



II Seminario Internacional de Periodismo de Investigación

Maestría en Periodismo Digital de la Universidad de Guadalajara



Introducción

Para el Sistema de Universidad Virtual (SUV) de la Universidad de Guadalajara (UdeG), la formación y profesionalización de periodistas es un compromiso importante y permanente.

Por ello, en 2008 consolidó el Centro de Formación en Periodismo Digital (CFPD), área especializada en impartir cursos y talleres en modalidad virtual y presencial a periodistas y comunicadores de México y distintos países.

Cinco años más tarde, en 2013, comenzó a impartirse la maestría en Periodismo digital, que ha tenido dos planes de estudio: uno enfocado a la creación de sitios web informativos y otro al periodismo de investigación.

Desde 2015, con la licenciatura en Periodismo digital, la cual ya cuenta con un plan de estudios actualizado, se consolida el compromiso de for-

mar a periodistas y comunicadores digitales con las capacidades y habilidades para planear, producir y difundir contenidos de calidad utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Las decenas de egresados de los programas educativos formales y los casi 150 alumnos, tanto en la licenciatura como en la maestría, han propiciado que el SUV tenga presencia en distintos países como Alemania, Ecuador, Irlanda, Suecia y Estados Unidos.

El II Seminario Internacional de Periodismo de Investigación es otra muestra del compromiso universitario y de los profesores en cuanto a buscar los mecanismos para acercar las experiencias de otros colegas en materia de transparencia y acceso a la información pública para periodistas; periodismo de soluciones; periodismo desde la perspectiva de la diversidad y a las medidas de autocuidado para periodistas, considerando que, para hacer periodis-

mo de calidad, necesitamos periodistas saludables. Estos temas fueron el eje de los cuatro paneles que conforman el Seminario en su segunda edición.

Este documento representa un recurso de aprendizaje que permitirá que las ideas expuestas trasciendan y colaboren en la construcción de conocimiento. Su elaboración fue posible mediante recursos del Programa de Incorporación y Permanencia de Posgrado en el Programa Nacional de Posgrado de Calidad (PROINPEP) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) en su ejercicio 2022.



Foto: SUV

Tema 1

Periodismo en tiempos de adversidad: medidas de autocuidado para periodistas

Panelistas: Andrés A. Solís y Aldara Martitegui



Andrés A. Solís

Egresado de Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma Metropolitana. Ejerce el periodismo desde 1989 y ha laborado en medios impresos, radio, televisión y por supuesto, en sitios digitales. Además, se ha desempeñado como docente y es autor del *Manual de Autoprotección para Periodistas* y de la *Guía de Buenas Prácticas para la cobertura informativa sobre violencia*.



Foto: SUV

Aldara Martitegui

Periodista, *coach* e instructora acreditada en reducción de estrés basada en *mindfulness*. Es experta universitaria en inteligencia emocional y *Master Practitioner* en Programación Neurolingüística. En la actualidad está finalizando el grado de Psicología en la rama de Psicología Clínica en la Universidad Oberta de Catalunya. Desde 2009, dirige la sección de coaching en el diario digital *The News* del grupo Mediaset de España, donde publica artículos, entrevistas sobre desarrollo personal, psicología y salud mental. Es cofundadora de *The Self-investigation*, un proyecto que nació en la pandemia y que ha estado enfocado en cuidar la salud mental de los periodistas.



Foto: Nius Diario España



“Cuando hablamos de periodismo en tiempos de adversidad tenemos que empezar por entender dónde estamos y hacia dónde necesitamos ir; y sobre todo, visualizar qué hemos dejado de hacer”.

El buen periodismo nos aleja del riesgo

La primera línea de defensa del periodismo es hacer bien nuestro trabajo, comentó Andrés Solís: “El periodismo mal hecho nos pone en riesgo. Periodistas que no hacen bien su chamba nos ponen en riesgo a los demás y a las demás”.

“Podemos insistir en que México es el país más peligroso para el periodismo, un país sin guerra, que aquí el deporte es asesinar periodistas y que hay impunidad el 99 % de los crímenes que se comenten contra periodistas; pero ¿qué tanto sabemos del Mecanismo Federal de Protección para Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas?”, insistió.

● “Ninguna nota vale la vida”.

De acuerdo con la Ley de Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas, que se aprobó en 2012, los periodistas son: “las personas físicas, así como medios de comunicación y difusión públicos, comunitarios, privados, independientes, universitarios, experimentales o de cualquier otra índole, cuyo trabajo consiste en recabar, generar, procesar, editar, comentar, opinar, difundir, publicar o proveer información a través de cualquier medio de comunicación y difusión que puede ser impreso, radioeléctrico, digital o imagen”. Solís explicó que, de acuerdo con esta definición, cualquier persona que sube una foto a Twitter o que hace un Facebook Live es periodista, lo cual consideró lamentable. Apuntó que esta definición fue consecuencia de las presiones que ejercieron Organizaciones No Gubernamentales que dicen pro-

teger periodistas, que además no están integradas por periodistas y que no entienden el trabajo de los periodistas. “Y aquí hay un vacío todavía más preocupante: en ninguna parte de la definición dice que la persona periodista tiene la obligación de verificar, contrastar, documentar, probar la información que está publicando. Entonces, publicamos cualquier cosa, sin verificar, sin documentar; dejamos de hacer periodismo”.

El experto hizo un llamado a los periodistas que buscan exigir respeto a los derechos de todas las personas, pero olvidan los propios, pues “cuando no protegemos nuestros derechos y nuestra propia integridad física, emocional, salimos a la calle muy rupestres, así como chivas en el campo y ese es uno de los grandes errores”.

¿Qué es la seguridad?

De acuerdo al experto, la seguridad personal es una respuesta planeada y organizada ante un riesgo, un peligro o una amenaza. La seguridad no es reactiva, debe ser preventiva y como periodistas debemos tener un plan de seguridad todo el tiempo.

La seguridad personal nos obliga a analizar las cosas antes de salir a la calle y entender que hay riesgos naturales en el ejercicio del periodismo. “Como periodistas, vivimos en el riesgo permanente; el tema es hacer consciente de que mi trabajo ya es una condición de riesgo”, mencionó.

La función de la seguridad es reducir al mínimo, aunque no evitar, la probabilidad de incidencia de aquello que pueda causar un daño físico, un daño psicológico y/o un daño patrimonial.

“La seguridad es un ejercicio en primera persona, por eso siempre tenemos que hablar de autoprotección: yo me cuido y nos cuidamos entre todos. Además, hay un principio en el periodismo muy elemental: Ninguna nota vale la vida”.

Por otra parte, abordó la necesidad de hacer una evaluación de riesgos: “diseñamos proyectos de investigación haciendo una evaluación de riesgo, es decir: hasta dónde puedo llegar o qué riesgos puedo enfrentar si me empiezo a meter más en este tema.

Hay que identificar los riesgos para evitar que ese riesgo se pueda convertir en un peligro. Porque el peligro ya supone que ese riesgo natural empieza a escalar, es decir, cada vez es más probable que algo me pase. Y si permitimos que el peligro siga aumentando entonces va a venir una amenaza”.



Valoración del plan de riesgo antes de comenzar a reportear.

Andrés Solís dio a conocer una fórmula matemática basada en que el Riesgo es equivalente a la multiplicación de la Vulnerabilidad por la Amenaza dividida entre las Fortalezas.

$$\text{Riesgo} = \frac{\text{Vulnerabilidad} \times \text{Amenaza}}{\text{Capacidad (fortalezas)}}$$

¿En qué se traduce? El Riesgo significa las vulnerabilidades naturales, que se incrementan en la medida que vamos envejeciendo, pues enfrentamos condiciones de salud propias de las personas, vivimos en ciertos lugares, en localidades; compartimos demasiada información de manera irresponsable (como dirección, número de celular y otros datos personales).

Además, dividimos las capacidades en tres: físicas (¿cómo me alimento?, ¿cuántas horas duermo?), las técnicas (que se combinan con todo lo que hemos aprendido a lo largo de la vida) y las intelectuales que nos permiten tomar decisiones y que constituyen las capacidades intelectuales que se han adquirido en los aprendizajes de estudios formales.

¿En qué se traduce? El Riesgo significa las vulnerabilidades naturales, que se incrementan en la medida que vamos envejeciendo, pues enfrentamos condiciones de salud propias de las personas, vivimos en ciertos lugares, en localidades; compartimos demasiada información de manera irresponsable (como dirección, número de celular y otros datos personales).

Además, dividimos las capacidades en tres: físicas (¿cómo me alimento?, ¿cuántas horas duermo?), las técnicas (que se combinan con todo lo que hemos aprendido a lo largo de la vida) y las intelectuales que nos permiten tomar decisiones y que constituyen las capacidades intelectuales que se han adquirido en los aprendizajes de estudios formales.

¿Quiénes son nuestros enemigos en la prensa?



Periodismo, profesión de alto riesgo también para la salud mental

El contexto adverso para realizar periodismo de investigación tiene relación también con la salud mental de los profesionales en periodismo y comunicación, pues el periodismo es una profesión de alto riesgo para la salud mental de los periodistas, por lo que aprender a gestionarlo y trabajar sobre ello es el reto.

Al respecto, Aldara Martitegui, cofundadora de *The Self-Investigation* y quien trabajó en diversos medios de comunicación, reconoció que “a pesar de tener el trabajo de mis sueños... empecé a darme cuenta de que todos mis sueños, de que todo ese romanticismo que había y que me había inspirado para ser periodista, valores que yo considero fundamentales en el periodismo que son la búsqueda de la verdad, el deseo de ser testigo del mundo para poder cambiarlo para mejor, todos esos eran valores que no los

compartían para nada mis compañeros de profesión y las empresas en las que yo estaba trabajando”. Compartió que había muchos intereses comerciales y que “en el periodismo todo valía con tal de generar más audiencia, con tal de vender más periódicos, y para mí eso no valía y eso me hizo sentir una gran profunda crisis personal y profesional. Sentí que tenía que abandonar la profesión. ¿Qué es lo que me ocurrió? Pues que no podía dejar de ser periodista porque mi situación personal no me lo permitía, no me podía permitir el lujo de abandonar mi trabajo. Y lo que hice fue desconectarme emocionalmente de mi trabajo, como entrar en piloto automático sin estar nada implicada; mientras tanto, empecé a formarme en otras disciplinas que yo consideraba que podían servirme o que me podían hacer crecer más como persona”.

“Me había dado cuenta que habían faltado herramientas para gestionar esa situación que emocionalmente no había sido capaz de sostener. Ahí empezó todo, un trabajo constante y permanente con periodistas, y a principio de la pandemia en el año 2020 fundamos The Self-Investigation, donde se han formado más de 2 mil periodistas en todo el mundo. Señal muy clara de que la salud mental empieza a estar muy presente en la vida de los periodistas”. El periodismo no es solamente una profesión de riesgo para los periodistas que trabajan en contextos violentos, es una profesión de riesgo para el periodista de mesa, para el periodista que jamás sale de la redacción.

¿Cuáles son esos factores que hacen que sea una profesión de riesgo para nuestra salud mental?

Trabajo muy expuesto a todo lo malo que ocurre en el mundo: Lo que publicamos es solo una pequeña parte de lo que nosotros vemos, en las agencias, imágenes que nos vienen en bucle sobre situaciones complicadas, atentados, guerras, estamos viendo y viendo imágenes todo el tiempo, y eso nos genera a muchos una distorsión de la realidad.

Desorden de horarios: Saber cuándo entras, pero no sabes cuando sales.

Necesidad de estar permanentemente conectados: Parece como que si nosotros no lo contamos, entonces el mundo no se va a enterar.

Precariedad laboral: sueldos por lo general bajos: Esto es una constante en nuestra vida que genera angustia, nos genera mal emocional y lo tenemos en el día a día y a veces ni nos damos cuenta.

Desinformación, fake news: Ahora resulta que tenemos que dedicar parte de nuestro esfuerzo a confirmar informaciones que dan otros, tenemos más trabajo, y eso a muchos periodistas también nos genera mucha inquietud y ansiedad.

Trabajo con alta implicación emocional: El periodismo es una profesión de servicio y eso implica que sentimos esta gran responsabilidad.

Trabajo muy visible: Todo el mundo puede verlo, puede opinar; esto hace que nos sintamos, muchas veces juzgados, observados y esto genera presión, una presión que no tienen otras profesiones.

¿Qué nos pasa a los periodistas?

- Desconocemos cómo automotivarnos.
- Nos falta confianza para poner límites y expresarlos.
- No tenemos habilidad para detectar creencias limitantes o tóxicas.
- Nos cuesta darnos cuenta de cuándo estamos desgastándonos.
- Nos cuesta identificar que el estrés afecta a nuestra salud y la calidad de vida de nuestro trabajo.
- No sabemos cómo utilizar los recursos personales que tenemos para gestionar el estrés.
- La salud mental sigue siendo un tema tabú.

El poder de la pausa

Empezar a integrar en nuestra vida momentos de pausa, pequeños momentos de pausa, parar, acostumbrarnos a de vez en cuando a lo largo de nuestro día a parar, 3, 4, veces a lo largo del día por unos segundos; parar para preguntarnos, ¿cómo estoy?, ¿cómo estoy en este momento?, ¿qué necesito yo ahora?

Todos nosotros sabemos que es lo que necesitamos para estar mejor. Martitegui recordó que “hacer una pausa nos permite conectar también con qué es lo que yo necesito en este momento”.

Prácticas que puedes integrar dentro de tu rutina de trabajo

- Hacer el ejercicio de la pausa consciente antes de empezar la jornada o antes de una reunión.
- Mover el cuerpo: dar un paseo por la redacción o por la casa o estirar brazos y manos.
- Quitar la mirada del ordenador durante unos minutos.
- Si trabajas desde casa, dar un pequeño paseo antes y después del trabajo, simulando que te desplazas a la redacción.
- Mirar cinco minutos el cielo por la ventana.

Tema 2

Periodismo de soluciones para servir a las audiencias

Panelistas: Iván Carrillo y Natalia Luján



Iván Carrillo

Periodista, editor y conductor de televisión especializado en ciencia, salud y medio ambiente; cofundador y director de Historias sin fronteras y de En común, conocimiento en voz viva; pertenece a la generación 2016-2017 del Knight Science Journalism del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) y forma parte de la comunidad global de Explorers de la National Geographic Society, entre otros.



Foto: Noticias NCC

Natalia Luján

Licenciada en Periodismo y Comunicación Pública por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO); es periodista audiovisual, ha trabajado como creadora de contenido y *Social Media Manager* para agencias de publicidad y medios de comunicación. Es miembro de la quinta generación de la *Red Latam de Jóvenes Periodistas de Factual Distintas Latitudes*. Se interesa principalmente en los temas de género, medio ambiente y tecnología.



Foto: SUV



El planteamiento del periodismo de soluciones no se refiere sólo a buenas noticias ni va hacia un mundo feliz; se trata de acompañar una visión descriptiva de la realidad en la que se plantea una problemática con posibles salidas o soluciones, compartieron los expertos.

Iván Carrillo recordó que, por mucho tiempo, los medios tradicionales generaron una relación vertical con las audiencias; las redacciones y los medios como la televisión eran “casi templos”, periodismo hecho como un monólogo.

Además, en el periodismo tradicional había una única voz: la de las grandes empresas que tenían un dominio total de la conversación. Carrillo explicó que Esoa generó un hábito en el periodismo de hablar con la garantía de ser escuchados y de manejar el mensaje: “Hoy vivimos una realidad muy distinta en la que hay muchos medios de comunicación y donde hay grandes corporaciones, pero en la que también cada uno de nosotros somos un medio con la posibilidad de incidir en la conversación y esto ha llevado a un cambio en el consumo de noticias”.

Por ello, tenemos que pensar cómo agregamos valor en nuestro profesionalismo, desde el rigor con los principios que han regido al periodismo y cómo esto puede aportar en la descripción de disensos y en la construcción de consensos para la toma de decisiones como sociedad, apuntó.

Además, el experto detalló que los periodistas actuales trabajamos con la abundancia de la información y lo que se busca es encontrar sentido, por eso se usa el término “depurar contenido”.



Foto: SUV

●
“El gran desafío de los medios y los periodistas es sumar a esa gran conversación que a veces es demasiado ruidosa”.

A decir del también editor y presentador, el periodismo tradicional se enfoca solamente en el diagnóstico de las problemáticas, a veces llevándolo a un extremo catastrófico. Es decir, se apela a esta reacción de miedo, generando un periodismo que poco o nada construye y sí alerta mucho.

Lo dicen las estadísticas del Instituto Reuters: hoy la confianza en las noticias oscila entre el 30 y el 50 por ciento, incluso en periodos de crisis como la misma pandemia en la que aumentó deliberadamente el consumo de noticias.

Hay gente que no se quiere informar por la negatividad de las coberturas noticiosas, que suelen provocar mal humor y afectan el ánimo hasta desarrollar ansiedad u otros trastornos psicológicos. Es decir, impactan negativamente en la psicología de las audiencias.

Periodismo que compromete a las audiencias

El periodismo de soluciones presenta casos de éxito y particularidades de la resiliencia social. Esto puede motivar a las audiencias a sumarse a la acción y puede motivar a la política pública porque entonces tenemos un caso de éxito en el que algo funcionó.

Carrillo ahondó en que, pensando en nuestras audiencias, en la psicología de las audiencias, “podemos decir que el periodismo de soluciones tiene esta virtud: compromete a las audiencias, les hace un llamado a la acción y psicológicamente les ofrece grandes beneficios porque les está invitando a participar, les está invitando a ver la parte positiva no solo como una forma de ser, de vivir en una burbuja feliz, sino actuando de manera positiva”.



“El enfoque del periodismo de soluciones es ir más allá del diagnóstico (...) presentar también casos de éxito y descriptivos de la resiliencia social e individual. Contar la historia completa”.

Finalmente, recordó que “el periodismo de soluciones se nutre de la psicología de las audiencias, tiene que ver con este cambio en nuestra praxis, con esta disrupción también tecnológica, con la cultura participativa y la horizontalidad de la práctica periodística”.

Las dos principales ventajas del periodismo de soluciones

Compromete a las audiencias: hace un llamado a la acción y a participar.

Genera un efecto psicológicamente positivo, de optimismo, al contrario de las coberturas periodísticas que sólo se quedan en las problemáticas negativas.

Natalia Luján reflexionó sobre la importancia de tomar en consideración a las audiencias. “¿Por qué ahora tenemos que voltear a ver a las audiencias? Es la respuesta a un gran cambio de la era digital. Incluso los grandes medios están creando nuevas posiciones dentro de sus redacciones como lo son el editor de comunidades, que empezó a figurar por ahí de 2015 con la ola de las redes sociales que cambiaron todo el concepto en la producción de noticias”.

La experta cuestionó durante su intervención: ¿Cuáles son los retos de los editores de audiencias?, ¿qué hacen los editores de audiencias? y explicó que analizan las formas de consumo del sector al que desean llevar su mensaje periodístico y concluyó que esta figura y la era digital han cambiado la forma de hacer periodismo porque ahora primero se analizan las necesidades y luego se diseñan coberturas específicas. Dijo también que es importante establecer que em-

pezamos a hablar de periodismo de audiencias, “porque lo digital nos permitió conectar mejor y más rápidamente con nuestros lectores. Así de fácil empezamos a hablar de que necesitamos a alguien que dijera qué onda con lo que la gente nos está contestando y de la forma en la que está interactuando con nuestros contenidos en las redes sociales”.



Foto: SUV

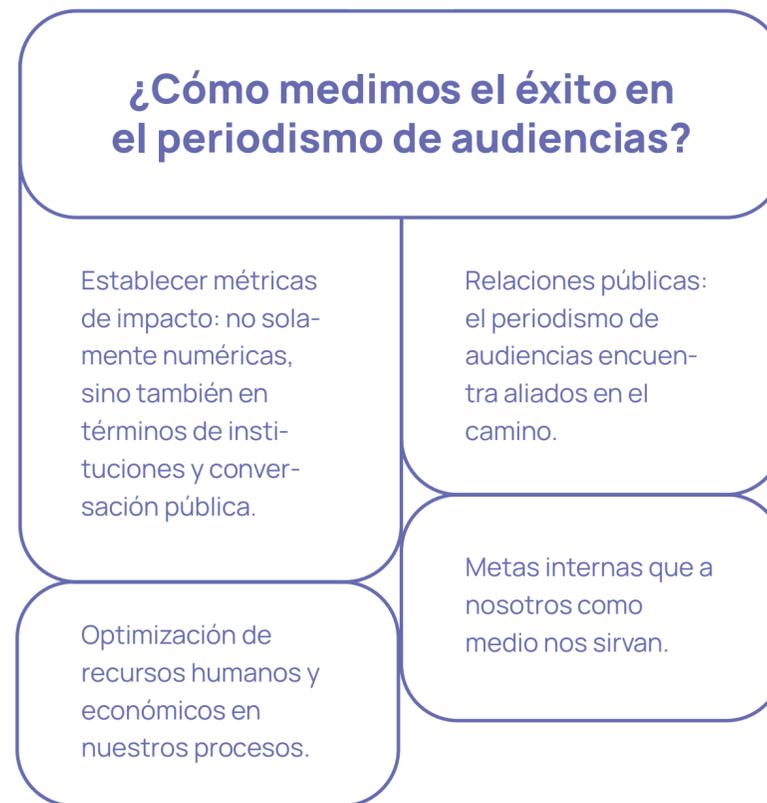
“La palabra clave hoy por hoy para los medios es comunidades:

¿qué comunidad es a la que sirves, con cuál comunidad vas a empezar, con qué comunidad quieres generar engagement y qué comunidad quieres que de verdad esté atrapada, en un buen sentido, en una conversación constante contigo?”

Luján consideró que esto también nos permite llegar a otras audiencias que no están en un radio específico, como sucedía con los medios tradicionales. “Si alguien nos quiere buscar al otro lado del mundo, puede encontrar nuestro contenido y lo que recibimos no sólo son comentarios sino retroalimentación”.

Así mismo, expuso que las redes sociales son herramientas que nos están permitiendo repensar mucho en qué lenguaje y en qué tonos queremos hablarles a nuestras comunidades y sobre todo qué comunidades son a las que queremos llegar. “Lograr esto compromete a esas comunidades a ser parte de ti y a financiar la producción que generas porque ese periodismo que haces es el que ellos buscan”.

Por último, consideró que es momento de estar alerta de los métodos de consumo y estar abiertos al cambio porque el algoritmo puede cambiar en cualquier momento o pueden llegar plataformas nuevas que modifiquen desde cero toda nuestra estrategia.



“Experimentar es fundamental para los nuevos roles como el editor de audiencias en las redacciones. No hay un manual para escribir para TikTok”.

A veces estamos esperando que las personas se conecten a nuestro en vivo en Facebook y mientras nosotros estamos pensando: ¿cómo llegar a otras audiencias? Hay creadores que prenden el Twitch y tienen ya personas esperando y haciendo fila por sus contenidos. Nos han puesto un gran ejemplo de cómo sustentar el contenido porque saben a quién le hablan y saben perfectamente qué les interesa a las personas que los están viendo.

Tema 3

La cobertura sobre diversidad en el periodismo mexicano



Diana Manzo

Reportera de origen zapoteco en el *Istmo Press, Página 3* y colaboradora en *Aristegui Noticias*. Se encarga de cubrir proyectos sobre género, migración, medio ambiente y salud. Fundadora de *Istmo Press* en el Istmo de Tehuantepec, Oaxaca. Estudió comunicación en Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, tiene maestría en Educación y un diplomado sobre comunicación y género de la Universidad Nacional Autónoma de México.



Foto: IWMF

Aldo Castillo

Estudió comunicación en la Universidad Iberoamericana de Puebla. Con experiencia en periodismo, publicidad y docencia. Es director del medio digital independiente *Escenario Tlaxcala* y de la agencia de contenido INGenius, sus principales intereses son la prensa libre, la construcción de la ciudadanía a través de la transparencia y el derecho a la información, apostando por la visualización de grupos invisibilizados. Estudiando licenciatura en Música.



Foto: SUV

David Adrián García

Es periodista especializado en diversidad sexual, dirige *Altavoz LGBT+* en Chihuahua. Forma parte del periodismo en investigación Miroslava Breach de Quinto Elemento Lab y de periodismo CIDE. Es voluntario del Comité de diversidad sexual en Chihuahua, organización de defensa de derechos humanos.



Foto: LinkedIn



Diana Manzo

“En este tema de la diversidad no solo es aprender, es desaprender, hay que quitarnos diversos estereotipos, pensamientos, y no ha sido una tarea fácil”.

Diana Manzo

Comenzó su intervención platicando sobre la importancia de quitar estereotipos a la hora de empezar a cubrir pueblos originarios. Como periodistas debemos comprender que los pueblos originarios forman parte de México, no son ajenos al país, ni deben de ser tratados como mercancía o condescendencia por serlo. Se debe de tener respeto hacia su cosmovisión y mantener una mente abierta para comprenderla e interpretarla.

“En este tema de la diversidad no solo es aprender, es desaprender, hay que quitarnos diversos estereotipos, pensamientos, y no ha sido una tarea fácil”, dijo Manzo. “Las comunidades no son mercancía, ni la excepción de un país llamado México, somos parte de este país, formamos este territorio... y nuestras historias deben ser contadas”.

La panelista y fundadora de *Istmo Press* también hizo mención del acercamiento adecuado hacia la comunidad. Muchos periodistas se acercan de manera abrupta,

toman fotografías y realizan la entrevista sin dar detalle de para qué es o con cuál intención se está realizando, lo correcto sería realizarla con el acompañamiento de un líder de la comunidad para la interpretación.

“El llevar a las personas que han trabajado previamente con las comunidades es valioso, porque le va a dar la confianza a la persona que te va a dar la entrevista y sobre todo hablarles con claridad”, añadió.

Habrán ocasiones en las que no se esté de acuerdo con los usos y costumbres de la comunidad, pero será importante no crear juicios al respecto y escribir la nota con ese fin, sin juicios, brindándole al lector la oportunidad de crear sus propias conclusiones al respecto, aclaró. Asimismo, durante su participación hizo hincapié en la importancia de visibilizar las problemáticas en cuestión de derechos humanos, como cobertura de servicios.

“Tenemos que tener aliados como editores, como jefes, para que también esto sea posible -hablar de temas de diversidad- dentro de las agendas de los medios”.

Foto: SUV



Aldo Castillo

En su intervención, Aldo Castillo habló de cómo el periodista debe de tener una mirada sensible y empática al relacionarse con las poblaciones poco representadas. Mencionó que es importante normalizar sus historias -las de las poblaciones marginadas-, porque forman parte de la sociedad y desde el periodismo se deben de contar para que las personas estén familiarizadas con ellas y no las sientan ajenas a su realidad, porque siempre han existido.

“Debe haber incidencia en la línea editorial que se aleje de la revictimización y que cuente historias optimistas que resignifiquen como concebimos a estas poblaciones poco representadas en los medios”.

El especialista consideró que es importante bajar la conversación para que no se quede en debates superficiales y llevar a la ciudadanía a la reflexión de los temas, construir audiencias reflexivas sin apostar a la polarización.

También, abordó la necesidad de buscar la manera de crear sostenibilidad a través de la diversidad, buscar la manera en que ambos (medio y audiencia) se puedan verse beneficiados del trabajo desarrollado por el medio de comunicación. Un punto importante que recalcó fue el de no encasillarse en la audiencia que busca los temas de diversidad, si no llevarlos a la audiencia tradicional que está cómoda y que no se involucra en estos temas.

“Impulsar los derechos laborales y puestos de trabajo dignificados..., si vamos a defender la diversidad por fuera también hagámoslo hacia adentro de las redacciones”.

“Tener una mirada sensible y empática que nos permita conectar con estas poblaciones -poco representadas o marginadas – sin perder la objetividad”.

Aspectos importantes a considerar al acercarse a un pueblo indígena

- Valentía, pero sobre todo, ser buenos seres humanos. No ver a las comunidades como mercancía.
- Aprender la lengua.
- Nutrirse de la comunidad para conocer quiénes son.
- Acercarse con los líderes comunitarios y que realmente den un acompañamiento, para que le den confianza a la persona que te va a dar la entrevista.
- La comunidad tiene el derecho de conocer qué busca el periodista en su comunidad, ser claros. Tener buena escucha, tomarse el tiempo de escuchar y de adquirir el conocimiento.
- Respetar las reglas y las cosmovisiones, no juzgar ni ser prejuicioso.
- Pedir permiso para tomar fotografías porque puede ser una ofensa.
- Hablar con claridad sobre qué se va a publicar. Informar cuando se publique.
- Tomar ritualidades que se manejan (plantas, partería, danzas, etc).
- No olvidar cómo se escribe en su lengua, de ser posible incluir la traducción.
- No sectorizar. No son un apartado, son todo México, existe la pluralidad.
- El periodista debe mostrar la historia (sin juicio) y la sociedad es la que debe de ser crítica de acuerdo a la información.

David Adrián García

Comenzó su charla hablando sobre la curiosidad y sobre qué debemos cuestionarnos cuando queremos abordar un tema; cómo afecta este tema a las personas de la comunidad LGBT; cómo afecta a las mujeres; etc. Mencionó durante su intervención que los temas LGBT encajan en temas generales y debemos incluirlos, como en temas sobre la violencia, corrupción, afectaciones por COVID 19, impunidad, entre otros.

También mencionó que debemos cuestionarnos sobre cuáles otros factores sociales afectan a la historia que queremos contar. Las personas LGBT no son unidimensionales, no son solo una identidad o una orientación sexual, entonces, “debemos de contar la historia con los matices pertinentes”, aclaró. Otro punto relevante es la búsqueda de asesoramiento con activistas o personas que ya hayan tocado este tema para tener una visión más amplia.

Por último, invitó a escuchar sin prejuicios y a no buscar que la historia se ajuste a lo que tenemos en mente, sino

escuchar -a las personas LGBT- sobre qué quieren hablar y estar abiertos al diálogo.

“Los temas LGBT pueden encajar en temas más generales, como la corrupción, la violencia, afectaciones por COVID 19, por ejemplo el podcast Impunilandia”. “Escuchar a las voces que no se quieren escuchar. Hay que buscar el enfoque que a lo mejor no se te había ocurrido”.

Foto: SUV



Foto: SUV

Características del periodista

- **Curiosidad.**
¿Cómo afecta este tema a las personas que son minorías?
- **Empatía y respeto.**
Tratar las historias con cuidado y respeto.
- **Creatividad.**
Las historias LGBT pueden encajar en otros temas generales: corrupción, impunidad, etc.
- **Pasar el micrófono.**
Dar voz a quien no la tiene, escuchar voces que no solemos escuchar.
- **Interseccionalidad.**
Las personas LGBT no son unidimensionales, no solo son su identidad, su expresión de género u orientación sexual. ¿Cómo se nombra? Para contarla de la mejor manera.
- **Buscar alianzas.**
Buscar activistas o colegas que hayan tratado el tema para asesorarse.

Tema 4

A 20 años de la Ley Federal de Transparencia: Innovaciones y cambios en el periodismo y el acceso a la información



Daniela Guazo

Especialista en periodismo de datos desde el 2010, coordinadora de la unidad de datos e investigaciones del periódico *El Universal*. Ganadora del Premio SIP en la categoría Periodismo de datos, por el reportaje multirregional, Las pensiones en Latinoamérica. Editora del *Border Center for Journalist and Bloggers*.



Foto: SUV

Luis Herrera

Periodista de *Reporte Índigo*. Especialista en acceso a la información. Ganador del premio de periodismo investigativo y acceso a la información 2013 por el reportaje: *El abuso sexual en las aulas de Jalisco*.



Foto: SUV

“Hemos retrocedido en cuanto al acceso a la información, en la actualidad las autoridades nos ponen muchas más trabas para poder conseguir la información que buscamos”.

Con esta frase, Daniela Guazo, coordinadora de la Unidad de Datos e Investigaciones del periódico *El Universal* y editora de *Border Center*, realizó un llamado a las y los reporteros presentes en el Seminario Internacional de Periodismo de Investigación, para que no permitan un retroceso en lo que durante estos 20 años se ha ganado en materia de transparencia y acceso a la información, ya que estos mecanismos han venido a fortalecer al periodismo de investigación.

En este panel inaugural del Seminario, los participantes, moderados por uno de los profesores de la Maestría en Periodismo Digital de la Universidad de Guadalajara, compartieron experiencias y consejos para sacarle el mayor provecho a la Plataforma Nacional de Transparencia (PNT). “Las páginas de transparencia se han vuelto herramientas primordiales en nuestro trabajo y de cierta manera nos obliga a ser partícipes de la fiscalización de los gobiernos, de los funcionarios públicos”, comentó la panelista, Daniela Guazo.

“Antes, los periodistas especializados en transparencia eran escasos. Hoy, todos los reporteros deben saber y conocer de esta materia, porque absolutamente en todos lados hay datos”.

Resaltó la necesidad de que los periodistas se involucren más en esta vertiente del periodismo, y consideró que cualquier reportero de la época debe de saber utilizar los mecanismos de consulta y solicitud. También, afirmó que la transparencia ha profesionalizado al periodista en México.

“Siempre descarguen los documentos que consulten y encuentren, porque lo pueden borrar en cualquier momento. Generen su propio archivo”.

“En todos lados hay datos, no dejemos perder lo que hemos avanzado en 20 años, ha sido muy difícil llegar hasta donde estamos. Necesitamos ser más activos en la parte de fiscalización, volvemos partícipes totalmente activos y no dependientes de lo que el organismo, o de lo que los funcionarios me quieran decir”.

Los cinco tips de Daniela Guazo para usar la transparencia en el periodismo

1. Hay que volverse muy metódicos en sus peticiones y dedicar un día de la semana a presentar solicitudes de transparencia.

2. Cuando hagas una solicitud de transparencia, rebota las preguntas con compañeros o expertos para enriquecerlas.

3. Especificar el tipo de datos que van a pedir.

Entre más detallado seas en la petición, mejor respuesta podrás tener, por ejemplo, debes especificar el formato que desean y el lapso de tiempo que te interesa conocer.

4. Si ya estás en el seguimiento de un tema, mantenlo a la mano y no lo sueltes. Tienes que estar atento a las respuestas en la PNT, para que no se

pasen los términos y puedas presentar un recurso en caso de que te nieguen la información o la entreguen incompleta.

5. Generar un Master File que se compone de la siguiente manera: fecha de solicitud, a quién se le hizo, qué se le pidió, cuál es nuestra fecha de deadline y qué información dieron.

Los periodistas hemos aprendido de forma autodidacta la transparencia

“Prueba y error”. Ese es el mantra del periodista Luis Herrera, especialista en la utilización de la PNT e integrante de Reporte Índigo. “Y lo dijo así, porque es una realidad que en estas dos décadas los periodistas han tenido que aprender por sí mismos, en ocasiones sin ninguna noción jurídica, a utilizar las herramientas de la transparencia “para intentar abrir los herméticos cofres del poder”.

Herrera compartió algunos consejos de su metodología de trabajo e hizo una invitación, tanto a periodistas como a miembros de la sociedad civil organizada, a que se familiaricen con la PNT, a que soliciten la mayor cantidad de información que les sea posible y a recordar, por sobre todo, que todo se rige por el principio de prueba y error.

“En este momento, cualquier reportero o reportera de cualquier lugar del país, no tiene pretexto para no citar fuentes federales o hacer comparativas con otros estados y claro que todo esto viene a enriquecer el trabajo periodístico”.

También advirtió, que, al hacer una solicitud de cualquier tipo de información en la plataforma, se debe de tener consciencia de que esta se divide en dos partes obligadas: la primera es al hacer la solicitud formal, y la segunda es al aplicar los recursos para reforzar o ampliar la información que se proporciona.

●

“Los periódicos se han vuelto asesinos de la sorpresa, es rarísimo encontrar notas que nos asombren. La transparencia aporta ese factor de develación”.

Apuntó que en Jalisco solo se recurre el 3% y en el INAI solo 5%: “Sale muy barato para las dependencias responder mal, al aventón o con archivos inútiles”.Coincidió con que aún existen resistencias por parte de los sujetos obligados, quienes recurren a distintas argucias para evitar entregar la información y alentar la opacidad.

Consejos utiles

- Utiliza los mecanismos de transparencia, saca el mayor provecho de la PNT.
- Dedicar 30 minutos al día para enviar solicitudes de información.
- Diversifica los temas de solicitudes.
- Leer periódicos para que puedas sacar temas nuevos respecto a lo que ellos han publicado.
- La transparencia aporta valor agregado y calidad sostenida a tus notas y reportajes.
- Luis Herrera consideró que la dinámica del reportero a veces tiene tiempos muertos: "Por eso recomiendo destinar 30 minutos al día para presentar solicitudes de transparencia, y si no al menos cada dos días".

El profesor de la Universidad de Guadalajara y moderador del panel, el periodista Julio Ríos, cerró con uno de los consejos que se pueden aplicar a este y otros temas para la vida activa de un periodista: "Arma tu propia base de datos, tu propio archivo. De esa forma contarás siempre con información inédita que te ayudará para reaccionar a temas de coyuntura que surgen y a los que puedes ir agregando datos".



Foto: SUV

Las cinco argucias que usan los sujetos obligados para alentar la opacidad

1. Cobros excesivos por copias de documentos solicitados.
2. Entregas de documentos en desorden.
3. Entrega de copias borrosas o PDF's escaneados y no editables.
4. Testar datos que no deberían testarse, por ejemplo, cifras financieras.
5. No responder con la esperanza de que el solicitante no recurra o ir por el sobreseimiento.

Comité organizador y colaboradores:

Directorio

Dr. Jorge Alberto Balpuesta Pérez
Rector interino del Sistema de Universidad Virtual

Mtra. María del Carmen Valenzuela Gómez
Directora académica

Mtra. María del Consuelo Delgado González
Directora administrativa

Comité organizador

Mtra. Nancy Wendy Aceves Velázquez
Coordinadora de la Licenciatura y la
Maestría en Periodismo Digital
Mtra. Brenda Guadalupe Ramos Villaseñor
Jefa del Centro de Formación en
Periodismo Digital
Mtra. Mariana Alvarado del Real
Profesora de la Licenciatura y la
Maestría en Periodismo Digital
Mtro. Julio Alejandro Ríos Gutiérrez
Profesor de la Licenciatura en
Periodismo Digital

Apoyo logístico

Lic. Brenda Yahaira Pelayo Zamora

Responsable de la Unidad de Comunicación y Difusión

Lic. Elvia Karina Alatorre Oliva

Apoyo técnico y transmisión en vivo:

Mtro. Alfredo González García
Lic. Daniel Ibarra López

Panelistas:

Luis Herrera, periodista de Reporte Índigo, especializado en herramientas de transparencia y acceso a la información.
Daniela Guazo, coordinadora de la unidad de datos de *El Universal* y editora del *Border Center for Journalist and Bloggers*.
Aldo Castillo, director de *Escenario Tlaxcala*.
Diana Manzo, periodista zapoteca y colaboradora del *Istmo Press*, agencia de noticias.
David Adrián García, director editorial de *Altavoz LGBT*.
Andrés A. Solís, periodista e instructor en Periodismo Seguro.
Aldara Martitegui, cofundadora de *The Self-Investigation*.
Iván Carrillo, periodista, editor y conductor de TV enfocado en la cobertura de temas científicos y ambientales.
Natalia Luján, editora de Comunidades y productora en *Esto No Es Radio*.

Creadores de este documento

Coordinación general:
Mtra. Nancy Wendy Aceves Velázquez

Redactores:

Mtro. Julio Alejandro Ríos Gutiérrez
Lic. Rogelio Samuel Amador Negrete
Mtra. Brenda Guadalupe Ramos Villaseñor
Lic. Víctor Francisco Rivera Saldaña
Mtra. Mariana Alvarado del Real
Lic. Melanie Cecilia Sosa Saucedo

Corrección de estilo:

Mtro. José Ramón Águila Cano

Diseño gráfico y diagramación:

Lic. Germán González Oliver

II Seminario Internacional de Periodismo de Investigación

Maestría en Periodismo Digital de la Universidad de Guadalajara

