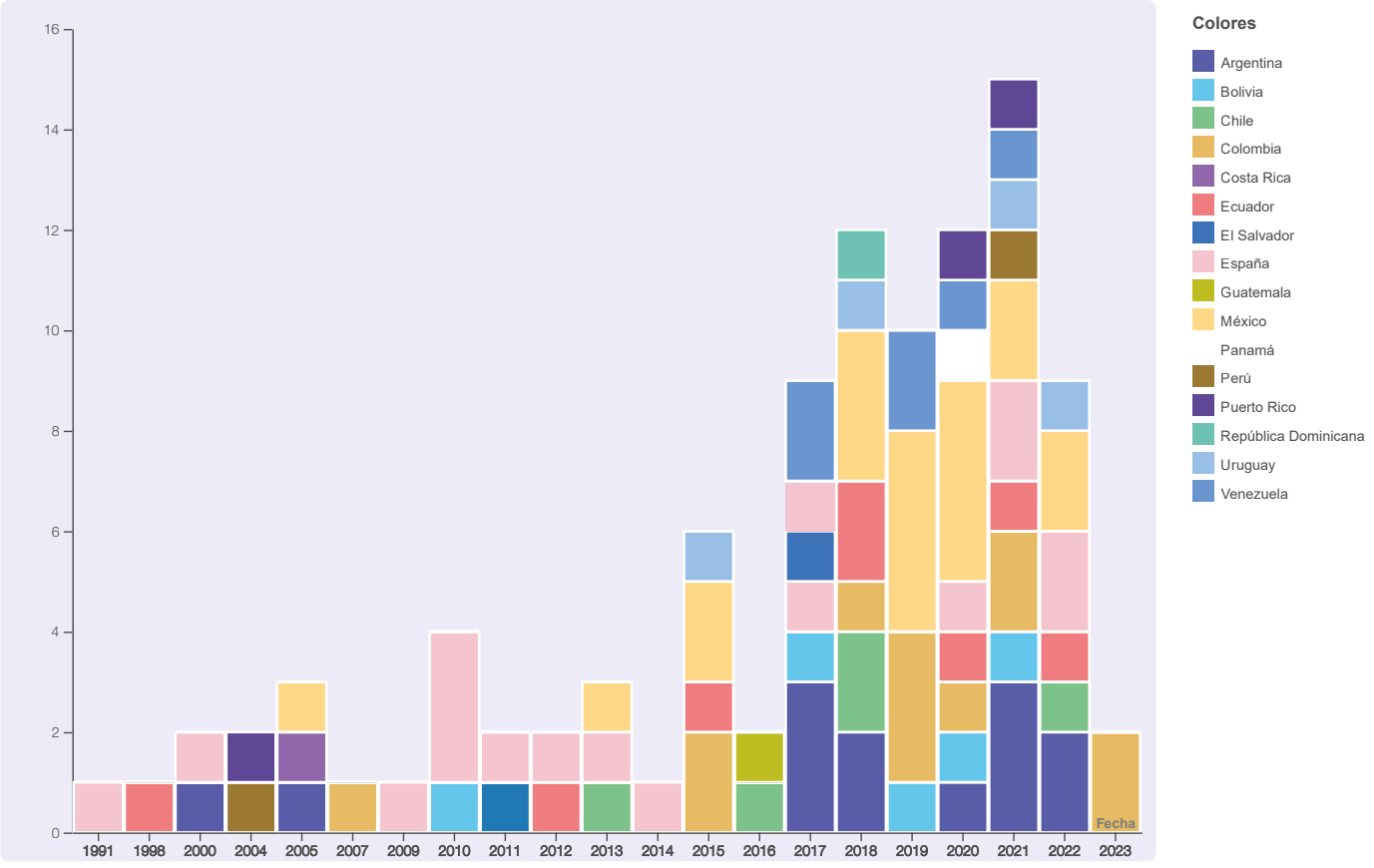
Nuestro análisis revela que, en promedio, la antigüedad de un profesor impartiendo periodismo emprendedor es de 10 años, y que países como **Argentina, Ecuador y España estuvieron a la vanguardia** y comenzaron a incorporar cursos sobre periodismo emprendedor en el siglo pasado.

70%

De los profesores empezaron a dictar cursos de periodismo emprendedor a partir de 2017.

En la década que comprende desde 2000 a 2010, se incorporaron en esta tendencia Perú, Puerto Rico, México, Costa Rica, Colombia y Bolivia. Entre 2011 y 2020, se sumó el resto de países: Chile, Uruguay, Venezuela, Guatemala, República Dominicana y Panamá. Otros como Argentina, Colombia, México y Ecuador, intensificaron su impartición.

Año en que los profesores comenzaron a impartir cursos sobre periodismo emprendedor por país

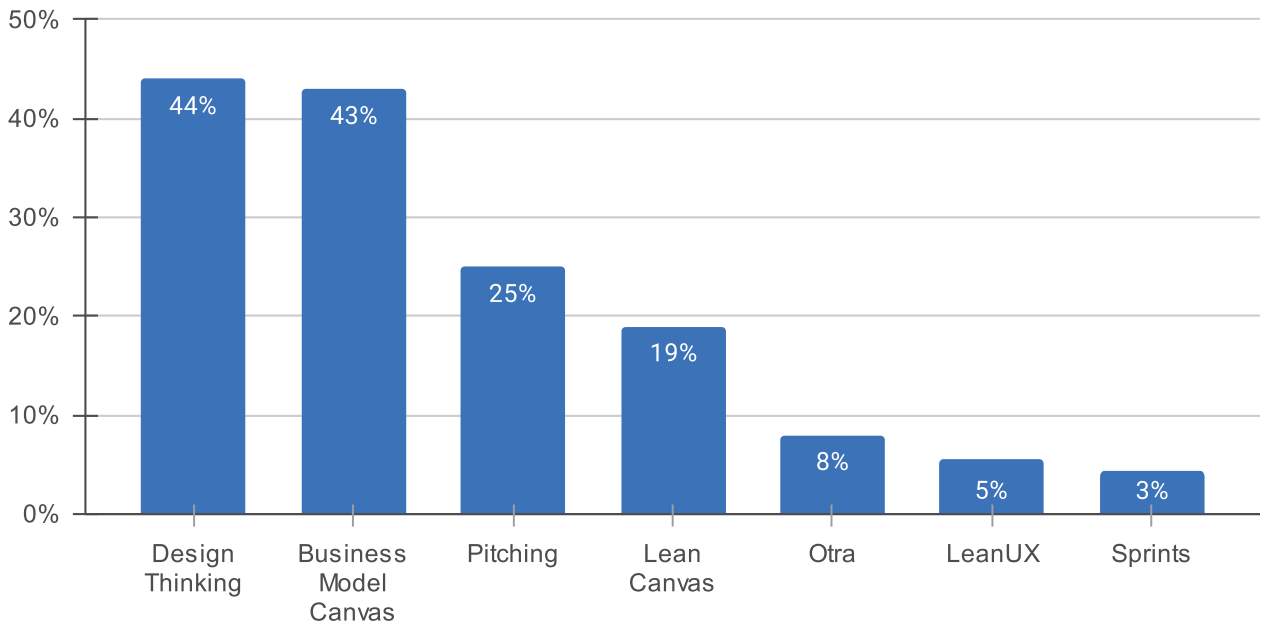


Es importante mencionar que **más de la mitad del grupo de profesores (55%) conoce y utiliza el diseño curricular de SembraMedia.** De manera general, nuestra propuesta de contenido para enseñar periodismo emprendedor comprende cinco apartados: comienza con la introducción y bases teóricas, continúa con la ideación, selección y evaluación de metodologías y modelos de negocio, y cierra con la promoción e impacto.

Para esta investigación profundizamos en dos temáticas: metodologías y temas que se imparten en las aulas.

Encontramos que **las principales metodologías enseñadas son: *Design Thinking, Business Model Canvas, Pitching, Lean Canvas, LeanUX y Sprints.*** Estas son conocidas como metodologías ágiles.

Principales metodologías enseñadas



*Respuesta múltiple

Sin embargo, **el 23% del total de profesores no enseña ninguna metodología ágil,** lo cual abre una brecha entre la información que imparten los docentes y sus estudiantes.

En 2018, cuando realizamos Punto de Partida I, **las metodologías más mencionadas también fueron *Design Thinking, Business Model Canvas y Pitching,*** lo que habla de su consolidación en las aulas. La primera está centrada en el proceso creativo y de innovación, la segunda en la construcción de un modelo de negocio y la tercera en la optimización de presentaciones cortas para vender ideas o proyectos.

Otros métodos que tuvieron menos menciones fueron el *Lean Canvas*, una versión más simple del *Business Model*, y dos metodologías ágiles más; una centrada en el proceso iterativo *(LeanUX)* y otra enfocada en lograr una parte del proyecto en un tiempo determinado *(Sprints).*

Profesores que inspiran y emprenden

La innovación y los emprendimientos están entrelazados. La innovación es la herramienta específica con la que se explota el cambio en un servicio, y en periodismo los nuevos medios digitales surgen a partir de aproximaciones, temáticas, formatos o audiencias innovadoras que los emprendedores observan.

En la investigación detectamos que en un primer paso, **el 76% de los profesores comienza con invitaciones a emprendedores en sus cursos para inspirar y compartir sus experiencias.** Los emprendedores, que dirigen sus propios medios, son el 13%, y de ellos dos de cada tres cuentan con un modelo de negocio.

Para conocer la estructura de los cursos, que duran máximo cinco meses, **indagamos sobre el carácter obligatorio u opcional de las materias** que abordan los temas de periodismo emprendedor y encontramos que en **el 81% de los casos es obligatorio, cinco puntos porcentuales más que en 2018.**

Encontramos que el **39% de los profesores mencionan que tienen estudiantes que se decidieron a emprender** y lanzaron un medio; **dos de cada tres siguen vigentes.**

Los datos muestran dos hallazgos interesantes:

1. Todos los profesores que arrancaron un medio tenían experiencia previa en la industria.

2. Los profesores que cuentan con estudios de posgrado (maestría o doctorado) tienen más emprendimientos periodísticos que aquellos que solo terminaron sus estudios de pregrado.

Las universidades, un semillero

Los participantes en el estudio representan el 85% de universidades en las que detectamos que se imparten cursos y/o temas sobre periodismo emprendedor. En su análisis se visibilizan tres tendencias:

1. Escasez de profesores

Aunque el 80% de los profesores trabaja en una universidad, **más de la mitad de ellos (56%) imparte más de dos clases con tópicos relacionados** con el periodismo emprendedor. Y para aquellos docentes que trabajan en más de dos universidades, el 16% imparte más de dos cursos en los que incorpora dichos contenidos. Esto refleja **alta demanda sobre los cursos de emprendedurismo informativo y a la vez una escasez de docentes especializados** en diferentes universidades.

"Al avanzar en esta tendencia creciente de emprendimiento periodístico, es imperativo que los futuros profesores se capaciten adecuadamente para poder compartir sus propias experiencias en el aula, y así proporcionar una perspectiva valiosa y realista a los jóvenes periodistas que están ansiosos por enfrentar los desafíos del campo profesional."

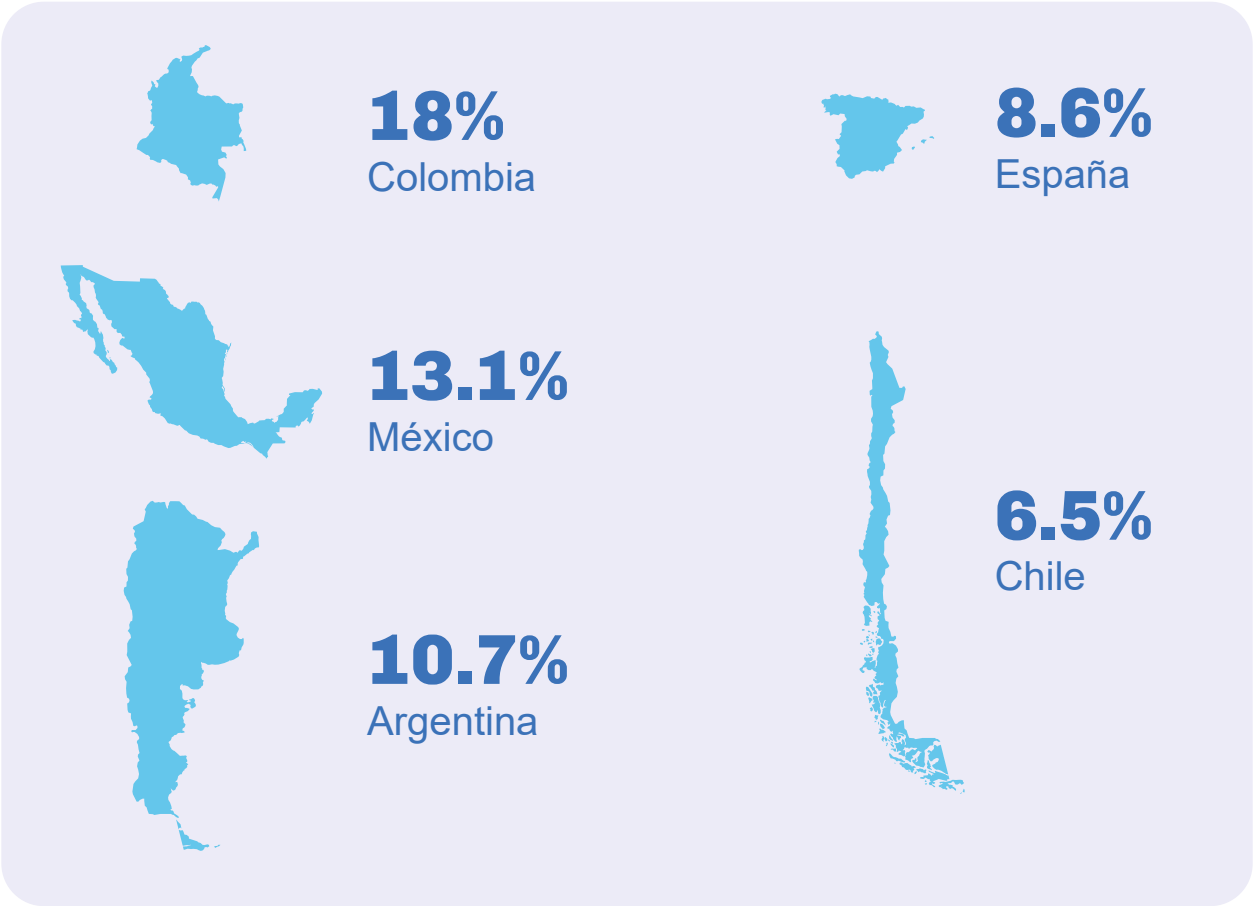
José Hernández - Puerto Rico

2. Liderazgo regional

Argentina, Ecuador y España fueron pioneros en incorporar material de periodismo emprendedor. Sin embargo, se observa un **liderazgo en cuanto a cantidad de cursos impartidos por México, España, Argentina y Colombia,** lo cual tiene una alta correlación con los medios digitales por país que tenemos en nuestro directorio latinoamericano de emprendimientos informativos.

La evidencia muestra que la adquisición de conocimientos en la universidad, aplicados en proyectos de periodismo y comunicación, incrementa la intención emprendedora de los estudiantes.

Países con mayor cantidad de emprendimientos informativos en nuestro Directorio



3. Oportunidad en las curriculas

Si los cursos son de carácter obligatorio, **hay cuatro veces más probabilidades de que los estudiantes vean temáticas de periodismo emprendedor;** y tres veces más de ver metodologías relacionadas, respecto a los cursos opcionales. Si bien la propuesta de una malla curricular debe estar en sintonía con el mercado laboral, **también es indispensable que los estudiantes incorporen transversalmente diversas competencias** que les permitan visualizar y construir oportunidades para su futuro a partir del emprendimiento.

Periodismo emprendedor en las aulas

La existencia de más de 1,000 medios digitales independientes de habla hispana en Latinoamérica, España, Canadá y Estados Unidos dan cuenta del vibrante ecosistema informativo y su impacto en la democracia. Su trabajo, además de noticioso, defiende los derechos humanos, construye una cultura de legalidad y lucha por la rendición de cuentas. Sin embargo, en un contexto inestable, **idear y poner en marcha un proyecto informativo, monetizarlo y hacerlo sustentable requiere no solo desarrollar y actualizar habilidades** y competencias internas.

La industria afronta restricciones de gasto, escasez publicitaria, evasión informativa, algoritmos, plataformas e inteligencia artificial. Por ello también **es necesario un acompañamiento que brinde evidencia, capacitación, consultoría y financiamiento** para ayudar a los emprendedores de medios a construir organizaciones más sustentables que garanticen el futuro del periodismo.

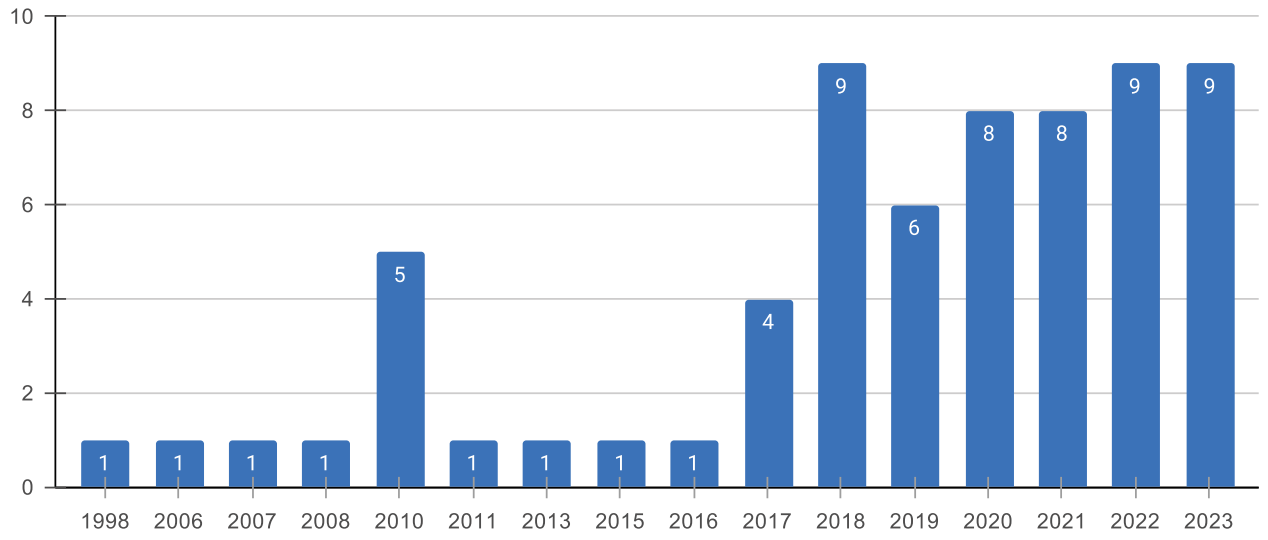
En SembraMedia creemos que **desde las aulas se sientan las bases para diseñar, prototipar y garantizar la sustentabilidad de los proyectos periodísticos** que abonan al florecimiento de la libertad de prensa y al fortalecimiento de la democracia. Pues son esas primeras interacciones con los profesores las que construyen la visión y la ética del periodista emprendedor que servirá a su comunidad y a sus audiencias.

Los estudiantes

Si bien nuestra investigación tiene como fuente a profesores, el estudiantado y sus proyectos son la causa para los esfuerzos del estudio. Nuestra investigación muestra que todos los años, más de 200 cursos abordan el periodismo emprendedor y forman alrededor de 4,500 estudiantes en 16 países. La repercusión y el impacto de los cursos se desdobla fuera de las aulas, **pues el 39% de los profesores mencionan que tienen estudiantes que se decidieron a emprender y lanzaron un medio; y dos de cada tres, siguen vigentes.**

Los alumnos también son receptivos frente a las materias que las universidades les proponen. Consideramos que el dinamismo de la industria, la transformación digital y la crisis sanitaria mundial derivaron en que la mitad de los cambios curriculares sucedieran a partir de 2020. Sin embargo, como se puede observar, los planes de estudio permanecieron estáticos durante los primeros 16 años del siglo XXI.

Cantidad de cambios curriculares por año



La **actualización curricular la lideran Argentina, Colombia, México,** países que también cuentan con la mayor cantidad de emprendimientos digitales, según nuestro directorio; seguidos por Ecuador, Uruguay y Venezuela.

Cantidad de cambios en la currícula desde 2020

País	Cambio	País	Cambio
Argentina	7	España	1
Colombia	7	Chile	1
México	5	Rep. Dominicana	1
Ecuador	3	Costa Rica	0
Uruguay	3	Guatemala	0
Venezuela	3	Panamá	0
Puerto Rico	2	Bolivia	0
El Salvador	1	Perú	0

Dentro de los temas que imparten los profesores en las universidades, encontramos que aquellos vinculados a **modelos de negocio, industria y monetización son los que predominan en las primeras posiciones con el 50% de menciones.** Es decir, los temas de sustentabilidad son aquellos que ocupan el tiempo de los profesores.

"El expertise que adquirí en emprendimiento y sostenibilidad como docente y representante de SembraMedia en mi país, marca bastante mi enseñanza e incide en los contenidos que imparto".

Indhira Suero - República Dominicana

Sin embargo, los temas relacionados con gestión de audiencias, comunidades y equipos solo los mencionan alrededor de uno de cada tres profesores. Los **temas relativos a la operación y contabilidad son los que menos menciones presentan.**

Principales temas que se imparten

46%
Situación actual de la industria

40%
Fuentes de financiamiento

37%
Propuesta de valor única

31%
Creación de sitio web

31%
Ideación de ideas de proyecto

29%
Comunicación con audiencia

26%
KPIs

26%
Conformación de equipos

26%
Picth

24%
TIC's para el periodismo

20%
Fortalecimiento

10%
Presupuesto y Cashflow

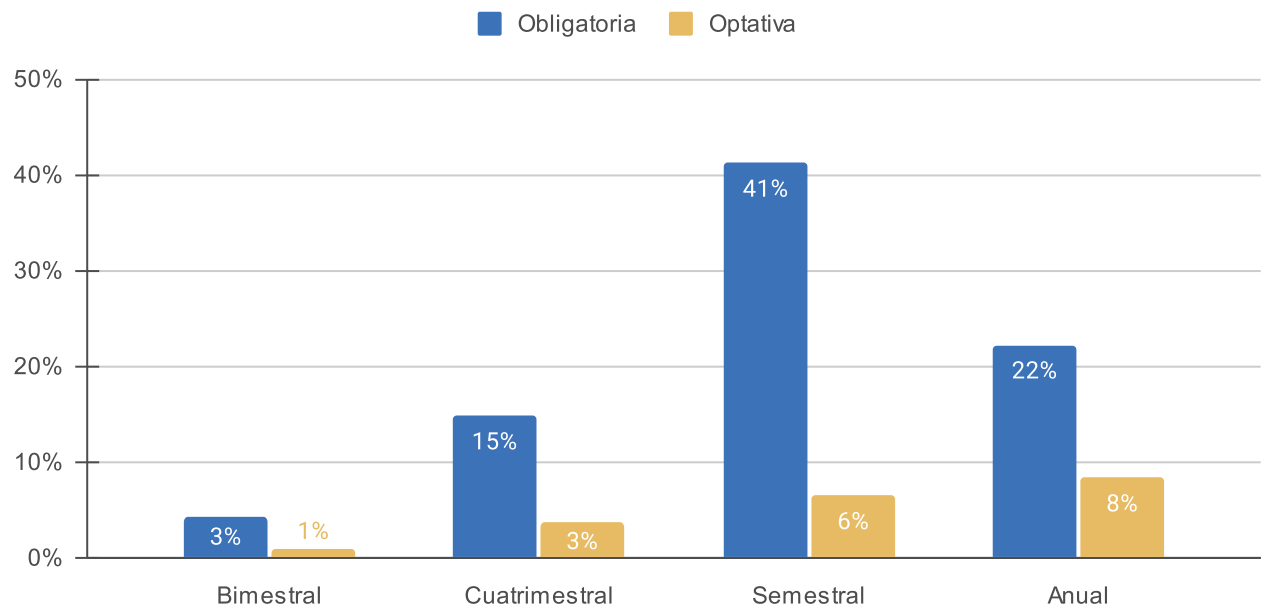
3%
Contabilidad

Tipo y modalidad de materias

En 2018, encontramos que el 76% de los cursos de periodismo emprendedor eran obligatorios, actualmente el 81% es requisito curricular, lo cual muestra consistencia en el tiempo.

El modo **semestral y de carácter obligatorio (40%) es la opción más señalada por los profesores.** Sin embargo, por la naturaleza de las metodologías y los temas, también llama la atención que las opciones anuales y cuatrimestrales sean las segundas mayores menciones.

Periodismo emprendedor por modalidad y frecuencia



Profesores que aprendieron y emprendieron

La edad promedio de los profesores que dirigen su propio medio es de 44 años y sus emprendimientos tienen alrededor de seis años de vida activos, en promedio. **Los emprendedores ocuparon puestos de reporteros (77%) y editores (62%) y solo el 30% de ellos tuvieron un puesto directivo.** Sin embargo, en su perfil destaca que más del 80% tiene estudios de posgrado.

"En Puerto Rico, las universidades con programas de periodismo han incorporado temas relacionados con el emprendimiento en sus planes de estudio, lo que es alentador. Sin embargo, es evidente que muchos de los docentes que imparten estos cursos carecen de la experiencia práctica en emprender medios de comunicación propios, lo que representa una oportunidad perdida para enriquecer el aprendizaje de los estudiantes."

José Hernandez - Puerto Rico

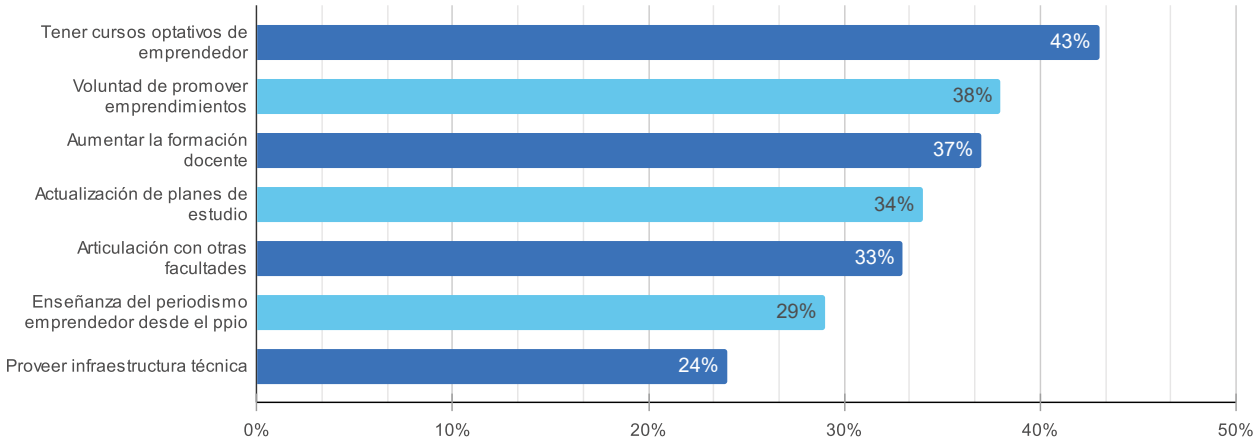
Retos y complejidades

La complejidad para impartir cursos cambió sustancialmente desde nuestra primera investigación. En 2018, los principales problemas que los profesores encontraron fueron: 1) aquellos atribuibles al estudiantado (no tenían una mentalidad empresarial, ni entendían la transformación de la industria periodística), y 2) los propios de los docentes (planificación de cursos y conocimientos actualizados).

En 2023, las cosas cambiaron. **El principal problema es el seguimiento a los proyectos una vez concluida la materia.** En un segundo orden está la orientación de la carrera hacia la comunicación. Y en tercer lugar, la incertidumbre sobre un futuro profesional que les permita vivir de sus proyectos, así como la preparación de los docentes, que coincide con el 2018.

Lo anterior nos deja con interrogantes e hipótesis para futuras investigaciones, pues si atendemos a que los cursos son de corte semestral y obligatorio, **podrían desarrollarse otras actividades que les den continuidad y seguimiento** a los proyectos de los estudiantes.

Retos en las universidades para impartir cursos de periodismo emprendedor



Destaca que tanto en los retos como en las complejidades aparece la formación y actualización docente. **El trinomio tecnología, dinámica informativa, crisis periodística implica una constante revisión** sobre hábitos y métricas de audiencias, datos recientes sobre la industria, competencias técnicas y modernización tecnológica, lo cual es sin duda un reto para los profesores.

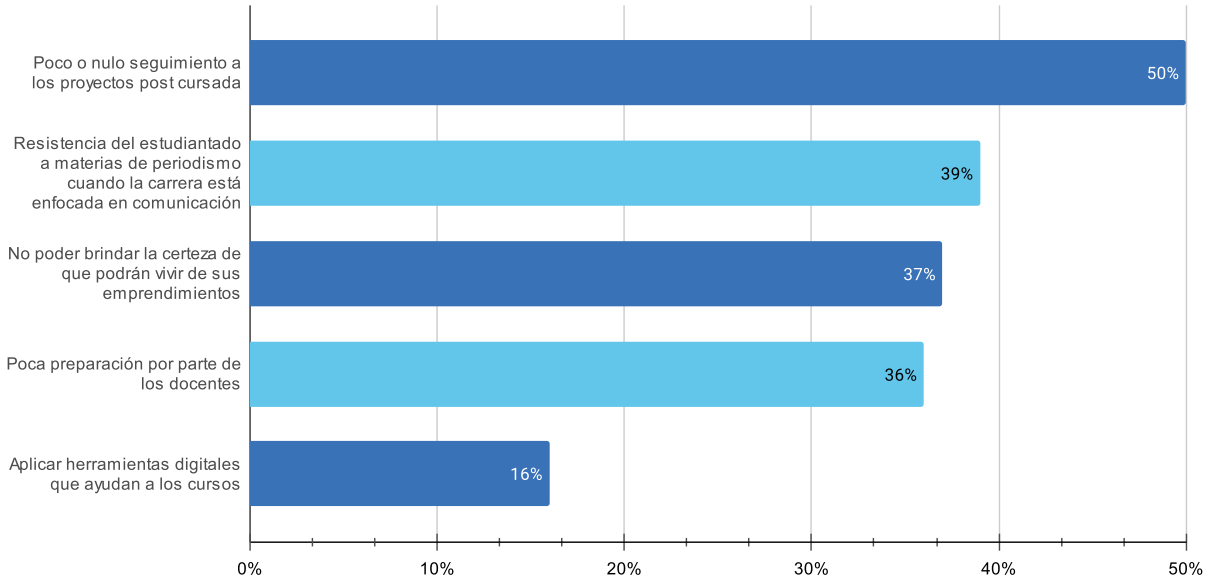
"Por lo general entramos en las formas de ganar dinero, las alternativas que se tienen para poder hacer sustentable a un proyecto, sobre la base de lo que se puede hacer en el contexto y las experiencias de otros emprendedores. No obstante, no se entra en el detalle y la especificidad de cómo hacerlo, por diferentes motivos, quizá el principal: el seguimiento y concreción del proyecto".

Rodolfo Huallpa - Bolivia

"Yo creo que en la medida en que la mayor parte de los modelos de negocio de los emprendimientos periodísticos actuales demuestran una escasa rentabilidad, y que los profesores tampoco hemos sido capacitados en modelos de negocio ni emprendimiento, no contamos con más bases que nuestras propias investigaciones y las de nuestros colegas para formar a los alumnos al respecto".

Elba Díaz - México

Complejidades en las universidades para impartir cursos de periodismo emprendedor



¿Qué anima o desanima a los estudiantes a emprender?

Pedimos a los profesores evaluar cuáles serían los factores que animan o animarían a los estudiantes a emprender en periodismo. Sobresale en las respuestas que **alrededor de dos de cada tres señalan la creación de laboratorios de emprendimientos** como una variable que impulsaría el emprendimiento, si bien estos espacios nacieron para escapar del vértigo cotidiano en diferentes redacciones y florecieron de manera profesional en los primeros años de la década de 2000. En la actualidad, **muchos de los laboratorios se han transformado para explorar narrativas interactivas y para el desarrollo de producto.** Por lo anterior, resulta paradójico que un espacio de experimentación continua pueda dar seguimiento y monitoreo a las iniciativas de los estudiantes.

"En materias como Periodismo Digital, Storytelling y Proyecto Creativo, varias de mis estudiantes elaboraron proyectos para newsletters, podcasts y sitios web, aunque no pasaron de las aula".

Indhira Suero - República Dominicana

Tanto la segunda como la tercera opción aluden a temas de financiamiento y sostenibilidad, respectivamente.

Aunque con menos frecuencia (30%), resaltan las opciones que apelan a la creación de vínculos con startups y redes con otros emprendedores.

Las respuestas sobre lo que anima o desanima a los estudiantes que encontramos ahora contrastan con los resultados de 2018, cuando el 48% de los profesores mencionó la posibilidad de crear un proyecto periodístico propio con libertad editorial e independencia económica y el 28% fue la posibilidad de crear alternativas a los medios establecidos.

Lo que anima a los estudiantes a emprender según los profesores

67% Crear laboratorios de emprendimientos

45% Casos de éxito enfocados en la sostenibilidad y diversificación de los ingresos

35% Vínculos de las universidades con startups/incubadoras

31% Innovación en plataformas y formatos para contar historias

46% Apoyo financiero por parte de las universidades

41% Conocer de primera mano a periodistas emprendedores

35% Redes con estudiantes emprendedores

29% Talleres y cursos continuos durante toda la carrera

Sobre qué desincentiva a los estudiantes frente al emprendimiento sobresale:

70%

la inquietud de no ganar dinero y poder subsistir

45%

la falta de recursos

39%

las condiciones de incertidumbre del periodismo actual

Esta última fue la opción más mencionada en Punto de Partida I, en 2018.

"En la Universidad Santiago de Cali la mayoría de los estudiantes financian su carrera con créditos y deben empezar a pagarla al terminar de cursar. Esto hace que muchos estudiantes, conscientes de su situación, consideran que la mejor manera de cerrar su ciclo formativo es lograr precisamente un empleo con un ingreso estable, que les permita cubrir sus necesidades de base y pagar la deuda de sus estudios".

Claudia Bedoya - Colombia

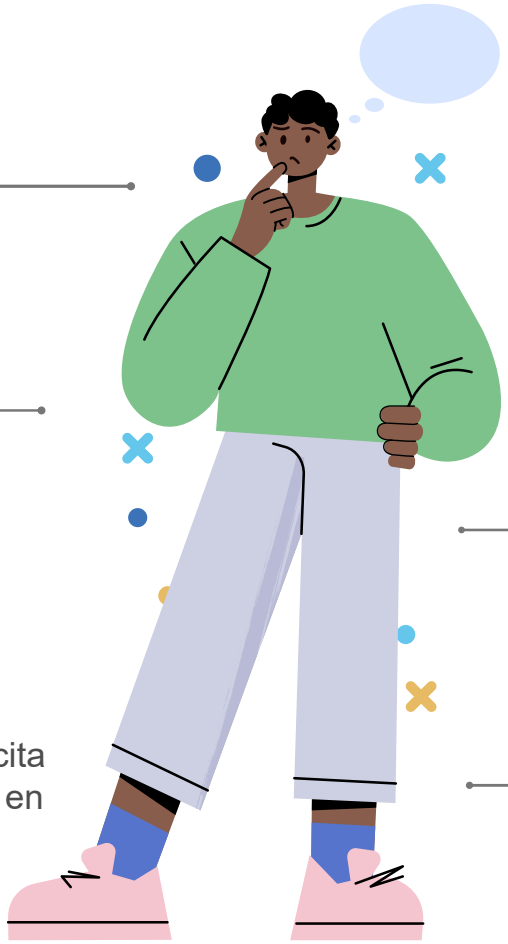
Lo que desanima a los estudiantes a emprender según los profesores

70% No ganar dinero y por ende no vivir de su proyecto

39% Falta de recursos para iniciar su emprendimiento

23% Falta de tiempo para emprender

17% Porque en la universidad se los capacita solamente para trabajar en medios ya constituidos



45% Miedo e incertidumbre ante el periodismo en la actualidad

32% Desinterés por el periodismo emprendedor

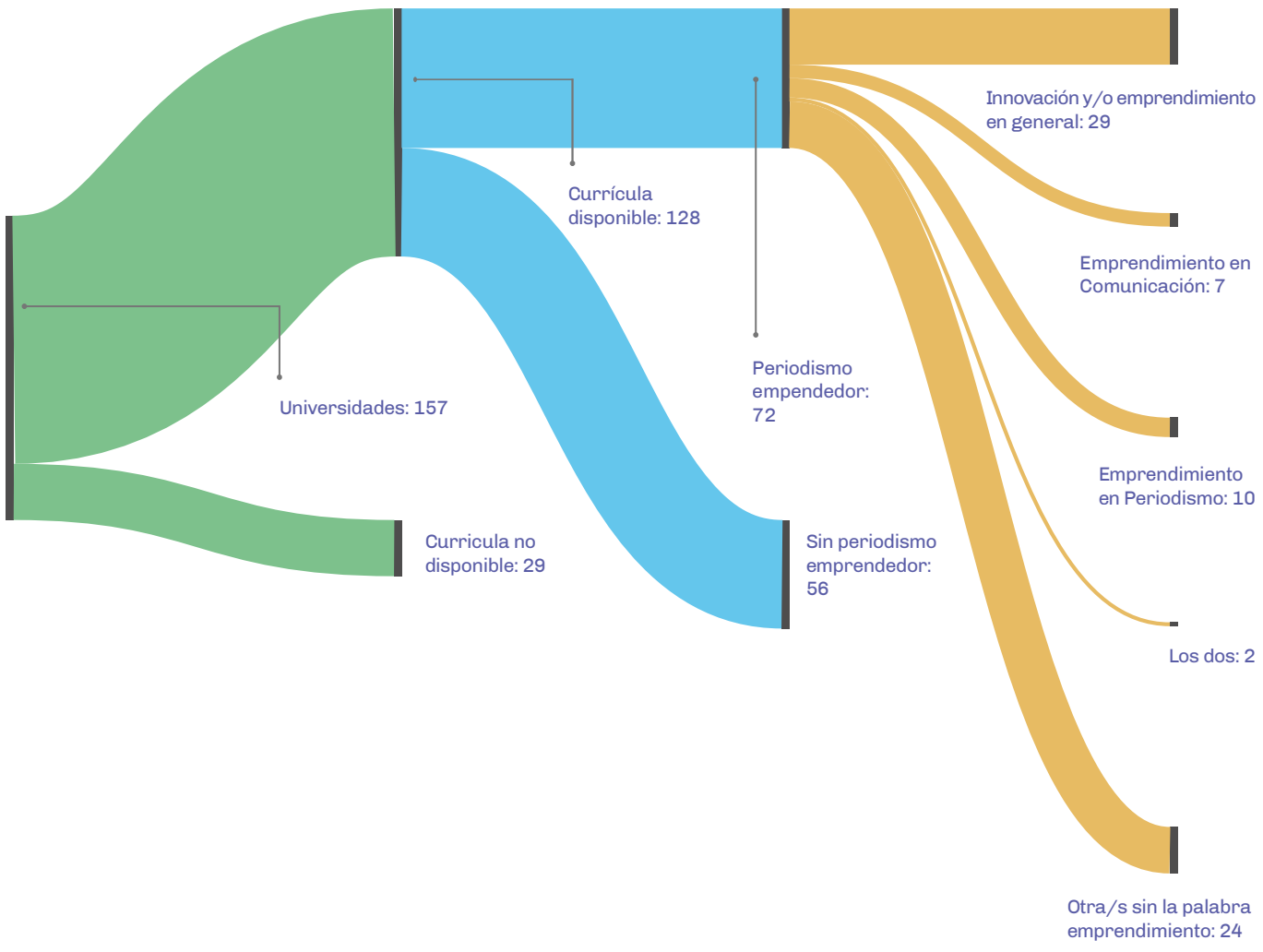
22% Temor a las responsabilidades de emprender

Radiografía curricular en universidades

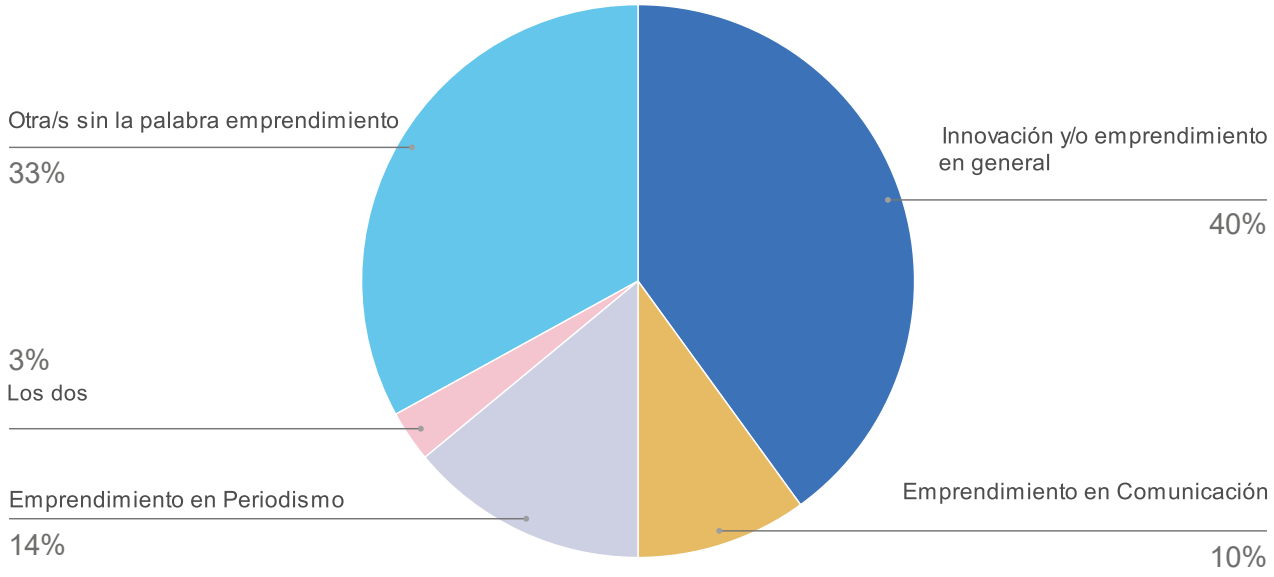
Con base en la Red de Profes de SembraMedia, detectamos 157 universidades en 19 países para analizar su malla curricular vinculada al periodismo emprendedor. El 18% de las facultades no tienen publicados sus programas en la web, por ello **solo 128 universidades fueron materia de la investigación; de éstas, 72 universidades (56%) tienen publicada su malla curricular e incluyen periodismo emprendedor entre sus materias.**

Encontramos varias denominaciones dentro de la malla curricular: 40% se refiere a Innovación y/o emprendimiento en general, 10% a Emprendimiento en Comunicación, 14% a Emprendimiento en Periodismo, 3% Emprendimiento en Comunicación y Periodismo y 33% otra/s sin la palabra emprendimiento. Es decir, existe la posibilidad de que los temas se aborden pero no es claro su enunciamiento en el nombre de la materia.

Principales metodologías

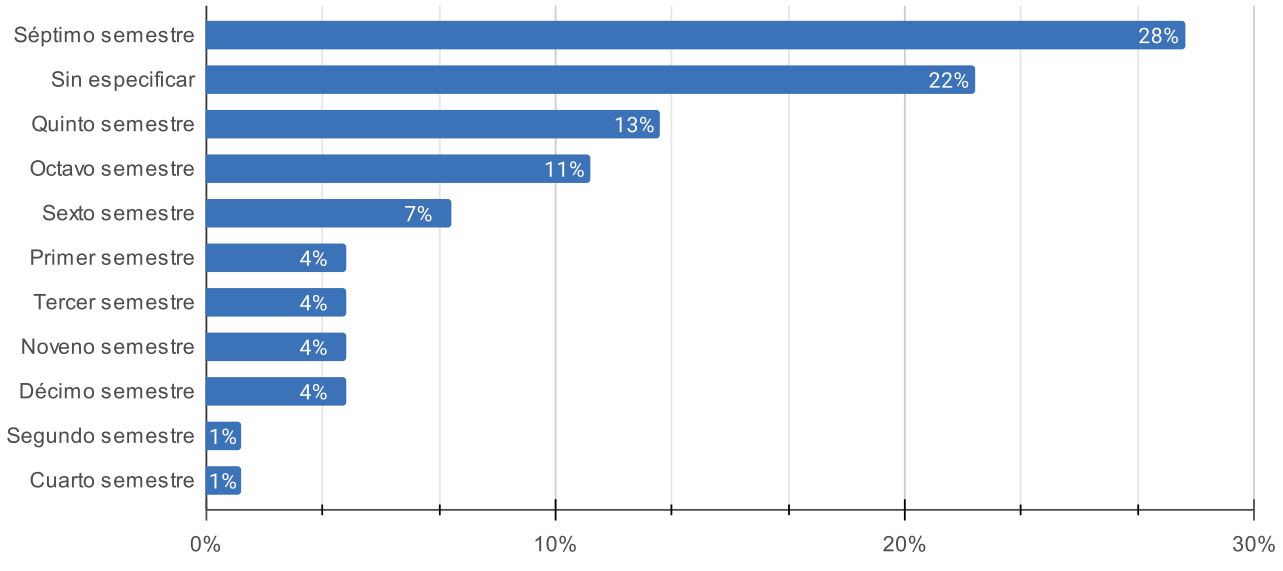


Porcentaje de materias con vinculación al emprendimiento



Investigamos en su malla curricular en qué periodo de la carrera se imparte la materia vinculada al emprendimiento. **Los semestres preponderantes son séptimo, quinto y octavo respectivamente.** El 22% no lo especifica.

Semestre en que se imparte la materia relacionada con el emprendimiento



Por último, investigamos los **países con mayor cantidad de universidades que enseñan asignaturas vinculadas al periodismo emprendedor.**

País	Universidades en el estudio	Universidades que enseñan periodismo emprendedor	Porcentaje
México	28	15	54%
Colombia	19	11	58%
Argentina	33	9	27%
Ecuador	11	8	73%
España	13	7	54%
Perú	13	6	46%
Bolivia	15	5	33%
Chile	6	2	33%
Venezuela	4	2	50%
Panamá	2	2	100%
El Salvador	2	1	50%
Honduras	2	1	50%
Puerto Rico	1	1	100%
Rep. Dominicana	1	1	100%
Uruguay	1	1	100%
Cuba	2	0	0%
Costa Rica	1	0	0%
Nicaragua	1	0	0%
Guatemala	1	0	0%
Total	**156**	**72**	**46%**

Recomendaciones

Para las universidades

Realizar monitoreo a proyectos destacados para garantizar su continuidad

Uno de los principales retos para los emprendimientos de estudiantes es su incubación. **El 50% de los profesores contestó que hay poco o nulo seguimiento de los proyectos una vez que concluye la asignatura.** El tiempo es una variable que juega en contra de las iteraciones del propio emprendimiento, pues el 70% de los cursos son semestrales (48%), cuatrimestrales (18%) y bimestrales (4%), un lapso muchas veces insuficiente para revisar conceptos, contexto, metodologías de diseño, creación, ejecución y sustentabilidad.

"Los docentes que queremos enseñar sobre periodismo emprendedor aún no contamos con muchas alternativas para su formación específica en emprendimiento. Creo que es necesario que las universidades den un giro a las currículas para ampliarlas, e integrar el manejo de un proyecto periodístico como una empresa, sin dejar de lado la visión y misión independiente del medio".

Beisys Marcano - Venezuela

Mejorar el acceso a la currícula y cultivar la transversalidad en las competencias de emprendimiento

Aunque el 18% de los centros universitarios no publica en sus sitios web las materias que los estudiantes cursarán durante su carrera, lo que impide que la persona interesada conozca la currícula, el 43% no incorpora materias sobre emprendimiento.

Emprender no solo implica la creación de un proyecto, significa poner en marcha la intención y trabajar en equipo para lograrlo, habilidades que la universidad debe desarrollar.

“En UN MINUTO, una de las universidades donde trabajo, recién construimos una ruta académica para vincular el emprendimiento en distintos momentos de formación (desde materias electivas a la posibilidad de una opción de grado en emprendimiento)”.

Alejandro Lopera - Colombia

Para profesores

Actualizar y vincular a la academia con la industria

60%

De la planta docente que investigamos comenzó a impartir cursos sobre periodismo emprendedor en 2018; dos de cada tres desarrollan otra actividad además de la docencia.

Es decir, hay un grupo de profesores vinculado a los temas de emprendimiento con enfoque en el desarrollo de sus actividades meramente académicas, y otro grupo, de reciente incorporación a la universidad, que complementa su actividad docente con consultorías, periodismo independiente, trabajo o dirección de su propio medio. Recientemente, académicos y especialistas coincidieron en que sería deseable añadir a los planes de estudio materias de periodismo de salud, científico, traumático y móvil.

“El mundo ya no es algo estático, y por ello cada espacio para abrirse y ofrecer mejores contenidos a los alumnos es fundamental”.

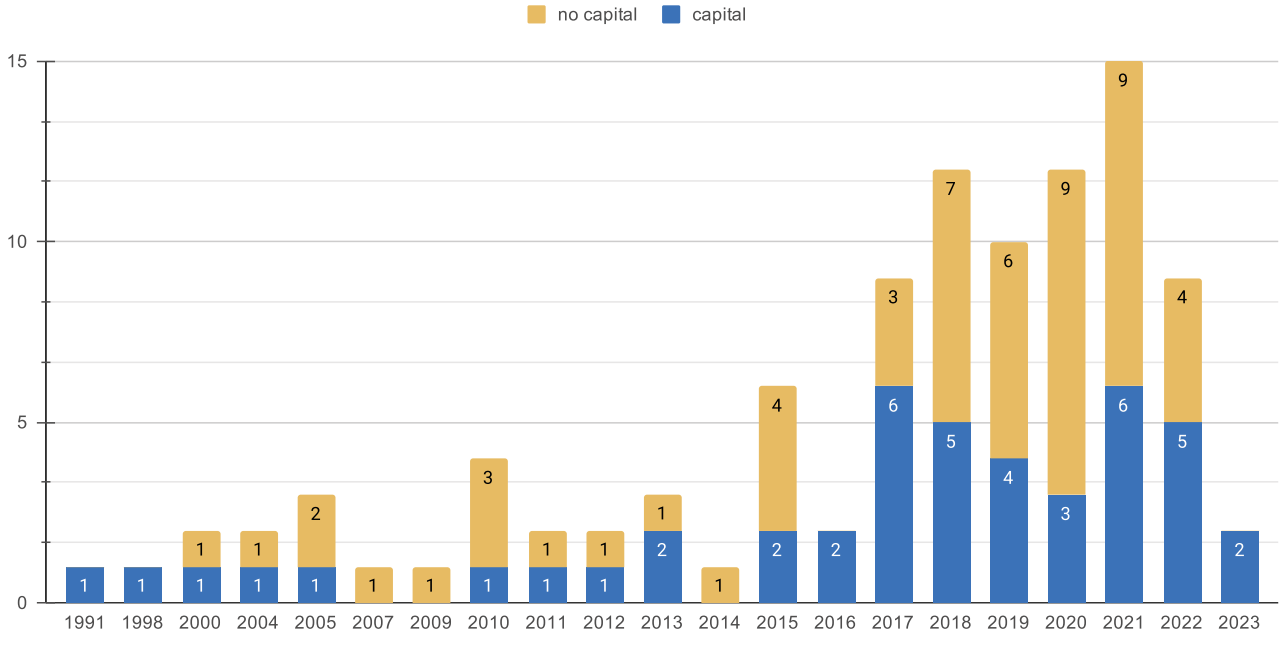
Marco Antonio Abascal - México

Para organizaciones que apoyan el desarrollo de medios

Impulsar referentes en periodismo emprendedor local

Los datos revelan que en los últimos años hay cada vez más profesores de periodismo emprendedor que se incorporan a universidades que no están en ciudades capitales, lo cual **abre la oportunidad para desarrollar emprendimientos de impacto** local que logren diferenciación y fidelización de toda la oferta. **El análisis de nuestro Directorio de medios muestra que solo el 50% de los emprendimientos tiene enfoque local.** Las organizaciones que hacen esfuerzos informativos en una zona de influencia determinada deberían priorizarse para recibir capacitación, recursos, financiamiento, acompañamiento, etc.

Cantidad de profesores que inician periodismo emprendedor por año y por lugar de la Universidad



Sobre el estudio

Metodología

El estudio se realizó, gracias a la colaboración de UNESCO, con el objetivo de entender el ecosistema del periodismo emprendedor en las aulas y en las universidades. Nuestra investigación parte de un muestreo por conveniencia por lo que no es probabilístico ni aleatorio. Se realizaron dos oleadas de participantes; primero aquellos que forman parte de la Red de Profes de SembraMedia y posteriormente se abrió la invitación a otros docentes. Para la recopilación de información se usó un cuestionario en línea que se aplicó durante los meses de abril, mayo y junio de 2023. Hubo países que no tuvieron representación porque no tenemos registros de profesores allí o porque los profesores no contestaron el cuestionario. El estudio comprende la región de Latinoamérica y España ya que el enfoque es en países hispanohablantes. Las páginas de las universidades se consultaron entre abril y junio de 2023 y la investigación curricular se hizo de manera directa en sus sitios públicos.

Docentes

A partir de una prueba piloto con nueve participantes de siete países (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, España, México y Puerto Rico), diseñamos un cuestionario para el claustro académico de universidades de comunicación y escuelas de periodismo con el objetivo de buscar en sus prácticas docentes la enseñanza del periodismo emprendedor, así como algunas variables asociadas.

El instrumento comprende 15 temáticas con preguntas cerradas y de opción múltiple que exploran la experiencia profesional (años de trabajo, roles), trayectoria y preparación académica (años de docencia y niveles de estudio alcanzado), experiencia como emprendedor, percepción y disposición sobre sus estudiantes a emprender en periodismo, características básicas de los cursos que imparten (si es obligatorio u optativo, frecuencia), temas y metodologías, entre otros.

En invitación abierta, **se recibieron 101 respuestas de profesores** a partir de las cuales se construyó una base de datos con variables que nos permitieron evaluar y segmentar los cursos y prácticas de emprendimiento.

El diseño de la investigación no buscó una muestra representativa de respuestas por país o edad. Nuestro interés fue que al menos el 40% de participación fueran mujeres.

Los perfiles de los participantes en el estudio se pueden consultar en el mapa interactivo.

Universidades

A través de Internet revisamos la malla curricular de escuelas y universidades de comunicación y periodismo en 19 países hispanohablantes.

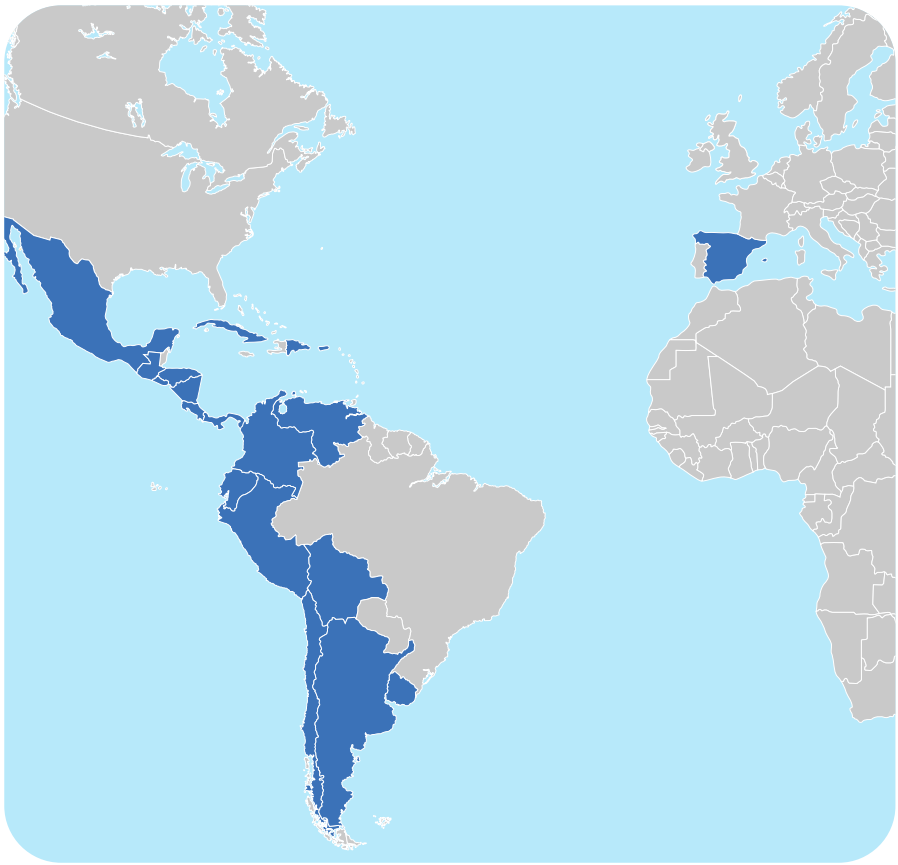
Aunque el Consejo Latinoamericano de Acreditación de Periodismo y Comunicación en América Latina comprende 23 instituciones de Educación Superior, **nuestra investigación se hizo en 157 centros y facultades,** incluída España, de las cuales 128 publican el programa en la web.

Exploramos que las materias incluyeran de manera directa o indirecta el emprendimiento en sus programas, así como el semestre de la carrera en el que se imparte, el nombre de la facultad y de la carrera, entre otras variables, para construir una base de datos.

Para la recopilación y almacenamiento de información de profesores y de universidades se usó la plataforma Airtable, que permite la gestión y análisis de datos. Después de una revisión colectiva de la información, buscamos testimonios de participantes para contextualizar y complementar el informe.

Países considerados para esta investigación

1. México
2. Colombia
3. Argentina
4. Ecuador
5. España
6. Perú
7. Bolivia
8. Chile
9. Venezuela
10. Panamá
11. El Salvador
12. Honduras
13. Puerto Rico
14. Rep. Dominicana
15. Uruguay
16. Cuba
17. Costa Rica
18. Nicaragua
19. Guatemala



Quiénes somos

SEMBRAMEDIA

SembraMedia es una organización sin fines de lucro 501(c)3 con oficinas en Estados Unidos y Argentina y un diverso equipo de consultores de más de 60 países. Desde 2015, hemos ayudado a periodistas y otros emprendedores sociales a construir organizaciones de medios más sólidas, diversificando sus fuentes de ingresos para que puedan publicar noticias con mayor independencia.

Nuestra misión es empoderar a líderes de medios para que puedan publicar información valiosa con independencia, integridad periodística e impacto positivo en las comunidades a las que sirven. Ofrecemos capacitación empresarial y técnica, inteligencia de mercado, oportunidades de networking, consultoría y apoyo financiero a periodistas y otros emprendedores sociales.

Nuestro trabajo es impulsado por un equipo de periodistas emprendedores, consultores y académicos con un profundo conocimiento de los mercados políticos, económicos y de medios en los que trabajamos. Nuestro diverso equipo incluye embajadores que apoyan una red regional de más de 1,100 organizaciones de noticias en Latinoamérica, España, Canadá y Estados Unidos.

unesco

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) es el organismo dedicado a conseguir el establecimiento de la paz mediante la cooperación internacional en los ámbitos de la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación e información. Los programas de la UNESCO contribuyen al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fijados en la Agenda 2030, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2015.

Referencias

Aceituno-Aceituno, P., Bousoño-Calzón, C., Escudero-Garzás, J.J., & ´ Herrera-Gálvez, F.J. (2014). *Formación en emprendimiento para periodistas*. El Profesional de la Información, 23(4), 409-414. Acceder.

Aceituno-Aceituno, P., Bousoño-Calzón, C., & Herrera-Gálvez, F.J. (2015). *Una propuesta para impulsar el espíritu emprendedor y la capacitación en el futuro de la profesión periodística*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 21(2), 929-942. Acceder.

Aceituno, Pedro;Casero, Andreu;Escudero, José-J;Bousoño, Carlos (2018). *Formación universitaria sobre el emprendimiento en proyectos empresariales de comunicación y periodismo*. Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación. Acceder.

Barnes, R., & de-Villiers-Scheepers, M.J. (2017). T*ackling uncertainty for journalism graduates: A model for teaching experiential entrepreneurship*. Journalism Practice, 1-21. Acceder.

Drucker, P., & Maciariello, J. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.

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, 548-570. Acceder.

UNESCO. 2021. *Amenazas que silencian: Tendencias en la seguridad de los periodistas, en Tendencias mundiales en materia de libertad de expresión y desarrollo de los medios de comunicación:* Informe global 2021/2022. Acceder.

Créditos

SembraMedia

Dirección ejecutiva
Janine Warner
Mijal Iastrebner

Dirección operativa
María Eugenia Álvarez

Coordinación
Sofía Álvarez
Daniela Ruiz Blanco

Administración y finanzas
Micaela Fernández
Martina Deutsch

Comunicación
Naimid María Cirelli Asef
Ana Minini
Nastasja Görzen

Investigación
Abraham Torres
Jose Antonio González Alba

Análisis de datos e innovación
Daniela Fernández
Magali Dominguez Lalli

Diseño e identidad visual
Carol Sotelo

Edición
Andrés G. Borges
Katherine Stanley Obando

Redacción
Alejandro Martin del Campo H.

Traducción
María Eugenia Noto