

# EL MEJOR  
PERIODISMO  
ESTÁ X VENIR

Editores

Omar Rincón, Paty Godoy, Pere Ortín.

## #el mejor periodismo está x venir

### Editores

Omar Rincón,  
Paty Godoy,  
Pere Ortín.

### Autores participantes

Pere Ortín, Juanita León,  
Marcela Turati, Cristian Alarcón,  
Martín Caparrós, Daniela Rea, Jaime Abello,  
M<sup>a</sup> Teresa Ronderos, Mariana Santos,  
Ma Jesús Espinosa de los Monteros,  
Mónica González, Juan Villoro, Omar Rincón

### Transcripciones

María Alejandra Pinzón

### Diseño y maqueta

Flor Abregú

### Producción

Daniel María Bohórquez

### Impresión

Lithocopias calidad

Es una publicación del Centro de Competencia en  
Comunicación para América Latina de la Fundación  
Friedrich Ebert. [www.fesmedia-latin-america.org](http://www.fesmedia-latin-america.org)

### FESCOMUNICACIÓN

#### Dirección

Omar Rincón

#### Producción

Daniela María Bohórquez

#### Coordinación regional de comunicaciones

Estefanía Avella Bermúdez

#### Asistencia técnica

Tania Herrera Quintero

#### Equipo 070 podcasts

Goldy Levy y Sebastián Payán

#### Edición de videos

Cristina Juliana Abril

ISBN Obra independiente: 978-958-8677-44-6

© 2020 Friedrich-Ebert-Stiftung FES (Fundación  
Friedrich Ebert).

La Fundación Friedrich Ebert no comparte necesariamente  
las opiniones vertidas por los autores y autoras. Este  
texto puede ser reproducido con previa autorización de  
la Fundación Friedrich Ebert (FES) si es con un objetivo  
educativo, divulgativo y sin ánimo de lucro y siempre y  
cuando el crédito de los autores se mantenga y sea legible.

# #EL MEJOR PERIODISMO ESTÁ X VENIR

### Editores

Omar Rincón, Paty Godoy, Pere Ortín.

### Conversan con

Pere Ortín, Juanita León, Marcela Turati,

Cristian Alarcón, Martín Caparrós, Daniela Rea,

Jaime Abello, Mariate Ronderos, Mariana Santos,

Maria Jesús Espinosa, Mónica González, Juan Villoro.

## Índice.

<b>Introducción - La Herejía - Omar Rincón</b>	<b>6</b>
<b>CAP 1 - Pere Ortín</b>	<b>10</b>
<b>CAP 2 - Juanita León</b>	<b>32</b>
<b>CAP 3 - Marcela Turati</b>	<b>46</b>
<b>CAP 4 - Cristian Alarcón</b>	<b>58</b>
<b>CAP 5 - Martín Caparrós</b>	<b>72</b>
<b>CAP 6 - Daniela Rea</b>	<b>90</b>
<b>CAP 7 - Jaime Abello</b>	<b>102</b>
<b>CAP 8 - María Teresa Ronderos</b>	<b>114</b>
<b>CAP 9 - Mariana Santos</b>	<b>128</b>
<b>CAP 10 - M<sup>a</sup> Jesús Espinosa de los Monteros</b>	<b>138</b>
<b>CAP 11 - Mónica González</b>	<b>154</b>
<b>CAP 12 - Juan Villoro</b>	<b>166</b>
<b>Epílogo - Un decálogo de 13 puntos</b>	<b>190</b>

/Omar Rincón

#El mejor periodismo está por venir

/Omar Rincón

## La Herejía

BASTA DE QUEJADERA..

BASTA DE PENSAR NOSTÁLGICO, DEL "TODO PASADO FUE MEJOR"...

BASTA DE ESTIGMATIZAR EL FUTURO...

BASTA DE SENTIR QUE LAS TECNOLOGÍAS RESUELVEN NUESTROS DILEMAS...

Hablemos claro. No sabemos, o mejor: sí sabemos que no sabemos y solo sabemos que no nos gusta esa idea colonialista del periodismo informativo **made in** hombres, machos, blancos y occidentales: vaqueros de la libertad a lo gringo USA que van por el mundo denunciando el mal y promoviendo el "sueño americano" del buen periodismo que busca la Verdad: ese periodismo de las 5 W's; ese del denunciar como mantra cotidiano del que sueña con protagonizar otro **Watergate**, otra filtración interesada disfrazada de investigación; ese periodismo de informar sin entender; ese de narrar bonito sin ofender a nadie y construir palabras tan bellas como inofensivas; ese del llamado **new (new) journalism** que sigue fijado en lo Capote, en lo Wolfe, en lo del colonialista.

Descreemos de ese mito de que éramos fascinantes machos heroicos que buscábamos la verdad (escrita en singular y mayúscula) y que por ese ideal dogmático y enloquecido por el que abandonábamos familias para salvar mundos y vidas; ese irse en búsqueda de la guerra para salvar la democracia de la paz en el mundo; ese de contar historias profundas - siempre iguales - mientras nos emborrachábamos en hoteles por ciudades y pueblos de mala muerte.

Lo raro, lo extraño, lo más raro es que los medios y los periodismos del siglo XXI siguen colonizados por ese periodismo del s.XX. Ese periodismo que ya no da cuenta de la vida, que ya no cuenta lo que nos pasa como sociedad porque, de tanto discutirse con el poder, ha acabado secuestrado por los intereses y necesidades de los bufones que gobiernan y hacen la política del yo autoritario.

### **Entonces, la bronca de los ciudadanos contra el sistema se concentra en los guasones de la corte informativa: los medios de comunicación convencionales y esos súbditos llamados periodistas.**

El periodista dejó de contar la sociedad y perdió su lugar como mediador en una sociedad a la que le han dejado de interesar los hechos contados a la manera que los cuenta el periodismo convencional; esos hechos que, a pesar de ser autónomos, no son autosuficientes para entender y poder contar el mundo.

Antes, por lo menos, éramos los que llevábamos y traíamos las razones del poder a la ciudadanía; hoy, tristemente, somos los súbditos del clic, atrapados entre la trampa de los números y las trampas de nuestra complacencia acrítica. Militamos en el yo del periodista, en esa obsesión por el uno mismo. Y sí, puede que necesitemos un **periodismo militante**, pero que milite en el periodismo y en la creación de esa belleza única que se esconde en el proceso de construir singularidad; **UN PERIODISMO DE PERIODISTAS MÁS CUIDADO, MÁS FRÁGIL, MÁS FEMINISTA Y FEMENINO... MÁS AFRO E INDÍGENA MÁS TRANS... FORMADOR... TRANS... MEDIAL... TRANS... ESPECIE; MÁS TRANS... NARRATIVO Y QUE SE ENUNCIA DESDE LA DIVERSIDAD DE LAS DUDAS, LAS ESTÉTICAS, LAS NARRATIVAS Y LOS SENTIDOS.**

Para pensar en todo ello hicimos, **#El mejor periodismo que está por venir.**

Y como lo primero que sabemos es que no sabemos, acudimos a algunos/as de esos muchos (cada día más) que se atreven a contra-decir las ideas, formas y prácticas del periodismo convencional, tópico, cliché, aburrido, encantado de sí mismo; **conversamos con aquellos que intentan, al menos, crear otros periodismos más bellos, incómodos, dubitativos,**

### **hechos para molestar y desde el disentir insumiso de esa condición permanente que se escribe con el signo de interrogación (?);**

de algunos de esos periodistas amigos con los que compartimos querencias, respetos, admiraciones y cariños para que nos ayudaran a pensar en conversación.

Este **#mejor periodismo que está por venir** lo hicimos con periodistas amigos con los que compartimos querencias, respetos, admiraciones y cariños para que, entre todos y sin libreto, intentaríamos practicar el sano ejercicio de la auto-crítica para pensar e imaginar en conversación; dudar en comunidad y tejer nuevas complicidades creativas.

**Aquí están conversando y compartiendo. Cada uno tomando de todos; cada uno imaginando su mejor periodismo que está en el porvenir, ese que se hace con la suma de muchos.**

Todo ello escrito de una forma muy oral porque los textos que siguen surgen de las transcripciones de todos esos diálogos que propiciamos, hicimos y gozamos.

/Pere Ortín

Periodismo DaDá  
+ Crónica Collage

/Pere ortín

Periodista Dadá + collage

## El poder es definir lo que es real

Esta frase del cineasta norteamericano Robert Kramer plantea que la definición de la realidad siempre es una construcción política. Por eso, el poder, fundamentalmente, el PODER en mayúsculas consiste básicamente en definir lo que es real. En este contexto, no sé cuál es el poder real del periodismo hoy porque es una cuestión muy compleja y está llena de matices; el periodismo está lleno de grises. No es lo mismo el periodismo de *El Tiempo*, de *El Espectador*, de *El País*, de *New York Times*, *Reforma*, *The Washington Post*, que el que hacemos las personas y los medios digitales e independientes como *Altair Magazine* o Cristian Alarcón en la Revista *Anfibia*, Marcela Turati con sus proyectos diversos o Juanita León con *La Sillavacia*.

El periodismo está tratando de buscar su camino en una situación cultural, histórica, social, política, económica, en la que hemos perdido gran parte de lo que fuimos.

**VIVIMOS UNA CRISIS DE SENTIDO  
MUY IMPORTANTE, MUCHO MAS ALLÁ DE  
LA CRISIS ECONÓMICA QUE TAMBIÉN  
ES IMPORTANTÍSIMA.**

Evidentemente, cada uno en su escala, nosotros como medios hormiguitas pequeños, con nuestra dimensión pequeña, y otros medios con una dimensión, unos agujeros económicos, pérdidas económicas brutales.

Hoy hay otros medios de comunicación que son mucho más poderosos que nosotros porque son más rápidos, más hábiles, más atractivos, más fuertes. Uede que no hagan mejor trabajo periodístico que nosotros, pero en un entorno social, cultural y económico donde el valor del trabajo, la profundidad de la dedicación y el esfuerzo, no necesariamente están bien valorados

**hoy se valoran otras cosas: la rapidez, la velocidad y la capacidad de reacción, la viralidad, el *charme*, el *coolness*. Los medios han perdido gran parte de su poder.**

¿Cuál era ese poder? El de ser los cancerberos de aquellos que definían lo que era real, los poderosos (económica, política, cultural, socialmente). Éramos sus ayudantes necesarios hasta la llegada de esos nuevos actores que han cambiado radicalmente este juego.

## **ESTO YA NUNCA VA A SER COMO FUE**

y, más allá del virus, ésta ya era una cuestión que venía labrándose hace muchos años. Este animalillo al que no vemos, ni oímos, ni olemos, lo que ha hecho es que el cambio se acelere más aún y que sea para siempre.

Ahí está el gran debate. Ya no seremos poderosos y hay algunos que optan por mirar al pasado, y recurrir a la nostalgia del “viejo periodismo” y del “antes sí se hacía buen periodismo”, “esto de ahora es una mierda”; “no vale” o “¡qué desastre!”. Ok. Es una posición, pero hay otros que pensamos que el mejor periodismo está por venir porque **> EL PERIODISMO, EN EL FONDO, ES SIEMPRE LA HISTORIA DEL PRESENTE, Y NUESTRO TRABAJO ES HACER PERIODISMO HOY, AQUÍ Y AHORA <**

Sí, es cierto, mucho menos poderosos que antes frente a esos grandes monstruos (Facebook, Google, Amazon...)

**pero ahora nos toca ver lo que podemos y cómo podemos enfrentar esta crisis de sentido que vivimos.**

## La actualidad... (de lo real)

**Lo real, la actualidad, la información. Son palabras gigantescas que, en el fondo, significan más bien poca cosa para la mayoría de la gente** más allá de lo que significan para nosotros, las personas que hacemos información, reportajes, crónicas.

Yo creo que **no podemos seguir considerando la “actualidad” de “lo real” de la misma manera que la considerábamos hace unos años** cuando no había redes, internet, plataformas; cuando solo había una televisora o tres radios por país; cuando solo había algún periódico global, varios periódicos locales y un o dos grandes medios nacionales por país. Todo eso ha cambiado y también nuestro papel como constructores de eso que llamamos “actualidad” y que sólo uno es un genérico que podemos utilizar y está bien, pero que deberíamos discutir lo qué significa hoy: quién la construye, por qué se hace, cómo y para qué se definen los marcos y las puertas que abren y cierran esa actualidad; qué entra y qué se queda fuera y por qué. La actualidad nunca es, de ninguna manera, un término neutro.

**La actualidad la construyen periodistas que tienen sentimientos, que tienen ideas políticas, que tienen ideologías; que tienen honestidades, perfiles y rigores muy diversos** y para los que esa palabra no significa necesariamente lo mismo.

Me parece que definir hoy el periodismo a partir y al servicio de la actualidad es francamente muy poco relevante.

## La objetividad... (del periodismo)

**Realidad, actualidad, información, noticia, verdad... Nos falta mucha valentía para abordar qué significan hoy para el periodismo, aquí y ahora, esas palabras tan grandes.**

Durante muchos años significaron algo muy importante para nuestro trabajo, pero ¿es lo mismo hoy? No lo creo. Nos falta y me incluyo, mucha valentía para abordar un debate serio, con dudas profundas y desde un pensamiento crítico radical (de raíz) sobre cómo el cambio social, tecnológico, cultural, económico, ambiental al que nos enfrentamos afecta también a palabras como éstas en el contexto del periodismo.

**Ya hemos derribado, aún con muchas dificultades y no sin muchos reparos por gran parte de los inquisidores de la ortodoxia, el dogma de la objetividad, esa cosa insana y enfermiza que durante muchos años una cierta visión del periodismo anglosajón nos vendió** a los demás; esa idea de que uno se podía poner un disfraz de objetivo y ser neutro, incoloro, insaboro, insípido, inodoro. Hoy sabemos que eso es mentira.

**La objetividad no  
existe.**

## La verdad... (del periodismo)

**Ahora llega para mí el otro gran debate, el de LA VERDAD**, esa que muchos periodistas escriben con mayúsculas y en singular. Esa verdad que sólo se le revela casi epifánicamente a un selecto y escogido grupo de periodistas que la buscan, siempre según ellos y ellas, con total rigor, precisión y honestidad. Tengo un gran debate con los “buscadores de la verdad”, esos periodistas que se imaginan a sí mismos como una especie de casta de monjes en un convento de la Europa medieval, impolutos y con el poder omnímodo para, a partir de una investigación más o menos seria, revelar la verdad moral, y moralista, casi tan luminosa como la luz de Dios, a otros seres humanos inferiores, el pueblo, que en general, o no la quiere saber o son demasiado estúpidos para entenderla, lo deseen o no.

Con todos estos años de trabajo y todas las historias en las que me ha tocado participar en esto del periodismo, no dudo de la honestidad, del rigor y del trabajo de la mayoría de mis compañeros. Tampoco dudo de la existencia de verdades fácticas del estilo “Guinea Ecuatorial es un país de África” o “el Anak Krakatau es un volcán de Indonesia”; pero sí dudo de los llamados “hechos periodísticos” que son hijos de un sistema social y económico específico y que siempre son fruto de las necesidades e intereses de sus estructuras de poder y nunca emanaciones de la naturaleza.

**>Dudo, cada día más y más, de que a través de esas escasas y muy débiles y parciales herramientas de investigación de las que dispone un oficio tan humilde y minúsculo como el periodismo se llegue o se pueda acceder a esa Verdad en mayúsculas con la que tantos de mis colegas se atragantan cuando hablan<**

Creo sinceramente que, superado el mito de la objetividad, ahora **nos toca superar el otro dogma de fe, ese que dice que el periodismo es una herramienta para revelar la Verdad (pero que casi nunca nos dice de quién es esa verdad, a qué intereses responde, quién la paga, para qué y por qué se deja revelar, y con qué interés/ses muy diversos y casi nunca definidos).** Hace unos meses escuchaba a una exdirectora de un gran medio de comunicación en esta lengua decir sin ruborizarse que existe la “verdad periodística” que, según se desprendía de sus palabras era transparente, honesta, inocente y desinteresada. Esa es la flojera mental que demuestra este tipo de frases e ideas, esa autoindulgencia acrítica y dogmática frente al sentido de nuestro propio método que comunica solo un determinado sistema de valores y un orden moral muy específico la que nos está haciendo mucho daño. **Imágenes y palabras, como escribió el gran George Orwell, se parecen tanto a la realidad como un caballo de ajedrez a un caballo de verdad.**

En este contexto se comprende que haya una bronca contra los medios, y contra ese sentido de superioridad moral que exhiben muchos periodistas que revelan la Verdad, pero que nunca dudan del propio periodismo como interesado dispositivo ideológico autogenerador de las mismas evidencias que trata de mostrar; que asumen, de forma acrítica, dogmas sobre lo que somos y hacemos sin contra-decir modos, prácticas, formatos e ideas que hoy ya sabemos que son disfuncionales, inútiles, para mostrar, explicar y entender una supuesta Verdad sobre la compleja y atractiva vida de los seres humanos.

## La noticia (¿valor clave?)

Pienso que **la noticia como valor clave y central no tiene ningún sentido hoy, en el s.XXI**, para el periodismo porque otros medios han ocupado ese espacio tradicional y son mucho más rápidos, ágiles, virales y fuertes que el periodismo.

La noticia tradicional podría hoy aún tener sentido aún si la utilizáramos para, a

partir de eso que me gusta llamar Periodismo Sin Actualidad Noticiosa (P.S.A.N.), con esa supuesta noticia se desarrolla algo periodístico que vaya más allá de su supuesta actualidad noticiosa; algo a partir de lo cual puedes construir una historia relevante, destacable, específica, singular; algo que puedes desarrollar en profundidad para hacer reflexión o análisis con esa supuesta noticia.

**¿Qué es noticia? ¿Quién define eso? ¿Quién la crea?  
¿Cómo funciona un “hecho noticioso”? ¿Cómo se transmite?  
¿Quién lo enuncia? ¿Desde dónde?  
¿Para qué? ¿Cómo nos afecta? ¿En qué sentidos?  
¿Tienen “agenda” las noticias?...**

¿Que una estupidez de Twitter o una pendejada matinal dicha en una conferencia de prensa de AMLO (Andrés Manuel López Obrador, presidente de México, o de cualquier otro político) sea noticia? ¿De verdad es eso noticia? ¿De verdad servimos para eso? Pues sí servimos para eso, servimos para muy poco.

## El viejo periodismo

En estos tiempos nuevos, creo que no hay que abandonar algunas ideas de cierto tipo de viejo periodismo: rigor, determinación, esfuerzo, honestidad, trabajo, el compromiso, siempre “político”, pero nunca “partidista”.

**ESE COMPROMISO FUNDAMENTAL CON LA HISTORIA  
QUE ESTÁS CONTANDO ES EL ÚNICO COMPROMISO FINAL  
QUE TIENES ANTE TU LECTOESPECTADOR: TU TEXTO,  
TU IMAGEN, TU FOTO, TU VIDEO, TU DOCUMENTAL, TU  
PELÍCULA... LO QUE SEA QUE HAGAS.**

## “Fuentes” digitales

### ¿Alguien que no da la cara se puede llamar “fuente”? ¿Se puede llamar “fuente” a un comunicado por Twitter?

Ahora, en lo que cada día se plantea más como “periodismo de trincheras” muchos presidentes y políticos utilizan esas herramientas digitales, sus bots, sus esclavos analógicos y digitales, para atacar a la prensa y a determinados periodistas en El Salvador, en México, en Estados Unidos, también acá en Europa. Ese tipo de ataques y de maneras de utilizar las redes digital - que podrían ser una herramienta maravillosa para comunicar ideas - acaba siendo utilizado en su versión más perversa para

DEFINIR UN FALSO MUNDO BINARIO EN EL QUE LOS “BUENOS PERIODISTAS” – CÓMODOS – SON MIS AMIGOS, LOS QUE DICEN LO QUE YO DIGO Y QUIERO ESCUCHAR; Y LOS “MALOS PERIODISTAS” – INCÓMODOS – SON MIS ENEMIGOS PORQUE DICEN LO QUE CONSIDERAN DEBEN DECIR EN FUNCIÓN DE SU TRABAJO Y SUS LEGÍTIMOS INTERESES QUE NO NECESARIAMENTE COINCIDEN CON LOS MÍOS.

Aunque me parece que ya ni sus gestores controlan bien la maquinaria de las redes sociales, me parece claro que el señor y la señora Facebook, del señor y la señora Google, del señor y la señora Amazon...el señor y la señora Apple lo que quieren realmente, lo que están buscando e intentando desarrollar es su

distopía perfecta: medios con un algoritmo inteligente en un mundo de seres humanos estúpidos, que no necesitan pensar por sí mismos, crédulos en esa especie de “credulidad sobre informada”.

El ruido acaba deformando todo y no entiendes nada de lo que sucede porque hay tanto ruido de fondo que no consigues escuchar nada.

Como decía el crítico de cine francés, Serge Daney, “ciegos de tanto ver, no vemos nada”.

No tengo miedo al futuro. Hay que cambiar y cambiamos. Tampoco creo en las aquellas dinámica antiguas de enfrentamiento “apocalípticos e integrados”, hoy frente a los GAFA (acrónimo de moda en referencia a las tecnológicas globales monopolísticas: Google, Amazon, Facebook y Apple), pero sí debemos tratar de entender y estar atentos a sus peligrosas dinámicas: me parece mucho más peligroso escuchar lo que dice el señor Facebook o el señor Amazon... que cualquiera de los discursos de muchos gobernantes peligrosos que tenemos y que también me parecen peligrosísimos.

## Un oficio... (periodístico)

El periodismo es narración.  
El periodismo es pensamiento.  
El periodismo es una historia de historias.  
El periodismo hace memorias.  
El habla de presentes, pero también ensaya  
y construye futuros...

Creo que somos y hacemos todo eso, pero **tenemos que reposicionar nuestras funciones sociales. ¿Para qué servimos hoy? ¿Cuál es nuestro papel? ¿Qué intereses tenemos? Se impone un nuevo protocolo de relación del periodismo como sistema de transmisión de conocimiento, de debate, de ideas.** Ya no vale con apelar al “viejo periodismo” y sus ideas. Eso ya no es interesante, por nostálgico, y tampoco es suficiente en este mundo que, a partir de la pandemia, cambia como nunca, como siempre. Todo lo que hacemos y transmitimos está en juego y también es necesario redefinir los conceptos clave de lo que transmitimos y de sus formas: de la agenda de lo que hablamos, de las supuestas objetividad y verdad; de la honestidad, del supuesto realismo y del rigor, del racismo, del machismo con los que se construye nuestro discurso.

Partir de certezas preconcebidas, dogmáticas y preformateadas, cinco w's, fuentes públicas diversas, documentos, bases de datos ... OK. Todo eso está muy bien y ayudó mucho a la construcción de un cierto sistema democrático liberal burgués, de una manera de entender el mundo básicamente occidental, en gran medida al estilo anglosajón, blanco y masculino. Pero... cuidado... necesitamos algo más, mucho más, algo diferente porque cuando hablamos de ese periodismo, nadie mira a 1300 millones de chinos, 1000 millones de africanos, 1200 millones de hindús... ¿Dónde están las mujeres, los negros, los indígenas, los homosexuales, las trans, los niños..?

El mundo cambió y ya no se puede contar con el relato exclusivo de los periodistas y los medios. Hoy existen maneras muy diversas de construir realidad, de narrar la realidad; de contarse y contarnos el mundo con rigor y honestidad. Hay muchísimas.

**Necesitamos proponer un nuevo protocolo de búsqueda y de relación periodística con la realidad que asuma que, por definición, toda búsqueda es incierta.**

## El síndrome “Norma Desmond”

Esa idea de que el periodismo convencional, cliché, tópico: el periodismo informativo, ese periodismo que he practicado con pasión, con todas las de la ley por casi veinte y tantos años de mi carrera periodística de la que estoy satisfecho; ese periodismo sufre el “Síndrome Norma Desmond”.

Norma Desmond es la protagonista, una antigua actriz de cine mudo, en *Sunset Boulevard*, la película clásica de Billy Wilder. Ella está esperando siempre la llamada del señor DeMille, el gran director que la hizo famosa, para que la vuelva a poner en pantalla como la gran estrella que ella se considera que es. Desmond contrata a un ejército de esteticistas que durante semanas la cuidan, le dan todos los baños, tratamientos estéticos, de belleza; pero DeMille nunca llama porque *Norma Desmond (como una parte importante del periodismo cliché, convencional y tópico), viven en el pasado, en algo que ya fue y que nunca más será.*

DeMille nunca llama.

## Contar... (la realidad)

**La clave está en el deseo de mirar. Ver puede ver cualquiera, pero mirar es otra cosa.**

Y ese deseo de mirar - con intención - yo lo veo en muy poquitos medios generalistas, convencionales, tópicos y clichés. Lo veo mucho más, y por eso tengo una confianza tremenda en el futuro del periodismo, en ese tipo de periodismo de medios pequeños, medios y periodistas atrevidos; en medios

generosos y valientes, frágiles, que dependen de estructuras muy pequeñas, pero que tienen gente muy implicada. Ahí sí veo ese deseo de mirar. Es la primera condición necesaria a partir de la cual podemos reconstruir el debate del periodismo del futuro: el deseo de mirar.

**La segunda es la voluntad de ver. Hay veces que, por mucho que vemos, por mucho que intentamos ver, no vemos nada. Nos lo impiden nuestra educación, cuestiones culturales, prejuicios; cuestiones ideológicas, debates personales, religiosos o impedimentos lingüísticos.**

He vivido - y muchas otras personas lo han vivido como yo, pero no lo dicen - la incompreensión brutal que significa estar en medio de Mozambique sin hablar la lengua local y sin entender nada de lo que sucede a tu alrededor, o dormir en medio de unos conflictos en la frontera entre Camerún y Nigeria en una época en la que había bastante conflicto armado en esa zona, y no sabías ver ni entender ni siquiera de qué lado estabas porque no entendías nada de lo que sucedía o de lo que las personas hablaban. ¿Cómo se puede hacer periodismo así? Hay que ser concientes de los límites y desvíos de nuestra cultura y de nuestra formación.

La tercera, la voluntad de conocer, **tener voluntad de conocer algo para poder contarlo.** Es nuestro trabajo, en el fondo y en la forma, contar historias. Cada uno, a su manera, con su formato y en sus medios, digitales, en papel, en radio... Pero sobre todo, en mi opinión, para **demostrar que las historias son más importantes que la historia.**

## La figura... (del periodista)

Durante muchos años, cuando querían derrocar al presidente, Watergate y tal, mucho del periodismo se construyó para buscar la Historia, para construir una historia única: "Yo derroté al presidente", "yo demostré que aquellos papeles eran tal", "yo"... Todo ese tipo de cuestión muy machista, heteropatriarcal, periodistas borrachos, tipos duros. Esos clichés del periodista, esa cosa de tener botellas de whisky en el cajón de la redacción, toda esa cosa medio turbia vista desde el punto de vista de hoy.

**¿Por qué hay que competir y ganar?  
¿Por qué no se puede plantear un debate periodístico de tejer redes de complicidades para emancipar nuestros periodismos desde una incredulidad crítica?**

¿Desde un escepticismo como el que manifiesto frente a muchas historias, por muy buena voluntad que tengan en su construcción?

**Creo en ese escepticismo y en una voluntad crítica que sea permanente, insumisa, incrédula, pero también confiada en el espíritu humano.** Esta es una cuestión fundamental que mi experiencia vital me ha llevado a pensar, que incluso en los peores y en los lugares más jodidos del mundo en los que me ha tocado trabajar, la mayoría de las personas con las que me he encontrado nunca eran malas personas. Y esa idea me hace mirar el mundo en positivo.

## El necro-periodismo

### HAY UNA IDEA QUE ME FASCINA Y ME REPELE, A LA VEZ, QUE ES EL PERIODISMO QUE LLAMO NECROPERIODISMO

Es una idea tomada del filósofo camerunés (Achille Mbembe), la “necropolítica” y mezclada con la idea del “necrocapitalismo”, el capitalismo gore, de la estudiosa mexicana Sayak Valencia. Creo que hay que empezar a hablar en su línea de ese “necroperiodismo”, el periodismo de la muerte y que vive de la muerte, que al contarla le da vida y fuerza. Algunos colegas me dicen: “Bueno, pero es que hay que contarla”. OK, de acuerdo. Hay que contarla, ¿pero por qué solo contamos eso? ¿La vida es todo el día eso? ¿24/7, todo el día, todo el tiempo, están sucediendo cosas malas en tu pueblo, barrio, ciudad, país, en el mundo? No lo entiendo. ¿No podría ser que hablar tanto de esas cuestiones ayuda al poder sistémico a crear una cortina de humo social que justifica muchas otras actividades?

**¿Por qué las noticias malas son buenas para las audiencias? Porque hemos entrenado a los lectores para que así sea. ¿Por qué casi todos los premios periodísticos del mundo los ganan esas historias y no otras?**

Muchos colegas encuentran lo que yo llamo el periodismo como “placebo existencial”: “Yo ya conté esta historia. Estoy libre de toda culpa”. No me gusta nada esa cosa cliché del periodista como “buena persona” - heredada de la frase de ese periodista polaco cuyo nombre no diré- que va a contar una historia para hacer el bien, cuando en realidad el único bien se lo hace a sí mismo. Ese tipo de historias de “necroperiodismo” no tienen necesariamente nada que ver en muchos casos con la voluntad de ayudar a tu pueblo, a tu gente, a tu sociedad, al mundo, sino con otro tipo de voluntades y necesidades, a veces, mucho más prosaicas.

## La belleza (periodística)

*> Una de las misiones fundamentales de toda vida humana es evitar el dolor y buscar la belleza <*

¿Qué quiere decir belleza para mí?

*Mi idea de belleza no tiene que ver con esteticismo, no tiene que ver con utilizar palabras tan bonitas como inofensivas. No tiene que ver con hacer fotos tan bellas como inútiles.*

No tiene que ver, ni siquiera, con el hecho de construir artefactos culturales -como tratamos de hacer nosotros en Altaïr Magazine- que estén muy bien hechos, muy bonitos, que de gusto tener entre las manos y que estén muy bien editados, diseñados, que sean agradables de usar. No tiene que ver con todo eso.

La **belleza** para mí tiene fundamentalmente 2 condiciones: la **generosidad** y la **valentía**. La **generosidad** con el lector y con el autor o autora del hecho bello.

Y cuando hablo de generosidad, no es sólo lo contrario del egoísmo, también es ser **generoso** no para dar lo que te sobra, sino para dar lo que tienes, todo lo que tienes... con pasión, determinación, carácter, espíritu. Sin preguntarte nada. Eso es, para mí la belleza, la generosidad.

Y dos, **la valentía** para contar esa historia de forma diferente. Que no te de miedo contar esa historia de otra manera, que no te de miedo ser valiente, bello, para no dejarte atrapar por los clichés del miedo periodístico. Valentía es lo contrario de cobardía, pero sobre todo es afrontar el reto, en nuestro caso narrativo, de contar siempre eso de otra manera y, sobre todo, no contar nunca dos veces la misma historia, ni de manera igual.

## Periodismo... (literario)

Me encanta el periodismo literario. Me encanta Martín Caparrós, Juan Villoro, Leila Guerriero, Joseph Zárate, Carlos Manuel Álvarez, Óscar Martínez, Silvia Cruz. Pero ¿por qué se ha encarcelado una herramienta tan interesante como el periodismo literario en su propio, digamos, manierismo? O sea, ¿por que muchos escriben intentando imitar a Villoro o a Caparrós o Leila? Villoro y Caparrós y Leila Guerriero ya están inventados, son ellos, y son buenisimos. Entonces, ¿qué sentido tiene replicar lo que ellos ya hacen mejor? ¿Por qué no atreverse a hacer otras cosas? ¿Por qué no inventarse una nueva tradición?

Es lo que se está haciendo con todos esos muy diversos **periodismos literarios expandidos audiovisuales e interactivos que me interesan mucho, cada día más**. Nosotros tratamos de hacerlo en Altaír Magazine con los *Desiertos de Sonora* ([www.losdeisertosdesonora.com](http://www.losdeisertosdesonora.com)) que dirigió Paty Godoy, un gran esfuerzo para crear una crónica literaria expandida e interactiva. Los colegas de 5W, en Barcelona, están haciendo un gran trabajo con su información internacional. La gente de Anfibia, en Argentina, está haciendo unos podcasts

maravillosos, como los de Podium o Radio Ambulante. La gente de La Silla Vacía de Juanita León están haciendo un trabajo de redes sociales muy bueno, también el equipo de Cero Setenta. Lo que hacen Maria Teresa Ronderos con CLIP y Marcela Turati con su Quinto Elemento y sus investigaciones al tratar de cuidar mucho las historias y también la sensibilidad con la que se narran. Hay muchas dificultades para poder construir todo eso. Nos cuesta muchísimo salir adelante y tenemos dificultades siempre. Es muy complicado, pero es lo que sabemos hacer y, como muchos otros, nosotros lo hacemos porque consideramos que es lo que hay que hacer y tenemos la determinación, el espíritu, y el carácter para hacerlo:

**"construir artefactos culturales en digital, en papel, para celulares o con celulosa, que sean BELLOS, intelectualmente DESAFIANTES, estéticamente ATRACTIVOS y periodísticamente RELEVANTES; con RIGOR, HONESTIDAD y buscando la CALIDAD y la EXCELENCIA"**

A veces sale mejor, a veces sale peor. A veces, no sale. Lo que nadie te garantiza es que con esto vayas a tener futuro y vayas a funcionar, pero en todo caso, ¿eso qué más da?

## El lectoespectador que está por venir

**“Me gustaría que, en vez de buscar respuestas en el periodismo, buscara preguntas”**

**En vez de buscar actualidad, buscara relevancia; en vez de buscar hechos, buscara historias; que, en vez de buscar información, buscara reflexión; que, en vez de quedarse con el ver, deseara mirar; que, en vez de darle todo el día al play, fuera capaz de darle al pause; que, frente a la bulimia de la información constante veinticuatro siete todo el día a todas horas, se pusiera a dieta informativa muy sana; que, frente al ruido tradicional de los medios, optara en muchos casos por el silencio (el silencio que surge, por ejemplo, de la poesía); que, frente al egoísmo, buscara la generosidad con la que se enfrenta a una historia.**

**Me gustaría que fuera generoso y valiente con él y ella, y con las historias que le contamos**

## Medios pequeños

Si queremos convertirnos en medios masivos, fracasaremos. Tenemos que ser consciente de nuestra dimensión. No me preocupa crecer, crecer, crecer. **¿Crecer para qué? ¿Crecer para hacer qué? ¿Para contar qué? ¿Para desarrollarnos cómo? ¿Para perder el control de lo que hacemos? ¿Cuántas historias somos capaces de hacer bien?**

Me gusta la idea de tener siempre una dimensión razonablemente pequeña: somos hormigas que juntas construyen un gran termitero y que son capaces de mover determinados ambientes, situaciones, números y posibilidades, pero que tienen un límite.

**Necesitamos ser conscientes de nuestra pequeñez, en proyectos independientes, generosos y valientes, para ser capaces de hacer muy bien eso que somos capaces de hacer.**

No se trata de estar derrotados sino de ser conscientes de tu dimensión y, a partir de ahí, jugar con toda la fuerza asumiendo que no hay avance posible en la ortodoxia.

# EL PEREODISMO

→ en 10 ideas ←

①

Ser más auto críticos y valientes para afrontar una seria reflexión sobre nuestro papel y sentido para poder **RECUPERAR EL RESPETO DE LA SOCIEDAD.**

③

El poder consiste, fundamentalmente, en definir lo que es real. "ACTUALIDAD", "NOTICIA" e "INFORMACIÓN" son conceptos de ficciones inventadas y construidas por los periodistas.

④

Construir un periodismo sin actualidad donde los sucesos de la realidad sean un punto de partida para hacer reflexión, análisis y buscar la belleza con idea de entender lo que sucede.

②

Tejer redes de complicidades que emancipen nuestros periodismos de los dogmas del s.XX desde una incredulidad crítica y para ejercer un escepticismo con voluntad insumisa pero que confía en lo humano.

⑤

Abandonar el periodismo cliché, convencional, tópico y hecho desde la superioridad moral del que explica "LA VERDAD", en singular y con mayúscula.

⑥

LOS MISMOS QUE NOS METIERON EN ESTO NO PUEDEN SER LOS QUE NOS SAQUEN DE AQUÍ.

⑦

Hay que creer y apoyar en medios y estructuras pequeñas, atrevidos, generosos, valientes con deseo de mirar y con voluntad de ver: **HECHOS POR GENTE IMPLICADA.**

⑧

**LA BELLEZA ES GENEROSIDAD + VALENTÍA.**  
Generosidad con el lector/espectador: es dar lo que tienes, todo, con pasión y determinación. Valentía para construir artefactos culturales intelectualmente desafiantes, estéticamente atractivos y periodísticamente relevantes.

⑨

El mejor periodismo que está por venir no busca respuestas sino preguntas; no busca actualidad sino relevancia; no busca hechos sino historias; no busca informar sino entender y es capaz de darle al pause y ponerse a dieta frente a la bulimia de la información.

⑩

Hay que desarrollarse en los márgenes sin ser marginales y asumir que no hay avance posible en la ortodoxia.

/Juanita León

El periodismo está cayendo  
en el reino del desencanto  
(de la política)

/Juanita León

Periodismo del poder + lasillavacia.com

## El Poder

El poder hoy en día no es igual al poder hace diez años cuando fundamos La Silla Vacía. Si uno entiende **PODER** como aquel que tiene la capacidad de hacer que algo pase, o que deje de pasar, o de evitar que algo suceda, los que tenían la capacidad de hacer que las cosas pasaran hace diez años eran el presidente, un ministro, un gran empresario. Ahora el poder está mucho más distribuido; por ejemplo, en Colombia con las marchas, el poder del desagrado de muchos individuos en la calle es impresionante: es capaz de frenar una reforma tributaria o de hacer que el Presidente eche para atrás un nombramiento. El poder de los grandes empresarios, también, es muy grande; lo mismo que el poder de los gremios. Y, obviamente, el poder de plataformas como **Facebook** ya que definen mucho por medio de sus algoritmos: definen qué es tendencia y de qué se habla.

Hay que pasar del periodismo en torno al poder político al poder social y a los nuevos poderes emergentes. Yo creo que el poder institucional, obviamente, todavía sigue teniendo un montón de poder y es clave cubrirlo, hacerle contra poder, contar en qué está, pero creo que es muy importante comenzar a cubrir esos poderes emergentes. Y no es fácil, porque ya se sabe cómo cubrir un Ministerio, cómo cubrir la presidencia.

**ES MENOS FÁCIL CUBRIR LA CALLE.  
¿DÓNDE ESTÁN LAS FUENTES?  
¿CUALES SON LOS PROCESOS?**

Cubrir esos paros y marchas es súper difícil porque obviamente el poder no está en el Comité Nacional del Paro; es un poder que es un agregado de poderes diferentes. Hay que comenzar a desarrollar fuentes en otros lados. El coronavirus ha acelerado ese proceso. Por eso, hemos dicho “vamos a cubrir lo difícil que es la educación a distancia en la que ahora anda la mayoría de niños de Bogotá”. Entonces, uno va en busca de estos niños y cubrir lo que significa ‘Quédate en casa’, cuando hay un déficit de viviendas tan grande en este momento.

## El Poder del Periodismo

Una vez yo le oía a Jean-François Fogel decir algo que me pareció un poquito deprimente pero que creo que tiene algo de cierto y es que los periodistas hoy en día somos el equivalente a lo que eran los curas en el siglo XIX, que pasaron de estar en el centro de la sociedad a estar un poquito más al margen y a ser escuchados sobre todo por los más viejos. Y esto se aplica a muchos medios tradicionales y también a algunos medios digitales. Con el surgimiento de las redes sociales la conversación pública se ha transferido mucho a las redes y, en esa medida,

### EL PODER QUE TENÍAMOS LOS PERIODISTAS COMO INTERMEDIADORES SE ACABÓ.

Esa definición del periodista que lleva y trae razones entre los gobernantes y el pueblo, que era una definición estándar de periodismo, ese poder ya se ha ido acabando. Ya cuando un presidente, un cantante, un diseñador de modas quiere comunicarse con la sociedad, no lo hace normalmente a través de los periodistas, sino lo hace a través de sus propios canales en las redes. Entonces, el poder del periodismo cada vez se limita más a su verdadera esencia que es:

① **INVESTIGAR Y DESCUBRIR INFORMACIÓN QUE LOS PODEROSOS NO QUIEREN QUE SE SEPA.** Esa es una labor clave, una labor que no puede hacer cualquier persona con un celular, sino que se necesita saber, tener una destreza para encontrar información.

② **HACER CURADURÍA DE LA INFORMACIÓN QUE VALE LA PENA,** ya que hay tantas fuentes de información que tú no sabes qué creer, qué no creer, dónde está la buena información, entonces la labor de curaduría se vuelve fundamental.

③ **UNA LABOR INTERPRETATIVA** para explicar el mundo, que aunque es muy difícil de hacer, es fundamental en un mundo que es cada vez más complejo y difícil de comprender.

### EL PODER DEL PERIODISMO ES UN PODER MÁS AGREGATIVO.

Es que puede ser que con una historia tú no tienes poder, pero después de leer un medio durante un año, el agregado de todas esas historias sí te ayuda a formar un criterio sobre la vida o la política o a lo que te dediques.

## El Periodista

Estamos en un momento de transición en la sociedad, en la que no todo el mundo está en redes y hay una cantidad de gente que nunca ha estado. Entonces, no se puede asumir que todo el mundo está en las redes. Pero así mismo,

**esa idea de dar la noticia primicia y de la “chiva” no tiene sentido porque el poder cada vez se comunica más directamente con el pueblo**

y el pueblo cada vez hace saber más directamente a los poderosos lo que está pensando. Eso implica para los periodistas una labor de elaboración mucho más grande en su trabajo, de investigar mucho más, de tener una capacidad interpretativa mayor y una capacidad narrativa mucho más creativa que la que normalmente tenemos. **La idea es proveer criterio:** que los hechos vayan acompañados de un contexto y de una interpretación para que el ciudadano se forme un criterio.

La decadencia del periodismo está relacionada con los cambios en las fuentes de poder en la sociedad.

Entre ellas, cómo las redes están cambiando el ecosistema, y van cambiando la definición de lo que es verdad, de lo que es importante.

Muchos de los problemas del periodismo tienen que ver, así mismo, con un cambio en los hábitos de consumo.

Y es que los periodistas vamos un poquito atrás de todo eso; como que el mundo va a unas velocidades de algoritmos y tecnologías y los periodistas somos super conservadores.

**Nos la pasamos, supuestamente, cubriendo los cambios, pero reflexionamos muy poco sobre los que realmente golpean directamente a la profesión**

o le abren nuevas oportunidades al periodismo.

## Agendas

Hay que cambiar. En un medio como La Silla Vacía que cubre el poder, ya no tiene sentido seguir cubriendo solamente el poder institucional que cada vez es menos poderoso; entonces, **tenemos que cambiar la mirada y cubrir otras agendas como la medioambiental y la tecnológica que es donde realmente se están definiendo los asuntos más esenciales de la sociedad.**

Pero el coronavirus lo que ha hecho es una relegitimación de la importancia del Estado en la vida de la gente. Por ejemplo, en La Silla estaba moviendo varios periodistas del poder institucional a los nuevos poderes y ahora estamos usando a esos periodistas para cubrir cosas cómo el enlistamiento de la salud y los alivios a los bancos, y ese tipo de historias que son más del poder institucional.

Pero, sí creo que *las agendas más interesantes están hoy en día en el medio ambiente, en la ciencia, en la cultura, porque esos son los temas que son realmente cercanos a la vida de la gente.*

Más que la política, que siento que cada vez más es más lejana de la gente, es como el reino del desencanto. Para La Silla, **es un gran desafío cómo no contagiarnos de ese reino del desencanto cubriéndolos.**

## La Realidad

Steven Pinker dice que los académicos y los periodistas tenemos una progresofobia. O sea, que somos incapaces de ver el progreso y, sobre todo, el progreso de mediano plazo porque nos la pasamos todo el día pendientes de la noticia de ayer. Y, además, normalmente nos ocupamos de lo que no funciona, con la esperanza de generar conciencia para que alguien haga algo y funcione, pero **ESTO HACE QUE LAS GRANDES HISTORIAS DE LA HUMANIDAD SE NOS PASEN POR LAS NARICES.** Y me puse a pensar: “Claro, en diez años que llevamos en La Silla, por ejemplo, nunca hicimos una historia sobre la reducción tan dramática de la pobreza en Colombia”. O sea, durante diez años, la pobreza en Colombia se redujo más de la mitad, eso es una gran historia y nosotros nunca la cubrimos. El embarazo precoz se redujo en cuatro, cinco puntos, que eso es un montón. Eso cambia la vida de un montón de mujeres y solo, hasta ahora, decidimos hacer una historia sobre eso. Y hay mil otras historias: la transformación religiosa en Colombia, el cambio de roles femeninos, el nuevo poder de los jóvenes.

Hay otras mil historias que no es que sean positivas. **NO ME GUSTA PARA NADA EL PERIODISMO POSITIVO E INCLUSO EL PERIODISMO DE SOLUCIONES.** Eso de los especiales de periodismo positivo, que normalmente están patrocinados, y muestran como una vida en rosa, me parece que es igual de falsa a la vida en negro que solemos mostrar los periodistas. Personalmente, me cuesta mucho trabajo ese tipo de periodismo, a pesar de que en algunos casos creo que el periodismo de soluciones puede ser útil para saber qué funciona y tener esperanzas.

Lo que sí siento es que, **si uno no logra ver sino tragedias, pues la gente como sabe que la vida no es solo tragedias,** dice: “Pero no, eso sí pues para deprimirme, mejor hago otra cosa” **La cuestión es ver un poco más la complejidad de las cosas y yo creo que para eso, en general, somos muy malos los periodistas** o por lo menos a los de La Silla nos cuesta trabajo ver cosas que no son malas.

## Rigor

Practicamos el rigor periodístico en el sentido de que seguimos un método objetivo de verificación de datos y de la información que publicamos. Si tenemos una tesis para una historia llamamos a los que nos pueden derrotar esa tesis y la contrastamos. No hacemos periodismo militante, no hacemos un periodismo que tiene una agenda política en sentido partidista. O sea, no tratamos de avanzar los ideales de un partido, no tratamos de ayudar a un candidato o a una postura política determinada.

Uno de los desafíos más grandes que enfrenta un periodismo como el que hace La Silla es que, precisamente, porque todos estamos en las redes, todos tenemos unas opiniones súper fuertes. Es un mundo donde hay un agregado de emociones, entonces, hacer ese tipo de periodismo más escéptico, si se quiere, comienza a chocar con preguntas como:

**“¿Desde dónde hablas? ¿A quién le hablas?” “Dime cuál es tu filiación política y no me digas que es la Constitución del 91, que eso suena absurdo”.**

## Periodismo Regional

Nosotros hace cuatro años decidimos abrir Sillas regionales con la idea de hacer periodismo desde las regiones. En ese momento, teníamos el ideal del Acuerdo de Paz, que era:

**CONSTRUIR UN PAÍS DE LAS REGIONES HACIA EL CENTRO**

y yo pensaba: “Bueno, si el país va a crecer en esa dirección, yo también quiero crecer en esa dirección”. Ha sido un proceso increíble porque realmente creo

que La Silla es uno de los pocos medios en Colombia que es verdaderamente nacional. O sea, que tú no cubres Leticia en referencia a Bogotá o no cubres lo que pasa en Córdoba desde los ojos de Bogotá. Eso ha sido muy importante y creo que, finalmente, nos volvimos un medio nacional. Entonces, acabamos los portales verticales regionales pa' que todo saliera por La Silla nacional.

## Periodismo Colaborativo

Esa es una gran tendencia de periodismo: trabajar juntos y hacer historias juntos, pero me cuesta aterrizar ese objetivo en la práctica para mantener el rigor de la reportería. Supongo que soy demasiado controladora en ese sentido y siento que todo el equipo de La Silla debe estar entrenado en una forma de ejercer el trabajo, y que por eso no nos queda tan fácil colaborar con otra gente.

## La Narrativa

Uno de los grandes retos que enfrentamos los periodistas es cómo competimos con el **meme**, con el **gif**, con el **sticker...** porque yo creo que ese es el lenguaje de las redes. El verdadero lenguaje de las redes es el meme y es súper potente en transmitir información. Ves a Iván Márquez abrazado con Santos durante el plebiscito, que era el meme que circulaban los uribistas, y yo decía: "Bueno, ¿cómo deconstruyes esa imagen?". Es muy difícil hacerlo, pero yo creo que ese es el reto y siento que **NUESTRAS FORMAS NARRATIVAS CADA VEZ ESTÁN MÁS AGOTADAS** y que no es fácil transmitir ese nivel de profundidad y de información con otras cosas diferentes al texto, pero que hay que intentarlo.

En La Silla, Instagram es nuestro mejor piloto. Tenemos una periodista increíble que se llama Daniela Amaya, que hace los guiones y hace los formatos. Y es

impresionante cómo ella **SIN PERDER COMPLEJIDAD EN LAS HISTORIAS, LOGRA TRADUCIRLOS A OTRO LENGUAJE...** que a veces me interesa más leer las historias en Instagram, que en el texto de la página.

Otro camino son los documentales en la web. Nosotros hicimos un pequeño documental con Margarita Martínez hace como dos semanas sobre historias de la cuarentena y me impresionó también el impacto que eso tuvo. **LA GENTE QUIERE COSAS UN POQUITO MÁS ÍNTIMAS, MÁS VISUALES.**

Y estamos convencidos de que el periodismo de datos sigue siendo válido y sigue siendo muy valioso, pero hay que profundizarlo mucho más, en historias de datos, que te digan: "El coronavirus está moviéndose de esta manera". A mí, por lo menos, esas historias realmente me encantan.

Intentamos Instagram, el podcast, el humor con "La mesa de centro". Hay que experimentar, buscar otros tonos, otras agendas, otras narrativas. Pero, todas esas historias no las puede hacer un periodista solo, se necesita otro nivel de disciplinas y de conocimientos en los cuales nosotros no somos tan buenos como periodistas: por ejemplo, el manejo de datos y el diseño gráfico.

Hay que decirlo y es que no es cierto que los periodistas estamos todos en la banalidad. Hay una cantidad de periodistas que logran hacer unas cosas increíbles y súper complejas. Pero es muy buena la discusión multidisciplinaria. En La Silla es muy chévere estar con la que estudió historia del arte y que tiene un ojo muy particular para ver la realidad, y eso con el que estudió historia y entonces trae unos conocimientos que son muy visibles con los que estudiamos derecho. Por eso, parte del

**MEJOR PERIODISMO ESTÁ POR VENIR  
ES QUE ENTRE GENTE DE MUCHAS  
OTRAS PROFESIONES A VOLVERSE  
PERIODISTAS**

Creo que esa combinación multidisciplinaria en el periodismo ayudaría mucho.

## La Belleza

Me parece súper importante y, a veces, cuando veo el home de La Silla Vacía me digo: “quiero tener más belleza”. Y no me parece tan fácil por los temas que nosotros cubrimos. Pero a veces logramos que la forma narrativa y gráfica sea súper estética, y que realmente de un gran placer leerlo.

*La belleza siempre ayuda no solo a vivir mejor, sino a la comprensión,*

ya que estás mucho más abierto a permitir ser permeado por lo que lees, si está escrito de una forma bella, si la diagramación es linda.

> LA BELLEZA ES PARARLE BOLAS A LA EXPERIENCIA DE LEER LAS NOTICIAS DE LA GENTE <

## El Periodismo del futuro

No hacer lo de muchos medios que se han ido por el *clickbait* de sacar gatitos y bobadas... Creo que hay un sector de población que siente cada vez más necesidad de tener **una información confiable, no politizada, seria, compleja.** Entonces, creo que ahí, dado que tantos han desertado de ese espacio, pues hay una oportunidad para los que queremos estar ahí.

Hay otra oportunidad ante tanta polarización, **ser un punto de encuentro entre gente muy diferente para abrir una cantidad de oportunidades.** A mí me impresiona cuando nosotros con La Silla convocamos un taller, un *hackaton*; o sea, lo que hagamos, viene gente totalmente diversa. Viene gente joven, gente vieja, gente de derecha, gente de izquierda y yo creo que ahí hay un **potencial muy grande de conectar gente para hacer cosas**, una oportunidad de hacer cosas juntas entre gente distinta. Ahí **hay una gran oportunidad: ser un referente de una comunidad y usar el potencial de reunir gente alrededor de ideas** de país o de algo que se puede hacer mejor.

## La Formación

Las universidades creo que podrían hacer una mucho mejor formación de la que hacen hoy en día. En las universidades hay demasiados profesores frustrados por no haber sido periodistas y que son buenísimos críticos de los medios: “Todo es malo, es malísimo”, pero no enseñan cómo hacerlo bien. Y escribir un artículo, implica una técnica, hacer reportería implica una técnica y eso es difícil enseñarlo si nunca lo has hecho.

En la universidad, lo que más me encantaría es que no hubiera tanta carreta y les dieran un poquito más de herramientas técnicas para hacer el trabajo. Creo que es súper clave dominar la técnica y, por otro lado, **creo que es súper clave tener una mirada del mundo lo suficientemente rica e interesante para ver qué vas a cubrir y darle la dimensión a lo que cubres.**

**LOS PRACTICANTES QUE A MÍ MENOS CHÉVERES ME PARECEN SON LOS QUE NO SE HAN LEÍDO UN LIBRO, LOS QUE NO HAN VISTO UNA PELÍCULA, LOS QUE SON MUY POBRES CULTURALMENTE. NADA AYUDA MÁS A SER UN BUEN PERIODISTA QUE TENER UN MUNDO AMPLIO, HABER VIAJADO, HABER SALIDO, HABER TENIDO LA MÍNIMA CURIOSIDAD**

de ir al centro a ver unos museos, haberse leído unos libros, haber visto una película que no sea la última de Hollywood. Esas son las cosas que te afinan la mirada para ser mejor periodista y creo que mucho de eso se hace por fuera de la universidad.

# JUANITA León

→ en **10** ideas ←

①

EL PODER QUE TENÍAMOS  
LOS PERIODISTAS COMO  
INTERMEDIADORES  
SE ACABÓ.

②

El poder del periodismo  
está en **INVESTIGAR** y  
**DESCUBRIR** información que  
los poderosos no quieren que  
se sepa; hacer curaduría de  
la información; contar para  
explicar el mundo.

③

El PODER del periodismo  
es un poder que está en  
el agregado de todas esas  
historias que **FORMAN UN**  
**CRITERIO SOBRE LA VIDA**  
**O LA POLÍTICA.**

④

La idea del periodismo es  
proveer criterio: que los  
hechos vayan acompañados  
de un contexto y de una  
interpretación para que el  
ciudadano se **FORME SU**  
**PROPIA OPINIÓN.**

⑤

Los periodistas nos la  
pasamos, supuestamente,  
cubriendo los cambios, pero  
reflexionamos muy poco  
sobre los que realmente  
golpean directamente a  
la profesión o le abren  
nuevas oportunidades  
a la profesión.

⑥

Tenemos que cambiar la  
mirada y cubrir otras agendas  
que están definiendo los  
asuntos más esenciales de  
la sociedad como el **MEDIO**  
**AMBIENTE**, la **CIENCIA**, la  
**CULTURA**, y son los temas  
más cercanos a la vida  
de la gente.

⑦

Un gran desafío es cómo no contagiarnos de  
ese REINO DEL DESENCANTO que es la política.

⑧

Lo más difícil es cómo cubrir las calles como gran protagonista  
de nuestro tiempo: **¿DÓNDE ESTÁN LAS FUENTES?**  
**¿CUÁLES SON LOS PROCESOS?**

⑨

Uno de los grandes retos  
que enfrentamos los  
periodistas es  
**CÓMO COMPETIMOS CON**  
**EL MEME, CON EL GIF, CON**  
**EL STICKER...** sin perder  
complejidad en las historias.

⑩

**EL MEJOR PERIODISMO**  
**ESTÁ POR VENIR**  
es que entre gente de  
muchas otras profesiones  
a volverse periodistas.

/Marcela Turati

El ¿y a mi qué?  
me importa tu historia

/Marcela Turati

Periodista en memorias y derechos humanos + Quinto elemento lab

## El Poder

Ya pasó esa época en que los periodistas éramos mensajeros entre el obispo, el cardenal, el presidente, los militares. **El poder ya no está donde nos enseñaron** y nos siguen enseñando en las escuelas que está. Tenemos que aprender a leerlo, aprender a construirlo, aprender a hacerlo noticioso, aprender a develarlo. Hay que aprender o reeducar la mirada. La mirada no tiene que estar puesta nada más en lo que nos dicen acá en México todos los días, en Palacio Nacional, en lo que están discutiendo los políticos.

**Quiero hacer un periodismo muy de calle,** muy capilar, muy de raíz, muy regional. Pensar que tu interlocutor o tu interlocutora no es tu editor, no es el colega que te va a leer y corregir la nota, sino que es lo que oyes en la calle. Tienes que estar en la calle, tienes que estar palpando, tomando el pulso de la situación.

## Agendas

Seguimos cubriendo por edificios y no por temas. Y es que tenemos un problema porque los temas que se van siempre a portada, los que abren los noticieros, son los temas de lo que dicen los políticos, lo que tuiteó el famoso, y no es la

educación, la salud, los derechos humanos, esos temas que son de la gente. Por ejemplo, un tema invisible es el de los niños; lo mismo con los pueblos indígenas; la violencia contra las mujeres; el desarrollo humano, la comida, la alimentación. **TODOS ESOS TEMAS DE LA VIDA NO ESTÁN EN LAS AGENDAS PERIODÍSTICAS DE REFERENCIA.** Hay que hacer seguimiento de estos temas y no de edificios. Se trata de estar constantemente tomando el pulso a la realidad para ver qué se está moviendo en un territorio, para ver qué está pasando en las comunidades.

## Periodismo Titanic

Estamos en un momento de crisis, una crisis que ya se veía venir desde hace muchos años. Esta pandemia lo que nos recordó es que tenemos que ponernos a pensar otros caminos, otras exploraciones posibles. Por eso, yo soy una de las muchas periodistas que se han salido de las redacciones tradicionales para explorar por fuera diferentes caminos.

Nuestros referentes siempre eran Estados Unidos y sus Pulitzer, lo que hacían allá y el New York Times. Tenemos que renovar ese periodismo.

**LA MAYOR NOTICIA EN ESTOS TIEMPOS ES QUE SE ESTÁ MATANDO A LA INDUSTRIA DE INFORMAR.**

Nos dicen que “el periodismo está muriendo en este momento”. Una triste ironía. Estamos como en el Titanic en la mayoría de los medios. En América Latina ya llevábamos mucho tiempo sintiéndonos insatisfechos, obligados a pensarnos.

**ESTAMOS OBLIGADOS A RENOVARNOS Y PERDER LA COMODIDAD.**

Hay mucho ruido que crea un ambiente donde no sabemos cuál es la verdad. Y ese ruido produce una lucha narrativa donde reina el que grita más. Lo más cínico es que hay mucha gente que trabaja con otras agendas y se disfraza de periodista: la agenda de los narcotraficantes o la agenda de los políticos más corruptos. Por eso hay muchos medios que fueron creados para causar esta confusión. Entonces, ahora la pelea es entre periodistas y entre diferentes tipos de periodismo: y cada quien se cree a sí mismo. Y entre todo este ruido, no sabemos qué informar.

**Nos acostumbramos a que el periodismo no va a la calle. Eso es una revolución.**

El periodismo se hace por WhatsApp. Y los maestros de Estados Unidos, de Columbia, enseñan cómo hacer **periodismo narrativo sin salir de casa**: que tu entrevistado se grabe, registre su atmósfera, muestre su cotidianidad de la comida y así obtener la escena que necesitas. Y nace el **periodismo de escritorio**. Ese de no salir a cronocar nada,

**“ESPÉRESE A QUE TUITEEN Y SÓLO JUNTE LOS TWEETS Y HAGA SU CRÓNICA”**

Investigar a través de Facebook, Instagram, Twitter, la geolocalización y la búsqueda de videos. ¿Eso es lo real? ¿Eso es periodismo?

## Periodismo de calle

Pienso que tenemos que encontrar o imaginar la manera de cubrir lo que está pasando en la zona más pobre del país, donde no hay medios de comunicación, ni redes digitales;

*que tenemos que ser imaginativos para contar lo que hace sentido en la calle y con la gente.*

Este es un reto que asusta, y también me emociona: **cómo hacemos para que los ciudadanos cuenten.** Lo bueno de este momento es que nos estamos cuestionando nuestro rol como periodistas en la sociedad, pero lo flojo es que **a los periodistas nos falta mucha auto crítica y conexión con la realidad y los intereses de la gente.**

La clave es encontrar el *para qué* del periodismo, hacer un periodismo que pueda cambiar cosas y que sirva. Y en ese camino fui aprendiendo con otras mujeres reporteras que:

ⓧ **EL PERIODISMO SE HACÍA EN COLECTIVO.** Nos pareció que el periodismo solitario, el periodismo compitiendo por la exclusiva con otros periodistas, que es la misma exclusiva, y donde todo mundo observa lo mismo, es un periodismo insuficiente.

ⓧ **NO AL PERIODISMO QUE CUBRE OFICINAS** de gobierno y una fuente, sino un periodismo para ver toda una problemática y desde muchos ángulos.

ⓧ Que no hay periodismo social, o económico o judicial, sino que toda nota de investigación tiene que tener, también, las causas económicas y las decisiones políticas. En mi caso, que cubría durante muchos años y sigo

cubriendo desigualdad, pues **NOS DIMOS CUENTA DE QUE YA NO ERA SUFICIENTE HABLAR DE LOS POBRES**, ser los camilleros de los pobres, sino empezar a encontrar por qué la pobreza o por qué esta desigualdad.

ⓧ Ante la experiencia brutal de violencia mexicana que asesinen a tantos periodistas y que tantas cosas son peligrosas, nos ha hecho conscientes de **LA NECESIDAD DE REDES DE PROTECCIÓN, REDES DE SOLIDARIDAD Y EL TRABAJO COLABORATIVO.** Soy una convencida de que hay que crear colectivos, encontrar otras formas de trabajar, otras maneras de agremiarnos, de hacer reportajes colaborativos. **SER COLECTIVOS PARA DARNOS FUERZA Y CUIDARNOS ENTRE TODOS.**

ⓧ **UNA APUESTA POR EL PERIODISMO REGIONAL.** Cuando creamos *Quinto Elemento Lab* fue para experimentar fórmulas para lograr que el periodismo regional sea nacional, para que lo que pase en algunas zonas también tenga el mismo eco que lo que pasa en la Ciudad de México. Y para dejar de ser transmisores o mensajeros entre políticos y hacer un periodismo de investigación.

ⓧ **PERIODISMO QUE NO SOLO HABLE DE LAS TRAGEDIAS, SINO INVESTIGUE LO QUE ES POSIBLE.** El periodismo de lo posible es también reportear aquello que puede ser replicable, aquello que una comunidad descubrió o aquella técnica que encontró. Entonces, es reconocer que el poder ya no está donde decimos, donde nos enseñaron que está el poder y ver la gente qué soluciones está dando, y reportearlas. **INVESTIGAR ESTAS OTRAS COSAS POSIBLES, PORQUE NO TODO ES EL FIN DE LA HISTORIA.** Reportear lo posible ante estas catástrofes que vemos todos los días.

ⓧ En las escuelas de periodismo nos enseñan a responder el qué, el quién, el cómo, cuándo, dónde, por qué. Y **NOS FALTA RESPONDER EL "Y A MÍ, ¿QUÉ?"**. Que a la gente que lea tu noticia, esa información, le diga algo sobre su propia vida, sobre su circunstancia y le permita entender algún pedazo de mundo, lo que está pasando y por qué pasa lo que le pasa.

## Periodismo feminista

Estamos en un momento en que la historia ya cambió, en el que los periodistas ya no estamos en los grandes medios. Por eso esa imagen del periodista como en las películas que se daba solito contra el mundo, no va más. En Latinoamérica,

**> las mujeres periodistas son un signo de estos tiempos, otras formas de hacer periodismo <**

Ahora, después de tantos años de golpes, de tanta precarización laboral y de tanto desprecio de los dueños de los medios de comunicación y de los políticos hacia la labor de los periodistas, han surgido estos colectivos formados por

**mujeres periodistas que cambian los modos de hacer periodismo hacia la ética del cuidado.**

Esta idea femenina de que hay que cuidarnos entre todas, hay que capacitarnos entre todas y que hay que mejorar también las condiciones en las que hacemos periodismo.

Cuando empezaron a matar muchos periodistas, las que salieron y tomaron su lugar fueron las mujeres... Por ejemplo, en **El diario de Juárez** cuando mataron al reportero policiaco, **"El Choco"**, las que lo sucedieron fueron mujeres. Unas mujeres locas que, a pesar de las amenazas, a pesar de que varias tenían hijos, siguieron investigando con una jefa mujer e hicieron un muy buen periodismo en los tiempos en que Ciudad Juárez era la ciudad más peligrosa del mundo. Y después crearon una red de protección a periodistas.

## Periodismo militante

**TODOS LOS PERIODISTAS SOMOS MILITANTES. MILITANTES POR LA VIDA, LOS DERECHOS HUMANOS, DE LO QUE CREEMOS** que es correcto; eso es lo que te da motor. creer que puedes cambiar las cosas. En el corazón somos activistas de lo que te mueve y apasiona. Ya no quieres ni dormir. Quieres entender todo, quieres conocer todo de esa historia. Lo que si no se puede es camuflar ese activismo, tienes que hacer periodismo, seguir un proceso.

**"SOY UNA PERIODISTA MILITANTE, PERO CON LAS REGLAS DEL PERIODISMO"**

Podemos militar, pero con las reglas del periodismo que son contrastar, ver con el otro, publicar las opiniones de los otros, tener pruebas, no cargar con roles de otros cuando estamos reportando. Y lo más importante tener también acceso a los contrarios, que tu rigor periodístico haga que no te cierren la puerta los que piensan distinto para que investigues desde todos los ángulos y des "la versión" mas posible que tenemos de la verdad. Entonces,

**TE TIENEN QUE VER SIEMPRE COMO PERIODISTA, AUNQUE TU CORAZONCITO LATA PARA LA CAUSA QUE CUBRES.**

Si en cierto momento no puedes distinguir, es momento de que te muevas a otra fuente y por un rato reflexiones.

## La libertad de expresión

En México hay que actuar en la defensa de la libertad de expresión. Por eso hay que tratar que desde las regiones los periodistas creen sus propios colectivos y defiendan su información. Que si matan a alguien o si silencian a alguien, no todos huyan sino que haya una red y esta red se dedique a hacer visible lo que está pasando. Con "Periodistas de a pie", por ejemplo, creamos una red de periódicos y medios aliados, que es una nueva forma de producir y circular y se articulan en una forma más horizontal y más de red.

Otra de las cosas, es trabajar sobre la salud mental y emocional de los periodistas, que creo que es algo básico que se nos olvidó en todas las clases que nos dieron, que se nos olvidó en tantos años de reportear, que es que los periodistas estemos bien.

En el caso mexicano, después de tantos colegas y amigos que han sido asesinados, hay que reflexionar por qué ese periodista que tiene amenazas, que le están diciendo que no saliera, donde todos los signos eran súper claros, salió y lo mataron. La razón es que ya no creía en nada, apagó su miedo, estaba desconectado. Entonces, ¿cómo hacemos para no callar nuestros miedos?. Porque así nos enseñaron.

*Nos enseñaron una forma súper machista de enfrentar el periodismo.*

de "no digas que tienes miedo". O sea, si te amenazaron, pues te aguantas, no tienes que mostrarte vulnerable, tienes que competir ante todo.

La violencia nos enseñó a que tenemos que ir juntos muchas veces a reportear, a que alguien nos tiene que monitorear desde otra región, a que tenemos que

hacer planes de acción, a que dependemos de redes. Por ejemplo, en Ciudad Juárez, que es donde lo aprendí, que en las noches después de reportear asesinatos tremendos, tanta sangre, íbamos siempre a bares a platicar y a procesar esto como si fuéramos corresponsales de guerra y sólo ahí en los bares se nos permitía decir si teníamos miedo y llorar.

Poco a poco, aprendiendo de psicólogos, he explorado sobre cómo se cubre el dolor. Pero, al mismo tiempo, qué hacemos con nuestro dolor y cómo nos fortalecemos como periodistas para seguir cubriendo los temas que nos toquen, como hacemos contención emocional.

*Estoy convencida que los periodistas somos trabajadores esenciales*

y que para hacer bien el periodismo debemos estar bien. Tenemos que encontrar estrategias para que el periodista dure más, para que sea sostenible y para que pueda seguir haciendo historias y pueda ser, también, feliz.

Para mí lo más importante de un periodista es que no se deje domar ni de sus profesores, ni de sus colegas, ni de sus editores, ni de sus fuentes, ni de sus anunciantes. No dejarse doblar las alas. Y es que el periodismo es la forma que encontramos varios de tratar de hacer algo, de cambiar el mundo, de denunciar injusticias y de decir "esto está mal" o "esto está bien".

**SE HACE PERIODISMO  
PARA CONTAR HISTORIAS QUE SEAN  
RELEVANTES; EXPLORAR LA REALIDAD  
Y CONECTARSE CON LA SOCIEDAD**

# MARCELA TURATI

→ en **10** ideas ←

①

LOS PERIODISTAS ESTAMOS OBLIGADOS A LA AUTOCRÍTICA, A RENOVARNOS Y PERDER LA COMODIDAD.

②

La pregunta fundamental del periodismo es responder el "Y A MÍ, ¿QUÉ?" del lector.

③

El periodismo se hace EN COLECTIVO, el periodismo en solitario ES INSUFICIENTE.

④

Los periodistas tenemos que ser imaginativos para contar lo que hace sentido en la calle y en la gente, hacer historias para que los ciudadanos cuenten, narrar la vida y dejar de cubrir oficinas de gobierno y fuentes políticas.

⑤

QUIERO HACER UN PERIODISMO MUY DE CALLE, MUY CAPILAR, MUY DE RAÍZ, MUY DE TERRITORIO.

⑥

Creo en un periodismo que no solo hable de las tragedias, sino investigue lo que es posible porque NO TODO ES EL FIN DE LA HISTORIA.

⑦

Todos los periodistas somos militantes por la vida, los derechos humanos, lo que creemos, pero con las reglas del periodismo.

⑧

SE HACE PERIODISMO PARA CONTAR HISTORIAS QUE SEAN RELEVANTES, EXPLORAR LA REALIDAD Y CONECTARSE CON LA SOCIEDAD.

⑨

LAS MUJERES PERIODISTAS SON UN SIGNO DE ESTOS TIEMPOS, OTRAS FORMAS DE HACER PERIODISMO HACIA LA ÉTICA DEL CUIDADO.

⑩

Los periodistas necesitamos REDES DE PROTECCIÓN, CUIDADO y TRABAJO COLABORATIVO

/Cristian Alarcón

La belleza está en el proceso

/Cristian Alarcón

Animal party + Periodismos experimentales + Revista Anfibia

## El Poder

**EL PODER EN EL PERIODISMO TIENE QUE VER CON LA ACUMULACIÓN DE PRESTIGIO.**

El poder que tengas de preservarte de los aprietes, de las amenazas, de las seducciones, de las vacas sagradas del periodismo. Por eso,

**>> EL PODER ES LIBERTAD,  
PERO LIBERTAD EN TÉRMINOS FILOSÓFICOS <<**

Es decir, la posibilidad de decir realmente lo que quieras, de no tener miedo a molestar, de no tener miedo a no ser visto con buenos ojos por absolutamente todos e, incluso, por aquellos que vos querés.

Últimamente pienso que el poder lo tiene la filosofía contemporánea, que **EL PODER LO TIENE EL PENSAMIENTO CRÍTICO QUE PROVIENE DE LA ECOLOGÍA**, que el poder en este momento es comprender lo que dice Donna Haraway cuando quiere explicarnos que no estamos en el “antropoceno”, sino en el “capitaloceno”. Cuando discuto si estamos en el “antropoceno” o el “capitaloceno”, me siento un poquito más poderoso porque **EL PODER ES PARA PODER** TRANSITAR LO QUE SE VIENE DE MANERA MÁS PROFUNDA con lecturas y narraciones que nos permitan transitar con menos angustia la posibilidad del fin del sistema de medios.

**LA PREGUNTA ES  
¿CÓMO VAMOS A HACER PARA SOBREVIVIR?**

## El viejo periodismo

Es imposible que las redes sociales reemplace el viejo periodismo, ni Twitter, ni Facebook, ni Instagram... quizás Twitter en un hilo bien hecho, a veces lo consigue. Me refiero con **el viejo periodismo a un artículo que te pueda dar la información del contexto y transmitir sensaciones y emociones.** Eso para mí estaría siendo la pieza perfecta. El buen periodismo es un SPA: "Sensaciones Periodísticas Anfibias". Sensacional por la frase de Sara Ahmed, la teórica feminista, post feminista, crítica, incluso, del feminismo y de la teoría *queer* quien dice que "El feminismo es sensacional porque produce emociones e interés". Y ahí hay una clave respecto a lo que debe producir

**un buen texto periodístico: debe informar, debe dar contexto, debe narrar produciendo emociones e intereses.**

Eso es lo que es tan difícil: producir emoción, sensaciones y sentido desde la singularidad de una propuesta.

## Los medios

Los colegas cuando reflexionan sobre el oficio son una legión de plañideros y de lamentación sobre las condiciones laborales y de producción de la información. Yo soy el primero, digamos, en adherir, por supuesto, a lo terrible que significa los despidos que hubo en El Tiempo en Colombia, los despidos

que hubo en Semana, los retiros voluntarios que ha habido acá en Clarín, en La Nación, en los grandes medios.

Pero pensar que **reinventar el periodismo es un asunto de medios pequeños e independientes... no es posible.** Anfibia, once personas; Cosecha Roja, cuatro personas...

No quiero que los grandes medios se terminen, quiero que sobrevivan, porque un gran medio emplea cuatrocientos, seiscientos, mil doscientos periodistas. Y además mapea muchos temas que un medio pequeño no quiere o no puede. Si desaparecen los grandes medios, desaparece el periodismo generalista. Por eso me interesa conversar con el director de Clarín, de La Nación para saber que están pensando. Obvio, si van a sobrevivir yo quiero que sea con **periodistas inteligentes, con periodistas pillos, pícaros que sepan estar atentos** y que sigan apreciando el hecho de estar adentro de un periódico grande. Hay algo de la máquina de hacer noticias que para mí sigue siendo fascinante, y que es formadora, y tiene que ver con los tiempos, con el nivel de producción, con la carrera, con

**LA COMPETENCIA Y CON LA PRIMICIA:  
DOS PALABRAS VIEJAS CON LAS QUE  
FUI MUY FELIZ PELEANDO POR LA NOTICIA**

Me encantaba joder al otro y salir a la mañana, ir al periódico y ver el título, y que el otro no lo tuviera. Esa película detrás de las noticias era maravillosa. Me parece que todavía en algún lugar eso existe como la singularidad dentro de la máquina. Siempre las máquinas fueron gigantes y, sin embargo, de todos los periódicos de América Latina, salieron escritores y escritoras singulares.

## El acontecimiento

### EL ACONTECIMIENTO DEBE SER NARRADO.

Y eso es que si el sábado en la noche un grupo de *rugbiers* asesinó a patadas a un joven en la puerta de una discoteca en el verano; se prendió fuego Minneapolis; no queda ninguna alternativa: Hay que trabajar el domingo. EL ACONTECIMIENTO ME INCENDIA EL APARATO SENSITIVO. Y esto es porque hay algo de la sensibilidad política y social que se ve afectada cuando el mundo estalla, cuando algo produce un síntoma nuevo, cuando no entiendo qué está pasando y me tengo que poner a ver qué es y qué significa.

> ME FASCINA ESA SENSACIÓN DE QUE EL MUNDO ES DESCONOCIDO, PERO QUE EL PERIODISMO PERMITE QUE LO CONOZCAS EN UNA HORA DE LECTURAS RÁPIDAS <

Y es que contar el acontecimiento es un proceso de conocimiento que nace de una curiosidad que anima.

Por eso, la noticia inaugura una zona a habitar, que es todos aquellos datos que hay que recolectar de contexto y la lectura con que hay que llenarla. El hecho de que tengas una visión del mundo, que tengas un marco de pensamiento, determinadas claves y ejes para poder pensar el mundo, no hace más que hacerte más fácil el trabajo de cubrir la noticia que va a ser lo que siempre vamos a tener que hacer.

## Los medios digitales

Todo medio digital llega a un techo. Y es porque las masas críticas tienen un techo, es decir, son un público especial. Por eso,

( HAY QUE VER CÓMO HACEMOS PARA INNOVAR HACIA ABAJO, HACIA JÓVENES, HACIA OTROS PÚBLICOS. )

Hay que ver cómo conmovemos a nuevos públicos. Y hay que saber que **las audiencias son traidoras. Te abandonan en dos minutos. La fidelidad no es de estos tiempos.**

La clave para pensar las audiencias es la segmentación real: conocerlas, consultarlas, dialogar con ellas, tener información y empezar a experimentar con estrategias dentro de tus contenidos que vayan apuntando a audiencias específicas. El podcast por ejemplo.

**Hacer cosas que no son para nosotros ni para todos.**

## La Belleza

*La belleza está en el proceso.*

Y esto es porque la belleza es un proceso de *performing* creativo y es lo más placentero de todo. La belleza no es simplemente comprar la mejor imagen. No es un banco de imágenes. Por eso, los bancos de imágenes ya pasaron, porque las imágenes están por todos lados. La belleza es buscar artistas

que sepan volar. Por eso digo que Anfibia es veleidosa, es como una chica bien latinoamericana en la Quinta Avenida, con *stiletto*, de a ratos. Un medio independiente que invierte una porción de su pequeño presupuesto en pagar las imágenes especialmente creadas por los artistas.

Según el arte, la historia del arte, la visión kantiana es la belleza de lo simétrico, de lo perfecto, de unos cánones construidos de acuerdo a dos mil, cinco mil años de historia; un canon que empezó a registrar y a construir el sistema del arte. Para nosotros,

*la belleza es un proceso que tiene que ver con la singularidad. Entonces, la belleza es la singularidad.*

Y **la singularidad**, muchas veces, en lo que nos toca contar a nosotros los periodistas, **es abyecta, es sucia, maloliente, deforme, monstruosa**; es una singularidad desagradable en los términos de la belleza hegemónica. Byung-Chul Han afirma que la belleza está justamente en mirar de manera transversal, bizca, de mirar con el ojo chanfleado aquello que no quieren mostrar.

**EL PERIODISMO ENCUENTRA SU BELLEZA EN  
AQUELLO QUE NADIE QUIERE MOSTRAR, EN  
AQUELLO QUE NADIE QUIERE VER,  
EN AQUELLO QUE NO NOS IMAGINÁBAMOS.**

Cuando vemos las manifestaciones en Estados Unidos y vemos los saqueos, en algún sentido, hay una cierta belleza.

**Una belleza que nos toca y nos conmueve porque lo racial nos conmueve en América Latina** porque todos los morenos hemos sido víctimas de racismo en algún momento. Nuestras sociedades, como la argentina particularmente,

han sufrido penurias como las que padeció la sociedad norteamericana con los saqueos. La imagen de un saqueo es una imagen muy argentina. Hay una imagen de la década del ochenta, de una manifestación donde saquearon "Modart", que era el negocio de ropa que había en la esquina de la Plaza de Mayo. La imagen de alguien entrando a Modart, yéndose con un maniquí con un traje, yéndose con lo robado, es una imagen vieja que se repitió muchas veces en el 2001 con la crisis social. Fue tremendo verlo ahora, en las calles de los Estados Unidos, en un contexto que le daba cierta legitimidad a la acción violenta. Esta historia de "aguantaron todos estos años, aguantaron un siglo y ahora se lo están cobrando todo en un segundo", se puede ver en un video que se ve ahora en la pantalla del celular. Ahí hay cierta belleza.

## El periodista

**HOY UN ACADÉMICO TIENE MUCHA MÁS POSIBILIDAD DE CONSEGUIR EMPLEO COMO PERIODISTA EN LAS ORGANIZACIONES "NUEVAS", QUE UN PERIODISTA QUE SALIÓ DE LA ESCUELA DE PERIODISMO.**

Y es que es muy difícil que alguien que no provenga de un conocimiento profundo, se pueda integrar a trabajar a nuestros equipos, porque el periodismo está teniendo una exigencia intelectual muy fuerte y esa exigencia no sólo se trata de la exigencia respecto a **una necesidad cultural** (ser exiliado, marica, moreno, patagónico, pibe chorrero, cumbiero, carnavalero... en mi caso), que también confesar mi ignorancia y hacerme cargo de lo que no sabía. Por eso cuando quiero entender cuál es la diferencia entre "antropoceno" y "capitaloceno", tengo que ponerme a leer. Cuando quiero comprender cuál es la diferencia entre lo que dice Markus Gabriel, el alemán, y Éric Sadin, el francés, sobre la inteligencia artificial, tengo que ponerme a leer.

**El periodista debe ser un intelectual que debe preguntarse sobre el futuro porque sino estoy perdido, porque voy hacia allá.**

Me produce mucha preocupación la enseñanza del periodismo en los grados académicos, porque es una práctica excluyente de la filosofía contemporánea y del medio ambiente. ¿Cómo una carrera que forma una gente que se va a dedicar a contar el planeta, a contar el mundo que viene, no va a tener urgentemente un contenido sobre el pensamiento crítico relacionado al medio ambiente? Desde las crisis climáticas hasta el ecofeminismo, que ya empieza a despertar conciencias, para que esas conciencias hagan lo que tienen que hacer con la realidad.

## Periodismo anfibio

Periodismo anfibio comenzó siendo el encuentro entre el periodismo y la academia, en la búsqueda de que el lenguaje narrativo habitase los ensayos y le diera una llegada directa a los lectores y las lectoras; **generando marcos interpretativos que permitan conversaciones más interesantes entre nuestra audiencia.** Eso es el periodismo anfibio, inicialmente: crónicas anfibia que interseccionan con el ensayo.

## Periodismo performático

El periodismo performático es una experiencia, no es un tipo de periodismo, que lo que hace es relacionar la investigación periodística con la *performance* y las artes, **buscando que abandonemos el texto como rey de reyes**

del periodismo, para poner en juego cuerpos, espacios, imágenes y sonidos. Probemos el cuerpo y vayamos a la creación en el espacio público, hagamos un periodismo que investiga, pero para narrar desde el cuerpo.

## Periódico filosófico

El periodismo filosófico, que no creo que se pueda llamar así, es un periodismo de pensamiento contemporáneo; es el que pretende una renovación a partir del hallazgo de nuevos ejes y de restablecer prioridades a la hora de construir los focos. No nos sirve la escuela de Frankfurt y está muy bien la comunicación crítica, pero tenemos que pensar a partir de la tecnología y de tres cuestiones:

**LA TECNOLOGÍA, EL MEDIO AMBIENTE Y LOS FEMINISMOS.  
LOS MARCOS PARA PODER CONSTRUIR LAS HISTORIAS.**

Y eso nos obliga a **una actualización permanente en la búsqueda de la novedad.** La novedad ha dejado de existir en el periodismo contemporáneo... la novedad transita fuera del periodismo. Tenemos que asumir el futuro que nos pasa todos los días a miles de millones de personas, dejar de estar tan atados al presente; obvio, **la mirada sobre el futuro es una mirada a la que no podemos llegar sino habitamos el presente;** lo que pasa es que el presente va más rápido y se convierte más rápidamente en el pasado.

## La crónica

La crónica, en algunos casos, ha reaparecido en los periódicos, no como larga crónica, pero hay un esfuerzo narrativo, como un comienzo, como una pinturita, un contexto, algo que no estaba. El periodista que cubre la noticia como que quiere escribir. La crónica política a veces saca sus cositas. Pero no hay un

espacio para la crónica a lo Caparrós, a lo Leila.

**LA CRÓNICA CLÁSICA LATINOAMERICANA DE LOS NOVENTA, LA DE LA FUNDACIÓN GABO, ESA ESTÁ EN DECADENCIA.**

**LA CRÓNICA LATINOAMERICANA NO ALCANZA. NOS ESTAMOS ABURRIENDO DE ESCRIBIRLA Y DE LEERLA.**

Basta de la emulación e imitación de los grandes maestros del periodismo latinoamericano. EL PROCESO PERIODÍSTICO VA DE LA INFORMACIÓN A LA INVESTIGACIÓN, DE LA INVESTIGACIÓN A LA NARRACIÓN Y DE LA NARRACIÓN A LA CREACIÓN. Y ahí la palabra no tiene el poder. Abrazar exclusivamente la condición de la palabra es muy patriarcal, eso del texto largo y del texto importante aburre.

## El periodismo de opinión

El periodismo de opinión es una lacra, una peste. Y ahora es una moda de la tele y la radio. La radio y la tele tienen un problemón porque se han transformado en un escenario de opinadores y de personas que tienen un productor que les tiran cinco claves, y que lo que tienen que hacer es gritar para pelearse, y **PRODUCIR RATING A PARTIR DEL CONFLICTO TEATRALIZADO DE OPINIONES DIVERGENTES.**

## El periodismo de protestas

El periodismo en las protestas crea una red que permite que la gente mande en vivo las escenas de la calle, de los jóvenes corriendo, las historias de la represión.

**LO NOVEDOSO ES ESA SENSIBILIDAD JUVENIL TAN CREATIVA Y TAN POPULAR.**

No es arte salido de las escuelas de arte ni de las universidades, viene de la cultura pop y de lo popular. Por ejemplo, la tía Pikachu es una mujer que tenía un disfraz de Pikachu. Y se transformó en el personaje más explícito de la protesta chilena con su disfraz de Pikachu. ¿Por qué? Porque Pikachu va corriendo y se cae y eso lo filma el *blooper* y ese *blooper* viraliza. Se convirtió en un símbolo de la protesta. Lo mismo el hombre araña sexy que baila y perrea. Una protesta alimentada por el pueblo y lo pop en términos creativos. Eso me parece que requiere que **NOSOTROS ESTEMOS MÁS ATENTOS. ALGO OCURRIÓ. UN EMPODERAMIENTO QUE TIENE QUE VER CON EL ROL DE LA JUVENTUD ACTIVISTA CHILENA Y CON LA EMERGENCIA FEMINISTA.**

## Periodismo científico

No al periodista científico. Me gustaría un periodismo científico menos traductor, menos divulgador. A mí me parece que aburre mucho la divulgación científica. A mí me dicen una agencia de periodismo científico y salgo corriendo. El hecho de pretender que te lean porque sos una agencia de divulgación científica, es como pretender que te lean porque sos una agencia de ecología. ¿Quién te va a leer?

## Periodismo trans-versal

**La transversalización de los focos es la clave.** O sea, espero que la pandemia deje como consecuencia la capacidad de los periodistas de preguntarse sobre qué es un virus, cómo ataca, cómo se busca una vacuna. **Y ES QUE VAMOS HACIA LA DESAPARICIÓN DE LAS SECCIONES: POLÍTICA, SOCIEDAD, ECONOMÍA, DEPORTES, ESPECTÁCULO, CULTURA.** Dentro de diez años, espero que no existan. O sea, realmente ahí vamos a vivir una especie de "renacentismo periodístico" en donde lo que va a primar, lo que va a gustar es un insecto. Es **la posibilidad de que un periodista sea tan sensible, en términos epistemológicos, por su relación con la búsqueda del conocimiento y tan placentero, en términos emocionales, por su relación con el lenguaje y con la belleza.**

# CRISTIAN ALARCÓN

→ en **10** ideas ←

①

Un periodista debe ser sensible en la búsqueda del conocimiento y placentero en su relación con el **LENGUAJE** y la creación de **BELLEZA**.

②

El proceso periodístico va de la **INFORMACIÓN** a la **INVESTIGACIÓN**, de la **INVESTIGACIÓN** a la **NARRACIÓN** y de la **NARRACIÓN** a la **CREACIÓN**.

③

El poder en el periodismo está en la libertad de

**NO TENER MIEDO A MOLESTAR.**

④

El periodismo es historias con información de contexto que transmite **SENSACIONES, EMOCIONES E INTERESES DIVERSOS.**

⑤

Me fascina esa sensación de que el mundo es desconocido, pero que **EL PERIODISMO PERMITE QUE LO CONOZCAS.**

⑥

Las audiencias digitales son traidoras. Te abandonan en 2 minutos.  
**LA FIDELIDAD NO ES UN SIGNO DE ESTOS TIEMPOS.**

⑦

La **BELLEZA** está en el proceso de crear singularidad. El periodismo encuentra belleza en aquello que nadie quiere mostrar, que nadie quiere ver, que no imaginábamos, pero que nos conmueve.

⑧

Hay que abandonar el texto como rey de reyes del periodismo, para poner en juego **CUERPOS, ESPACIOS, IMÁGENES y SONIDOS.**

⑨

**LOS MARCOS PARA CONSTRUIR LAS HISTORIAS DE HOY SON LA TECNOLOGÍA, EL MEDIO AMBIENTE Y LOS FEMINISMOS**

⑩

La crónica clásica latinoamericana de los noventa está en decadencia, no alcanza. Estamos aburridos de **ESCRIBIRLA** y de **LEERLA.**

/Martín Caparrós

El periodismo trata de entender  
para poder narrar

/Martín Caparrós

Escritor + chachara.org

Esta es una época que teme a su futuro en general y a la pandemia en particular. Entonces poder hablar dentro de ese contexto, de **QUE LO MEJOR ESTÁ POR VENIR, ES CASI UNA HERESÍA**. Una herejía que abrazo con todo el fervor y las llamas de la hoguera.

## Las malas noticias

Una noticia que molesta, una noticia que está mal contada, o una noticia que nada justifica, o que nada sostiene. Hay muchas opciones posibles sobre la idea de mala noticia.

## El poder de los medios

Durante todo el siglo XX había un modelo de medios muy definido: **LOS DOS O POR MUCHO TRES GRANDES PERIÓDICOS QUE EN CADA PAÍS HEGEMONIZABAN LA CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN. HEGEMONIZABAN LA IDEA DE VERDAD. ERAN LOS DUEÑOS DE LA VERDAD**. Si lo decía el, qué se yo, el New York Times, o Le Monde, El País, era la verdad. Esto duró durante buena parte del siglo XX. Y esos medios, por supuesto, están muy mezclados con otras formas de poder.

Pero ese modelo de circulación de la información, ese modelo mediático, empezó a resquebrajarse a fines del siglo pasado y se está yendo al carajo aceleradamente, a partir sobre todo de los cambios técnicos que todos sabemos. El problema es que **ESTOS MEDIOS, QUE TODAVÍA TIENEN UN PODER RELATIVAMENTE IMPORTANTE, HAN CONSEGUIDO CONVENCERNOS**

**DE QUE SU CRISIS, LA CRISIS DE ESE MODELO MEDIÁTICO, ES LA CRISIS DEL PERIODISMO.**

Entonces, ahora, todos estamos dispuestos a repetir rápidamente que el periodismo está en crisis, que es un muy mal momento para el periodismo. No está en crisis el periodismo. La crisis es de esos grandes medios que planteaban el esquema de qué era cierto, qué no era cierto, de qué había que hablar, de qué no había que hablar, qué importa y qué no importa, qué es noticia y qué no es noticia.

Lo raro es que los grandes medios creen que todavía están en la flor de la edad, cuando tanto ellos como yo no estamos allí. Todo tiempo pasado fue mejor. Siempre se supone que hubo una edad mítica en que todo era extraordinario y ahora se jodió. Eso es viejísimo ya. Lo dijo Jorge Manrique mejor que nadie lo pueda decir nunca. Entonces dejemos de repetirlo, ¿no?

*“Recuerde el alma dormida,  
avive el seso y despierte  
contemplando  
cómo se pasa la vida,  
cómo se viene la muerte  
tan callando  
(...)  
cómo a nuestro parecer  
cualquiera tiempo pasado  
fue mejor”*

Estamos es en un momento afortunado en el cual todo eso está en proceso de redefinición. Yo creo que, casi siempre, todo está en proceso de redefinición, pero hay momentos en que ese proceso se intensifica o se visibiliza. Se hace mucho más visible, y este es uno de ellos. **No sabemos dónde está el rol de los medios, dónde está el poder o no poder de los periodistas. Estamos buscando y mirando para los costados, tratando de encontrar. Eso es lo que me parece fascinante del momento.**

En todo caso no estoy seguro de que estos grandes medios hayan perdido toda posibilidad de definir qué es lo que constituye el paquete noticioso, por llamarlo de alguna manera ridícula. Lo que si hay es intentos de desconfigurar este paquete:

**cada vez más los periodistas no necesitan a los medios.**

Hablábamos de los medios tradicionales y de su hegemonía en vías de resquebrajamiento. Si yo quería publicar algo, aunque más no fuera una columna escrita en mi casa, quiero decir, sin necesidad de irme a Níger a buscar la información, una columna escrita en mi casa con las cosas que puedo averiguar, saber, pensar... necesitaba un medio para eso. No había otra forma de que esa columna estuviera en un soporte que permitiera ser leído y que ese soporte fuera distribuido a quienes quisieran leerlo. Estoy hablando de una hoja de papel donde eso se imprimía y un circuito donde eso se vendía o distribuía.

*Ya no necesito un medio ahora para publicar esa misma columna o para irme a Níger.* Y hacer una larga historia sobre el hambre en un pueblito africano. No lo necesito. Puedo armar un espacio yo o veinte amigos o cuatro enemigos.

## HASTA HACE MUY POCO ÉRAMOS REHENES DE LOS MEDIOS. NECESITÁBAMOS A LOS MEDIOS.

Los medios, por supuesto, nos necesitaban a nosotros. Pero nosotros necesitábamos a los medios más que viceversa, digamos. Ya no.

## La noticia

Hace mucho escribía que nos enseñaron a considerar noticia todo lo que les pasa a los políticos con poder, ricos con empresas, futbolistas más o menos en activo, o tetonas, y dos o tres pequeños gremios más. Nos enseñaron eso. En las escuelas te enseñan eso, que es noticia lo que le sucede a ese sector de gente, de una manera u otra. **LA NOTICIA CONSTITUYE UNA IDEA DEL MUNDO:** si es lo que le pasa a ellos, quiere decir que los que importan son ellos y que,

por lo tanto, tiene sentido que el mundo esté armado de la manera en que está armado.

**LA IDEA DE NOTICIA ES DECISIVA PARA CONSTITUIR LA IDEA DEL MUNDO QUE TIENEN MILLONES Y MILLONES DE PERSONAS:** una idea conservadora de decir el mundo es así y por eso, la noticia es tal y no la otra.

Eso está cambiando un poco, pero no creo que se haya modificado radicalmente. No es que los medios o la población dejen de consumir información sobre los gobernantes, los empresarios ricos, los futbolistas o las tetonas. En muchos casos sigue siendo así, de una manera extraña, pero es así. Cuando todavía trabajaba en un diario del imperio, hice una nota en la cual lo que intenté fue mirar en un día X, las listas de las noticias más leídas de los seis o siete periódicos más leídos de América Latina. Y **ERA MUY IMPRESIONANTE VER QUE LA MITAD DE ESAS NOTICIAS, MÁS DE LA MITAD, DOS TERCIOS DE ESAS NOTICIAS ERAN O POLICIALES O FARÁNDULA.** Nada que ningún periodista serio se hubiera enorgullecido de contar. Y el otro tercio no eran tampoco historias que ningún periodista serio se hubiera enorgullecido de contar.

Entonces, ahí ya hay un primer desfasaje interesante. Los grandes medios siguen diciéndote que la noticia importante es lo que dijo ayer el ministro del interior. Y siguen abriendo el papel e, incluso, la página web con eso. Pero sus miles o millones de consumidores lo que leen es otra cosa. Entonces,

**hay un desfasaje entre qué dicen los medios que es noticia y qué dicen los lectores que es noticia.**

Un desfasaje que tampoco me alegra nada, porque el hecho de que millones de personas se crean que lo que les interesa es lo que le pasó ante anoche a la vedette de turno, tampoco es muy alentador. No es que esta ruptura de la hegemonía sobre la definición de la información esté dando lugar a nada muy alentador en sí. Simplemente se abre un espacio en el cual, eventualmente, se podría uno tratar de colar de alguna manera.

## La verdad

El periodismo está oxidado y disfuncional para millones y millones de lectores porque es **un modelo basado en una determinada idea de la VERDAD y de que hay una VERDAD que debe ser descubierta y que, entonces, el trabajo del periodista consiste en encontrar una VERDAD.**

Verdades que, en general, tienen que ver con pequeños delitos o delitos medianos cometidos por gente que tiene poder, por gobernantes, por políticos. **LA IDEA DE QUE LO MEJOR QUE PUEDE HACER UN PERIODISTA ES DESTAPAR UN HECHO DE CORRUPCIÓN DE UN POLÍTICO** y esto lo lleva a un estadio superior de la profesión, y le permite optar a ciertos premios, y le permite anotar una muesca en la culata de su revolver ideal.

**ESTE PERIODISMO QUE SE BASA EN LA IDEA DE QUE HAY UNA VERDAD Y TIENE QUE DESCUBRIRLA,** no es casual que se dedique sobre todo a tratar de destapar esos pequeños hechos delictivos, porque son esos hechos sobre los cuales no hay discusión. Se sabe qué es lo que está bien y lo que está mal, qué es lo que habría que hacer y lo que no habría que hacer. Son casos muy particulares. En general, en la vida las cosas no son así, no son blancas o negras.

Me parece interesante que la actividad reconocida por antonomasia como periodística sea encontrar eso: la pequeña verdad del pequeño delito cometido por el poder.

**ESO QUE SOLEMOS LLAMAR CORRUPCIÓN, QUE ES GRAVE, PERO NO ES INTERESANTE. SUCEDE.**

El hecho de descubrirlo debería ser trabajo de las organizaciones dedicadas a eso. La justicia, para empezar. Y ese tipo de cosas, y si acaso, la prensa debería tratar de hacer sentido con eso, entender qué significa, qué influencia tiene, qué efectos produce, a quién perjudica, a quién beneficia. **A mí la palabra investigación siempre me ha parecido un poco asquerosita, pero bueno.**

## Periodismo de investigación

El así llamado “periodismo de investigación” no es lo que más me interesa porque lo que hace es afirmar lo que ya sabemos y a mí no me interesa confirmar lo que ya sabemos.

**ME INTERESA TRATAR DE PENSAR SOBRE LO QUE NO SABEMOS.**

Sí, sabemos que los políticos son corruptos, afanan. ¿Otra vez más me vas a contar de esas? Me interesa ponernos a pensar por qué lo hacen, dentro de qué estructuras, para beneficiar a quien, con qué tipo de ideas del mundo. **Podemos ponernos a pensar algo que no hayamos pensado antes, en vez de contar otra vez la misma historia** y decir: “Oh, yo soy el que fui capaz de contar la misma historia, pero sobre otro nuevo”. A mí eso no me interesa. No es interesante, no es novedoso, no te hace pensar nada distinto. Solamente te convence de lo que ya sabes.

**MÁS QUE LA VERDAD, HAY INTERPRETACIONES, HAY QUE BUSCAR, HAY QUE PENSAR, HAY QUE TRATAR DE ENTENDER.**

Pero, tal vez es mi incapacidad para interesarme, para poner por cuadragésima vez la misma película.

## Periodismo activista

**NO HAY PERIODISMO QUE NO SEA ACTIVISTA.**

Cuando los periodistas se plantean como “neutros”, son activistas también en la medida en que eligen tal cuestión. Lo que pasa es que algunos son activistas de cosas que están tan aceptadas que ya no parece que uno haga activismo

cuando recurre a eso, cuando se pone al servicio de esas cosas. Pero activistas somos todos.

**› TODOS TENEMOS NUESTRAS IDEAS Y HACEMOS, Y TRABAJAMOS EN FUNCIÓN DE ESAS IDEAS ‹**

Entonces, me parece que hablar de periodismo activista es una falacia. Se puede hablar, por supuesto, de periodismo mentiroso, que es otra cosa: falsear los hechos para beneficiar a un cierto sector político, empresarial, social. Muchas veces cuando se dice “periodismo activista” se está hablando de eso, de periodismo mentiroso. Y realmente son cosas muy distintas.

## Periodismo clic

La famosa dictadura del clic determina que el título no te dice de qué va la noticia, sino que te hace una pregunta. (*Cliff hanging*) me tienen los huevos llenos. A mí me parece muy cómodo leer un título y saber de qué va eso y no tener que perder cinco minutos para saber. Cuando, en vez de darme un título, me hacen una pregunta para supuestamente intrigarme, me desintrigo enseguida. Estas formas de *clickbait*, de anzuelo de clics, deberíamos poder desactivarlas no cayendo en ellas.

Me parece que si uno trabaja pensando que tengo que rebajar mi trabajo de la manera en que pueda ser supuestamente entendido por aquellos a los que esto no les importa nada, que no han hecho ningún esfuerzo, ningún trabajo de comprensión; entonces, lo que hace es producir materiales que no interesen.

**Uno tiene que trabajar para una especie de público inexistente: inteligente, astuto, informado, taimado, incluso; al cual hay que ofrecerle todo lo mejor. No trampitas,**

porque no vale la pena simplemente más allá de que cliqueen, de que no cliqueen, o dejen de cliquer. ¿Para qué carajos trabajar para poner una pregunta? Hay que empezar por negarse a hacer ese tipo de cosas, porque si te vas a dedicar a hacer ese tipo de cosas, después no te quejes de que el periodismo está en decadencia.

## El editor

Mi salida del NYT no fue por una reflexión sino por un malestar extremo. Estaba harto de que me dijeran qué podía escribir y que no.

*Yo pensaba que la opinión es algo que uno tiene, no algo que a uno le dicen y cómo debe estar escrita.*

Lo estuve peleando durante años porque me parecía que valía la pena pelearlo. A la décimo octava vez que alguien me dijo: "O se publica como yo digo o no se publica". Digo, que el editor me dijo: "Se publica como yo digo o no se publica". Yo dije: "Bueno, entonces no se publica. Basta. Me voy a otro lado, donde no haya nadie que pretenda decirme cómo tengo que escribir, qué tengo que escribir, dónde tengo que poner los párrafos, o si estás cuatrocientas palabras salen porque se me canta". Cosas, todas ellas, que me fueron dichas en el New York Times y que me hartaron en un momento dado.

Entonces, la salida del New York Times tiene que ver con eso. Con un ejercicio del autoritarismo de lo que podríamos llamar "el autoritarismo de editor" que llega en un punto a censura. Si yo presento un artículo y pienso que se tiene que publicar así ese artículo, y el editor me dice "No, se publica como yo digo o no se publica". Eso para mí es censura. Uno puede soportar eso durante cierto tiempo pues las letras góticas o por vaya a saber qué.

**EL TRABAJO DEL EDITOR CONSISTE EN SACAR LO MEJOR DE CADA TEXTO Y DE CADA AUTOR Y HACER LO POSIBLE POR ESO.** Y para eso tiene que trabajar eventualmente el texto con el autor, sugerirle algunas cosas, proponerle otras y demás. Pero

si hablamos de una columna de opinión, es en última instancia el autor el que tiene que decidir qué es lo que opina. Si no, no es opinión. El que pone la cara, por decirlo de alguna manera amable, es el que firma. Entonces no te pueden decir: "Tiene que afirmar tal cosa", con la que no estás de acuerdo, o no tienes que incluir una cosa que si querías decir. Eso para mí es una forma muy fuerte de censura.

Los editores lo peor que pueden hacer es ponerle su sello a los textos. Así como el mejor arbitro es el que no se nota en el desarrollo del partido,

### **EL MEJOR EDITOR ES EL QUE NO SE VE EN UN TEXTO.**

Me ha pasado alguna vez y me daba cierto orgullo, siendo editor hace mucho tiempo, que los periodistas que trabajaban en esa revista que yo dirigía, estaban muy contentos porque estaban escribiendo cada vez mejor. Ellos estaban convencidos de que estaban escribiendo cada vez mejor. No los editaba, los toqueteaba un poco, les ayudaba. Me parecía genial que creyeran eso. Y ese es

### **EL BUEN TRABAJO DEL EDITOR, BORRARSE PARA QUE EL OTRO APAREZCA.**

*Hay una idea autoritaria del editor que tiene que ver con las tradiciones, sobre todo norteamericanas, de esos grandes medios que se creían que lo importante era el medio.*

Ahora, están aprendiendo que lo importante no es el medio. Aunque, por supuesto, en algunos medios eso se conserva todavía, y si hay uno donde se conserva más que en los demás, es en el New York Times. Hay todavía un par de medios que pretenden ser ellos los que opinan cuando sus autores opinan. A mí eso no me gusta.

Me parece que **los editores, muchas veces, su esencia es ser una fuerza conservadora.** El editor trabaja en función de ciertas normas, de ciertas reglas que en algunos diarios son explícitas y en otros no son y tienen que ver con la tradición del medio. Entonces, lo que hacen es de guardianes de esa tradición. O sea, de asegurarse que no se rompa con esa tradición. En ese sentido, es un trabajo de conservador, en el sentido más literal de la palabra.

## El por venir

ME PARECE INTERESANTE LO DE QUE EL MEJOR PERIODISMO ESTÁ POR VENIR EN UNA ÉPOCA EN QUE SOLEMOS PENSAR QUE LO QUE ESTÁ POR VENIR ES TODO LO PEOR.

A lo largo de la historia hay épocas que desean su futuro, su porvenir, porque tienen una serie de ideas sobre como querrían que ese futuro fuese. Y épocas que no lo desean porque simplemente no consiguen imaginarse un futuro que les interese.

Ejemplos obvios de épocas que desean su futuro serían Francia en el Siglo de las Luces pensando que hay que encontrar una manera de que los hombres sean libres e iguales, y que el reino desaparezca, y que los reyes (siempre y cuando no sean de España), se desvanezcan de la superficie de la Tierra. O durante buena parte del siglo XX, la utopía socialista, la idea de que todos los hombres podían recibir lo que necesitaban según lo necesitara y de que ninguno tuviera mucho más de eso que necesitaba. Esas épocas son las que dicen: "Bueno, quiero un futuro. Quiero que llegue el futuro. Quiero hacer todo lo posible para acelerar la llegada del futuro".

Épocas que desean y hacen todo lo posible porque el futuro llegue lo antes posible.

**Y épocas como la nuestra que como no consiguen imaginarse un futuro que les interese, no pueden pensar el futuro como promesa sino como amenaza.**

Le temen, están asustados, se hacen ecologistas. Esta es la época que yo obviamente mejor conozco. Que teme a su futuro y que vivimos, además, en los últimos tres o cuatro meses, una especie de exacerbación de esta tendencia, una quintaesencia del temor al futuro como motor de buena parte de las actividades. Teníamos tanto miedo de lo que podía pasar dentro de quince días, un mes o dos, que decidimos suspender el tiempo, eliminarlo dentro de lo posible y quedarnos quietitos, así, rezando para que no pasara nada.

## El poder

Ha sido el gran triunfo del miedo. Y los Estados y todos los poderes para seguir, aprovechan ese miedo para imponernos cosas. El ejemplo más claro que teníamos hasta este momento fue el 11 de septiembre de 2001. La cantidad de cambios que consiguieron imponer en nuestras vidas a partir de la supuesta amenaza del terrorismo. Una amenaza ridícula porque la cantidad de personas que el terrorismo mató... fue tal vez un 1% de lo que matan los accidentes de coches. Pero,

**LOS ESTADOS APROVECHAN EL MIEDO PARA IMPONER CONDUCTAS QUE NO HABRÍAMOS ACEPTADO DE OTRA MANERA.**

En estos últimos tres o cuatro meses se produjo esto que llamo una situación de paranoia de Estado. Teníamos tanto miedo que consiguieron imponernos absolutamente cualquier cosa que jamás habríamos aceptado en cualquier otra situación. Poblaciones enteras, millones y millones de personas tan aterradas, que aceptaban que sus Estados les impusieran cosas que en cualquier otra circunstancia no habrían tolerado. El miedo efectivamente fue lo básico.

## Periodismo para entender

*Me gusta mucho más un periodismo que trata de entender.*

O sea, no de averiguar, sino de entender. Me parece que averiguar está absolutamente sobredimensionado y que, en cambio, **entender es mucho más interesante, más útil, más productor de dudas y debates y es algo que los periodistas muchas veces, ni siquiera, intentamos.**

Me resulta curioso que en la crónica muchas veces no hace ningún intento por entender.

A veces narran muy bien, con mucha elegancia, con muchos recursos; pero parece que lanzarse a interpretar, eso de entender, ya estuviera como fuera de lugar, te corriera del lugar del periodista.

**COMO SI EL PERIODISTA TUVIERA QUE SER  
ALGUIEN QUE SE PRIVA DE ENTENDER,  
PORQUE ENTENDER TE PONE DE UN LADO,**

como si al elegir de qué vas a hablar, cuál es el problema que te parece ser digno de ser contado no estuvieras opinando enormemente. Puedes escribir algo perfectamente "neutro" en su apariencia, pero el hecho de que hayas elegido escribir eso, ya es una idea del mundo. El hecho de que hayas elegido eso, es una opinión fortísima, pero pasa por no ser.

## Experimentar

**El mejor periodismo debe buscar  
las formas nuevas, distintas, mejores  
que nos ofrecen las técnicas  
que ahora tenemos.**

Quiero decir, no seguir contando como en el año 57. Nací en ese año que se publicó **Operación Masacre**. **Operación Masacre** sigue estando escrita como estaba. Un tipo nuevo que empieza ahora no tiene que escribir como **Operación Masacre**. Tiene que buscarse la vida. Eso es lo que tiene que hacer. Ese es el periodismo en el que yo confío que va a ser mejor y confío porque veo que hay gente que lo intenta, está lleno de gente que lo intenta.

## Entre todos

Hay gente que intenta algo que era casi anatema, en general, en el periodismo, que es trabajar de a varios. A mí siempre me enseñaron que el periodista era un lobo solitario, un poco, que se buscaba la vida solo, que trataba de engañar un poco a los otros, que tomaba la ginebra en el fondo del bar para que nadie supiera. Ahora está pasando muy fuertemente lo contrario:

**HAY CADA VEZ MÁS GENTE QUE ESTÁ CONVENCIDA,  
QUE ENTIENDE QUE PARA TRABAJAR BIEN, HAY QUE TRABAJAR  
ENTRE VARIOS, QUE CADA UNO APORTE UNA MIRADA DISTINTA,  
UNA TÉCNICA DISTINTA, UNA HABILIDAD DIFERENTE, Y QUE  
ENTRE TODOS SE ARME ALGO QUE NO PODRÍA  
HABER ARMADO UNA PERSONA SOLA.**

Eso es muy interesante.

## Un mundo común

La simultaneidad es el gran invento contemporáneo. Este hecho de que una charla pueda suceder simultáneamente en treinta lugares distintos es muy impresionante. No nos estamos terminando de dar cuenta de lo que esto significa en términos de construcción, de algún modo, de un mundo común. Por eso, **ese periodismo que viene, no sólo se hace entre varios y con técnicas nuevas, sino que se hace para un territorio infinitamente mayor:** veinte países, cuatrocientos millones de personas. Y esto es un dato fuerte para el nuevo periodismo que queremos pensar.

## La independencia

*Tengo ganas de ver qué otras opciones hay más allá de estos grandes medios. Cada cual tiene que hacer su trabajo como cree que tiene que hacerlo.*

Pero no por una cuestión de “responsabilidad social”, sino para poder sentirse más o menos cómodo cuando se va a dormir. Todas esas justificaciones grandilocuentes, colectivas, vaya a saber qué, son truquitos. Son trampitas. Yo creo que el examen que realmente importa, y el que realmente es difícil de pasar, es el propio. Uno sabe cuándo está haciendo las cosas como cree que debería hacerlas y cuándo no. Entonces recostarse en responsabilidades sociales me parece un mal truco frente a la incapacidad para hacerse cargo uno mismo de lo que sabe que tiene que hacer.

## La belleza

Se trata sólo de desechar cada vez unas ochenta o noventa mil palabras y quedarse con una. Y esa es una operación que uno repite miles de veces en un texto. Y si más o menos le fue bien, ese texto va a ser, digamos, mucho más bello que otros en los que esa operación no te ha ido bien.

*Se trata de encontrar la forma de contar, y la forma de contar se va encontrando con el trabajo.*

Con el tiempo, corrijo cada vez más. Cada vez me da más placer pasarme quince minutos más viendo a ver si en el tercer párrafo puedo encontrar una palabra que me incomoda, que no debería ser esa. Pero al final aparece. Me la paso muy bien, me tomo el tiempo para releer todo, mirar cositas, palabritas. Por ejemplo, estoy escribiendo sobre las máscaras y releo: “Durante siglos, las máscaras fueron la forma del secreto, el necesario para amenazar en la cara brutal del bandolero, o para esconder en la cara honrada del leproso, o para pecar en carnavales y otras fiestas de guardar las caras”. Y tenía un problema con: “El necesario para amenazar en la cara brutal del bandolero”. No sabés la cantidad de verbos que puse en lugar de “amenaza”. Recuerdo: “aterrar”, “asaltar”, blablablá. Puse como ocho a lo largo de todo el día y hoy me pareció que “amenazar” era la mejor opción, pero la busqué como un desesperado.

*Esto es lo que me parece que hace  
la belleza de un texto. Lamento decirlo:  
Laburar, trabajar, escribir.*

# MARTÍN CAPARRÓS

→ en **10** ideas ←

①

El mejor periodismo está por venir es una herejía **QUE ABRAZO CON TODO EL FERVOR Y LAS LLAMAS DE LA HOGUERA.**

③

Es una crisis de lo medios no del periodismo: **CADA VEZ MÁS LOS PERIODISTAS NO NECESITAN A LOS MEDIOS.**

②

**LOS GRANDES PERIÓDICOS EN CADA PAÍS YA NO HEGEMONIZAN LA CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN, NI LA IDEA DE VERDAD.**

④

La noticia constituye una idea del mundo, una idea conservadora que dice: el mundo es así, pero hoy hay un desfase entre qué dicen los medios que es noticia y qué los lectores consideran **NOTICIA.**

⑤

Ese periodismo basado en que hay una verdad y tiene que ser descubierta, no es interesante. Me interesa pensar sobre lo que no sabemos, un periodismo que trate de entender.

⑥

No hay periodismo que no sea activista. **TODOS TENEMOS NUESTRAS IDEAS Y TRABAJAMOS EN FUNCIÓN DE ELLAS.**

⑦

Uno tiene que trabajar para un público inexistente: **INTELIGENTE, ASTUTO, INFORMADO,** al cual hay que ofrecerle todo lo mejor.

⑧

El trabajo del editor consiste en sacar lo mejor de cada texto y de cada autor, por eso, **EL MEJOR EDITOR ES EL QUE NO SE VE EN UN TEXTO.**

⑨

El mejor periodismo por venir se hace entre varios donde cada uno aporte una mirada distinta, una técnica distinta, una habilidad diferente, para construir algo que no podría haber sido hecho por una persona sola.

⑩

La belleza se trata de encontrar la forma de contar, y la forma de contar se va encontrando con trabajo: **LABURAR, TRABAJAR, ESCRIBIR...**

/Daniela Rea

La búsqueda de la belleza nos salva porque nos mantiene aquí, tercós, con dudas y con ganas de conversar después del encierro.

/Daniela Rea

Periodista + Documentalista

## El Poder

**LOS PERIODISTAS SIEMPRE PRENSAMOS NUESTRO TRABAJO COMO “OPOSICIÓN”.** Me tocó crecer con partidos de derecha y conservadores en el gobierno; entonces era, de alguna forma, relativamente sencillo posicionarte políticamente en tu periodismo. Y ahora, cuando gana en México un gobierno de izquierda me dije: “Híjole. ¿Cómo se hace el periodismo cuando ya no es oposición en cuanto a ideología?”. Y la respuesta es obvia: Pues como siempre se hace **el periodismo: cuestionando, dudando, comprobando, verificando.** Un periodismo crítico hacia lo que está haciendo el gobierno. **Hacer periodismo en estos momentos en México implica que tengamos como una especie de cabeza con muchos ojos alrededor para que seamos capaces de ver todas las cosas que se están jugando simultáneamente.**

**EN EL PERIODISMO LO QUE ESTÁ EN JUEGO ES LA FORMA EN LA QUE ESTAMOS HABITANDO EL MUNDO.** Y ahí se juegan las vidas dignas de las personas. Y hay poca paciencia o disposición para entender un mundo complejo, que no es blanco y negro. Y poca autocritica para cuestionar los egos de los periodistas que creemos que sólo lo que nosotros decimos es lo legítimo, lo válido, lo importante, lo trascendente. Entonces, hay muchas cosas que influyen en que haya poca disposición a la escucha y a la conversación. Y eso es muy evidente en las redes sociales. Los periodistas de repente, nos encontramos en medio de un fuego que no es lo que queremos convocar. Y es porque hay muchas cosas que se están jugando en relación al poder cuando nosotros hacemos nuestro trabajo periodístico.

## El periodismo

Cuando yo estaba reportando, yo empecé en Veracruz y un día fui a hacer un trabajo sobre la zafra. La zafra es la quema de la caña, que socialmente implica la explotación y una forma de vida muy complicada de las personas hacinadas y en condiciones muy precarias, que generalmente son familias enteras que van a hacer ese trabajo. Escribí un reportaje que en ese momento me gustó mucho, me pareció importante. Se desplegó en una plana completa y con fotos. Ahí contaba que a veces cuando quemaban, los niños corrían y agarraban los ratones y los conejos y las culebras que salían de la zafra con el fuego y los cocinaban. O de los amuletos que traían. O de las historias de cuántas generaciones antes habían estado ahí. O de cómo a veces estudiaban entre los cañaverales. Y muchos después lo leí, asumiéndome como reportera de derechos humanos, y me di cuenta que casi nada de lo que yo escribí estaba en el lenguaje de los derechos humanos. "Híjole. Qué mal. Yo no vi que estaba violando los derechos de las personas".

*Siempre estamos en conversaciones constantes, sobre todo con nosotros mismos*

Y durante mucho tiempo reivindicué el periodismo de los derechos humanos y así se me asume, como una reportera de derechos humanos. Ahora me doy cuenta que me gustaría desanclar mi mirada de los derechos humanos. Y es que los derechos humanos son cosas que se han venido construyendo y que tienen una significación política, y que tienen una institucionalización que dejan por fuera muchas cosas que para mí son importantes, que tienen que ver con la vida digna de las personas.

Entonces todo esto para decirles que **háganle mucho caso a su intuición. Hay cosas que nosotros sabemos, percibimos, sentimos y que están alimentadas de todo lo que hemos leído y escuchado a lo largo de nuestra vida. Entonces, si hay algo que les dice que esa historia tiene que ser contada, CUÉNTENLA.** Y no olvidar que la narrativa y la investigación van juntas:

*Escribir bonito es reportear bonito.*

## Contar

La búsqueda de nuevas formas de contar implica un aprendizaje constante y entrar en procesos. El proceso de búsqueda es preguntarse constantemente; es esa excavación que implica que una pregunta te lleve a otra pregunta y a otra pregunta, y que se vaya ejercitando esa insatisfacción y esa anti-resignación.

**Y MÁS QUE LAS NUEVAS TÉCNICAS DE CONTAR, LO QUE IMPORTA SON LAS PREGUNTAS QUE EMPUJAN ESAS BÚSQUEDAS:** es ese sacarte a la calle, como decía Chéjov, con tu libreta y tus botas y tu cuaderno, a buscar preguntas y de pronto respuestas.

Si después se va a contar en un podcast, o en un documental, o en un diario, o un libro, o una web está bien, pero **la técnica no se sostiene por sí sola, si no hay una hambre, ansiedad, necesidad de preguntas que te hagan excavar un poquito más tiempo, un poquito más.** Y eso es súper importante porque justo empuja a salir de esta polarización entre blanco y negro... y entrar a las complejidades y los montones de matices que hay.

La técnica responde al cómo lo compartimos y al cómo establecemos conversaciones sociales. Me gusta ejercer **UN PERIODISMO QUE CONVOQUE Y PROVOQUE CONVERSACIONES QUE PUEDAN CONECTAR CON MUCHOS ESPACIOS DE LAS VIDAS Y LLEVE A HABLAR DE MUCHAS OTRAS COSAS.**

## Necroperiodismo

Puede ser que yo haga "necro-periodismo" porque escribo sobre las personas que han sido asesinadas. Pero es que **la forma en la que morimos habla mucho de la forma en la que vivimos.** Y en un país

como México, como muchos países de América Latina, es importante hablar de esto. Pero **no quiero ser una encuestadora de historias de muerte, quiero ser una reportera que tiene disposición de escuchar.** Y que no pierda de vista de la gravedad de que 200 mil personas hayan muerto, y que hayan muerto en condiciones que no son naturales. Eso es importante aclarar porque hay otras cien mil que mueren de diabetes al año, que también habla de la forma en la que vivimos.

Ahora, ¿la muerte es la única forma de relacionarnos con la sociedad? Claramente, no. ¿Por qué se escribe de eso? Porque es importante hacerlo, claramente. ¿Por qué se premia eso? No lo sé. Porque hay agendas y se financian estos periodismos, tal vez. Y, de repente, eso nos determina. Entonces no solamente responde a una cosa que nos implique a los periodistas, sino que implica también al mundo en el que el periodismo sobrevive.

Con la pandemia he visto muchísimos trabajos de investigación súper meticulosos, importantes, reporteados, alrededor de cuántas personas han muerto realmente. Interesante y loable este afán. Pero, **¿no sería mejor escribir de la vida, de las personas** que están trabajando en medio de la pandemia, que están sosteniendo, de todo lo que se ha devastado ambientalmente mientras estamos hablando de la pandemia?. Porque eso también es real.

## La independencia

Hacer periodismo independiente es posible. ¿Que cuesta trabajo? Sí. ¿Que muchas veces te van a vetar? Sí. Pero el reto nos define y por eso se hicieron trabajos que rompieron las mismas políticas de los medios desde los medios.

Uno cree que el periodismo disidente solo puede hacerse desde los medios independientes. Lo que sea que eso sea, porque cada vez es más acuosa la definición de los medios independientes. Y yo he visto compañeros hacer

periodismo disidente en medios tradicionales. Marcela Turati, Daniela Pastrana, son maestras y compañeras que nos enseñaron haciendo periodismo disidente desde medios tradicionales.

La realidad es que muchos de los medios independientes en América Latina viven en una gran parte de financiación que proviene de fundaciones. No sé si las fundaciones sean puras. Entonces, más que tratar de ser puritanos, hay que asumir quién nos financia y ser responsables con nuestro periodismo.

## Los lectores

Una de las cosas que nos han permitido las redes sociales es tener una relación más directa con los lectores. Si nos equivocamos, los lectores son los primeros en decirnos: "Oigan, no. No es por ahí". Y eso me parece que, recibido de una forma generosa, puede ayudar a que nuestro periodismo sea mejor. Agradezco muchísimo a los lectores preocupados porque nuestro trabajo sea mejor cada día y nos escriban. **Este es un asunto de generosidad en el enunciar y en el recibir.** Establecer una relación con los lectores. A todos nos gusta construir una relación. Y saber que hay lazos que cada día nos van uniendo, nos van acercando, nos hacen encontrarnos.

## La verdad

Cuando era reportera, yo decía: "Yo quiero encontrar la verdad". Y poco a poco, he aprendido que no sé si quiero encontrarla. No sé si existe.

**EXISTEN MUCHOS TIPOS DE VERDAD. EXISTE LA VERDAD JURÍDICA, LA VERDAD HISTÓRICA, LA VERDAD SOCIAL, LA VERDAD TAL...**

En este sentido, más que la verdad, me siento con la capacidad de hablar de las experiencias de las personas, de esas pequeñas verdades.

## Valiente

¿Qué significa la valentía? Crecí aprendiendo que en el periodismo tienes que ser valiente. Después me puse a ver, sobre todo por lo que hemos vivido en México, “¿Valentía a qué costo?”. ¿Valentía a costo del insomnio, de terminar medicado, del miedo, de la ansiedad, del desplazamiento, de la muerte incluso? Las compañeras feministas nos han enseñado que debemos preguntarnos ¿valentía como a costo de qué?”.

¿Podemos pensar en otra palabra en lugar de valentía? Creo importante enlistar los valores que estamos exaltando o que definen nuestras vidas. Y eventualmente, cada dos años, cada tres años, regresar y cuestionarlos. Regresar y ver si era por ahí o no. Y, a lo mejor, nos vamos a dar cuenta que no, o que sí, que siguen siendo. En este momento de mi vida, para mí es importante cuestionar lo que significa la valentía, porque la valentía es a costa de la vida de muchas personas.

**ME GUSTARÍA PENSAR EN QUÉ OTRA PALABRA USAR EN LUGAR DE “VALIENTE”. QUIZÁ, ATREVIDAS. O QUIZÁ INNOVADORAS. QUIZÁS DESAFIANTES.**

## Empatía

La “empatía» es otra palabra que yo pondría a discusión. Que yo no sé si usaría la “empatía”, porque creo que la empatía solo nos permite relacionarnos a partir de nuestras propias experiencias. Y hay movimientos como las prácticas narrativas que convidan a mirar, a **HABLAR NO DE LA “EMPATÍA”, SINO DE LO QUE RESUENA**. En lugar de “empatía”, pondría una escucha muy sincera, un interés genuino de escuchar al otro y conocerle.

**>> Un interés genuino de conocer ayuda a investigar, a narrar y a pensar en las formas contar <<**

## La paz

Una mamá me decía: “Es que yo ya no quiero justicia. O sea, yo quiero venganza. Yo a lo único que aspiro es que los hijos de tal funcionario sientan, durante un minuto, las asfixia que mi hijo sintió antes de morir”. La venganza, claramente, es un sentimiento que está fuera de los espacios de la paz. Pero yo creo que es importante nombrarla. Me parece que tiene que haber espacio para que estas cosas se nombren. **AUNQUE NO ESTEMOS DE ACUERDO. AUNQUE NO NOS PAREZCA BONITO. AUNQUE NOS PAREZCA CONTRAPRODUCTENTE. CREO QUE ESTAS COSAS TIENEN QUE SER NOMBRADAS.**

Y, en ese sentido, igual, discutiría qué entiendes por paz, ¿no? Porque nos han vendido muchos significados de la paz. Y una paz a costa de qué... O sea, Calderón sacó al ejército a las calles prometiéndonos una paz, ¿no? Entonces, ¿una paz a costa de qué?

**ANTES DE HABLAR DE PAZ DARÍA ESPACIO A SENTIMIENTOS QUE SON DIFÍCILES DE DIGERIR SOCIALMENTE.**

## Belleza

Una de las limitaciones que tenemos es confundir belleza con “bonito”.

**La belleza implica como la poesía. Lo tiene todo. Tiene el dolor. Tiene la alegría. Tiene el humor. La belleza, sobre todo, contiene lo que somos las personas.**

La belleza nos permite acercarnos a los demás. La belleza es un intento para acercarse al dolor sin que el dolor lo expulse o lo corra a uno.

*La búsqueda de la belleza está relacionada con una construcción en donde está presente todo lo que es lo humano.*

La belleza existe y la búsqueda vale la pena, y creo que nos salva. **La búsqueda de la belleza nos salva porque nos mantiene aquí, tercos y con dudas, con ganas de conversar después del encierro.** Por ejemplo, un señor nos decía: "Híjole. Es que uno cree que en los desiertos no hay nada. Pero en los desiertos se esconde el agua cuando llueve abajo de las piedras y entonces, te das cuenta que empiezan a surgir animalitos".

**LA BELLEZA ES, ENTONCES, ESA BÚSQUEDA IMPORTANTE MÁS ALLÁ DE LA BANALIZACIÓN DE LO BONITO.**

## El desafío

El desafío en **las búsquedas del periodismo tiene que ver en cómo logramos que el trabajo que nosotros estamos haciendo ayude a generar dudas y preguntas** en lugar de confirmar las cosas que ya sabíamos, tanto para los periodistas como para los lectores. Si nuestro desafío no se cumple en el sentido de generar preguntas, entonces nos estamos como comiendo a nosotros mismos, y va a haber un momento en el que ya no sabremos de qué alimentarnos y ya no vamos a tener nada que decir.

El desafío está en **NUNCA PERDER LA CAPACIDAD DE PREGUNTARNOS COSAS Y DE EJERCER UNA INQUIETUD QUE NOS SAQUE A QUERER CONOCER AL OTRO.** Tener esa actitud y esa curiosidad por escuchar al otro de una manera honesta, no solo que confirme lo que nosotros sabemos. Y es ahí donde también **PONDRÍAMOS EN JUEGO, O A DISCUSIÓN, LA PALABRA "EMPATÍA". ME PARECE QUE ES OTRO DESAFÍO PERIODÍSTICO.**

## Las mujeres

Las mujeres aportamos sensibilidad, lenguaje, miradas, escuchas, formas. Formas de trabajar, formas de escuchar, formas de escribir, formas de preguntar, formas de mirar la realidad.

Cuando la violencia narca-criminal-estatal estaba contada desde los hombres, a quienes escuchábamos era a los narcos, a los abogados, a los judiciales. El periodismo hecho desde las mujeres ha hecho que preguntemos a las mujeres. Escuchamos la mamá del chico asesino. Escuchamos a las mujeres que fueron desplazadas. Las mujeres que cuentan cómo en las noches, las que podían salir a recoger los cuerpos eran ellas, porque los hombres no podían salir porque los mataban. Escuchamos las estrategias para tratar de medio enseñar a los niños de primaria. ¿Por qué tiene sentido ir todos los días a la escuela, cuando afuera todo el mundo les dice que tienen que ser narcos? O sea, **escuchamos y se nos presenta el mundo desde esas miradas feministas.**

He aprendido muchísimo y siempre tengo ganas de que se organice un taller de **CÓMO PREGUNTAR DESDE EL ANARQUISMO Y DEL FEMINISMO** porque las mujeres nos están alumbrando espacios que no veíamos y no contábamos.

**Nuestro periodismo es como una especie de canibalismo: CONTÁNDONOS Y COMIÉNDONOS LO MISMO TODO EL TIEMPO.**

El feminismo ha aportado, también, poner la mirada en el asunto del cuidado y de un periodismo que no signifique a costa de la vida de las personas porque también queremos estar bien. Ha aportado mirar causas y consecuencias.

# DANIELA REA

→ en **10** ideas ←

①

En el periodismo lo que está en juego es las vidas dignas de las personas y la forma en habitamos el mundo.

②

Hagan caso a su intuición:  
**SI HAY ALGO QUE LES DICE  
QUE ESA HISTORIA DEBE  
SER CONTADA,  
CUÉNTENLA.**

③

La narrativa y la investigación van juntas:  
**ESCRIBIR BONITO ES  
REPORTEAR BONITO.**

④

Más que las nuevas técnicas de contar, **LO QUE IMPORTA SON LAS PREGUNTAS QUE TE EMPujan EN LAS BÚSQUEDAS.**

⑤

El mejor periodismo es uno que convoque y provoque conversaciones que puedan conectar con muchos espacios de las vidas.

⑥

La forma en la que morimos habla mucho de la forma en la que vivimos pero hay que evitar ser encuestadores de muerte.

⑦

No sé si existe la Verdad o si quiero encontrarla. Existen muchos tipos de verdad. Sólo me siento con la capacidad de hablar de las experiencias de las personas, esas pequeñas verdades.

⑧

**LA BELLEZA LO TIENE TODO.** Tiene el dolor. Tiene la alegría. Tiene el humor. **LA BELLEZA, SOBRE TODO, CONTIENE TODO LO QUE SOMOS.**

⑨

**LA BÚSQUEDA DE LA BELLEZA NOS SALVA PORQUE NOS MANTIENE AQUÍ, TERCOS, CON DUDAS, CON GANAS DE CONVERSAR.**

⑩

Las mujeres aportamos sensibilidad, lenguaje, miradas y formas de trabajar, de escuchar, de escribir, de preguntar; de mirar la realidad, de cuidar y cuidarnos.

/Jaime Abello

El papel del periodismo,  
definitivamente, no es ser militante

/Jaime Abello

Fundación Gabo

## El ataque al periodismo

### **EL PERIODISMO LIBRE ESTÁ AMENAZADO POR EL POPULISMO POLÍTICO**

que ha renunciado a promover una de las funciones más importantes de la democracia que es promover la conciliación de intereses. Estos poderes están en plan de generar radicalización, polarización y cultivar sus bases políticas. Su meta es desorientar mientras mantienen las formas democráticas. Esa amenaza se combate con periodismo digno, bien hecho que resiste y no cae en el juego del chantaje a que se le quiere someter.

**HAY QUE MANTENER LA DIGNIDAD PERIODÍSTICA QUE CONSISTE EN SEGUIR DENUNCIANDO Y DEMOSTRARLE A LA CIUDADANÍA QUE ESTAMOS PARA QUE ESTÉ BIEN INFORMADA.** O, por lo menos, decentemente informada.

Y salirnos de una batalla de narrativas, ya que otro fenómeno de nuestra época es que no hay verdad posible porque todo es una narrativa que depende cómo se mire y cómo se interprete. Todo es un juego para crear estados de opinión gracias a la comunicación directa que ofrece Internet y las redes sociales. Son realidades que van más allá del tradicional juego de verdad y mentira que ha caracterizado la historia de la humanidad. Siempre hubo luchas por establecer la verdad. Pero hoy en día, el internet es un campo de batalla impresionante.

¿Cuál es el papel del periodismo dentro de este campo de batalla? El periodismo tiene que convertirse en un refugio, en un lugar más imparcial y pluralista donde convivan distintos puntos de vista y se trate de indagar la realidad. **El papel del periodismo, definitivamente, no es ser militante, proselitista, activista.**

La potencia del periodismo es que es diverso para construir un refugio: periodismo de autor, periodismo performativo, periodismo creativo al estilo Anfibia... Creo que

**EN ESA DIVERSIDAD HAY MUCHOS ESPACIOS DE REFUGIO Y DE CREATIVIDAD.**

## El periodismo con apellidos

El periodismo que pone énfasis en una determinada perspectiva propone cosas nuevas; por ejemplo, periodismo de soluciones y periodismo de datos.

**El periodismo de soluciones** es una forma de periodismo de investigación que dice no solo “hagamos las preguntas, indagemos los problemas”; sino que “examinemos alternativas comprobables de solución”. Especialmente, en temas de interés público como salud, educación y medio ambiente.

**El periodismo de datos** implica un aprovechamiento de una información, normalmente digital, para contar historias haciendo que el análisis y la visualización gráfica se convierta en una nueva manera de proponer narrativas.

Hay que evitar el dogmatismo en cualquier sentido, ya que creer que el periodismo de soluciones o de datos es la única solución es terrible. Son tan válidos como el periodismo económico o la crónica o los mapas de tiempo.

**HAY MUCHOS PERIODISMOS PARA MUCHAS REALIDADES.**

## El periodismo

CREO QUE EL PERIODISMO SE ESTÁ PARECIENDO,  
CADA VEZ MÁS, A ALGO QUE SIEMPRE FUE. QUE  
ES UNA FORMA DE ARTE Y ARTESANÍA.

Es decir, a una búsqueda, a una idea de experimentar. El periodismo se debe parecer, cada vez más, a lo que siempre prometió y que no fue capaz de cumplir: la idea de servicio público y hacer preguntas honestas, aunque la verdad no siempre se encuentra. Algo muy sencillo que es que **LA ÉTICA ES UNA REALIDAD.**

García Márquez lo dijo claramente: La ética y la técnica son inseparables en periodismo como el zumbido del moscardón.

Además de ética, recuerdo que Gabo decía: “Es más fácil atrapar un conejo que un lector”, para recalcar que era muy importante preocuparse por seducir.

**PREOCUPARSE POR ATRAER Y POR ENGANCHAR A LA AUDIENCIA** porque de nada sirven los esfuerzos más creativos, más sesudos, más investigativos por hacer una pieza, si luego no hay un trabajo de acompañamiento para que esa pieza periodística llegue a las audiencias y vaya más allá. Y se mantenga en la competencia feroz por el tiempo y por la atención.

Hay que refugiarse nuevamente en los ideales: en la **ÉTICA**, en la **BÚSQUEDA**, en las **EXPLORACIONES** y la **CREATIVIDAD** periodística. Pero también en el pragmatismo de usar los datos, de darnos cuenta que lo que el internet nos ofrece no sólo son herramientas creativas sino seguimientos en las audiencias, para poder luego cultivar esas audiencias y enfocarnos a atenderlas debidamente. **Nos toca hacer alianzas con los ingenieros, con los diseñadores, con los expertos para estar más cerca de quienes tienen un conocimiento que necesitamos traducir y convertir en periodismo.** Por eso, el llamado periodismo colaborativo es abrirse a trabajar muchos.

## La tradición

*No podemos desechar nuestra historia.*

*No cancelemos la historia del periodismo.*

con sus luces y sus sombras. El periodismo es una palabra amplia, donde hay de todo: grandes autores y cantidad de chantajistas. El ejercicio del poder, no del contrapoder, en el periodismo siempre se ha prestado a cosas complicadas. Los medios eran uno de los factores, una de las instituciones de poder, y también, el periodismo. Pero siempre hay espacios de pluralismo. Ahora, el periodismo se mezcló mucho con la farándula, con el entretenimiento, y creó el famoso “info-entretenimiento”.

El nuevo contexto nos dice que **ya no tenemos el monopolio del negocio de la información.** Ahora, la información está en todos lados. Tiene una mirrada de fuentes. Es incontable. Pero no solo la información, sino la opinión, la interpretación.. Entonces, la pregunta y la gran autocrítica es

**¿CÓMO NOS VAMOS A RECONSTITUIR COMO OFICIO?  
¿CUÁL ES EL SENTIDO?  
¿QUÉ VALOR LE VAMOS A PROPONER A LA SOCIEDAD?**

Estas preguntas me parecen fundamentales para ese periodismo con el que estamos soñando.

**Hay que ser autocrítico con el periodismo como factor de poder al servicio de intereses que olvidó su ética de servicio a la sociedad:** esa de servir de contrapoder, servirle a los ciudadanos, buscar la verdad, buscar distintas fuentes, proponer distintos puntos de vista y ser honestos al mostrar cómo esos puntos de vista, en un momento, están en contradicción.

El periodismo debe hacer una contribución real a la comprensión, a tratar de entender o, por lo menos, plantear las preguntas que hay que hacerse para tratar de explicar una realidad que cada vez es más compleja. Por eso, el periodismo tiene que aferrarse definitivamente a los hechos y hacer un esfuerzo ahí. La idea de investigar y contextualizar para explicar es lo que hace el periodismo.

## Iberoamérica

Hay un tejido en español facilitado por la Fundación Gabo y por la comunicación digital. **Tenemos una ventaja muy importante que nos crea que es la lengua.** Muchos países como España y una cercanía por supuesto con Portugal y Brasil, aún cuando no es la misma lengua. Esto nos sirve para tener referentes

inspiradores, para generar colaboración, para encontrarnos, para tener una visión más amplia, para desterritorializar los nichos de audiencias, para crear modelos monetizables... para hacer talleres, Festivales, Premios... para hacer ese periodismo que nos interesa.

## La pandemia

### **LA PANDEMIA HA REPRESENTADO UN RETORNO DE LA GENTE A LOS MEDIOS.**

Especialmente, a los llamados “medios convencionales”. O, por lo menos, donde encuentren una información sobre un tema tan crítico y tan desorientador. Lo que demuestra que **LA GENTE BUSCA RESPUESTAS EN EL PERIODISMO.** Me pregunto es si la gente regresó para quedarse.

Por otro lado, la pandemia ha tenido un impacto terrible en la prensa porque la reducción de la inversión publicitaria en este contexto de crisis le ha dado durísimo. Entonces, **LA PANDEMIA HA SERVIDO PARA ACELERAR LA LLAMADA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS MEDIOS.**

## La formación

Se ha percibido es que la mayoría de las universidades, no todas, hay una distancia muy impresionante entre lo teórico y la práctica y un rezago en distintos órdenes como el tecnológico. Pero, a su vez, la preparación de personas con habilidades comunicacionales es algo que está floreciendo y tiene muchas

oportunidades. Se han expandido muchísimo los trabajos de comunicación. Hay mucho trabajo para gente que está haciendo cosas creativas, que está diseñando, haciendo código y programación.

**La pregunta es y el periodismo de verdad, ¿DÓNDE QUEDA?**

Allí es donde posiblemente **necesitamos reeducarnos todos**: las universidades, los periodistas, los medios. ¿Qué es periodismo en todo ese mar de oferta comunicacional?

## Fake medios

### LAS NOTICIAS FALSAS SON UN NEGOCIO

Por eso hay medios digitales que informan noticias falsas o a favor de un gobierno o una política: son un negocio financiado por operaciones políticas. Por eso es un negocio que florece en épocas de campañas electorales.

**El negocio es la política.**

### EL OTRO NEGOCIO ES EL CHANTAJE

Hay un negocio geopolítico que cuando identifican un nicho de sensibilidad e indignación se aprovechan para una explotación política o empresarial.

Tendríamos que tratar de desmontar el negocio, cosa que es difícil. O los intereses de manipulación que alimentan ese negocio. Más difícil.

**El camino está por el lado de tener un público mucho más advertido, mucho más alerta, que no trague entero, combatir la credulidad:**

una ciudadanía digital más preparada. Y eso pasa por el papel del propio periodismo con su rigor, la curaduría y el chequeo para no dejarse confundir con el pseudoperiodismo de las noticias falsas.

## Sostenibilidad de los medios

**EL PERIODISMO CADA VEZ VA A DEPENDER MENOS DEL MERCADO PORQUE SON LAS PLATAFORMAS DIGITALES LAS QUE SE ESTÁN LLEVANDO LA INFORMACIÓN Y LOS ANUNCIANTES.** El camino del periodismo es el camino de que la audiencia, que fue una de las fuentes que siempre fue importante. Volver a la idea de la suscripción. La membresía. El pago.

No va a ser lo único. Otras maneras que se están planteando en muchas otras partes es tratar de captar recursos socialmente destinados a través de la filantropía o a través de ayudas de distinto orden. Pero lo que está claro es que la clásica aproximación de mercado no funciona. Y para eso

**EL PERIODISMO TIENE QUE SER CADA VEZ MÁS PERIODISMO, CADA VEZ MENOS FAKE,** cada vez más auténtico en el valor que le va a ofrecer a sus clientes para que paguen y para que ser reconocidos y respetados.

## El mejor periodismo

**> LA RENOVACIÓN DEL PERIODISMO, CON TODA CLARIDAD, VIENE POR LAS MUJERES <**

La mujer llegó a ocupar un papel cada vez más importante en el periodismo de lengua española y portuguesa. Por eso hemos encontrado en muchas mujeres una disposición al liderazgo de la innovación, a la experimentación, a un periodismo resistente.

**El mejor periodismo parte de la idea garciamarquiana de la vocación.**

Para llegar al periodismo, la vocación cuenta mucho. Lo que pasa es que esa vocación muchas veces se perdió en los meandros de la burocratización empresarial de los medios. Pero la vocación está viva en mucha gente para hacer real eso de que el periodismo es “el mejor oficio del mundo”.

**EL PERIODISMO PARA EXISTIR DEBE APROPIARSE DE LO TECNOLÓGICO.**

Los periodistas no somos los inventores y productores de tecnología, pero la requerimos para el surgimiento de distintos emprendimientos e iniciativas. La tecnología es un campo, sin duda, de renovación.

**EL ESCENARIO DEL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR ES LA HIBRIDEZ Y LA DIVERSIDAD**

Esa colaboración creciente con académicos, expertos de distintos tipos y artistas. Y la asunción de que, a veces, la mejor explicación de un tema no es necesariamente la más literal.

**EL PERIODISMO TIENE UN LÍMITE FUNDAMENTAL, QUE NO SE NOS PUEDE OLVIDAR NUNCA, EL PACTO DE LECTURA.**

Y es que es el pacto de lectura del periodismo, que es que no se inventa. Ese pacto es lo que nos distingue. Por lo tanto, evitar el “engaño”, lo que el periodismo no admite es inventar o ficcionalizar en el trabajo periodístico.

**EL PERIODISMO SE HACE SIEMPRE DESDE LA ADVERSIDAD**

Y es que la adversidad es una fuente de creatividad increíble. Hay países donde, la mayor adversidad en los últimos años, ha representado una mejor apuesta periodística; es el caso de Venezuela donde ha emergido un periodismo resistente que demuestra “garra” y decisión. La adversidad es cada vez mayor por la tensión con los poderes porque los poderes descubrieron que no dependen de los periodistas para ejercer la tarea de comunicar lo que les interesa. Y además que los periodistas suelen ser incómodos. Y esto nos va a ayudar a hacer mejor periodismo. No es el escenario más fácil. Pero cuando nos retan, me doy cuenta que sale la casta periodística en esa vocación, se expanden las búsquedas y las solidaridades.

*No hay que engañarse, el periodismo es cada vez más difícil de ejercer sobre todo en los escenarios locales*

donde hay menores márgenes de autonomía, de acceso, de mercado, de financiamiento. Todo es más difícil y más complicado.

# JAIME ABELLO

## → en 10 ideas ←

①

EL PERIODISMO LIBRE está amenazado por el POPULISMO POLÍTICO que busca desorientar mientras mantiene las formas democráticas.

②

Hay que mantener la dignidad, seguir denunciando y mostrarle a la ciudadanía que estamos al servicio de que esté bien informada; al menos, decentemente informada.

③

EL PAPEL DEL PERIODISMO NO ES SER ACTIVISTA SINO ESPACIO DE REFUGIO Y DE CREATIVIDAD.

④

Creo que el periodismo se está pareciendo, cada vez más, a lo que siempre fue: UNA FORMA DE ARTE Y ARTESANÍA ÉTICA.

⑤

Los periodistas ya no tenemos el monopolio del negocio de la información. Necesitamos reeducarnos: universidades, periodistas, medios. ¿Cuál es el valor que le proponemos a la sociedad?

⑥

LAS NOTICIAS FALSAS SON UN GRAN NEGOCIO.

⑦

El mejor periodismo que está por venir parte de la idea garciamarquiana de la la vocación, pero la renovación del periodismo viene de y a través de las MUJERES.

⑧

El escenario del mejor periodismo que está por venir es la hibridez y la diversidad sin olvidar el límite fundamental: EL PACTO DE LECTURA.

⑨

HAY QUE COMBATIR LA CREDULIDAD PARA TENER UNA CIUDADANÍA DIGITAL MÁS PREPARADA, MUCHO MÁS ALERTA.

⑩

El camino del periodismo es el camino de la audiencia, la suscripción, la membresía, el pago.

/María Teresa Ronderos

**El periodista tiene que reportear  
contra sus propios prejuicios**

/María Teresa Ronderos

Periodista + clip.org

## El Poder

El concepto del poder no se puede limitar a los chismes de la política y del gobierno: quién le dijo a quién qué; quién se está pelando el poder en el centro del Estado. Lo absurdo es creer que el poder solo está en lo institucional del gobierno y es el único que cubrimos. El asunto es que ahí es en donde los periodistas se sienten importantes. Un asunto de ego.

### **HAY NUEVOS JUEGOS DE PODER EN AGENDAS COMO LA MEDIOAMBIENTAL Y LA FEMINISTA.**

Estas historias son interesantes porque le afectan más la vida a la gente. Si no tengo agua en mi municipio, a mí me importa más que un periodista me explique por qué, qué es lo que está pasando que no me llega el agua, a saber, si el gobernador es del partido "y" o "z". O si se peleó con el del partido "h o b".

## Los que gobiernan

Me da mucha preocupación estos gobiernos que son mucho más autoritarios y que tienen a todo el mundo con miedo, y que con el virus han concentrado un poder enorme de decirle a la gente lo que puede hacer, lo que no puede hacer, de metérsele hasta en las cosas más mínimas. Tengo preocupación de que ese

poder les quede gustando porque siempre que estrenan poder, no lo quieren soltar. Y lo peor es que la gente lo empiece a aceptar. El abuso de la gente en estos tiempos ha sido terrible. **El periodismo tiene un papel fundamental en este momento ya que tiene que sacar su espíritu más crítico para cuestionar y preguntar** y no darle miedo de que la acusen de que no está siendo patriota, de que no está ayudando.

## La confianza

### EL PERIODISMO SE JODIÓ POR UN PROBLEMA DE CONFIANZA.

Todas las mediciones muestran caídas en la confianza en la prensa. Y en parte es porque a la gente le llega cantidad de basura por el internet, por el WhatsApp. Y se cree que eso es los medios. Pero si uno va a ver, esos no son los medios. Son gente que está deliberadamente desinformando por razones políticas.

Pero, también, se revolucionó todo y **YA EL MEDIO NO ES UN MEDIO. NO MEDIA LA COMUNICACIÓN ENTRE LOS PODERES Y LA SOCIEDAD, SINO QUE ES UNO MÁS.** Tenemos que aprender a construir ese nuevo poder y para eso debemos ser transparentes. **SI EL PERIODISMO SE CONVIERTE EN EL QUE LE RESPONDE A LA SOCIEDAD PREGUNTAS QUE SE HACE;** vigila y protege esa sociedad de abusos y lo hace con transparencia y sin sentirse la voz cantante, sino una que aporta; ahí se va ganando otro prestigio muy distinto. **GANARSE EL RESPETO Y JUGAR EN LA INDEPENDENCIA,** y es que parte de los medios tradicionales dejaron de ser independientes: se convirtieron en voceros o trabajan para los intereses de dueños que son multi conglomerados económicos. Y eso obviamente les quita prestigio y credibilidad.

**EL DESAFÍO ESTÁ EN QUE LOS MEDIOS DE VERDAD TIENEN QUE VOLVER A SU RAÍZ Y NO CENTRAR SU PODER EN SER PODEROSOS,** sino en su capacidad de destapar, de desnudar, de contestar preguntas que la gente no sabe cómo contestar: de explicar lo que está pasando. El periodismo tiene que estar concentrado ahí.

## La realidad

### PARA EL PERIODISMO ES MÁS FÁCIL CUBRIR LAS TRAGEDIAS

en el sentido que la tragedia pasa a la vista y no tiene mucho que escarbar. Pero eso pasa en todas las áreas. En el cine y la televisión lo más exitoso es lo facilista: las historias de detectives, policías, asesinatos y crimen. Y son populares y a la gente le gustan. Y no está mal, pero hay que buscar historias en sitios más inesperados.

¿Cuál es el papel del periodismo?

### ¿Por qué la sociedad le da un montón de privilegios a un periodista?

Le da acceso a un montón de sitios. Le da protección especial. La ley y los Organismos internacionales le da protecciones especiales. Esto es porque el periodista está haciendo un papel que es importante para advertir, y que al ser el perro guardián de la democracia, tiene que decir que las cosas van mal. Y, en ese contexto, es un poco su papel: Le toca estar ahí diciendo que las cosas van mal. **EL PAPEL DEL PERIODISMO ES UN POCO CONTAR LAS TRAGEDIAS Y LO PEOR DE LA SOCIEDAD.** También es muy lindo que el periodismo te traiga noticias de que las cosas van bien como que alguien se inventa algo, resuelve un problema en alguna parte del mundo. **No hay nada más agradable que leer algo de algo que funciona.** Eso, tal vez nos falta, esa línea del periodismo de soluciones.

Pero, si vives en un país como Colombia en el año 2002, donde están pasando diez secuestros diarios y una masacre semanal, pues **TU LABOR COMO PERIODISTA TIENE QUE SER CONTAR POR QUÉ ESTÁ PASANDO ESO. Y COMO ESTÁ PASANDO.** Y que si la gente y el gobierno están tratando de decir "Eso no pasa", y que "Eso son exageraciones". El periodista tiene que decirles: "Esto sí está pasando. Son nuestros compatriotas a los que les está pasando esto". Por ejemplo, una vez investigué, por mucho tiempo, el secuestro, sobre cómo funcionaba, cómo eso se había vuelto una industria, cómo había intermediarios y seguros, cómo se había creado toda una parafernalia. **Y sentía que nadie estaba contando esta historia. ¿Cómo no la iba yo a contar?** Si miles de colombianos estaban siendo afectados por eso. Y otros miles se

estaban yendo del país huyendo por temor al secuestro. O sea, realmente estaba destruyendo la vida de los colombianos. ¿Cómo yo no iba a hacer nada sobre ese tema? Ese es mi deber ético como periodista. Te toca contar lo que había que contar. Obvio, también contar, como lo hicimos, historias maravillosas en medio de la guerra, historias de humanidad, superación, perdón, vergüenza.

**NO ES TANTO EL TEMA QUE TRATEMOS SINO TAMBIÉN  
CON QUÉ ÁNGULO Y CÓMO LO TRATAMOS.**

## Audiencias

El periodismo más serio, más investigado, el que tiene más cifras, más números, es más complejo, más real y presenta un mundo más complejo; pero, es más difícil de consumir. En cambio, poner el mundo entre los buenos y los malos, o hacer una cosa superficial y mediocre, pues es más fácil de consumir.

**EL RETO DEL PERIODISMO ES OTRO: LLEGAR A LA GENTE,  
AUNQUE ELLA NO QUIERA.**

Un ejemplo está en que uno de los periodistas más interesantes de Rusia se inventó un juego para denunciar la corrupción en el congreso. Pero, en lugar de contar “los congresistas son corruptos” y bla bla blá, lo que hizo fue averiguar cuánto costaban los collares, los anillos, las carteras. Todo lo que tenían las congresistas. Y las corbatas de los congresistas. Y los automóviles. Y lo que sea. Y creó un juego. Entonces aparecía la foto del automóvil o de los aretes de la congresista. Y debajo decía: “Adivine usted cuánto costaron estos aretes”. Uno tenía que adivinar el precio de los aretes. Y en el juego uno se daba cuenta: “Estos tipos tienen una cantidad de bienes costosísimos”. Era una manera de contarte una historia sin que fuera la historia tradicional de que el congreso se ha enriquecido, bla bla bla.

Hay muchas maneras. El *Financial Times* una vez hizo una obra casi que de

rap muy bonita para contar las experiencias de los conductores de Uber, la relación con la empresa y la explotación de la empresa. Y era un tipo en estilo rapero entre cantando y recitando y hablando todo basado en investigación periodística precisa. Y el tipo se cambiaba el sombrero y a ratos era de la empresa y a ratos el conductor de Uber. Entonces imagínate que, si uno se junta con un grupo de teatro como medio y se inventa una cosa así, puedes llegar a sacar una cosa bien entretenida. Y a la gente le va a encantar verla. Y eso es periodismo de calidad en el sentido de que está basado en buen trabajo investigativo y buen trabajo narrativo.

Cómo puede ser que hay periodistas en nuestros países que tienen unos niveles de libertad enormes y se quejan, no hacen buen periodismo y lo desperdician copiando y pegando lo que dicen los gobiernos... cuando hay gente en el mundo que teniendo todo en contra se arriesgan que los metan a la cárcel de por vida o que les quiten la profesión o que les pongan multas confiscatorias. Y, sin embargo, hacen periodismo contra todo. ¿Por qué? Porque creen que es

**la única manera de defender el interés público.**

Claro, hay periodistas de América Latina que tenemos muchos problemas y enfrentamos poderes corruptos y las violencias y muchos han muerto en la causa.

## Innovación

Innovación no puede ser simplemente tener la última tecnología, llenarse de **gadgets**, hacer multimedia. **Innovar es cómo logramos contar historias que logren que la gente se enganche.** Y, sobre todo, que logren que personas que piensan de otra manera se les amplíe su punto de vista.

**LO MÁS DIFÍCIL ES SALIR A BUSCAR A  
AQUELLOS QUE ESTÁN EN CONTRA DE LO QUE  
PENSAMOS O QUE PIENSAN DISTINTO.**

**El periodista ya no tiene el privilegio de la información.** El periodista tiene que tener un papel radicalmente distinto, ahora, es una especie

de mediador y alimentador especializado a partir de que es el personaje en la sociedad que se dedica a buscar información; pero, no es el que está más arriba de todos. Tiene que crear un diálogo con esa sociedad y aprovechar lo muchísimo que saben los lectores, ahora, **los lectores deben enriquecer el contenido de la información.**

Eso es lo que sueña CLIP.org, que en unos años tengamos una especie de cofradía de ciudadanos y ciudadanas y personas de todos los colores, tamaños y sabores de todo el continente que se identifiquen con esta necesidad de frenar el abuso de poder. Que se identifiquen con la necesidad de que “me harté del abuso de poder, de la corrupción, del crimen”. Espero que CLIP le sirva de un núcleo de identidad con el cual podemos investigar juntos y denunciar juntos. Creo que eso es innovar.

### **INNOVAR ES CREAR COMUNIDADES DE CONOCIMIENTO QUE PRODUCEN PERIODISMO.**

Innovación, después, es un asunto formal para que las historias no se cuenten solamente con textos tradicionales, sino también con imaginación y unos personajes que conecten. **Salirnos de nuestra zona de confort para buscar en los terrenos del arte y la comunicación que no tienen solamente que ver con el rígido modelo periodístico.** Y esa es una de las maneras como le llegas a públicos nuevos que quizás no le llaman la atención de lo que informas. Y eso lo hace engancharse en una historia que, de otra manera, nunca se hubiera enganchado.

## Internet

**EL PERIODISMO EN INTERNET LE HACE LA VIDA FACILÍSIMA AL PERIODISTA VAGO. Y ASÍ LLEGAMOS AL PERIODISMO FACILISTA.**

No es el internet, es que lo están usando mal. El internet brinda un montón de herramientas para hacer un mejor periodismo. **El asunto es cómo usar ese enorme mar de información que es internet.** Para

verificar cada cosa que decimos, para darle mejor contexto a las historias, para buscar diversas fuentes, para comunicarnos con la gente, para preguntarle a expertos de cualquier parte del mundo. O sea, **el periodismo bien hecho con las herramientas de internet supera las condiciones de cualquier época para hacer buen periodismo.**

Pero hay que pensar en la desconexión; cómo llegar a campesinos, pobres y personas sin acceso a internet. **Todo periodista debe pensar cómo le puede llegar a una audiencia que no tiene acceso.** Por eso hay que intentar la radio y hasta WhatsApp.

## Periodismo colaborativo

He tenido una manera de hacer periodismo siempre colaborativo, incluso estando en medios tradicionales. Como editora en Semana, en el 2002, nos inventamos *Votebien.com*, un sitio de internet que era una colaboración con organizaciones no gubernamentales y varios medios de comunicación. Y durante diez años *Votebien.com* cubrió las elecciones en Colombia de una manera muy original siguiendo el dinero.

### **PERIODISMO COLABORATIVO, MÁS INVESTIGATIVO Y MENOS DESCRIPTIVO.**

EL PERIODISMO DE COLABORACIÓN TIENE UN MONTÓN DE VENTAJAS, AHORA, CON EL INTERNET Y CON WHATSAPP, CON LA VELOCIDAD QUE SE PRODUCE INFORMACIÓN EN EL MUNDO Y CON LA CAPACIDAD DE TODOS NOSOTROS DE PARTICIPAR EN LA ARENA PÚBLICA QUE YA NO ES EXCLUSIVA DE NADIE. El primero, que si tú colaboras desde varios países, esas piezas periodísticas se terminan viendo. Y es que **hoy en día lo más difícil para un periodista es que vean lo que publica** porque habitamos un mar de información de millones de personas, opiniones e información falsa que es difícilísimo hacerse escuchar.

**EL PERIODISMO DE COLABORACIÓN TE PROTEGE.** CLIP.org en una colaboración con el periodismo mexicano investigó cómo iba el proceso judicial de la periodista Miroslava Breach que fue asesinada en el 2017. Esa colaboración hizo posible que esa investigación saliera en México, ya que hubiera sido demasiado peligroso para los periodistas mexicanos firmar esas historias en su país.

**EL PERIODISMO DE COLABORACIÓN TE OBLIGA A VER EL MUNDO MÁS PARECIDO A COMO ES: EL MUNDO ES GLOBALIZADO.** La gente accede al mundo desde distintos puntos de vista, la realidad se construye desde muchas partes. Y es que, si uno mira el mundo sólo desde su país, lo está viendo con mucha limitación. Estas colaboraciones transnacionales y entre distintas regiones, te enriquece el conocimiento.

Pero, **EL PERIODISMO COLABORATIVO TIENE EL PROBLEMA QUE VA EN CONTRA DEL MODELO DE NEGOCIO TRADICIONAL DEL PERIODISMO QUE ES QUE "YO TENGO EXCLUSIVA", "YO VOY PRIMERO", "YO TENGO LA PRIMICIA".** Y eso es lo que importa para el periodismo tradicional. Lastima porque los periodistas que todavía están pegados a eso van a pasar muchos problemas, ya que cada vez importa menos: la gente no sabe quién sacó una noticia de primeras, ni le importa.

## Independencia

Los periodistas ganan independencia si tiene algún tipo de habilidad especializada como el *fact checking*, la investigación en fuentes abiertas, el manejo y procesamiento de datos. La especialidad les va a facilitar encontrar trabajo. Otra posibilidad es:

**juntarse muchos, construir su comunidad y crear un medio cooperativo donde también participe el público.**

*La Diaria* de Uruguay empezó así y hoy en día es el segundo periódico del país. Y no tiene sino como quince años de fundado. Y empezó así. Un grupo de ni

siquiera de periodistas, casi que lectores, dijeron: "No nos están dando los medios lo que nos gusta". Y crearon ese periódico con una cooperativa. Y en Argentina hay muchos que están creando también periódicos con cooperativas. Esa puede ser otra opción: crear una cooperativa, y es que al periodismo le toca aliarse para salir adelante.

## Las mujeres

CLIP.org fue fundado por cinco mujeres periodistas: dos argentinas, una costarricense, una brasileña y una colombiana.

**DESPUÉS DEL ME TOO, LAS MUJERES TENEMOS QUE ASUMIR EL RETO Y LA RESPONSABILIDAD DE PASAR AL FRENTE.**

No podemos seguir siendo las segundas, las terceras y las cuartas, y contentándonos con eso. He sido pionera en muchos de los cargos en que he estado, pero no hice lo suficiente. Creo que ahora las mujeres saben que pueden hacer y llevar su periodismo hasta donde lo quieran llevar y en el papel que sea: en fotografía, video, o fundando un medio, o como jefes de tecnología, etcétera.

**EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR SE DA CUANDO LAS MUJERES NOS DESHAGAMOS DE TODOS NUESTROS MIEDOS Y DE TODAS LAS PSICOLOGÍAS DE SEGUNDONAS QUE NOS HAN METIDO TODA LA VIDA.** Y digamos: "No. No. No. No. No. No.

Nosotras podemos ser lo que queramos". Si nos gusta ser segundonas, pues que seamos, pero por decisión; no porque fue lo mejor que pudimos hacer.

Me siento feliz de estar en y de vivir este momento donde se destaparon muchas cosas que no nos habíamos atrevido a decir muchos años: que no está bien las cosas como están con las mujeres y que podemos ser distintas. Y ahí, las mujeres tenemos una enorme creatividad, por eso, inventamos y se nos ocurren millones de cosas.

## El mejor periodismo

LOS PERIODISTAS, HOY EN DÍA, PODEMOS VIGILAR MUCHO MEJOR EL PODER Y PROTEGER MUCHO MEJOR LA VIOLACIÓN DE DERECHOS HUMANOS QUE LO QUE PODÍAN HACER LOS PERIODISTAS DE OTRAS GENERACIONES.

Hoy tiene uno acceso. Uno puede hacer entrevistas por WhatsApp en el punto donde esté. En este Covid, el periodismo no se paró. Entonces, creo que **el mejor periodismo está por venir porque vamos a poder hacer público y hacer transparente cada vez más a los gobiernos, a los poderosos, a las personas que está ayudando a la sociedad a crecer y está haciendo lo mejor.**

*El mejor periodismo cuenta los sueños de la gente y lo mejor de la humanidad.*

Pero debe hacerlo mejor que la inteligencia artificial que está produciendo notas sobre deportes, finanzas y un montón de cosas.

**Debemos superar el copy paste porque eso lo va a poder hacer un aparato.**

El papel del periodista es investigar y verificar. Y, sobre todo, ponerse en los zapatos de quien estamos denunciando. No importa qué clase de criminal sea.

**El periodismo tiene que tener una razón de ser ética y no se puede salir de ahí.**

Porque si no, no nos diferenciamos en nada de cualquier otra persona que viene con una agenda ya premarcada antes de investigar nada.

**EL PERIODISTA TIENE QUE TENER MENTE ABIERTA Y REPORTEAR CONTRA SUS PROPIOS PREJUICIOS.**

Eso me lo enseñó mi maestro, Miguel Ángel Bastenier en la Fundación Gabo. Esa es una de las normas del periodismo que no ha cambiado. Sigue igualita hoy con tecnología, con cambios, con todo. Los periodistas que arrancaron el *Me too* con este Harvey Weinstein, productor de cine americano, fueron periodistas que duraron meses investigándolo. No se dedicaron a escracharlo o a insultarlo, sino que se dedicaron a probar y a conseguir los testimonios hasta que lograron demostrar que ahí había sucedido algo: una gran injusticia. Ese es el papel del periodismo.

El mejor periodismo por venir tiene que ser divertido.

**UN PERIODISMO QUE ESTÉ LLENO DE ALEGRÍA, ENERGÍA, SOLIDARIDAD Y LOGROS COMPARTIDOS.**

# M. TERESA RONDEROS

→ en **10** ideas ←

①

EL PERIODISMO SE JODIÓ POR UN PROBLEMA DE

CONFIANZA.

②

El papel del periodismo es un poco contar las tragedias y lo peor de la sociedad, pero contar **CÓMO ESTÁN PASANDO** y **POR QUÉ ESTÁN PASANDO.**

③

Las historias más interesantes son las que afectan más la vida a la gente. No es tanto el tema que tratemos sino también con qué ángulo lo tratamos.

④

El periodismo tiene un papel fundamental en este momento: hay que perder el miedo, sacar su espíritu más crítico, **CUESTIONAR Y PREGUNTAR.**

⑤

EL RETO DEL PERIODISMO ES LLEGAR A LA GENTE, AUNQUE ELLA NO QUIERA.

⑥

Innovar es **CREAR COMUNIDADES DE CONOCIMIENTO** que producen periodismo y contar historias que enganchen a la gente.

⑦

El periodista ya no tiene el privilegio de la información y debe salir de su zona de confort y buscar en los terrenos del arte fuera del rígido modelo periodístico.

⑧

EL PERIODISMO DE COLABORACIÓN TE PROTEGE, te obliga a ver el mundo más parecido a como es (globalizado) y va contra el modelo de negocio tradicional del "yo tengo exclusiva".

⑨

El mejor periodismo que está por venir surge cuando las mujeres nos deshacemos de nuestros miedos y de la psicología de segundas que nos han metido toda la vida.

⑩

El mejor periodismo que está por venir debe tener mente abierta para **REPORTEAR CONTRA SUS PROPIOS PREJUICIOS.**

/Mariana Santos

Juntas somos mejores.  
Juntas somos increíbles.

/Mariana Santos

Chica poderosa + periodista + diseñadora

## Periodismo colaborativo

Cuando empecé como periodista fue en *The Guardian* en Londres. Desde el primer día entendí que **EL TRABAJO ES COLABORATIVO SIEMPRE**. Empecé como diseñadora para hacer la visualización de los datos de las historias; entonces, yo tenía obligatoriamente que trabajar con editores, con periodistas, con desarrolladores, con el editor para pensar la narrativa e imaginar la experiencia del lector, del usuario, dentro de esta historia. Mezclar diseño y desarrollo para ganar interactividad. Entonces, aprendí que **LA INNOVACIÓN Y EL ARRIESGARNOS SON COSAS BUENAS**. En Chicas quiero que nosotras tengamos la misma oportunidad:

esa **LIBERTAD de probar, experimentar y ver qué resulta.**

El periodismo es definitivamente colaborativo porque con un periodismo tan digitalizado, tan rápido y pasando por tantos desafíos, uno no sabe hacer de todo. Este es un camino para tener un periodismo más fuerte, más eficiente y que promueve más diálogo.

**EN CHICAS PODEROSAS ESTAMOS  
PROBANDO, EXPERIMENTANDO,  
INTENTANDO INNOVAR**

dentro de una situación que no sabemos a dónde va a ir el periodismo. Pero aquí estaremos todas, luchando, para que nos podamos reinventar y que podamos seguir siendo muy relevantes para las democracias de cada país.

## Feminista

Las mujeres normalmente son quienes cuidan de sus hijos, sus comunidades y la tierra. Las mujeres cuidan, por eso, cuando vemos un periodismo que sufre de no tener una perspectiva diversificada en puntos de vista y voces, las mujeres se juntan, diversifican voces y cuentan esas temáticas que no están siendo representadas en la agenda mediática. Por eso, estamos hablando de migración, de aborto, de acceso a educación sexual y un montón de otras cosas que pasan a segundo plano en medios de hombre. Por eso, las mujeres se preocupan por encontrar espacios para que estas historias se escuchen y entren al diálogo público; pero no solo para denunciar sino para poder ir desarrollando soluciones para los problemas sociales que encontramos. Entonces, **el periodismo cuando tiene mujeres liderando tiene muchas ganas de colaborar y mucha capacidad de adaptarse a trabajar con otras personalidades.** Esto es una característica bien femenina.

## Liderazgo

Las mujeres estamos demasiado humildes y es porque cargamos con nosotras una cultura de estar en casa cuidando niños y haciendo la comida. Y es difícil quebrar esta cultura que está tan enraizada dentro de nosotros, nuestras familias, nuestros países. PERO ES MÁS DIFÍCIL CAMBIAR LA INDUSTRIA MEDIÁTICA PARA HACERLA más inclusivas y diversificadas en la parte de liderazgo. Por eso, en Chicas Poderosas lo que queremos hacer es crear un programa o crear un experimento o una experiencia por la cual cambiemos el chip; ese chip que dice: "Yo no puedo", o que dice: "Eso no es para mí", o "Yo nunca llegaré allá"... y crear nosotras nuestros espacios de liderazgo. ¿Cómo? Capacitándonos para liderar su equipo con direcciones claras y comunicación efectiva.

> LA IDEA ES CONECTAR A LAS MUJERES CON SU PODER <

En Chicas Poderosas queremos que las chicas, las mujeres, usen su poder y lo desarrollen como mujer, periodista, jefa de equipo, *cheerleader* cuando las cosas no van bien. Por eso, **CHICAS SE PUEDE VER COMO UN LABORATORIO DE EJERCICIO DE LIDERAZGO DENTRO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN** para mujeres y personas no binarias y hombres.

## El proyecto

*En Chicas nosotras creemos en un mundo donde todas las voces pueden ser escuchadas.*

Esto significa que el periodismo no sea solamente liderado por hombres que deja por fuera muchísimas voces y perspectivas que no están siendo escuchadas.

**Las chicas necesitamos contar las historias para que ellas transformen en realidades.**

Por eso intentamos hablar de esas temáticas subrepresentadas desde una perspectiva femenina, masculina, LGBTQ. Queremos dar todas las perspectivas para crear espacios para esas voces. Y a la vez, **PARA QUE LAS MUJERES TAMBIÉN HAGAN QUE ESTAS VOCES SE ESCUCHEN A TRAVÉS DE SUS PROPIAS HISTORIAS DE SU COMUNIDAD.**

Creemos en un mundo donde todas las voces se escuchen para que las desigualdades cambien. Por eso, Chicas Poderosas intenta compartir voces e historias a través de la colaboración. En Chicas cada vez somos más y estamos construyendo una comunidad muy unida, que confiamos muchísimo unas en las otras, con una perspectiva más diversificada en medios de América Latina. Y es que estamos aquí para experimentar, para intentar cambiar algo que sentimos que no está funcionando bien. Y, bueno,

**PARA CREAR UN MUNDO MEJOR, PORQUE EN UN MUNDO DONDE MÁS VOCES SON REPRESENTADAS ES UN MUNDO MEJOR, MÁS IGUALITARIO.**

## Tecnología

Desde hace siete años que nacimos como Chicas poderosas, ya **la tecnología no era el futuro: era un presente**. Todas estamos siendo digitalizadas con talleres de tecnología que sean dedicados al nivel que esa comunidad ocupa. Por ejemplo, los primeros años que fuimos a Bolivia, las periodistas con quien trabajábamos eran periodistas de radios comunitarias que necesitaban aprender a hacer radio y podcast ya que ellas trabajaban con la palabra oral. Entonces, ahí enseñábamos podcast, audios, redes sociales. En México, Colombia, Argentina, el nivel tecnológico de la comunidad de chicas es muy avanzado, entonces, ahí vamos a buscar *scraping*, de cómo es *scrapear* datos. O cómo trabajar varias tablas de datos mezcladas para sacar información. O sea, todo depende.

**LA IDEA, SIEMPRE, ES PROBAR CON COSAS NUEVAS, EXPANDIR HORIZONTES DE POSIBILIDADES PERIODÍSTICAS. Y PARA ESO HAY QUE SABER DOMINAR LA TECNOLOGÍA.**

Pero si el relato no vale la pena, la herramienta no nos sirven. Por eso,

**lo más importante de la historia es su narrativa, su línea de *storytelling* y cuán relevante sea esa historia para tu comunidad, tus lectores.**

Desde que la línea esté presente, bien construida, se puede edificar sobre eso.

## Militancia

Chicas Poderosas es un grupo de periodistas, por encima de todo, somos periodistas. Obviamente que cada una tiene sus causas. Por ejemplo, mi sueño es que en América Latina no se hagan atrocidades contra mujeres y que los derechos de las mujeres sean respetados por todos los países. Y

**PIENSO QUE PUEDO HACER ESO A TRAVÉS DE UN PERIODISMO MÁS INCLUSIVO, MÁS DIVERSIFICADO Y MÁS REPRESENTATIVO DE LAS COMUNIDADES QUE EXISTEN EN AMÉRICA LATINA Y QUE NO SON SOLAMENTE HOMBRES.**

Entonces en Chicas Poderosas nosotras delineamos qué es periodismo y qué es activismo. En Chicas Poderosas lo que hacemos es periodismo con datos, con verificación y trabajo. El producto final es periodístico porque somos un grupo de periodistas y no un grupo activista. En Chicas el propósito es tener más voces que son subrepresentadas y representarlas.

## Financiamiento

Chicas Poderosas es una organización no gubernamental, por eso me dedico a escribir proyectos con mi equipo y encontrar plata para hacer que los proyectos sean viables. Entonces, ¿cómo se financia? Con muchísimo trabajo. Hablar con mucha gente. Explicar el proyecto que queremos hacer. O sea, nosotras hacemos *fundraising*, levantamos plata para poder hacer historias entre todas. Nuestro trabajo es encontrar plata para hacer que los proyectos sean posibles y donde las mujeres pueden pasar por una experiencia de trabajo colaborativo donde todo es pago.

## Impacto

Antes la medición de impacto era contar cuántas historias escribimos y cuántas mujeres entrenamos, ahora es ↘

**CUÁL ES EL CAMBIO QUE QUEREMOS  
TENER CON UN PROYECTO,**

sea una historia, un programa, una capacitación. Y, por eso, tener métricas de performance. Para medir el impacto de nuestros proyectos tenemos que tener súper claro cuál es el objetivo por el cual lo estamos haciendo.

## Storytelling

Para que haya una buena historia tiene que **darte mariposas en la panza**; pero sobre todo pensar quién es tu audiencia: **ponerte en los zapatos de la persona que te va a leer o escuchar o ver**, y pensar cómo quieres que esta persona se sienta, o qué conclusiones quieres que tenga, o qué preguntas quieres que se haga. Y para eso hay que construir una narrativa bien hecha e intentar experimentar y sorprender con ideas muy fuera de la caja. Queremos diversidad de voces. Y estamos luchando para que estas voces escuchen.

## La estética

La estética es que todo sea tan sencillo y tan fluido en su forma de navegar. Que sea natural y que no tengas que pensar.

## Una de las situaciones más famosas de experiencia de usuario es “No me hagas pensar”.

Que se sienta en fluidez con la historia, con la narrativa, con el proceso de *storytelling*. Cuando quieres que tu historia llegue a tus lectores, tienes que hacer un trabajo super bonito, súper bien hecho para que cuando la gente entre, esté enganchada y fluya en una experiencia agradable.

## El periodismo del futuro

El periodismo va a ser colaborativo porque cada vez más los recursos han disminuido. Y tenemos que reinventarnos y para reinventarnos tenemos que fortalecernos. Y para fortalecernos, juntos somos mejores. Ese es nuestro **hashtag: JUNTAS MEJORES. Y JUNTAS SOMOS INCREÍBLES.** Lo más importante es poner nuestro ego de lado para co-crear.

El mejor periodismo que viene nos va a ayudar a tomar mejores decisiones como población porque vamos a estar encima de los gobiernos y los poderes y vamos a luchar por un mundo mejor, uno colaborativo.

**CHICAS PODEROSAS ES EL PERIODISMO DEL FUTURO  
PORQUE ES FEMINISTA Y ES COLABORATIVO PARA  
ESCUCHAR MÁS VOCES.**

Todo nuestro trabajo es promover la colaboración, el compartir ideas, experiencias y metodologías para experimentar nuevos periodismos y crear comunidades. Una red para mujeres que buscan un lugar donde se sientan seguras, pueden desarrollarse y experimentar ideas.

# MARIANA SANTOS

→ en **10** ideas ←

①

LA INNOVACIÓN  
ES ARRIESGARNOS  
A PROBAR,  
EXPERIMENTAR Y VER  
QUÉ RESULTA.

②

Lo más difícil es cambiar  
la industria mediática para  
hacerla **MÁS INCLUSIVA** y  
**DIVERSIFICADA** en la parte  
de LIDERAZGO.

③

La idea es conectar a  
las mujeres con su poder  
para que sus voces se  
escuchen a través de  
sus propias historias de  
comunidad.

④

LA TECNOLOGÍA  
NO ES EL  
FUTURO, ES EL  
PRESENTE.

⑤

**CHICAS PODEROSAS** es  
el periodismo del futuro  
porque es **FEMINISTA** y  
es **COLABORATIVO** para  
escuchar más  
**VOCES**.

⑥

Lo más importante de la  
historia es su narrativa,  
su línea de *storytelling*  
y cuán relevante sea  
esa historia para tu  
comunidad y tus lectores.

⑦

Para que haya una buena historia tiene que darte  
mariposas en la panza; pero sobre todo pensar quién es  
tu audiencia: ponerte en los zapatos de la persona  
que te va a leer o escuchar o ver.

⑧

Una de las situaciones más famosas de experiencia de  
usuario es "NO ME HAGAS PENSAR", que fluya con la  
historia, con la narrativa, con el proceso de *storytelling*.

⑩

**JUNTAS MEJORES**.  
Y juntas somos increíbles.  
Y para eso lo más importante  
es poner nuestro ego de lado  
para CO-CREAR.

/Ma Jesús Espinosa de los Monteros

Estamos en un momento fascinante  
para contar historias con multitud de acentos.

/Ma Jesús Espinosa de los Monteros

Podium podcast

## El Podcast

**El podcast es una tecnología y es un modo de consumo bajo demanda.**

Como también sucede con las plataformas de televisión. Pero ¿es un formato? ¿es un género? ¿es una tecnología? No sé, pero sí que el podcast es un modo de consumir, una tecnología muy específica y tiene su propia gramática porque cuenta historias de una forma especial y específica, que no es la radio más convencional de entrevistas y música.

**EL PODCAST ES UN GÉNERO HÍBRIDO ENTRE PODCAST Y  
AUDIOLIBRO EN EL QUE LA VOZ ESTÁ SIEMPRE EN EL CENTRO.**

Este es un formato innovador que se empieza a escuchar ahora, pero tiene casi dieciséis años de inventado. El podcast tiene cuatro grandes fases: La primera está en el año 2001 cuando Apple lanza el iPod. En el mundo del iPod lo que hacíamos era sincronizar audios, música y podcast en iTunes.

El 2004 es un año verdaderamente importante, es cuando el periodista, Ben Hammersley, en un artículo en *The Guardian* escribe por primera vez la palabra **podcasting** para describir esa especie de unión **entre el iPod y broadcasting**, que es emisión abierta. Y un tiempo después, unos **disc jockeys** crean el RSS que son las siglas de **Really Simple Syndication** que permite el compartir en formato MP3 de forma multi-distribuida.

En el 2012 Apple coloca en la pantalla de inicio del iPhone una aplicación nativa de podcast. De manera que, ya no tenías que descargarlo, sino que lo tenías

en tu smartphone. Y en el 2014 **el foco pasa de la tecnología al contenido**. Aparece *Serial*, este podcast del que todo el mundo habla como el primer gran podcast de masa.

En el 2019 Spotify hace esa gran inversión económica, más de 400 millones de dólares comprando Gimlet Media y Anchor. Y a partir de ahí, la verdad es que no han dejado de sucederse movimientos en el mercado. Estamos viendo como el mundo del audio crece dentro de eso que se llama capitalismo de plataformas. En este contexto, va a ser muy interesante ver cómo el periodismo empieza a acercarse al mundo del audio.

## Las plataformas

Las plataformas son un agente muy importante. El caso de Spotify, Amazon con Audible y Google Podcast. Apple acaba de decir que va lanzar su propio *daily*. Es decir, la entrada de las plataformas casi en cualquier sector es definitivo. Pero no sólo en el mundo del periodismo o de la radio. En el campo de la comida Globo o Uber Eats, en la propia industria de la movilidad o del taxi con Uber, o en el de la hotelería y el turismo con Airbnb.

**EL AUDIO CONSOLIDA ESTE CAPITALISMO DE PLATAFORMAS QUE RIGEN ESTA NUEVA ECONOMÍA DIGITAL** Obvio hay una natural tendencia al monopolio como lo dice Snircek en el libro este de *Capitalismo de plataformas*, publicado por Caja Negra Editores que es una editorial argentina estupenda.

Y es que ahí entran **LOS ALGORITMOS QUE CONVIERTEN A LAS PLATAFORMAS EN DEMIURGAS DEL CONTENIDO.**

¿Hasta qué punto los algoritmos pueden acabar dictándote el tipo de contenido, no sólo que tienes que hacer, sino que tienes que alojar? La parte tremendamente positiva es estar agitando el mercado y de estar diciendo a todo mundo que el audio importa porque ahí está pasando algo porque toda esta gente como Michelle Obama está yendo ahí.

El éxito del podcast es tanto que Google está haciendo un trabajo muy interesante para la búsqueda, descubrimiento e indexación de podcast. Es decir, ya no sólo tiene su propia plataforma de podcast, Google Podcast, sino que tú cuando vas a buscar un determinado tema, o incluso el título de un podcast o un episodio directamente, en el buscador te sale ese episodio. Y eso es algo que hasta ahora no existía. Tenías noticias, videos, imágenes, *maps*. Pero no tenías algo que fuera dedicado al mundo del audio o del podcast.

**ESTO DE LAS PLATAFORMAS ESTÁ CAMBIANDO LA NATURALEZA MÁS PRIMIGENIA DEL PODCAST QUE ERA ANTE TODO UN NEGOCIO DE MULTIDISTRIBUCIÓN.**

Por ejemplo, el famoso caso de Joe Rogan en Estados Unidos que pasó de independiente a ser exclusivo de Spotify por cien millones de dólares.

**Se compra es todas las escuchas** porque ahora se va a poder escuchar sólo en Spotify. Y ellos habían desarrollado esta idea del video podcast porque gran parte de las escuchas estaban en YouTube. Y también se las lleva Spotify, a través del audio. La tendencia es que el contenido libre y multidistribuido que está en los inicios del podcast y que es casi consustancial al *podcasting* está dejando de ser. Y lo que hablamos ahora es de contenido exclusivo. El podcast de Michelle Obama sólo lo puedes escuchar en Spotify.

Lo que nos falta sobre todo es un tipo de tecnología que nos permita personalizar muy bien qué tipo de contenidos nos gustan y que sea capaz luego de devolvernos podcast similares a los que hemos escuchado. Esa idea de la segmentación y de la personalización es importante para el desarrollo del podcast. Hace falta hacer que los podcast sean perfectamente medibles y rastreables, tanto si se consumen en *streaming* (donde efectivamente ese rastreo es mucho más fácil), como si se hace a través de descarga. Y es que cuando se descarga un podcast, se pierde el control porque deja de ser un formato *online* para convertirse en *offline*. Eso tiene mucho que ver también, por ejemplo, con los diferentes planes de datos que tenemos. En Estados Unidos se consume mucho más podcast porque tienen datos ilimitados, entonces se consume mucho en *streaming*. En España, por ejemplo, gran parte del consumo se produce a través de descargas, porque te lo descargas cuando tienes *wi-fi* y luego lo escuchas.

Entonces, yo diría que es muy importante sofisticar la tecnología del audio para ser capaces de dar métricas fiables para los clientes. Porque si no, no van a entender que es un formato en el que puedan creer y del que se puedan fiar. No puede ser que cada uno mida los podcast de una manera y cada plataforma mida sus escuchas de una manera. El de poder medir mejor qué sucede cuando alguien escucha un podcast es fundamental para que el formato, no sólo sobreviva, sino que transmita esa confianza a los mercados.

## La moda del *podcast*

Se habla de la idea de la burbuja del *podcast*, pero ¿a partir de qué número son muchos? Ya hay más de un millón de *podcast*. ¿Eso es mucho o es poco? ¿Hay muchos libros o hay pocos? ¿Hay muchas series o hay pocas? En el caso del podcast en español, el iberoamericano, debería haber muchos más. En todo caso sobrevivirán y tendrán el éxito aquellos que lleguen a un mayor número de oyentes.

➤ **LO MARAVILLOSO ES QUE HAYA MÁS GENTE** ➤  
**QUE QUIERA CONTAR HISTORIAS**

Nunca hay que frenar esa pulsión narradora que puedan tener periodistas y ciudadanos, y que encuentran en el mundo del podcast una posibilidad.

En el podcast en español no hemos tenido como un Serial o un Joe Rogan de estos que podemos llamar podcast dirigidos a audiencias masivas o *podcast* de masas. Eso no ha llegado. Y para llegar a eso tenemos que seguir en esa pedagogía o evangelización del formato. Porque hay muchísima gente que todavía le dices: “Escúchate este *podcast*” y no saben cómo hacerlo. Es decir, hay mucha gente que no sabe que tiene una aplicación llamada *podcast* en su celular y no saben que ahora con Spotify es mucho más sencillo. La propia naturaleza digital del formato, a veces, es un impedimento. Y, sobre todo, necesitamos que haya cada vez mejores historias.

## La narrativa

**En una sociedad multitarea como la nuestra, en la que estamos constantemente haciendo un montón de cosas, esa posibilidad de consumir historias sólo al oído teniendo las manos y la mirada libre, sin tener una pantalla delante, es un formato imbatible.**

**El podcast, este formato tan súper innovador, no está inventando nada que la radio no hiciera en sus orígenes.**

En el caso de España, por ejemplo, uno de los momentos más creativos es lo que se llamó la radio expresiva, la que vino después de la Guerra Civil, antes de la radio informativa. Pero luego con la liberalización de la información, los formatos más expresivos o creativos dejaron de existir para dar paso a la radio más informativa. Y aunque en la actualidad sigue habiendo formatos tremendamente creativos en lo que llamamos la radio convencional, los podcasts por su naturaleza casi omnívora de tomarse todos los géneros y de alguna manera intervenirlos, ofrece narrativas muy diversas. Por ejemplo, **EN EL MUNDO DEL PERIODISMO LOS *PODCASTS* RECUPERAN ESOS FORMATOS DE LARGO ALIENTO QUE ESTABAN EN LOS INICIOS DEL PERIODISMO EN FORMATO ESCRITO**, pero ahora lo hacemos a través del audio.

**Hay un amplísimo espectro para innovar en la narrativa del *podcast*** ya que hay muchísimos tipos de *podcast*. No es como cuando hablamos de libros o de películas. Tenemos *podcast* de ficción sonora como “El gran apagón” o “Guerra 3” que tenemos en Podium, “Lo que tú digas” de Alex Fidalgo que es un *podcast* de entrevistas en profundidad, podcast narrativo como “V, las cloacas del Estado”, los ensayos de “Solaris” de Carrión, o las crónicas de Radio Ambulante. Y todo eso es *podcast*, a todo lo llamamos igual, pero creo que es importante empezar a diferenciar. Y conforme el formato y el mercado estén más maduros, es muy importante hacer esta pedagogía del formato; de ir explicando que no todo es igual, y **NO SE TRATA DE QUE HAYA MEJORES O PEORES GÉNEROS EN EL *PODCAST*, SINO QUE CADA UNO TIENE SU MOMENTO Y SU FORMA DE NARRAR.**

## El periodismo

Estamos viviendo el cambio de las *startups* tipo Spotify que quieren escalar en grandes marcas. Y al mismo tiempo, el paso de organizaciones y compañías ultra consolidadas como el New York Times que hacen una transición a lo digital modélico sin perder el gran componente periodístico que tienen.

En los Pulitzer, los prestigiosos premios de periodismo estadounidenses, en el 2020 está la categoría audio periodismo, y el primer premiado ha sido un episodio de *This American Life* que es otro de los grandes ejemplos de periodismo de audio. Además, está el acuerdo del New York Times con la productora de *Serial* y con *This American Life*.

New York Times y *Serial* es un matrimonio perfecto en el sentido en el que hay una absoluta coincidencia de valores periodísticos y de la idea de entender el audio. Me gusta mucho el ejemplo del New York Times porque tiene apenas siete series que son las que ha hecho el *daily* y no tiene demasiados podcast: Caliphate, 1619. Y con eso ha conseguido una audiencia masiva. Una audiencia que a lo mejor otras radios como iHeartRadio consiguen con trescientos o cuatrocientos podcast. Ya consiguieron esa idea de ser el HBO del audio: poco, pero de máxima calidad. Y no hay que perder de vista una cosa que dijo el ex CEO del New York Times, Mark Thompson,

**“El New York Times ya no es un periódico. Es una plataforma como Netflix o como HBO, cuyo producto es el periodismo”.**

O sea, ellos ya no se entienden como un diario como lo conocíamos antes. Son plataformas de contenidos periodísticos. Y en una reciente entrevista la nueva CEO ha dicho que son, ante todo, una empresa tecnológica.

Entendamos que **CUANDO HABLAMOS DE AUDIO PERIODISMO, HABLAMOS NO SÓLO DEL FORMATO PODCAST. POR EJEMPLO, HABLAMOS TAMBIÉN DE LOS AUDIO-ARTÍCULOS.**

Otra de las grandes adquisiciones del New York Times fue esta plataforma que se llama a Audm que es una plataforma de audio-artículos en los que algunos

de los artículos más largos del periódico se leen en formato sonoro. Y eso es una forma nueva de consumir.

El audio va a tener su propia preeminencia periodística, por ejemplo, muchas de las historias que ha contado el Times en su *daily* han decidido contarlas a través de audio y no a través de papel y, a lo mejor, eran grandes exclusivas. Y las cuentan en audio porque allí es donde más iban a brillar. Pero, a la vez, también creo que el audio es un formato que puede convivir perfectamente con otros grandes formatos digitales, textuales, visuales.

Y están los *smart speakers*, los altavoces inteligentes que en el momento que tú llegas a casa pues le dices: “Pónme, Alexa. Dime las noticias”. Y te sale Cadena Ser; por ejemplo, diciéndote esas últimas noticias. Ahora Twitter que acaba de lanzar los audios *tweets*. Y toda esa parte social del audio que tiene que ver con WhatsApp. La emergencia de los audiolibros como formato más literario. O el consumo de la música en *streaming*.

**ESTAMOS VIVIENDO EN LO QUE ESTAMOS LLAMANDO “LA ERA DE LA AUDIFICACIÓN”. Y AHÍ, CLARAMENTE, EL PERIODISMO TIENE TODO, TODO POR CONTAR.**

## Ficción

Los podcast de ficción son lo que más se escucha en Podium. Creo que es, de alguna manera, heredado de esta gran eclosión de plataformas como Netflix o HBO que nos están acostumbrando tanto a las narrativas de las series. Y también, que en algunas de nuestras series como “Bienvenido a la vida peligrosa” que hizo (Arturo) Pérez Reverte y Guillermo Arriaga en México, “El gran apagón”, “Informe Z”, “Negra y criminal” o “Guerra 3” son historias globales que podrían suceder en cualquier lugar. Por eso, los datos de escucha de los podcasts de ficción son siempre espectaculares. Son historias que cuestan mucho, tanto económicamente, como a nivel de tiempo, pero dan resultados maravillosos y creativamente son súper bonitas de trabajar.

## El español

Estamos en un momento estupendo en Iberoamérica. En el 2020, un estudio decía que por primera vez en la historia breve del *podcasting*, que entre abril y junio de este año, los podcast que estaban en un idioma diferente habían superado a los podcast en inglés. Y entre esos idiomas diferentes al inglés, el español era, con diferencia, el que más crecía. Compartimos el idioma y eso tiene bastante que ver con nuestra forma de entender las historias y el periodismo en audio.

*Estamos en un momento fascinante, entonces, para contar nuestras propias historias y las historias de una región que tiene multitud de acentos.*

Y para mí esa es una de las grandes claves que hemos de encontrar: perder ese miedo que ha existido siempre a juntar acentos o a escuchar algunos podcasts en un acento que no es el que nosotros más conocemos. Y experiencias como Radio Ambulante nos ha demostrado que eso no tiene ningún sentido, que hay historias absolutamente universales que nos lo permiten.

La tradición de este *storytelling* auditivo en Estados Unidos es muy arraigada, sobre todo en la radio pública, la NPR; por ejemplo, *This American Life* que ha ganado el Pulitzer, en el 2020 cumplía veinticinco años en antena contando ese tipo de historias. Y ha hecho la metamorfosis de programa de radio convencional a un podcast.

En español hay diferentes formas de contar; por ejemplo, los podcasts narrativos de no ficción en Estados Unidos suelen ser más largos, porque los tiempos de distancia entre un sitio y otro cuando vas en el coche que es uno de los sitios de transporte donde más se escucha podcast, suelen ser bastante más largos; y tienen el oído muchísimo más educado que nosotros. Pero **NOSOTROS TENEMOS ESA GRAN TRADICIÓN DE LA CRÓNICA LATINOAMERICANA, Y AHÍ HAY UNA MINA ABSOLUTA PARA SER TRASLADADA AL FORMATO AUDIO Y AL FORMATO PODCAST.** Nosotros recién empezamos pero sabemos muy bien cómo hacerlo.

## Las historias

**HAY HISTORIAS QUE SÓLO SE PUEDEN CONTAR EN AUDIO. Y TAMBIÉN CREO QUE HAY HISTORIAS QUE NO TIENE NINGÚN SENTIDO CONTARLAS EN AUDIO.**

Hay, por ejemplo, toda una serie de podcast de investigación que brillan porque surgen a partir de cintas grabadas. Me acuerdo por ejemplo de "The Hurricane Tapes" que es un podcast de la BBC sobre el famoso boxeador al que Bob Dylan le dedica una canción, Hurricane Carter. Y esas historias cuando más brillan es cuando se cuentan a través del sonido. Claro que se pueden contar a través de otros formatos, pero algunas especialmente brillan cuando se trasladan a formato sonoro. Y hay otras que realmente son muy difíciles de adaptar. Por eso, esta idea de que cualquier cosa puede ser trasladada a un formato podcast, seguramente sí; pero no con el mismo nivel de efectividad o de intimidad o de relevancia que se desea.

Al contar no existe una duración perfecta para un contenido. **LA DURACIÓN LA PIDE EL CONTENIDO.** Tenemos podcast de diez minutos y podcast de dos horas y media que son estupendos. Siempre lo pide el contenido. Hay que intentar siempre es contar la historia de la mejor manera posible, independientemente de lo que dure.

## La voz

Lo que aporta el podcast a una historia es fundamentalmente la voz, porque no hay nada más ancestral que la voz y más íntimo que LA VOZ. Uno puede escuchar este episodio en el que se meten directamente en uno de estos campamentos en *This American Life*. Y tú puedes

escuchar; por ejemplo, a uno de los niños que están vendiendo, no sé si son algún tipo de bebidas o de comidas. Creo que es un niño cubano, hablando con otros. Tú estás escuchando y estás viviendo en esa historia. **Esa posibilidad inmersiva del audio lo tienen pocos, pocos formatos.** Esa posibilidad de superponer voces, de jugar con los cuatro grandes elementos que ha tenido siempre la radio: **LA MÚSICA, LA VOZ, LOS EFECTOS Y EL SILENCIO.** Esa capacidad casi de puntuar sonoramente un episodio narrativo de no ficción, como dejar que un silencio te cuente algo, o que acabes de entender algo que te acaban de decir.

## La escucha

Hay un concepto que utiliza una crítica de podcast australiana que se llama Siobhan McHugh que a mí me gusta mucho. Ella habla de **LA ESCUCHA AERÓBICA QUE ENFATIZA EN QUE EL CONSUMO DE PODCAST ES MUCHO MÁS ACTIVO Y EMOCIONAL QUE EL DE LA RADIO CONVENCIONAL**, ya que se escucha el audio pero fijándose muchísimo en cada una de las partes de la narración como intentando encontrar una determinada transición musical en la historia. Y eso te emociona de una manera especial. Por eso se dice esto de que

**LA RADIO SE OYE Y EL PODCAST SE ESCUCHA**

Además, que lo hagamos a través de auriculares, generalmente, tampoco es ninguna casualidad. Y es que como lo dice Jorge Carrión en su libro *Lo viral*: “Son historias que entran directamente a la imaginación”; es como una “lobotomía sonora”. Pero es que es así: entra directamente a tu cerebro y es un modo en el que no entran otras historias. Y, en ese sentido, creo que despliega la imaginación como sólo lo hacen los buenos libros.

**EL PODCAST SE PUEDE PARECER MÁS A LA LITERATURA**

Todo esto significa que hay un regreso absoluto a la nueva oralidad. A principios de año, leía la última novela de Valeria Luiselli, *Desierto sonoro*, que la recomiendo especialmente. Y es una novela en la que se potencia constantemente los

sonidos. La familia cuando va en el coche está escuchando audiolibros. Ellos se dedican a los paisajes sonoros, a captar los sonidos. Y es una novela para todos aquellos que trabajamos con el audio. Yo creo que es absolutamente maravillosa.

Nunca había pasado que tantos diferentes ámbitos de la sociedad se estuvieran fijando, incluso, a nivel más artístico y literario en el mundo del AUDIO.

Hay un artículo reciente en Babelia de Bea Espejo sobre cómo el podcast se está introduciendo en el mundo del arte. No sólo los museos, donde ya desaparecen las audioguías más convencionales y aparece el podcast, sino incluso en instalaciones performáticas donde el podcast y el audio es consustancial a la historia.

## Las mujeres

Hay miradas muy femeninas que van muy bien en los podcast. La idea de dar voz a o compartir voz con las mujeres en el caso del podcast es literal. Ellas tienen la voz. Yo, como directora y responsable de los podcasts de Podium, quiero que haya voces femeninas.

*Creo que el audio es la representación más fiel y más ajustada a las mujeres y a la sociedad en la que vivimos*

Hay una serie de temas en los que, por lo menos, las mujeres periodistas con las que yo he trabajado en Podium cuentan mejor. Estoy pensando en Silvia Cruz Lapeña, por ejemplo, que ha hecho esas crónicas jondas maravillosas, dedicadas al mundo del flamenco. Hay un episodio que está dedicado sólo a las mujeres dentro del mundo del flamenco. Y se llama “Fea, toca de espaldas” porque a una tocaora de flamenco le decían que porque era muy fea, no podían verla en el escenario, que tenía que darse la vuelta. Pienso en trabajos como el

de Noemí López Trujillo que dedicó un podcast muy duro de producir, dedicado a Ana Orantes que es la primera mujer que se considera en España, víctima de violencia machista. Salió en la televisión denunciando a su marido y apenas unos días después, él la quemó viva en su casa. Hay unas miradas muy desde las mujeres como Carola Solé que ha hecho un podcast estupendo sobre el conflicto catalán.

Al mismo tiempo **las gestoras o directoras o productoras ejecutivas de las principales marcas de podcast en el mundo son mujeres.** Carolina Guerrero es la CEO de Radio Ambulante, Martina Castro de Adonde Media, Catalina May es una podcaster chilena fabulosa de *Las raras*, Sarah Koenig en Estados Unidos con *This American Life*, Meredith Kopit que es la nueva CEO del New York Times con solo 49 años. Todo muy alucinante: mujeres creando. De hecho, justo el 8 de marzo, con motivo del día mundial de la mujer en el blog que tengo en El País, dediqué justo un post para hablar con todas estas mujeres. Y la verdad es que después de leerlo, concluí que

*sin duda hay una mirada. Y sobre todo, una voz muy especial de las mujeres.*

## Recomendados

“El gran apagón” una historia casi distópica que cuenta qué pasaría en el mundo si hubiera un apagón solar y está en Podium, y es de ficción y tiene casi siete millones de escuchas.

Radio Ambulante que va en su décima temporada junto con el hilo que ha nacido hace poco. Para mí es, sin duda, una referencia constante y un ejemplo en el que mirarse siempre.

Fugas de Anfibia que es un podcast que cuenta algunas de las fugas más espectaculares de cárceles de Argentina y Uruguay. Y creo que habla muy bien de una especie de nuevo movimiento súper creativo de podcast en Argentina.

## El periodismo por venir

CREO QUE EL FUTURO DEL PERIODISMO...  
NO SÉ EXACTAMENTE CÓMO SERÁ. PERO SÉ, SIN DUDA,  
QUE VA A PASAR INDEFECTIBLEMENTE POR EL  
FORMATO AUDIO

En el mundo en español nos une una lengua maravillosa, y somos muchísimos los potenciales oyentes y creadores de podcast. Y está el mundo de los podcasts: podcast de música, podcast de ficción, podcast de deporte, salud, educación, académicos... Y está que el podcast para el periodismo que es uno de los ámbitos de mayor expansión.

**Necesitamos gente que escriba pensando en sonidos que no es algo fácil.** Y que sepa encontrar esas historias que tengan su sentido auditivo y brillen especialmente cuando se cuentan a través del audio.

El podcast es un género maravilloso en el que desenvolverse y ser agentes activos, y está sucediendo ahora. Lo más bonito de esto es que lo estamos viviendo ahora.

# M<sup>a</sup> JESÚS ESPINOSA

→ en **10** ideas ←

①

Vivimos "LA ERA DE LA AUDIFICACIÓN". Ahí el periodismo tiene TUDO POR CONTAR.

②

El PODCAST es un modo de consumir, una tecnología y una gramática que se escribe pensando en sonidos y buscando el brillo sonoro de las historias.

③

En una sociedad multitarea como la nuestra, la posibilidad de CONSUMIR HISTORIAS SÓLO AL OÍDO ES UN FORMATO IMBATIBLE.

④

Los PODCASTS recuperan los formatos periodístico de largo aliento y la gran tradición de la crónica latinoamericana.

⑨

EL AUDIO ES LA REPRESENTACIÓN MÁS FIEL Y MÁS AJUSTADA A LAS MIRADAS Y VOCES DE LAS MUJERES.

⑤

EL PODCAST PERMITE CONTARNOS COMO UNA REGIÓN CON MULTITUD DE AGENTOS.

⑥

La posibilidad inmersiva del audio está en que la voz está siempre en el centro y **NO HAY NADA MÁS ANCESTRAL E ÍNTIMO QUE LA VOZ.**

⑦

EL PODCAST cuenta historias con músicas, voces, efectos y silencios. La duración la pide el contenido.

⑧

LA RADIO SE OYE Y EL PODCAST SE ESCUCHA. La escucha del podcast es **AERÓBICA, ACTIVA y EMOCIONAL.**

⑩

El futuro del mejor periodismo va a pasar indefectiblemente por el audio.

/Mónica González

Contar mucho mejor como en ese juego  
mexicano de serpientes y escaleras.

/Mónica González

Fotógrafa + Documentalista

## Las Mujeres

**EN MÉXICO, TODO EL TIEMPO,  
TE RECUERDAN QUE ERES UNA MUJER.  
HAY MUCHA HOSTILIDAD.**

En *Desde nosotras* somos un montón de mujeres fotoperiodistas. Las primeras empezaron a publicar con firma, apenas, en los años setenta. Antes usaron todos los seudónimos del mundo porque no era una profesión para mujeres.

Una de las mayores referencias para mí fue Graciela Iturbide que era otros lugares y otras referencias. Ella viajó por un México mágico, se permitió ser libre, tomó todos esos caminos y veredas hermosas, y fue encontrándose a todos esos personajes y nos los fue dejando muy a su estilo.

Aunque nadie lo quiere creer, las mujeres somos muy nuevas en esto. Empezamos a votar en los cincuenta. Empezamos a trabajar, en un país como el mío, en los setenta. Salimos al combate, a las calles, y hay que estar preparadas para eso porque el mundo es muy hostil con las mujeres, y además ser madres... Se agradece la pequeña brecha que nos abrieron estas fotografías hace tres generaciones, que nos enseñaron que era un caminar hermoso y bonito, que sí se podía. Sus experiencias nos permitió espejarnos en alguna de estas grandes fotografías mexicanas, nos llenó de inspiración y nos dio la fuerza para poder decir: "Ah, mira. Ella es fotógrafa. Yo también puedo ser". Y ese ejemplo pues nos llevó adelante.

Las mujeres buscamos historias diferentes. Yo abordé la violencia, pero me fui

como del lado B, hacia el seno familiar. Me fui a buscar al interior de las salas de las casas.

**Eso creo es lo que hacemos muchísimo las mujeres, hacemos un recorrido tal vez más largo, agarramos proyectos para toda la vida.**

O sea, nos quedamos ahí bastante tiempo, y al mismo tiempo vas haciendo y construyéndote tu propia historia. Y eso es algo que a mí me gusta de las mujeres fotógrafas en México.

## Las imágenes

**HABÍAMOS ESTUDIADO PARA SER FOTÓGRAFAS. HABÍAMOS ESTUDIADO REVELAR. HABÍAMOS ESTUDIADO LA LUZ. Y, DE REPENTE, LLEGÓ UNA CÁMARA DIGITAL Y ESO NOS MOVIÓ.**

Nuevas oportunidades que nos obligó a volver a capacitarnos y nos llevó a entender que el periodismo tenía que cambiar. Un aprendizaje hermoso porque me abrió en el panorama de entender que una de las cosas que uno siempre tiene que considerar es estar estudiando. Este oficio no es algo que ya has aprendido, siempre tienes algo más que aprender de otros. Los talleres nos dan la oportunidad para empezar a experimentar en otros formatos y en diálogo con otras disciplinas. Y cuanto más aprendes, pues más ambicionas. Entonces, todo el tiempo quieres verificar y hacer otra cosa e innovar todo el tiempo. Y eso te lleva establecer diálogos globales.

Yo estudié periodismo en la UNAM. Y allí aprendí las herramientas para hacer investigación. Y con esa base me moví a la fotografía, y nos fuimos a los talleres de Labor Press, POY Latam y PHotoESPAÑA. Ahí nos fuimos capacitándonos que era la oportunidad de escuchar, ese ir formándose por las experiencias de otros colegas y crear nuestro propio estilo periodístico.

En América Latina nos ha costado el paso a lo digital porque los periodistas

pensamos en trasladar el medio o el papel, el periódico, a un *web*; poner exactamente la misma maquetación, la misma información.

**» NOS TARDAMOS EN ENTENDER QUE EL WEB TIENE UN PROPIO LENGUAJE, UNA NARRATIVA DIFERENTE, UNA MANERA DISTINTA Y REQUIERE, SOBRE TODO, ATREVIMIENTO «**

Y es que un periódico impreso es un objeto tan hermoso que no queremos dejarlo.

Y una de las cosas que funcionó fue la imagen porque a los fotógrafos nos encantó lo digital; mientras tenías seis páginas para una especial en un diario, en la *web* tenías una galería, **PODIAMOS EXPERIMENTAR NARRATIVAS, CONTAR OTRAS HISTORIAS Y DARNOS OPORTUNIDAD DE PROFUNDIZAR**

Eso de quedarnos con esa única foto que tenía que resumir un acontecimiento histórico en nuestros países, era frustrante; ahora, en el *web* podemos hacer fotogalerías y eso para nosotros fue la independencia gremial. Una oportunidad para irnos de los medios. Y empezaron a surgir un montón de movimientos y colectivos como RUIDO Photo, el colectivo *Matrix* y empezamos a compartirnos en horizonte global.

**La investigación se hizo imagen en el *web* para ir explicando poco a poco la historia, creando un “plano arquitectónico” y contar mucho mejor como en ese juego mexicano de serpientes y escaleras.**

Entonces, subes, bajas, te pierdes y así. Como que somos parte de un videojuego: el subir, bajar y picarle, hacerle caminos; como que ese juego, de alguna manera, lo traemos ya en el ADN. Y eso nos permite entender casi instintivamente por dónde queremos andar o cuál es el camino al andar. Y así entendí que así como había un montón de cosas basura en la *web*, podíamos entrar hacia otras narrativas, abordar otros lenguajes, entrarle con todo a la participación y comprender que somos multi-disciplina y parte de la colectividad, que esto se hacía en “bola”.

## La foto-periodista

Todo mundo dice que ya casi lo hemos visto todo. No lo pondría de esa manera. Y justo esta pandemia nos pone en ese lugar. Nunca vamos a terminar de ver o de experimentar todo. Las imágenes tienen el poder para romper, sobre todo al poder.

**LOS FOTÓGRAFOS SOMOS COMO UN GOTERO, FOTO A FOTO VAMOS ROMPIENDO LOS DISCURSOS OFICIALES Y ESTABLECIDOS.**

Por eso, en la violencia mexicana fueron los fotógrafos los que inscribieron en el inconsciente colectivo que sí existía la violencia. Y después se corroboró que existía una violencia de Estado. Eso es lo que hacemos los fotógrafos de una manera muy lenta, ya que a los archivos fotográficos ya nadie los puede borrar.

Creo mucho en la democratización de la imagen y en los proyectos colaborativos. Ahora, además, tenemos una gran ventaja ya que todo mundo piensa y crea y siente la imagen.

> **Tenemos la oportunidad de que todo el tiempo hay un ojo viendo** <

Lo que sucedió en Estados Unidos con los asesinatos y la brutalidad policiaca pues han dejado un gran aprendizaje a los periodistas: esa testificación con ese teléfono vale más que muchas otras cosas. Entonces, las imágenes de la gente se complementan con las de los periodistas. Hay como una armonía de la participación, se trata es de ir acompañándonos y de ir documentando para no permitir la injusticia y celebrar la belleza.

## Las periodistas

**EL PROBLEMA CON EL CRIMEN ORGANIZADO ES QUE NUNCA SABES QUÉ CARA VA A TENER. O SEA, QUIÉN REALMENTE LO REPRESENTA.** Puede ser el jefe de la seguridad pública. O puede ser el gobernador. O puede ser cualquiera. Entonces, hay que estar con el sentido de alerta, nunca puedes bajar la guardia. Siempre tienes que estar atento. En todos tus cinco sentidos. Pero, además, tienes una gran desventaja, que como mujer eres una presa mucho más fácil porque puede ser que seas menos resistente al correr. O más vulnerable a la hora de golpear.

**Esta oportunidad de arriesgarnos hacia la memoria es uno de los grandes retos que tenemos las periodistas.** Y es que las familias quieren compartir su historia porque con la desaparición o la violencia viene la estigmatización que cae sobre la población de una manera terrible. Entonces, poder aportar a contar la historia y, luego, que ellas no tuvieran que volver a contarlo, sino que ellas solitas empezaran a funcionar y a replicarse en su Facebook, en su Twitter. Y se fue compartiendo y viajó al mundo.

Luego nos buscaron los familiares de personas desaparecidas en los años setentas para hacer un memorial histórico. Terminamos desgastados anímicamente, no sabíamos si poder continuar porque desafortunadamente las historias en México pues aparecen cada año. Habíamos terminado "Geografía del dolor", cuando pasa lo de los cuarenta y tres. **Entonces, cuando se te viene la avalancha de acontecimientos tan tristes, pues hay que aprender a hacer un espacio de detención, de contención, de respirar,** de salir del océano para respirar en una burbuja y ganar un poco de descanso.

La Red de *Periodistas de a Pie* fueron las primeras que se dieron cuenta de que nos estábamos deshaciendo. Entonces, es poder encajar, entrar, acudir a escuchar cómo lo estaban afrontando otras colegas. **Una de las cosas que tiene la fotografía es que tiene mucho romanticismo:** "Yo soy el que va a venir a hacer el gran papel de salvar, de decir, de visibilizar, de...". Un montón de cosas.

Y ahí se te va el alma. Sí es cierto que puedes hacer todas estas cosas, pero también es muy complicado cuando te das cuenta de que no lo puedes lograr. Y cuando no lo puedes lograr, viene una frustración interna, compleja. Y es que en México vuelve a pasar otra cosa más fuerte y luego otra más y otra llena de barbarie y otra que rebasa lo imaginable. Entonces, vas creando una costrita de resistencia. Te vas volviendo un poco más resistente a los testimonios, a las pláticas, a las charlas y vas comprendiendo y abriendo los ojos y te das cuenta que todo está mal en toda la región o en todo el mundo. Y te das cuenta que no nos está pasando sólo nosotros. Esto tiene que ver con una macroeconomía mucho más grande y hay que echarle "bola", entonces, todavía más.

El cuidar, el cuidarnos, ha sido cada vez más complejo porque las cosas que abordamos son difíciles y no tenemos la capacitación. Sobre todo, en nuestras regiones, como supongo que es un poco en América Latina, en África, en Asia, donde no tenemos apoyo emocional. El impacto de la violencia es tan normalizado porque nosotros no somos el foco, pero tenemos que entender que somos parte de un contexto, somos personas y nos está pasando. Hay que hacernos cargo de ti mismo, hacerte cargo de lo que te puede pasar, hacerte cargo de tu familia, hacerte cargo de las cosas que estás investigando y hacerte cargo del equipo. Y en este estado de alerta, en este estado anímicamente de desgaste llevamos diez años. Ser endeble, entenderte endeble es algo en donde se tiene que seguir trabajando.

## Periodismo colaborativo

**Y PARA INFORMAR SOBRE LA VIOLENCIA APRENDÍ QUE IR EN COLECTIVO ES MUY IMPORTANTE.** En México, cuando empezamos la cobertura de la violencia, entendimos que no podíamos ir solos ni solas: que teníamos que ponernos de acuerdo, que había momentos en donde el crimen organizado todavía estaba presente o alrededor, entonces, teníamos que ir todos. Empezamos a partir de la experiencia a crear códigos, por ejemplo,

que tus amigos ya no eran los militares ni los marinos, que no significaban seguridad. Entendimos que teníamos que trabajar en conjunto.

El trabajo en colectivo, también, nos lleva a aprender y a reconocer que el periodismo no se hace solos. Nos lleva a abrir la escucha porque no todos lo sabemos todo. Muchos nos equivocamos. Entender que sí tiene que haber alguien que tenga que cabecear, pero también la lluvia de ideas. Y el diálogo con el arte. Tener un gran diseñador o diseñadora o ilustrador o ilustradora, te va a permitir que puedas salirte de las cosas convencionales. Y así vas entendiendo cómo tus historias se van a ir acomodando poco a poco para que tengan esta primera como visualización y luego ya todo es más fácil de explicar. Y que sea más plástico y, sobre todo, más relajante porque

**HAY QUE CUIDAR A LAS AUDIENCIAS CUANDO LES CONTAMOS ESTE TIPO DE HISTORIAS TAN FUERTES.**

## Las historias

¿Y qué más hay ahí atrás?. Esto sólo tiene dos dimensiones, pero y atrás de eso, ¿qué hay?

### **¿HAY ALGO MÁS?". SÍ, EL SONIDO**

**Geografiadeldolor.com** es un proyecto interactivo **web** de fácil acceso que construye un mapa de los desaparecidos de México. Una de las cosas que yo aprendí haciendo "Geografía del dolor" es que me quedé limitada. No podía entender. Había una frustración muy grande porque no entendía cómo llevar lo que yo estaba escuchando. Lo que estaba viendo era brutal, pero era frustrante no poder captar los testimonios y charlas que teníamos en esta caravana que iniciamos en México con el Movimiento por la Paz, por las personas que habían

desaparecido. Venía caminando, y escuchaba una señora que decía algo que era abrumador. Otro decía algo que era súper rico para la investigación. Y entonces, empecé a llevar una grabadora, empecé a grabarlas, pero luego qué, ya tenía un testimonial de audios, pero no entendía realmente lo que pasaba. Pero me iban empujando e invocando. Escuchaba después los audios cuando regresaba y empezaba a tomar fotos. Y ahí es donde al inicio de Geografía son unas postales de viaje. Y atrás en el remitente, las personas escribían qué es lo que les había sucedido a sus familiares desaparecidos.

Me fui llenando de postales y audios durante toda la trayectoria. Y cuando regresé de una de las coberturas, me di cuenta que tenía que hacer algo para que todo ese trabajo que yo había hecho, pero que además que había hecho que me hicieran, porque la gente te comparte su historia de manera hermosa, tenía que tener una visibilidad. Y eso me empujó a crear este proyecto en donde, no sólo era montar una página *web* de fotos, sino intentar narrar una historia en audio, video, documental. Y con el colectivo Sacbé imaginamos cómo podría ser este experimento en una plataforma *web* para contar el fenómeno de la desaparición en diez cortometrajes. Y de ahí nace toda la creatividad de este equipo que nos ayuda y nos permite hacer este recorrido por la república y crear un mapa que reflejó lo primero que nosotros entendimos: que las desapariciones en México no son exactamente iguales en el sur de nuestro país como en el norte. O que suceden cosas diferentes.

Fue toda esta pre-información la que nos ayudó a comprender un fenómeno o un acontecimiento histórico que nosotros queríamos abordar pero que no sabíamos cómo porque el recurso de mis fotografías ya se había agotado. Después, el recurso de las postales ya se había publicado en diferentes revistas. Y hacer una exposición o documental requería un tiempo y un dinero que no teníamos. Necesitaba la inmediatez de que se supiera lo que estaba sucediendo con algunas familias. Y fuimos integrando músicos (aunque jamás nos hubiésemos imaginado que íbamos a necesitar una banda), editores y

### **EL PROGRAMADOR QUE HACE ESA MAGIA DEL "SERÁ POSIBLE".**

Por eso, hay que aprender a dialogar con otras disciplinas para diseñar el engranaje y contar de manera diferente.

## El mejor periodismo

*Tenemos que dejar detrás al  
lobo estepario que quería  
subir la colina solo.*

Tenemos que entender que todos podemos entrarle a una historia y que nos podemos ayudar, colaborar. Lo mejor está por venir es en colaboración. Y todo porque tuvimos fotógrafos y fotógrafas como Rubén y como Miroslava que nos llevan a arribar al futuro. Nuestra oportunidad es dignificar este oficio y agradecer que seguimos vivos y celebrar que estamos juntos en proyectos colectivos. Eso me da mucho ánimo y fuerza porque todos aprendemos del otro.

# MÓNICA GONZÁLEZ

→ en **10** ideas ←

①

Tenemos que dejar detrás al lobo estepario que quería subir la colina solo. El periodismo se hace en "BOLA", en colectivo.

②

La investigación se hizo imagen en lo digital para contar como en el juego mexicano de serpientes y escaleras: SUBIR, BAJAR, Y HACERLE CAMINOS A LAS HISTORIAS.

③

Los fotógrafos somos como un gotero. FOTO A FOTO VAMOS ROMPIENDO LOS DISCURSOS OFICIALES ESTABLECIDOS.

④

LAS MUJERES BUSCAMOS HISTORIAS DIFERENTES, vamos a lo íntimo, hacemos un recorrido más largo y nos quedamos más tiempo.

⑤

EN NUESTRO MUNDO SIEMPRE HAY UN OJO VIENDO TODO EL TIEMPO.

⑥

Un programador informático hace esa magia del "SERÁ POSIBLE".

⑦

El problema con el crimen organizado es que nunca sabes QUÉ CARA VA A TENER Y QUIÉN LO REPRESENTA.

⑧

LA OPORTUNIDAD DE ARRIESGARNOS PARA HACER MEMORIA ES UNO DE LOS GRANDES RETOS QUE TENEMOS LAS PERIODISTAS.

⑨

Hay que hacer HISTORIAS MÁS PLÁSTICAS porque hay que cuidar a las audiencias cuando les contamos este tipo de historias tan fuertes.

⑩

Cuando se te viene una avalancha de acontecimientos tristes, tienes que aprender a DETENERTE, RESPIRAR y ganar un poco de DESCANSO.

/Juan Villoro

Internet es muy útil para conocer lo último,  
pero rara vez conoces lo primero.

/Juan Villoro

Escritor

## Los hechos

Los hechos son autónomos, pero tenemos que interpretarlos.

### **LA REALIDAD NO TIENE SENTIDO**

La realidad ocurre porque sí; es avasallante, es prolija, es desordenada. Carece de una causa. El ser humano ha necesitado de una estructura mental para ordenar la realidad. Esta estructura mental son las historias y estas historias pueden ser de ficción o pueden ser historias fácticas, como las de la crónica y el periodismo. Entonces, **DARLE SENTIDO A LA REALIDAD, ORDENAR EL CAOS, ES JUSTAMENTE INTERPRETAR LOS HECHOS AUTÓNOMOS.**

## El periodismo

**EL PERIODISMO ESTÁ SUMAMENTE DEBILITADO EN ESTOS TIEMPOS, LO CUAL NO LO HACE MENOS IMPORTANTE.** Al contrario, **el hecho de que el periodismo de calidad pase por malos momentos, simple y sencillamente refrenda su importancia.** Ojalá pueda volver a ser parte del discurso dominante de

la sociedad. Pero por el momento los periodismos de calidad se encuentran excluidos, por varias razones. Una de ellas, por supuesto, es la revolución digital que hizo que muchísimas informaciones no calificadas compitieran con el periodismo y que surgieran medios gratuitos que hicieron que la gente abandonara la lectura de los periódicos tradicionales.

Y está ocurriendo con el periodismo, como modelo de negocios, lo mismo que ya sucedió con la industria del disco.

**Simple y sencillamente, está terminando sus días, sobre todo, como modelo independiente.**

Esto hay que subrayarlo porque el periodismo puede subsistir si forma parte de un conglomerado empresarial en donde es exclusivamente la zona de promoción, publicidad, tráfico de influencias de ese consorcio. En esa medida, el periodismo no tiene por qué obtener recursos. Pero si los periódicos, las plataformas de medios, quieren vivir sólo de sí mismos, requieren de un apoyo que no están teniendo en estos momentos porque por desgracia los lectores no se han convertido en militantes que estén apoyando esta búsqueda, tan necesaria, de la verdad.

## México

### “gravemente ileso”

**MÉXICO COMO SIEMPRE SIGUE SIENDO UN PAÍS MISTERIOSO, LLENO DE ENERGÍA, PROFUNDAMENTE COMPLEJO Y ATRAVESADO POR CONTRADICCIONES.**

Un país “gravemente ileso” es una manera un poco contradictoria y paradójica

de definir los estados de salud. México se ha convertido en el tercer país con más muertos atrás de Estados Unidos y de Brasil, lo cual es muy grave. Al mismo tiempo, atravesamos una crisis económica muy severa, en donde se están perdiendo miles de trabajos al día, con lo cual los desempleados potencialmente podrían incorporarse a ese ejército de reserva de la informalidad o del crimen organizado que prospera tanto en México. Mientras tanto, además, la violencia no ha amainado. Hemos visto señales de fuerza muy preocupantes del cártel Jalisco Nueva Generación que hace poco hicieron un atentado al Jefe de Seguridad de la Policía Capitalina, en plena Ciudad de México, en el corazón mismo, Paseo de la Reforma. Y le lanzaron durante tres minutos más de ciento cincuenta balazos de alto poder. Gracias al blindaje nivel cinco plus del vehículo en el que viajaba García Harfuch, no murió. Recibió tres impactos de bala. Murieron los escoltas. Esto habla de:

*Un deseo de teatralizar la violencia.*

Es decir, de hacerla manifiesta. Pocas horas o días después, hubo un gran desfile también de este mismo cártel, el Jalisco Nueva Generación, en donde presentaron en un vídeo una caravana infinita de vehículos pintados de camuflaje con el emblema y las siglas del cártel Jalisco Nueva Generación, donde hacían un claro despliegue de sus fuerzas.

El crimen organizado avanza, el desempleo avanza, la epidemia avanza. Todo esto abona muy poco para un país que, además, se encuentra bastante polarizado en cuanto a la opinión pública. Entonces, es un momento crítico. Es un momento difícil. El diagnóstico es de:

**UNA NACIÓN QUE PIDE ENTRAR  
A TERAPIA INTENSIVA**

## La pandemia

Estaba dando clases en la Universidad de Stanford, vivía en San Francisco, y cuando se pidió que la población se quedara en casa, pues yo decidí regresar a México porque mis clases ya las iba a tener que dar en línea y, al mismo tiempo, quería estar cerca de mi familia. La situación es muy diferente porque **en Estados Unidos muy rápidamente el panorama fue como el de una tierra de zombies**. Es decir, todo mundo desapareció de las calles. Se generó una paranoia colectiva muy fuerte. Al mismo tiempo, los médicos, eso lo reportaron después, recibieron un protocolo de siete páginas, en donde para que *Medicare* apoyara a los pacientes con coronavirus, era necesario llenar una serie de requisitos. Y por lo tanto, mucha gente que no estaba segura de tener el virus, pero que quería recibir atención médica, quizá exageró sus padecimientos porque en Estados Unidos no hay una salud pública como la de Europa que cubre a la mayor parte de la población. Entonces, todo esto generó una enorme paranoia.

**En México la situación era muy distinta porque el encierro era discrecional.**

Creo que fue una medida de salud pública correcta por parte del gobierno mexicano porque **en México no hay epidemia más fuerte que el hambre**. Y hay mucha gente que si no sale a la calle todos los días, sencillamente no come. Y creo que, sin explicarlo de esta manera, el presidente López Obrador cuando dijo: **“NO SE PREOCUPEN. ABRÁCENSE. SIGAN SALTIENDO. HAGAN SU VIDA NORMAL”**, lo que estaba diciendo en el fondo era: “Aquellos que tengan una necesidad imperiosa, continúen con su vida normal y los que cuenten con el privilegio de poder estar en casa, quédense ahí”. Lo que se está haciendo es: “Asumamos los muertos que esto va a acarrear”. Lo cual, por supuesto, es muy grave porque los empleos se pueden reponer, pero no las vidas.

**EL ENCIERRO ES, DESDE LUEGO, UN LUJO EN MÉXICO.**

## El poder

Estados Unidos, un país con acceso a la información absolutamente extraordinario, tiene a Donald Trump. En el 2016, cuando él ganó las elecciones, el diccionario Oxford dijo que la palabra del año debía ser **“posverdad”**, señalando a esta mentira, que hace uso ideológico de la verdad; es decir, **NO SE TRATA SOLAMENTE DE NEGAR LA REALIDAD, SINO DE NEGARLA CON UNA CAUSA, CON UNA RAZÓN IDEOLÓGICA**. Entonces, en los Estados Unidos de Donald Trump se entronizó el mundo de la posverdad. Y él es, hoy en día, el tuitero más poderoso del planeta, lo cual habla bastante de lo que significa ese medio.

En esta circunstancia, personajes como él, como Bolsonaro, como el italiano Salvini **HAN IGNORADO TOTALMENTE A LOS MEDIOS. Y ESTO NO LES HA AFECTADO MUCHO**. En México, Andrés Manuel López Obrador, nuestro presidente, tiene una aceptación hoy en día, según una encuesta que a mí me parece bastante seria del periódico *El Financiero*, de 58%. El cual es elevadísimo, sobre todo tomando en cuenta la circunstancia de la crisis, la pandemia. Es un presidente que goza del favor de la gente y que llegó al poder con treinta millones de votos. Sin embargo, yo diría que el 80% de la prensa está en su contra, pero esto no le afecta. Es decir,

### LA PRENSA INFLUYE CADA VEZ MENOS

Y por prensa me refiero a los medios, es decir, también a los canales independientes de televisión, los que hacen información por *streaming*, las plataformas digitales.

**Los periodistas nos hemos vuelto un tanto prescindibles para el debate nacional. Y los presidentes se dan el lujo de simplemente ningunear o desestimar las informaciones de los periódicos sin que esto afecte.**

¿Significa esto que la búsqueda de la verdad, la opinión razonada y calificada han dejado de importar? Me parece que no. Al contrario, **SE NECESITA UNA INFORMACIÓN AUTORIZADA PERO LOS PERIODISTAS NO HEMOS ENCONTRADO LA MANERA DE HACERNOS SUFICIENTEMENTE NECESARIOS**. Y los lectores potenciales tampoco se han convertido en esos cómplices que apoyen estos proyectos.

Estamos ante una circunstancia angustiante, pero que al mismo tiempo resulta muy estimulante. Es decir,

**“TENEMOS QUE REINVENTAR UN POCO EL OFICIO Y TRATAR DE DEMOSTRARLE A LA GENTE QUE LA BÚSQUEDA DE LA VERDAD Y LA INFORMACIÓN CALIFICADA SON DE PRIMERA NECESIDAD PARA EL DEBATE SOCIAL”**

Eso, por desgracia, no está ocurriendo hoy en día. Debo decir, también, que como una reacción maquinal a las actitudes de los gobernantes, los periódicos han incurrido también en una polarización ideológica lamentable.

Mientras estuve viviendo en Estados Unidos, escuchar CNN era escuchar una agencia panfletaria que lo único que quería era demostrar que la prioridad mundial era lograr el juicio político a Donald Trump con argumentos, dicho sea de paso y aún pensando que es un pésimo presidente, sumamente endebles. Y mientras tanto, la cadena Fox lo defendía a capa y espada. Lo mismo se puede decir del **New York Times como periódico, que ha sido lamentable en su cobertura en el sentido de que ha abdicado de cualquier pluralidad**. Y en México, numerosos periódicos se han escorado a una oposición frontal al gobierno que distorsiona la realidad, que da por buenas las *fake news*. Entonces, **EL PERIODISMO NO HA SIDO INOCENTE TAMBIÉN EN ESTO**, ¿no?

Y hay que decir que ni Trump, ni Bolsonaro, ni López Obrador inventaron la polarización. Yo diría que, al contrario, López Obrador fue víctima de una condena ejercida desde el poder cuando trataron de quitarle el fuero cuando él era jefe de gobierno de la Ciudad de México. Y él fue víctima de una satanización sistemática hecha desde el gobierno del presidente Vicente Fox. Y ahora, desde luego, él también responde. Es decir, él no inventó esto: es la realidad que tenemos los mexicanos

que es muy grave, pero que forma parte de un panorama mundial donde la opinión está polarizada en todas partes.

**DESPUÉS DE LA CAÍDA DEL MURO DE BERLÍN, SE PENSABA QUE PASARÍAMOS A UN MUNDO SIN BLOQUES. AHORA, ESTOS BLOQUES ESTÁN AL INTERIOR DE CUALQUIER PAÍS, EN OCASIONES AL INTERIOR DE UNA FAMILIA, Y, A VECES, AL INTERIOR DE UNO MISMO.**

## El sentido

Los ilustrados Diderot, d'Holbach, d'Alembert, Rousseau, Voltaire y compañía tuvieron extraordinarios anticuerpos ante la adversidad porque su tarea no fue nada fácil. Ellos enfrentaron la censura de manera brutal, se opusieron a un poder eclesiástico muy fuerte, a un poder aristocratizante, igualmente fuerte y discriminatorio, e hicieron una lucha contrapelo. Hoy en día, los vemos como personas que tuvieron razón y creo que es cierto.

Diderot y d'Alembert no solamente querían hacer una serie de libros, sino querían demostrar la utilidad de sus libros. Entonces, los enciclopedistas asumieron ese activismo, no solamente para hacer libros esenciales, sino para demostrar que eso es necesario. A tal grado que, a partir de ellos y prescindiendo de lo que escribieron, otras gentes continuaron con ese trabajo hasta llegar a nosotros.

### **AHORA, PASAMOS DE LOS TIEMPOS DE LA ENCICLOPEDIA A LOS TIEMPOS DE LA WIKIPEDIA**

que escribimos entre todos. Entonces, la adversidad que corremos hoy en día es mucho menor que la que corrió, por ejemplo, Rousseau. Al que varios de sus amigos le dijeron: “No firmes tus escritos con tu nombre porque te van a condenar”. Él firma el *Emilio* con su nombre y tiene que huir porque él decide

hacer un tratado de la educación que no esté sometido ni al poder autoritario y aristocrático, dinástico, que existía entonces, ni tampoco al poder eclesiástico. Y esto le cuesta el exilio. Se atreve a firmar con su nombre y son circunstancias que, por suerte, en muchos países no tenemos que vivir hoy en día.

Entonces, yo creo que debemos aprender también de esa lección.

Nosotros entendemos que lo que diferencian los ilustrados es hoy en día parte de nuestro sentido común, pero la lucha que ellos tuvieron que afrontar en su momento fue quizá más compleja que la que tenemos que afrontar nosotros para construir nuestro propio sentido común del futuro.

Y ese **sentido común del futuro** lo va construyendo **el periodismo de calidad y la ciencia**. Entonces, lo que tenemos que lograr no es solamente hacer buen periodismo, sino tratar de demostrar que es necesario para la vida.

¿Qué debemos hacer? Ejercer la condición del **periodismo de establecer vínculos entre realidades que no se han tocado**. Una de las grandes enseñanzas que nos puede dar un periodista es arrojar luz sobre la realidad y demostrar que cosas, que aparentemente no se han conectado, digamos, un fenómeno deportivo con un tema religioso o con un tema económico, político, pueden articularse y así entenderse mejor. Entonces, **el periodismo conecta zonas dispersas**. Es como

**UN SISTEMA DE DIBUJAR A PARTIR DE PUNTOS EN EL ESPACIO, TRAZAR FIGURAS PARA ESTABLECER CONEXIONES DE SENTIDO Y PARA ENTENDER LA REALIDAD.**

Así como el periodismo en su proceso de conocimiento de la realidad une territorios que solamente gracias a esta información entran en contacto, así también me parece que debe ser un campo de discusión de las ideologías y de las posturas en donde ofrezca paridad a distintas voces. Esto hace mucha falta. No puedes entender un conflicto si no ves las dos partes, aunque tengas una parcialidad por una de ellas, Martín Caparrós ha dicho, con toda razón, que

**NO HAY PERIODISMO IMPARCIAL Y QUE TODO PERIODISMO SE HACE EN PRIMERA PERSONA, AUNQUE EL AUTOR NO HABLE DE SÍ MISMO.** Porque la sola mirada del periodista es una manera de tomar partido. Pero dicho esto, creo que **EL PERIODISMO DEBE SER ESA ZONA DE CONFLUENCIA QUE NO NOS ESTÁ DANDO LA REALIDAD**. Parte del periodismo es tratar de establecer estos puentes, esté uno de acuerdo con una postura o con la otra.

Otra cosa decisiva es que creo que **EL PERIODISMO DEBE EMPRENDER UNA TAREA EDUCATIVA ACERCA DEL PERIODISMO, TAREA QUE NO HA HECHO HASTA LA FECHA**. Creo que la mayoría de los lectores no saben cuál es la diferencia entre leer un medio que no tiene arbitraje o autoridad y otro medio cualquiera. Tampoco tiene mucha idea el periodista de quién es el dueño de un periódico. Manuel Vázquez Montalbán, a quien no debemos dejar de citar, decía que **LA PRIMERA LECCIÓN DE UN PERIODISTA ES SABER QUIÉN ES EL DUEÑO DE SU PERIÓDICO PORQUE AHÍ ESTÁ EL LÍMITE DE SU LIBERTAD**. Si el dueño del periódico también es dueño del hipódromo, él difícilmente va a poder hablar del mercado de caballos con toda libertad. Él tiene que tener una postura de acuerdo a los intereses de su dueño. Entonces, tenemos que transmitirle esto a los lectores. Un lector puede pensar que un periódico que pertenece a un mega consorcio, que sirve para hacer negocios a través de la publicidad que se le vende a los políticos, es igual que un periódico de periodistas o una cooperativa que sólo vive de sí misma. Entonces, este trabajo educativo no lo hemos hecho. Empezamos apenas a hacerlo, pero creo que es importante que logremos **HACERLE VER A LA GENTE QUE NO ES LO MISMO ESCOGER UN MEDIO QUE ESCOGER OTRO**. Y que si escoge un medio, tiene que ser cómplice. Tiene que decir. "Yo me pongo la camiseta y compro la...". Si me vendes una camiseta con el logo del periódico, te la compro. Te compro la suscripción, te apoyo. Es algo que también sigue siendo una asignatura pendiente para nosotros los periodistas.

Lo más muy significativo es que **A TRAVÉS DE LA BÚSQUEDA DE LA VERDAD Y DE LA INFORMACIÓN QUE DA UN TEXTO Y QUE NO SOLAMENTE IDEOLOGIZA O EDITORIALIZA LA NOTICIA, EL PERIÓDICO SE VUELVA NECESARIO**. Porque hay verdades incontrovertibles que, en algunos casos, han derrumbado gobiernos, que han determinado la carrera

de algún político. Entonces, este tipo de información debemos hacerla cada vez más. Lo difícil es que los periodistas tenemos que aprender a tener más de un trabajo para que el periodismo sea nuestra vocación y no necesariamente vivir de él. Eso significa que:

**TENDREMOS QUE COMBINAR FORMAS DE VIDA  
DISTINTAS PARA SEGUIR EJERCIENDO EL  
PERIODISMO QUE NOS GUSTA.**

Lo importante sería no claudicar.

## La duda

Los periódicos o las plataformas informativas están hechas básicamente de información y de opinión. En el caso de la opinión, que tiene que ver más con la subjetividad, uno de los principales problemas es enfrentar editorialistas que dicen algo que uno ya sabe que van a decir. Es decir, anticipar su postura y anticipar sus argumentos porque artículo tras artículo, columna tras columna, están sosteniendo exactamente lo mismo. Entonces, **ESO PARA MÍ NO ES PERIODISMO. ESO, PARA MÍ, ES SIMPLE Y SENCILLAMENTE IDEOLOGÍA REITERADA.**

**EL BUEN PERIODISTA, INCLUSO EL DE OPINIÓN QUE ESTÁ JUGANDO CON SU SUBJETIVIDAD, DEBE SORPRENDER Y ASOMBRAR. Y ahí es muy importante la ironía porque LA IRONÍA ES, DE ALGUNA MANERA, UNA VÁLVULA DE SEGURIDAD CONTRA LA SOLEMNIDAD DEL PROPIO PERIODISTA.** O sea, si un periodista se toma con cierta ironía y no pretende tener razón, no pontifica, no habla verticalmente para ilustrar a la población y no reitera una verdad como se reitera un mantra religioso, el periodista puede convencer mejor. Porque todos

nosotros dudamos y la duda forma parte de la información.

**NO ESCRIBIMOS PORQUE SEPARAMOS LAS COSAS.  
ESCRIBIMOS PARA SABERLAS.**

**En el camino al conocimiento periodístico nos quedan muchas dudas y es perfectamente legítimo transparentarlas y decir: "Yo no pude averiguar esto".**

Uno de los grandes maestros del género, Gabriel García Márquez, escribió la que acaso sea su mejor novela, *Crónica de una muerte anunciada*, combinando recursos del periodismo y de la crónica. Y ahí, una de las magias de García Márquez para establecer la verosimilitud de su texto, consiste en ponerlo en duda, en decir: "Para esta crónica me tuve que conformar con esta información porque no pude encontrar nada más". Él es quien, en primera persona, va indagando y logró averiguar unas cosas pero otras no las indaga. Entonces, al poner en la oscuridad lo que no pudo averiguar, nosotros le creemos porque decimos: "Bueno, si él honestamente nos dice 'Miren esto. Aquí no llegué, pero aquí sí llegué' ". Entonces, eso que nos ofrece se vuelve más valioso.

Y yo creo que lo mismo opera en cualquier tipo de argumentación. Nosotros entramos y podemos decir: "De esto estoy seguro", "De esto estoy convencido, "Aquí me quedan muchas dudas y tengo perplejidades". Y **uno habla desde esa perplejidad.** Pensemos en los Cronistas de Indias cuando llegaron al Nuevo Mundo y no entendieron nada, lo cual era perfectamente lógico porque ignoraban esa civilización, jamás habían visto esas ciudades y **ni siquiera disponían de un vocabulario adecuado para describir las frutas,** los animales, las cosas que estaban viendo. Entonces, ellos hablan desde el asombro y desde el desconocimiento, pero no dejan de transmitirnos un primer contacto esencial con ese mundo. Y yo creo que, en ese sentido, **TODOS SOMOS CRONISTAS DE INDIAS. NO TENEMOS POR QUÉ CONOCER LA REALIDAD. NOSOTROS VAMOS A BUSCARLA PRECISAMENTE PARA CONOCERLA** y en el camino averiguamos mucho, si somos buenos periodistas y tenemos suerte, pero también otras

cosas las dejamos en la sombra.

Y ahí la ironía yo creo que es muy importante. Poderse uno poner en tela de juicio. Creo que esa es

**LA RIQUEZA DEL PERIODISMO: QUE TAMBIÉN PUEDE RECURRIR A LA PERPLEJIDAD, QUE PUEDE RECURRIR AL ASOMBRO, A LA CONTRADICCIÓN, A LA DUDA.**

Ahora, todas estas virtudes son virtudes que no se usan mucho porque el periodismo está muy ideologizado y muy polarizado, tal y como están nuestras sociedades. Y eso creo que es muy grave.

## Las emociones

Ya hay periodismo robot en *Los Angeles Time* que cubre resultados del béisbol que son obviamente objetivos. No se puede decir: "El partido tuvo más carreras de las que tuvo más ponches" o "Más por bolas de las que ahí ocurrieron". Lo mismo en un terremoto, que si hubo réplicas cuál fue la intensidad, cuál fue el terremoto anterior. Entonces, **el periodismo robot funciona por estadística bastante bien, por esos datos fácticos totalmente incontrovertibles.**

Hay otro tipo de verdades que no sabemos del todo si son o si están en controversia. Y ese tipo de verdades, yo creo que cuando uno las trabaja desde el periodismo, debe darlas por buenas, siempre y cuando no haya pruebas en contra. Es decir, yo creo que la objetividad periodística es eso. O sea, a ti te dicen: "Una persona es inocente y se sometió a juicio. No le encontraron nada en su contra. Hay por ahí dos o tres personas que dicen que sí era culpable, pero el tribunal lo declaró inocente". Entonces, tú puedes, como periodista, darlo por inocente mientras no haya otra prueba en contra. Si la hay, entonces

tendrás que cambiar tu historia. La **OBJETIVIDAD ES RELATIVA Y PROVISIONAL, MIENTRAS NO HAYA PRUEBAS EN CONTRA, ESO ES LO QUE OCURRIÓ.**

Ahora bien, **la experiencia humana ocurre al menos en dos niveles: en el mundo de los hechos y en el mundo de la representación de los**

**hechos.** Cuando somos testigos de un suceso, ponemos en juego nuestros prejuicios, nuestras emociones, nuestras preconiciones, quiénes somos nosotros en el momento de juzgar las cosas. Y ahí, se puede dar esta situación como la de la película *Rashōmon*, en donde algunas gentes atestiguan un suceso y cada una tiene su propia explicación.

El neurólogo Antonio Damasio, que ha escrito algunos libros de divulgación notables, es autor de *El error de Descartes* y él ahí se refiere a la famosa frase del filósofo francés que es "Pienso, luego existo" y él dice: "Se equivocó porque desde el punto de vista de los estudios neurológicos profundos, el primer impulso del ser humano es sentir y muchas de las cosas que obligan a una reacción, parten de una pulsión emocional y luego la convertimos en racional".

O sea, **SENTIMOS EL DESEO DE HAGER ALGO Y LUEGO LO JUSTIFICAMOS A TRAVÉS DEL PENSAMIENTO.**

Entonces, si el ser humano en su nivel cognitivo más básico, está trabajado por la emoción; evidentemente, como testigo de los sucesos y en todo lo que pasa, va a tener un componente emocional muy fuerte. Y esto no es cuantificable. Esto no pasa por objetividad y muchas veces los temas políticos se convierten en formas del sentimiento. Tú hablas con una persona y le preguntas por qué apoya a determinado candidato a la presidencia o por qué asume cierta causa y te da una serie de razones que son totalmente emocionales. O sea, no te está hablando ni de la causa ni del presidente, sino de un sentido de la felicidad y de la expresión personal que va a sentir si eso triunfa, que es altamente emocional.

Entonces, el periodismo tiene que lidiar con eso. Tiene que lidiar con el doble fenómeno de lo que ocurre fácticamente y de esta repercusión en las mentes de los testigos, en las mentes de los protagonistas, que tiene que ver con las emociones. Esto lo hace mucho más interesante al periodismo, por ejemplo, en el famoso libro de Hersey de *Hiroshima*, él reconstruye la vida de varias personas antes de que caiga la bomba en Hiroshima. Y esa vida minuciosa está hecha de datos, de rutinas, de obligaciones de todos estos personajes. Pero también

de sus ilusiones, sus sueños, sus emociones, su vida interior. Y todo eso fue lo que canceló la bomba. Y, sinceramente, nos afecta más lo emocional que lo objetivo. Ya sabíamos que había caído la bomba, conocíamos la estadística de la bomba, pero **EL IMPACTO DE LA BOMBA SOLAMENTE NOS LLEGA A NOSOTROS CUANDO ENTENDEMOS LAS ILUSIONES, LOS SUEÑOS, LOS AMORES.** Todo lo emocional que ahí se perdió.

Por eso, digo que **LA CRÓNICA ES LA FORMA MÁS EFICAZ QUE HEMOS ENCONTRADO PARA VINCULAR LA INFORMACIÓN CON LA EMOCIÓN.** O sea, una buena crónica genera empatía al trabajar un caso particular, el de una familia, el de una persona, el de un pequeño colectivo, el de un equipo escolar al que le pasó una cosa, el de un grupo de montañistas que se accidentaron. Al entrar en ese mundo, no solamente nos describe objetivamente lo que ocurrió y cuál fue la noticia, sino el impacto emocional de esa noticia. La revivimos, la recreamos. Y, por lo tanto, la sentimos.

Y me atrevo a decir que:

*esa empatía es lo que hace que el periodismo tenga un impacto social muy grande.*

Porque cuando tú sientes la noticia de esa manera, de alguna manera, estás impelido a reaccionar. Es decir, quieres hacer algo. Por ejemplo, la película *Spotlight*, que trata de un caso periodístico, la indagación de los abusos sexuales de la Iglesia Católica en Boston. Esto había llegado a la mesa de un periodista que había estado en la escuela donde eso había ocurrido y cuando le llegó la primera noticia, él la bloqueó mentalmente. Porque él era ex alumno de esa escuela, quería esa escuela y simplemente no le dio importancia. Freudianamente, digámoslo así, tuvo un lapsus. Lo canceló. Después, vuelve a ser él quien inicia la investigación. Ya con otra perspectiva, se sorprende de haber sido él mismo la persona que la canceló en primera instancia. Y cuando se dan a conocer los abusos de la Iglesia Católica que habían ocurrido en esa escuela de Boston, se publica finalmente en el suplemento *Spotlight* del periódico Boston Globe. Y Michael Keaton, que es el actor que representa al protagonista, con un sentido de la dramaturgia especial... está en la sala de redacción y en ese momento suena un teléfono, contesta y es una persona, un

lector que quiere denunciar un hecho similar. Es decir, ha leído el reportaje, se ha conmovido y, también, él quiere denunciar. Cuelga el teléfono, suena otro teléfono. Suena otro más. Suena otro más. Es decir, ahí se ve la reacción de la gente. Eso es lo que ocurre cuando se logra esa empatía y la gente se implica en el reportaje y quiere, también ella, participar, denunciar, hacer algo. Yo creo que ese es el sentido profundo que tiene que ver con la combinación de la información con la emoción.

## Periodismo en red

### EL PERIODISMO TIENE MUCHAS POSIBILIDADES EN RED.

Por ejemplo, cuando se está haciendo información en línea, la posibilidad de que gente que está leyendo ese reportaje se convierta en informante, es muy significativo. O sea, crear **la noción de CHAT INFORMATIVO y la INVESTIGACIÓN COLECTIVA.** No todos podemos estar al mismo tiempo en todas partes, entonces reunir distintas perspectivas periodísticas y fundirlas en un solo texto, es muy importante. Y así como en ocasiones las comunidades han servido para el linchamiento de una manera atroz en las redes, también pueden servir para la información colectiva, para **crear este relato que sólo podemos contar entre todos.** Se necesita este tipo de información en zigzag que toman muy en cuenta las necesidades, los planteamientos y, sobre todo, las informaciones de sus propios lectores.

**y los pequeños medios le pueden apostar mejor a este tipo de información INSTANTÁNEA, COLECTIVA, CALIFICADA entre todos.**

## Las redes

Si nosotros vemos lo que ocurre en las redes, obviamente el nivel de lenguaje pues no siempre es el mejor, la profundización no es la óptima y, sobre todo, el seguimiento de los textos a través del tiempo no es tan notable. Yo creo que **Internet es muy útil para conocer lo último, pero rara vez conoces lo primero.** Entonces, cuando entramos en una polémica, por ejemplo, que está ocurriendo en redes, sabemos lo último que pasó. Pero esa polémica remite a cosas anteriores que ya no vamos a ver. Incluso, en ocasiones, ni siquiera conocemos el origen o no llegamos ya a él. Entonces, está siempre en lo último, no estás en lo primero.

Eso obedece a que somos los bárbaros de una nueva civilización. Estamos a la orilla de un nuevo océano, de un nuevo medio. Y poco a poco iremos regulando esto. Yo confío en que el periodismo en red va a profundizar sus efectos. En alguna ocasión, Martín Caparrós abrió un *blog*, Pamplinas, el anterior al que tiene ahora, Cháchara. Y entonces él puso ahí una entrevista que le había hecho a Schoklender, un criminal que había curiosamente ayudado a las Madres de la Plaza de Mayo, que estaba en la cárcel. Y entonces hizo una entrevista de cuarenta páginas que fue tan importante que hizo que cambiara el proceso judicial y que él mismo fue llamado a testificar por este caso.

**ESO ES UNA ELECCIÓN. SI NO HAY LÍMITE EN LA RED, ¿POR QUÉ FORZARNOS AL IMPACTO INMEDIATO DE LO QUE SE VA A VER CASI COMO SI FUERA UN TWEET ALARGADO?** Y es que hay muchas maneras de leer en la red. **Hoy en día leemos sobre todo a saltos y de manera muy breve,** pero también creo que muchos de nosotros **nos estamos acostumbrando a tener lecturas en distintos ritmos:** a descargar textos, en ocasiones a imprimirlos, a guardarlos para después. Debemos ir profundizando y desarrollando ese tipo de potenciales que están en la estructura misma de la red, porque no hay límites en ese medio.

## El activismo

**EL ACTIVISMO ES PARTE DE NUESTRA SOCIEDAD Y ES MUY NECESARIO PORQUE UNA DE LAS LECCIONES DEL TERCER MILENIO ES QUE LA POLÍTICA AL USO, LA POLÍTICA TRADICIONAL, ESTÁ TOTALMENTE REBASADA.**

Por eso una de las categorías menos interesantes de la vida social es la de político hoy en día. Entonces, el activismo ecológico, feminista, en favor de los pueblos originarios, de colonos que defienden sus tierras o anticolonial es muy importante que se ejerza y naturalmente tiene que tener sus testigos. Entonces, debe haber un periodismo que forme parte de eso.

**EL BUEN PERIODISMO SIEMPRE LOGRA ENTENDER LA RAZÓN DEL OTRO.**

Seamos clásicos por un momento. La tragedia más antigua que tiene la humanidad es *Los persas* de Esquilo. Esquilo combatió en la Batalla de Salamina. Estaba tan orgulloso de haber sido guerrero y de haber defendido a Grecia que pidió que en su epitafio se pusiera que había sido un guerrero. No quiso que se pusiera que había sido un dramaturgo. Y sin embargo, la primera de sus tragedias, la más antigua que se conserva en la humanidad, se llama *Los persas* y trata de quienes fueron sus enemigos en la batalla. Y Esquilo logra entenderlos, logra darles dignidad, logra ver sus razones.

Si esto fue posible en el origen mismo de la literatura, **el periodista, por más activista que sea, tiene que entender que también el otro tiene razones, tiene voz humana.** Y de esa pluralidad va a salir una buena crónica. Si exclusivamente hace propaganda a través del periodismo, esto es muy peligroso. Y quiero tocar un tema de ética periodística fundamental, que es que **LAS RAZONES Y LOS INTERESES PRIVADOS NUNCA DEBEN SER LA BASE DE UNA CRÓNICA.** Solamente, **SI NOSOTROS ENTENDEMOS EL INTERÉS PÚBLICO, ES DECIR, LO QUE ESTÁ FUERA DE NOSOTROS, LO PODEMOS HACER.** Esto, a veces, coincide con lo que nosotros queremos. Pero no podemos escribir una crónica para que nuestro vecino parezca tan pesado a la población como nos parece a nosotros. Ahí es donde el periodismo juega sus cartas. Y puede haber un gran periodismo activista que entienda las razones, no sólo del otro, sino como lo hizo Esquilo, del adversario.

## La belleza

*Una obviedad absoluta: el periodismo escrito está hecho de palabras, está hecho de lenguaje.*

El lector no entra en contacto con la realidad que tú estás documentando, sino con ese filtro que tú estableces que es el lenguaje. Entonces, a mí me sorprende que grandes colegas que hacen periodismo de investigación, ponen tanto énfasis en averiguar las realidades que sólo ellos conocen; en meterse con enorme valentía muchas veces en los laberintos del poder o del crimen organizado, en busca de la verdad... que luego desatienden la forma en que deben presentar esto y parecería innecesario que eso deba estar bien escrito.

He leído grandes reportajes, pésimamente escritos, que me han servido mucho porque han sido reportajes de ruptura y que han dado exclusivas notables. Es decir, LA VERDAD EN BRUTO, DESDE LUEGO, TRANSMITE. Pero es fundamental, también, que el periodista logre que en el ejercicio de su oficio el lenguaje pese y tenga fuerza narrativa. Y para hacerlo, queremos entender que :

*el periodismo puede ser una forma del arte.  
Es literatura bajo presión.*

Se trata de saber que, aunque la gente muera, lo cual es terrible y doloroso, nosotros **DEBEMOS SER CAPACES DE HACER QUE ESA MUERTE VALGA A TRAVÉS DE LAS PALABRAS.** Y es que el peso de darle sentido al caos es el propósito esencial del arte. Hay, entonces, un componente estético fuerte en el periodismo que está al servicio, no de la belleza gratuita, sino del entendimiento profundo de las cosas.

## CUANDO TÚ COMPRENDES ALGO, ESO ES UNA FORMA DE LA BELLEZA.

La verdad es una forma de la belleza. Por eso, Goethe tituló sus reflexiones *Poesía y verdad*. Son una y la misma cosa.

## El mejor periodismo por venir

El periodismo que se vuelve imprescindible, necesario, útil y que pueda oponerse a tantas historias distorsionadas que ocurren en las redes sociales, que ocurren en las **fake news**, en la propaganda comercial y en los discursos de los políticos.

Este es un trabajo escritural y pedagógico. Tenemos que convencer a la gente de que lo que estamos haciendo es distinto.

Creo que un gran periódico, sea el que sea, o un gran medio digital o en cualquier otro formato, es:

**UN PACTO ENTRE LA NECESIDAD Y LA TENTACIÓN.**

Hay cosas que necesitamos saber. No es posible que el domingo no tengamos un análisis de los partidos de fútbol. No es posible que si hay un nuevo Papa, no sepamos quién es el Papa. Esta es la necesidad del periodismo. Si hay elecciones en los Estados Unidos, el país más poderoso de la tierra, tenemos que conocer el resultado de la manera más informada posible. Entonces, hay

muchas cosas que son de necesidad, pero también hay tentaciones. Entonces, un medio tiene la necesidad de saber lo más obvio, sino también algunas cosas más ampliadas, eso que no es lo que necesitamos sino es una tentación, porque a través de la información podemos ir generando la urgencia de saber más cosas. Y por eso, el periodismo tiene que ver con la tentación. Héctor Abad Faciolince escribió un texto muy hermoso de un vendedor de verduras en Mendoza, Argentina, que se negaba a tener un servicio de entrega a domicilio. Se negaba a tener lo que en Argentina se llama *delivery*. Y le preguntaron por qué no tiene *delivery* y él dijo:

**"PORQUE YO NO SÓLO VIVO DE LA NECESIDAD DE LA GENTE, YO VIVO DE SUS TENTACIONES".**

Y ese es el secreto de un buen periódico.

¿Qué quiso decir ese vendedor de frutas y verduras, que como tantos argentinos tienen facilidad para las palabras? Lo que quiso decir es que la gente llega por necesidad a comprar cuatro manzanas, tres peras, dos lechugas. Esa es la necesidad que tiene para la ensalada, para lo que va a hacer. Pero ya estando ahí, observa que hay unos pequeños tomates deliciosos, que los higos están de temporada, que de algún país tropical llegaron mameyes, papayas, y decide comprarlos. Es decir, que:

**si él mandara sólo lo necesario, privaría a la gente de tener la tentación de ver las otras frutas.**

Y eso es un buen periódico. Tienes la necesidad: saber si murió el Papa, quién es el nuevo Papa. Pero de pronto te encuentras un artículo de Leila Guerriero que trata del jugador de baloncesto más alto del mundo que jamás ha existido, que

no es una consulta de primera necesidad, pero que es una historia de vida fascinante. O de un pueblo donde toda la gente se suicida sin que se sepa por qué.

**ESE ES EL PERIODISMO DE TENTACIÓN:  
LO QUE NO PENSABAS LEER Y,  
SIN EMBARGO, LEES.**

Las zonas ocultas de la realidad que te revela un periódico y que yo creo que son las más importantes.

Cuando un periódico combina la necesidad y la tentación, esto se revela en su principal sección: las cartas de los lectores. Si esas cartas son inteligentes, el periódico está funcionando. Si las cartas son pura ideologías, el medio no está trabajando.

# JUAN VILORRO

→ en **10** ideas ←

①

La realidad no tiene sentido, el periodismo consiste en darle sentido a la realidad, ordenar el caos e interpretar los hechos.

②

La prensa influye cada vez menos y el periodismo está muy debilitado, lo cual no lo hace menos importante, simple y sencillamente refrenda su importancia.

③

Tenemos que reinventar el oficio, demostrarle a la gente que **LA BÚSQUEDA DE LA VERDAD Y LA INFORMACIÓN CALIFICADA SON BIENES DE PRIMERA NECESIDAD.**

④

La condición del periodismo es la de establecer vínculos entre realidades que no se tocan, conectar sentidos para ENTENDER LA REALIDAD.

⑤

LA RIQUEZA DEL PERIODISMO ES LA PERPLEJIDAD, EL ASOMBRO, LA CONTRADICCIÓN, LA DUDA, LA IRONÍA.

⑥

Internet es muy útil para conocer lo último, pero rara vez conoces lo primero.

⑦

El activismo forma parte de nuestra sociedad y el buen periodismo siempre es activista del otro.

⑧

EL PERIODISMO ES UNA FORMA DE BELLEZA PORQUE COMPRENDER ALGO ES BELLO.

⑨

El periodismo es un pacto entre la necesidad y la tentación, entre lo que tienes que saber y lo que no pensabas leer pero lees.

⑩

El periodismo por venir es el que se vuelve imprescindible, necesario y útil para construir **NUESTRO PROPIO SENTIDO COMÚN DEL FUTURO.**

/Omar Rincón  
/Paty Godoy  
Pere Ortín  
(editores mutantes)

#El mejor periodismo está por venir

## Un decálogo de 13 puntos

### #El mejor periodismo está por venir...

fue el mantra que nos llevó a construir una serie de **13 conversaciones on line** de una hora - que se resumieron en 13 videos de 4 minutos y también en 13 podcast de 15 minutos - que acaban ahora transcritas y reunidas aquí en forma de libro. Para desarrollar esta herejía periodística charlamos con 13 periodistas con los que compartimos cariños, admiraciones y respetos para que, desde sus variadas concepciones del mismo periodismo, nos compartieran ideas y experiencias con las que reinventar este oficio de contar historias de la vida real.

Fueron, por orden alfabético, **Abello, Alarcón, Caparrós, Espinosa de los Monteros, Godoy, González, Guerriero, León, Ortín, Rea, Ronderos, Santos, Turati, Villoro.**

Y ahora, después de hacerles una lectura-escucha atenta, les proponemos, a modo de conclusión, una especie de manifiesto de resumen conclusión sobre cómo es

#EL MEJOR PERIODISMO ESTÁ POR VENIR:

**1 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

lucha con cinco mitos norteamericanos: la Verdad, la Objetividad, las 5 W's; Occidente-blanco-masculino y el yo-ego del periodista "revelador" y "traductor" de la realidad que accede a la VERDAD, única y en mayúsculas.

**2 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

duda y logra que los ciudadanos de la sociedad a la que sirve se hagan preguntas, más que confirmarles lo que ya saben. Y con cada historia que cuenta responde a la pregunta de cualquier lectoespectador: "¿Y A MÍ QUÉ (ME IMPORTA)?"; por eso, es un alimentador de conversaciones y creador de diálogos sociales a partir del pensamiento crítico.

**3 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

sabe que una buena reportería es mejor que una mala escritura porque una mala reportería no se puede editar.

**4 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

busca entender más que informar. Se pregunta para comprender por qué suceden las cosas con la idea de narrar entendiendo y ensayar pensando en conversación.

**5 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

teje complicidades, relaciona zonas dispersas, traza territorios, ideas desde una pluralidad de voces.

**6 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

narra desde la incomodidad y sabe hacerle lugar a la disidencia con la actitud del que trabaja desde los márgenes sin ser marginal e intenta salir del rebaño.

**7 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

es colaborativo. Reúne talentos interdisciplinarios, de procedencias y con conocimientos diversos, para ganar visibilidad y profundidad desde la suma y para proteger al periodista en aquellos espacios en los que es un riesgo volar con independencia.

**8 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

se hace con y desde las mujeres y es feminista al destacar la sensibilidad y los cuidados; al buscar formas diversas de abordar la realidad, con miradas propias y diferentes, para encontrar lenguajes y formas alternativas para expandir las narraciones del mundo.

**9 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

está en la belleza del proceso, la singularidad del relato, las experiencias que genera en los ciudadanos.

**10 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

busca crear artefactos periodísticos y culturales que sean bellos: intelectualmente desafiantes, estéticamente provocadores y periodísticamente relevantes.

**11 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

habita la ironía para diluir su exceso de solemnidad: sorprender, asombrar, para dudar - siempre y antes de nada - sobre la condición y el trabajo periodístico de uno mismo.

**12 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

busca (¿por qué no?) pasarla bien y experimentar en formatos y narrativas poco abordadas por el periodismo convencional pero que forman parte de la vida como la música, la cultura, las artes, la poesía, el juego, las ciencias.

**13 # EL MEJOR PERIODISMO QUE ESTÁ POR VENIR**

es trans... Transnarrativo y transmedial. Busca ganar visibilidad y llegar a donde están los lectoespectadores sin confundir innovación con tecnología o gadgets tech.

Esto fue # El mejor periodismo que está por venir una red de conversaciones que trata de promover el diálogo, expandir el horizonte y la diversidad de las formas, representaciones, expresiones y perspectivas del periodismo.

#El mejor periodismo está por venir

+ Info en

[www.elmejorperiodismo.com](http://www.elmejorperiodismo.com)



#el mejor periodismo está x venir

---

**altair**  
magazine



**5º ELEMENTO**  
LABORATORIO  
DE INVESTIGACIÓN  
PERIODÍSTICA



**Anfibia**



PODCASTS

  
**PODIUM**  
PODCAST



CENTRO  
LATINOAMERICANO  
DE INVESTIGACIÓN  
PERIODÍSTICA

**cháchara**

*un cuarto –medio medio– propio*



**LAS LAVACÍAS**



**FES**  **COMUNICACIÓN**

## #el mejor periodismo está x venir

Una propuesta para pensar en colectivo, dudar en comunidad y tejer nuevas complicidades en conversación con:

Juan VILLORO, María Teresa RONDEROS,

Martín CAPARRÓS, Marcela TURATI,

Cristián ALARCÓN, Juanita LEÓN,

Pere ORTÍN, Mariana SANTOS,

Jaime ABELLO, Mónica GONZÁLEZ,

Paty GODOY, Daniela REA, Omar RINCÓN

Ma Jesús ESPINOSA DE LOS MONTEROS

No deje de leer, ver, escuchar y gozar...  
esta **HEREJÍA** para tiempos pandémicos

Con el apoyo de: