



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

CONTENIDO PARA PERIODISTAS



LA IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN CON DATOS

MILAGROS SALAZAR

Esta publicación es posible gracias al generoso apoyo del Pueblo de los Estados Unidos de América a través de USAID. Su contenido es responsabilidad exclusiva de los autores y no refleja necesariamente los puntos de vista de USAID o del Gobierno de los Estados Unidos.

Milagros Salazar, periodista de investigación y directora de convoca.pe, recomienda cómo aprovechar el periodismo de datos para lograr reportajes de alto impacto. Milagros es especialista en el análisis de bases de datos y miembro del Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ, por sus siglas en inglés). En 2019, la investigación que dirigió como parte del proyecto transfronterizo División de Sobornos, coordinado por el ICIJ, obtuvo el Gran Premio Nacional de Periodismo 2019 (El caso gasoducto y las planillas secretas de Odebrecht).

- **Videotip: 3 tips para lograr un mayor impacto y alcance en nuestros reportajes**

1. Los periodistas deben de estar conscientes de que el impacto está relacionado a la revelación y contundencia de la información que se pone al servicio del ciudadano. Tener un trabajo metodológico y riguroso, garantizará un impacto público en el reportaje que se quiere realizar.
2. Se debe de tener una reportería e investigación acuciosa que vaya de la mano con la tecnología, como es el uso de bases de datos.
3. Se debe pensar en generar alianzas y producir un trabajo colaborativo en varios niveles. Y no solo para producir reportajes de impacto nacional, también se pueden hacer alianzas con medios de otros países para realizar investigaciones transfronterizas, lo que puede ser muy útil para abordar reportajes sobre delitos ambientales en que hay que rastrear información más allá del territorio en el que nos encontramos.

- **Videotip: 3 tips para utilizar la tecnología y redes sociales en el periodismo**

1. Recurrir al de uso de base datos y programas informáticos para acceder, detectar y analizar información relevante en poco tiempo que esté dentro de múltiples archivos que, de otro modo, sería muy complejo de procesar. Un ejemplo de esto es el caso de los “Panamá papers”,

en el que habían más de 11 millones de archivos y, de la mano de la tecnología, se pudo organizar toda esa información en plataformas.

2. Para innovar en las narrativas periodísticas es importante tener un sitio web que albergue contenido digital y permita explorar diferentes formas de contar una historia. Hacer uso de videos, comics interactivos y formatos sonoros son algunos de los tantos recursos que puede usar el periodismo.
3. Proteger la información es otra de las tantas funciones que se le da a la tecnología, ya sea para encriptar correos o proteger fuentes y demás datos que no se pueden compartir.

- **Videotip: Recomendaciones a la hora de compartir/difundir nuestros reportajes**

1. Los periodistas deben tener conciencia de que no solo son generadores de contenido desde una mirada tradicional. El periodista también se convierte en difusor y promotor de su contenido, los ciudadanos quieren saber quién realizó ese reportaje y valoran cómo le cuentan la historia.
2. Es importante entender que los periodistas tienen un deber de explicar lo que han difundido de manera de cualquier ciudadano de a pie pueda entenderlo.
3. Dar el contexto suficiente de la historia que se comparte es muy necesario.

- **Videotip: 3 principales errores que se cometen cuando queremos lograr mayor alcance**

1. Inflar la información por generar interés o visitas. Se exageran titulares y al ver el contenido, este es completamente diferente. Se olvida que titular es la promesa y cuando este no coincide con el contenido de la nota, se rompe la promesa con el lector o la audiencia.
2. Hacer cosas porque están en tendencia. Para subirse a la ola de una tendencia,

hay que entender que se debe tener un enfoque diferente, buscar una mirada y ángulo propio, para ofrecer lo que otros no ofrecen.

3. Asumir que la gente no lee o no quiere informarse. Se debe trabajar pensando que el ciudadano lea o vea lo que se produzca de principio a fin, tener esa intención desde la producción de la pieza periodística, para hacerlo bien. La excelente sí logra alcance.