



CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
CENTRO DE ALTOS
ESTUDOS UNIVERSITÁRIOS



Agencia Española
de Cooperación
Internacional
para el Desarrollo

Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

EL “BOOM” DIGITAL DE LATINOAMÉRICA



REFERENCIA: **6MMG171**

La sociedad digital



sociedad

Nougayrède,
primera directora
de 'Le Monde'

El 'boom' digital de Latinoamérica

Numerosas webs informativas impulsadas por las redes sociales agitan el periodismo en una zona con escaso acceso a Internet

JUAN DIEGO QUESADA

En los congresos de periodistas latinoamericanos se habla mucho de literatura, política, crimen organizado y hasta de ron y cumbia, llegada cierta hora. A esos temas se han añadido últimamente un par más: Google Analytics y Twitter. Y es que el nuevo boom latinoamericano es sin dudas digital. Una veintena de páginas web repartidas por todo el continente está haciendo periodismo con estándares muy altos de calidad, en operaciones que combinan la experiencia de profesionales procedentes de los medios tradicionales y la nueva savia de jóvenes nativos digitales. Juntos fiscalizan a los gobiernos y documentan la historia del narcotráfico en una zona donde ejercer esta profesión resulta a menudo una tarea de alto riesgo.

"Desde México hasta la Patagonia hay montones de ejemplos. Se nutren sobre todo de investigaciones, algo que en estos países era poco común", señala Rosental Alves, el director del Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Tejas. Estos medios en línea son, para Rosental, la prueba de que también es posible hacer un excelente trabajo periodístico con una redacción pequeña y relativamente barata. "Se está gestando algo", responde el profesor cuando se le pregunta si existe un boom periodístico en la región.

Plaza Pública, de Guatemala, forma parte de este movimiento. A sus fundadores les gusta decir que hacen *slow journalism* (periodismo reposado): llegan tarde al escenario de la noticia, casi siempre cuando los periodistas de otros medios se han ido, e intentan reconstruir el rompecabezas de lo ocurrido. El proyecto nació financiado en dos terceras partes por la Universidad jesuita Rafael Landívar. Su vocación fue desde el principio la de contar las entretelas del poder. Comenzaron cuatro periodistas y ahora mismo integran la plantilla 15 personas. Entre ellas, un ingeniero informático que baja y clasifica información pública con ayuda de robots y un antropólogo con experiencia en estadística para hacer análisis.

"Al nacer pensábamos que podríamos ser un complemento para los medios tradicionales, no la competencia", cuenta Martín Rodríguez Pellecer, el director. La página web logró un acuerdo con Wikileaks para obtener los docu-

mentos secretos sobre su país revelados por Julian Assange y de ese material se ayudaron para escribir los perfiles de los candidatos a las últimas elecciones en el país. En otra investigación denunciaron que la industria del azúcar, el sector más poderoso de Guatemala, empleaba a niños. Plaza Pública tiene unas 90.000 visitas al mes de 50.000 usuarios únicos, una cifra que no resulta despreciable si tenemos en cuenta que en este país apenas hay tres millones de personas con acceso a Internet, una de cada tres.

Una polémica vivida hace pocas semanas refleja bien sus intentos por fomentar la transparencia, empezando por ellos mismos. El director decidió retirar una columna de opinión y cerró el blog a dos colaboradores por criticar al todavía papa Benedic-

"Los políticos nos tratan con desdén", afirma el director de Animal Político

Desde México hasta Patagonia abundan los nuevos medios de investigación

to XVI. Los columnistas habituales de la web firmaron una carta en la que consideraban el hecho como un acto de censura. El director replicó que era una frontera editorial que habían acordado no traspasar por su vinculación con la universidad. "Para explicarlo mejor quedamos en un café. Nos agarramos a tomatazos, pero fue un debate de altura. Resultó una experiencia fascinante de rendición de cuentas a los lectores y a los columnistas", recuerda Rodríguez Pellecer.

El director de Plaza Pública defiende que lo mejor de la región se está haciendo en la Red: "Hay un boom de la web latinoamericana. El mejor periodismo se está haciendo online", sostiene.

Hay opiniones que, como mínimo, matizan esta frase tan rotunda. Los medios tradicionales también se han subido al tren de Internet con determinación y se enfrentan a los mismos problemas de seguridad por andar husmeando en temas espinosos. Salvador Frausto, editor general de

la revista *Domingo* del periódico mexicano *El Universal*, también opina que existe un boom periodístico en la región, pero considera que no es exclusivo de los medios nativos digitales. Más bien cree que es culpa de García Márquez. "Los que hacemos periodismo narrativo e investigación hemos pasado por cursos o talleres de su fundación. Descubrimos ahí que la crónica es el modelo más acertado para retratar la realidad. Después se puede hablar de formatos, pero el esfuerzo y las ganas de unos y otros son similares", dice Frausto.

Lo que llama la atención es el gran protagonismo que han adquirido los medios online en tan poco tiempo. El fenómeno se ha visto potenciado por el consumo masivo de las redes sociales por parte de los más jóvenes, a pesar del escaso desarrollo de las telecomunicaciones en algunas partes del continente. Esa constante interconectividad permite a las webs mantener un diálogo abierto y constante con sus lectores. "Prueba a enviar un tuit a los grandes medios. No te van a contestar. No hay nadie al otro lado", reta Daniel Moreno, director del portal mexicano Animal Político.

Ramón Alberto Garza, fundador de Reporte Índigo, estaba claramente dispuesto al diálogo. Armin Barrios, miembro de la cátedra de Información y el Conocimiento del Tecnológico de Monterrey, cree que el de Garza es un caso paradigmático. "Se desligó de dos gigantes como Televisa y Reforma y fundó su propia revista digital, lo que atrajo la atención de inversores. Otros siguieron su ejemplo", escribe vía email.

Garza puso en marcha en 2006 una redacción centrada en la investigación y en seguir una agenda propia. "A eso sumamos otra forma de producir información añadiendo lo multimedia. El video, las imágenes y el hecho de estar en contacto con la gente por redes sociales nos enriqueció mucho", cuenta. En 2007, el portal ganó el International Summit Award 2007, un premio otorgado por Naciones Unidas a la mejor experiencia web.

Reporte Índigo ha seguido el camino inverso a muchos otros medios. Surgió en Internet, pero hace 10 meses lanzó la edición impresa. ¿No convierte eso a Garza en un kamikaze? "No", contesta, "pensábamos que la conexión a redes iba a ser mejor para estas fechas, pero no es así. No quere-

mos marginar a buena parte de la población mexicana". Otro ejemplo es Animal Político. La redacción, en el barrio de La Condesa del DF, está decorada por hombres de traje con cabezas de animal. Cuenta con 17 trabajadores y 1,7 millones de visitantes únicos al mes, según Daniel Moreno, que cree que el interés de los jóvenes por la información es uno de los factores clave para explicar el fenómeno, pero no el único. La agenda de la sociedad civil y la de los propios jóvenes marcan la pauta del portal.

"Los medios tradicionales, por lo menos en México, generan información sobre la clase política y para la clase política (...) hay poca cobertura de los temas ciudadanos, de la sociedad civil, que son los temas que más consumen los jóvenes", explica. Las no-

Plaza Pública se especializó en lo que llama 'periodismo reposado'

"No son medios de masas, sino una masa de medios", apunta Rosental

ticias más leídas en su portal en 2012 tienen que ver con Yo Soy 132, un movimiento en México que reivindica la limpieza de las instituciones.

¿Cuál es la relación de los medios digitales con el poder? "Nos tratan con desdén. A la clase política los medios digitales no le parecen importantes porque estos hablan con los jóvenes y es un público que no conocen. Son mundos diferentes", agrega.

El de los jóvenes transita por Twitter y Facebook. Latinoamérica es la región más involucrada en redes sociales a nivel global, según un estudio de junio de 2012 elaborado por la firma comScore. Solo en abril de ese año, 175 millones de latinos mayores de 15 años visitaron al menos una red social. En México, donde hay otras webs interesantes como Sin Embargo o Río Doce de Sinaloa, varias asociaciones civiles están recaudando firmas para sacar adelante la primera iniciativa ciudadana en la historia del país, Libre Internet para Todos. Con ese plan se espe-





cultura

Yo La Tengo publica un álbum sobre la muerte



cultura

Carlos Marzal: "Mis aforismos son filosofía"



deportes

Marcelo se rebela a base de volteretas



Mosaico de portadas de algunos de los medios digitales surgidos en Latinoamérica.

ra que el 90% de la población tenga una conexión de cinco megas de velocidad en cuatro años. Visto así, en el futuro habrá más lectores para estos medios.

Rosental resta importancia a la brecha digital que sufre la región y no cree que sea un factor decisivo. "La gente olvida que esa brecha siempre existió. La circulación de periódicos en estos países es pequeña. Todos los diarios de un mismo país latinoamericano no suman lo que uno metropolitano en Estados Unidos. Estos no son medios de masas. Ahora estamos más allá, estamos frente a una masa de medios", reflexiona.

Hasta Gabriel García Márquez parece que ha dicho algo al respecto. En una reunión de la Fundación Nuevo Periodismo Latinoamericano (FNPI) dio su visión sobre la llegada del periodismo digital: "Lo que sucede es que el mundo se le escapó al periodismo y ahora este debe reinventar el mundo".

La cita la concede Jaime Abello Banfi, director de la FNPI. "Estamos en una mudanza del papel a la web y se están haciendo cosas muy interesantes, grandes cronistas escriben en medios online", señala. Abello encuentra especialmente interesantes los medios nativos digitales que nacen de manera independiente. Su preocupación es que no logren autofinanciarse. La mayoría arrastra problemas financieros. El 57%, según un estudio de la FNPI elaborado por Ángel Alayón, genera pérdidas. Solo el 18,5% declaró generar ingresos mayores a sus costos.

Más allá del dinero, han ido poco a poco obteniendo reconocimiento internacional y la prensa extranjera ha comenzado a utilizarlos como una fuente fiable. Will Grant, periodista de la oficina de la BBC en México, dice que "muchos sitios web pequeños e independientes y algunos blogs están demostrando ser un recurso importante de información". El corresponsal cita a El Faro, de El Salvador.

Quizá este sea el medio más prestigioso de esta nueva oleada, aunque suena extraño decir eso cuando ellos ya llevan 15 años en línea. Formado por una plantilla de 22 personas, no comenzó en Internet por un ataque de innovación, sino porque no había presupuesto para más. Años después sigue sin lograr beneficios. Combaten los números rojos con fondos de cooperación y trabajan en una estrategia tecnológica que por fin les haga rentables.

Por la redacción de El Faro, que ganó el Premio Ortega y Gasset de Periodismo otorgado por EL PAÍS, han pasado periodistas de la talla de John Lee Anderson o Alma Guillermoprieto. Sus periodistas ejercen la profesión en un entorno marcado por la violen-

cia y la impunidad. "No es fácil trabajar en este tipo de países donde la democracia está en desarrollo. Las instituciones son débiles, pero asumimos que este trabajo tiene riesgos. Nos llegan amenazas y mensajes de incomodidad. Somos incisivos y por tanto no caemos bien a ninguno de los Gobiernos con los que hemos ejercido", sostiene Carlos Dada, el director de la publicación galardonada en 2011 con el María Moors Cabot, el prestigioso galardón de la Universidad de Columbia, y el Anna Politkovskaya por su labor de investigación.

Dada no comparte el entusiasmo por el boom del periodismo vía web. "Internet nos ha servido para estar en contacto con otros periodistas, para leer sus reportajes, aprender, pero no creo que El Faro tenga más o menos credibilidad por estar online".

Los reporteros de Confidencial, un portal de Nicaragua dirigido por Carlos Fernando Chamorro, se enfrentan a problemas parecidos en cuanto a seguridad. "La principal amenaza es el Gobierno y la clase política, a la que no le gusta que la estén investigando", razona Carlos Salinas, periodista del medio y colaborador de EL PAÍS. Se tienen que abrir paso en un país de 5,6 millones de personas en el que apenas hay 600.000 conectados a Internet. Reciben 4.000 visitas diarias. "Lo que hacen tiene mucho mérito y

García Márquez: "El mundo se le escapó al periodismo y hay que reinventarlo"

Carlos Dada (El Faro): "No hay más credibilidad por estar 'online'"

mucha repercusión", les concede Rosental.

En los últimos tiempos, estos sitios comparten contenidos. Establecen alianzas. Coordinados por Insight Crime, Animal Político, El Faro, Plaza Pública y Verdad Abierta, de Colombia, realizaron investigaciones sobre las formas de esclavitud en América Latina que está propiciando el narcotráfico, desde niños hasta todo tipo de profesionales que se están viendo obligados a trabajar a la fuerza para el crimen organizado.

Este fenómeno periodístico no solo florece en el norte y en el centro del continente. También se dan casos en Perú (Idl reporteros), Chile (Ciperchile), Argentina (Puercoespín, Chequeando), Brasil (Apublica) o Colombia (La Silla Vacía), por citar algunos. Exista boom o no, lo cierto es que un batallón de periodistas latinoamericanos huyen del oficialismo, pisan el terreno, investigan, cotejan y denuncian la corrupción y la delincuencia. En resumidas cuentas, hacen periodismo.



Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

Ficha de catalogación

Título:	El “boom” digital de Latinoamérica	
Autor:	Juan Diego Quesada	
Fuente:	<i>El País</i> (España)	
Resumen:	¿Tiene futuro el periodismo de investigación? ¿Pueden aparecer nuevos medios independientes que aporten información veraz y miradas críticas sobre los poderes establecidos? En Latinoamérica parece que sí. Igual que hace unas décadas se hablaba del “boom” literario latinoamericano, ahora puede estar surgiendo un verdadero “boom” periodístico. Las redes sociales y las posibilidades que ofrecen los medios digitales ofrecen el hábitat propicio para este nuevo periodismo que crece con fuerza en la región.	
Fecha de publicación:	02/03/13	
Formato	<input type="checkbox"/>	Noticia
	<input checked="" type="checkbox"/>	Reportaje
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input type="checkbox"/>	Artículo de opinión
Contenedor:	<input type="checkbox"/>	1. Los retos de la salud y la alimentación
	<input type="checkbox"/>	2. Los desafíos ambientales
	<input type="checkbox"/>	3. Las nuevas fronteras de la materia y la energía
	<input type="checkbox"/>	4. La conquista del espacio
	<input type="checkbox"/>	5. El hábitat humano
	<input checked="" type="checkbox"/>	6. La sociedad digital
	<input type="checkbox"/>	7. Otros temas de cultura científica
Referencia:	6MMG171	



Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

Propuesta didáctica
Actividades para el alumnado

1. Señala cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas y cuáles falsas teniendo en cuenta lo que se dice en el texto sobre el periodismo digital en Latinoamérica:

1. El periodismo digital latinoamericano es mayoritariamente conservador y poco crítico con el poder.	V	F
2. Algunos medios digitales centroamericanos han llegado a acuerdos con Wikileaks para acceder a documentos secretos sobre los candidatos a las elecciones.	V	F
3. Plaza Pública es el periódico digital centroamericano que tiene más visitas mensuales.	V	F
4. Plaza Pública es un periódico digital guatemalteco muy crítico con la Iglesia.	V	F
5. Las Naciones Unidas no han premiado nunca a una web mexicana.	V	F
6. Reporte Índigo y Animal político son dos medios digitales mexicanos.	V	F
7. Ningún medio periodístico nacido en el mundo digital ha abierto ediciones impresas.	V	F
8. Las webs con cuyas imágenes se ilustra el reportaje no se comentan en el texto.	V	F
9. Según García Márquez el mundo se le escapó al periodismo y ahora este debe reinventar el mundo.	V	F
10. En el texto del reportaje son citados quince medios periodísticos latinoamericanos.	V	F

2. Haz un resumen del texto para que alguien que no lo haya leído pueda saber tres cosas:

- La situación del periodismo on line en Latinoamérica.
- Las características más significativas de algunos de esos medios.
- El impacto que tienen en sus países y el reconocimiento que reciben fuera de ellos.

3. ¿Qué son los periódicos? ¿Para qué sirven? ¿Desde cuándo existen? ¿Qué relación tienen con el ejercicio de la ciudadanía democrática? Intenta responder a las anteriores preguntas en un primer momento desde tus propias opiniones y luego con información que te permita fundamentar las respuestas.

4. Selecciona cuatro o cinco de los periódicos digitales que se comentan en el reportaje y haz un seguimiento de sus contenidos durante varios días. Luego redacta un informe sobre cada uno de ellos y analiza el nivel de información que adquirirá y el criterio de análisis que irá teniendo una persona que lo lea cada día.

5. ¿Qué periódicos son accesibles en Internet en tu país? ¿Cuáles de ellos tienen características parecidas a los que se comentan en el reportaje? Elige algunos de ellos y haz un seguimiento similar al que se propone en la actividad anterior.

6. ¿Por qué se ha titulado así este reportaje? ¿Recuerda a alguna expresión similar que se haya utilizado para la literatura?

7. ¿Te gustaría ser periodista? ¿Te gustaría ser lector de un medio digital interesante y que te ayude a estar informado y a tener criterio sobre distintos temas?

8. Suponiendo que la respuesta que darían muchas personas a alguna de esas cuestiones sería positiva, piensa qué elementos (nombre, secciones, orientación, formas de difusión) debería tener un periódico digital que resultara interesante. ¿Te animas a diseñarlo? ¿y a formar un equipo de redacción para ponerlo en marcha? Quizá no sea tan difícil y pueda tener mucho impacto en tu entorno (o incluso fuera de él).

9. Sobre cada frase de la siguiente quiniela señala tu postura de acuerdo, desacuerdo o duda. Selecciona dos o tres frases de la quiniela que te parezcan destacables (estés o no de acuerdo con lo que dicen) y redacta un comentario sobre ellas.

Quiniela sobre el periodismo digital			
1. Los periódicos son cosa del pasado. Solo los leen las personas de cierta edad.	1	X	2
2. Los periódicos han existido siempre.	1	X	2
3. Los periódicos existirán siempre.	1	X	2
4. Una democracia real necesita un periodismo plural.	1	X	2
5. Una persona culta e informada lee prensa a diario.	1	X	2
6. En mi país hay periódicos de gran calidad.	1	X	2
7. Con las redes sociales los periodistas ya no son necesarios.	1	X	2
8. El periodismo de investigación debe ser profesional.	1	X	2
9. Ya no tiene sentido pagar por leer la prensa.	1	X	2
10. Me gustaría hacer periodismo de investigación.	1	X	2

1: De acuerdo; **X:** En duda; **2:** En desacuerdo



CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITÁRIOS



Agencia Española
de Cooperación
Internacional
para el Desarrollo

Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

Propuesta didáctica
Sugerencias para el profesorado

- De entre las actividades propuestas conviene elegir cuáles se adaptan mejor al grupo y a sus intereses. En todo caso, antes de proponer la realización de las actividades se recomienda una lectura atenta del texto.

- La actividad 1 facilita el análisis del contenido del texto. Su revisión permitirá aclararlo y resolver posibles dudas. La actividad 2 se centra en los contenidos de ese reportaje enfatizando algunos de sus aspectos principales. La actividad 3 propone una reflexión sobre el periodismo en la que se pueden contrastar las opiniones iniciales sobre el tema con las que podrían derivarse de un análisis más fundamentado. Las actividades 4 y 5 proponen hacer un seguimiento (y quizá adquirir ese hábito) de algunos periódicos digitales (algunos del reportaje y otros del propio país) para los efectos de esos hábitos. La actividad 6 centra la atención sobre el propio título del reportaje y su relación con una expresión similar utilizada para la literatura iberoamericana décadas atrás. La actividad 7 plantea el interés del periodismo como autor o como lector. La actividad 8 sugiere diseñar (y quizá poner en marcha) un ejemplo de periódico digital que pudiera ser de interés para los alumnos y llegara a alcanzar difusión en el entorno. Por último, la actividad 9 plantea cuestiones valorativas que pueden generar cierta controversia en relación con estos temas.

- Aunque las actividades propuestas están redactadas para ser realizadas individualmente, varias de ellas son especialmente propicias para ser desarrolladas en equipo o incluso en debate abierto con toda la clase. Es especialmente interesante, en este sentido, compartir los trabajos sobre las actividades 4, 5, 7 y 8.

- Son varias las actividades sobre las que sería interesante registrar los resultados del trabajo de los alumnos para conocer su percepción sobre el periodismo y su relevancia. Pero, más allá de ello, también puede ser interesante fomentar los hábitos lectores y quizá despertar vocaciones hacia esa actividad a partir de las actividades 4, 5 y 8. Asimismo puede ser interesante contrastar las valoraciones que se hacen en relación con la actividad 9.