

“El periodismo está siendo derrotado porque no logra transmitir el mensaje”

Por: Paula Boente. BAE Negocios. 25/11/2018

Entrevista a Nelly Luna Amancio, editora general y una de las fundadoras de Ojo Público.

Premiada por sus trabajos de investigación, la periodista Nelly Luna Amancio, editora general y una de las fundadoras del medio digital peruano sin fines de lucro Ojo Público, estuvo de visita en Argentina para participar del Festival Basado en Hechos Reales (ver aparte) y, en diálogo con **BAE Negocios**, analizó el rol del periodismo en el ecosistema digital y cómo las burbujas de prejuicios nos están separando. En épocas de desconcierto electoral con los triunfos de Trump y Bolsonaro, la profesional que integró el grupo de 300 reporteros que trabajaron en los [Panamá Papers](#), asegura que estamos escribiendo sólo para una élite.

—¿Cómo cambió la forma de contar una historia?

—El ecosistema digital le da una oportunidad, sobre todo al periodismo de investigación, de experimentar con nuevas herramientas sensoriales en una misma plataforma. Brinda la posibilidad no solo de encontrar texto sino también audios, voces, sonidos, que permitan enganchar y conmover de una manera distinta a la audiencia. Además, es posible medir, contabilizar y entender los hábitos de tus lectores: en qué momento leen, en qué momento se conectan, cuanto tiempo se enganchan con una historia. A partir de esas mediciones conocer los formatos que funcionan mejor y al final contar mejor las historias

—¿Es más una conversación?

—Sí, pero sin sacrificar el compromiso. Internet nos permite renovar el compromiso con los lectores de una manera más honesta y abierta porque hay un feedback permanente. Podemos hablar ahora de relatos compartidos: la audiencia enganchándose y comentando más allá de las simples ofensas. Porque lo que también vemos ahora es que el ecosistema digital, a través de las redes sociales sobre todo, priorizan mucho los algoritmos al momento de distribuir contenidos.

Estos algoritmos están haciendo que los medios y los reporteros se encierren en burbujas muy severas que hacen creer que casi todos piensan como nosotros o que tenemos la razón. Esto nos divide mucho y nos aleja de las audiencias.

—¿Qué impacto tiene el algoritmo en las democracias?

—Hay varios estudios que alertan sobre las amenazas que tienen estos algoritmos no sólo para los sistemas democráticos sino también para las relaciones interpersonales porque al encerrarnos en estas burbujas de prejuicios terminan alimentando nuestras propias convicciones pero alejándonos del resto. Lo que ocurrió en Brasil y en Estados Unidos con el triunfo de Trump nos permite entender también que el periodismo está siendo derrotado porque no logra transmitir el mensaje. A pesar de que la mayor parte de los medios denunciaron presuntos actos de corrupción y el discurso de odio que estos candidatos tenían, aún así ganaron. No toda la responsabilidad es del periodismo pero la derrota es del periodismo porque estos mensajes no están llegando de una manera eficaz a los ciudadanos.

—¿Qué es lo que está fallando?

—Ya no alcanza sólo con reportar los hechos, es necesario que el periodismo empiece también a entender a las audiencias. Estamos acostumbrados a generar contenidos sin entender cómo están pensando las audiencias o si tienen otras prioridades. En Brasil hay mucha gente pobre, como en toda América latina, que sobrevive pensando en su semana. Al otro extremo tenés un discurso en los medios tratando de impulsar otro tipo de derechos que sean más equilibrados y justos para todos. Sin embargo, los derechos de estas comunidades más pobres no se están cumpliendo. Es muy difícil que una persona que no tiene acceso a agua potable pueda al mismo tiempo pensar en el derecho de terceros. Hay que empezar a construir narrativas y relatos que vuelvan a recomponer esta confianza de la gente hacia los medios y que sientan que contamos sus historias.

—¿Crees que el periodismo está dejando de ser creíble en épocas de fake news?

—Estamos haciendo noticias para élites intelectuales que piensan como nosotros y eso es cada vez más sensible, más problemático y más evidente, después de lo que ocurrió en Estados Unidos y Brasil. Los periodistas debemos entender que somos una comunidad privilegiada y tratar de despercudirnos de esos privilegios al momento de contar historias. Durante muchos años todos hemos estado buscando

grandes historias, grandes investigaciones y eso está bien, pero también hay que buscar historias cotidianas que resuelvan la vida de estas comunidades que se sienten defraudadas, que no se sienten representadas. Volver a la cotidianidad de los temas, al periodismo local, regional. Creo que podría ser un buen inicio para renovar la confianza con los lectores.

—Viviste la experiencia de los [Panamá Papers](#), ¿creés que el periodismo colaborativo es el futuro?

—Sí, no hay manera de hacer periodismo de calidad hoy en día si no es de manera colaborativa. Eso implica no sólo colaborar entre medios sino también colaborar con otras unidades de la sociedad civil. Por ejemplo, empezar a formar grupos de investigación entre periodistas y académicos. Universidades públicas o privadas que estén interesadas en determinados temas. Eso reivindicaría también el rol de generación de conocimiento por parte de los periodistas.

—¿Qué fue lo más interesante de esa investigación?

—Creo que el mensaje que dejan los [Panamá Papers](#) en perspectiva es que el sistema off shore es un sistema que está siendo utilizado para generar desigualdad en el mundo. Lo usan narcotraficantes, evasores de impuestos, pero también se usa para eludir legalmente el pago de millones de dólares en impuestos por parte de personas que podrían pagar. Es una denuncia global a un sistema que si bien no es completamente ilegal sí es completamente injusto.

—¿Las consecuencias de ese trabajo fueron las que esperabas?

—Esto es apenas el inicio de un tema que va a tener mucho más debate. El año pasado se publicaron los Paradise Papers, una filtración más grande y de firmas más grandes. Hay que permanecer en el tema de manera más permanente para que no salga de la agenda pública. Las filtraciones de información confidencial apenas empezaron. Hay gente dentro del sistema financiero y bancario internacional que está indignada con lo que está ocurriendo. Se debería garantizar la seguridad de las personas que quieren filtrar información.

—¿Cómo pueden financiarse este tipo de trabajos de investigación?

—Este tipo de periodismo encuentra un futuro en su propia comunidad. De hecho, muchos de los medios independientes trabajamos con donaciones. En nuestro caso, en un 90% dependemos de donantes internacionales y 10% de ingresos propios. El

modelo publicitario no está funcionando.

—Trabajan con ingenieros y matemáticos, ¿Big data se transforma en un terreno para el periodismo?

—Sí, desde que empezamos en 2014 contamos historias en varios planos simultáneos: en formato relato para una audiencia que lee texto, construimos aplicaciones para una audiencia más activista a la que le interesa la interactividad y experimentamos con narrativas en comic y otros formatos más lúdicos. Hemos hecho, por ejemplo, calculadoras que comparan tus ingresos con las de los grupos multimillonarios en cada país o un menú de degustación de la corrupción donde cada plato tiene una receta de la corrupción para cinco países de América Latina.

—¿Qué percepción tenés del periodismo en Argentina?

—Mi impresión es que en toda América Latina los periodistas estamos muy polarizados. No podemos controlar nuestras pasiones. Discrepo mucho de las actitudes beligerantes en las redes. Entiendo que a veces la indignación nos gane pero deberíamos tener más cuidado cuando hacemos esos comentarios en redes sociales. Entorpece la credibilidad.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: BAE Negocios

Fecha de creación

2018/11/25