

Los emergentes nativos digitales en América Latina: control al poder, verificación, derechos humanos y diversificación del negocio

El gran dilema al que se enfrentan la mayor parte de los medios nativos digitales es cómo afrontar el **proceso de diversificación** de sus áreas de ingresos, fortaleciendo su modelo de negocio para que esté lo suficientemente asentado, con pilares fuertes y sólidos como para que el proyecto no dependa únicamente de la **vía publicitaria**. Los emergentes casos de nativos en América Latina demuestran esta tendencia, a la vez que consolidan la apuesta por temáticas de **compromiso social**, de **verificación** y **control** del poder y de llegar a **comunidades menos accesibles** y más desfavorecidas.

JOSÉ ANTONIO GONZÁLEZ ALBA

La búsqueda de independencia editorial para hacer sostenibles los proyectos de medios latinoamericanos, haciendo a la vez un periodismo veraz y de servicio público para su comunidad, es lo que ha motivado a muchos periodistas a trabajar en defensa del derecho a la información en esta región. Así, fueron surgiendo emprendimientos periodísticos que se enfrentan a múltiples retos políticos, tecnológicos y comerciales y afrontan procesos de experimentación, desde los

que el éxito en la diversificación del modelo de negocio les permita seguir adelante con sus proyectos y llegar de manera eficaz a sus audiencias.

La importancia de fomentar nuevas vías de ingresos en los modelos de negocio periodísticos se pueden resumir de la siguiente manera: con fuentes de financiación descompensadas se reducen los márgenes de libertad en los medios.

En cuanto a la temática editorial de la gran mayoría de ellos, suele tener si-

José Antonio González Alba es periodista y embajador de Sembramedia en España (jagonzalezalba@gmail.com)

milares características: apuestas por el control al poder, la denuncia social, la rendición de cuentas, la verificación de los hechos, los derechos humanos, la diversidad, la perspectiva de género o el medioambiente.

Referentes nativos en Latinoamérica

Tal y como reza el refrán, no están todos los que son, porque el espacio permitido impide citar a todos los que debieran figurar, pero sí que son todos los que están. Esta es una rápida radiografía a algunos de los medios nativos digitales en América Latina que más están destacando en los últimos años y que son ya referencia para sus comunidades.

En Argentina, **Chequeado** es el principal proyecto de la Fundación La Voz Pública. Se trata de un medio sin fines de lucro que se dedica a la verificación del discurso público, la lucha contra la desinformación, la promoción del acceso a la información y la apertura de datos. En línea desde octubre de 2010, es el primer sitio de América Latina dedicado a la verificación y se encuentra entre las primeras diez organizaciones de *fact-checking* [verificación en tiempo real] del mundo. Se inspiran en pioneros como FactCheck.org y Politifact de los Estados Unidos; Channel 4 News Fact Check, del Reino Unido, y Les Décodeurs, de Francia.

Disponen de un Área de Medios; un Área de Innovación, con foco en la automatización del proceso de producción y en experimentar con nuevos forma-

tos para alcanzar diversas audiencias e involucrarlas; y un Área de Educación, que busca desarrollar la capacidad crítica de los jóvenes y capacitar a periodistas en el uso de datos y evidencias. Sus objetivos son mejorar la calidad del debate público, defender el derecho a la información y poner en circulación datos fidedignos.

Con fuentes de financiación descompensadas,
menos márgenes de
libertad en los medios

También cuentan con distintos programas como Chequeo Colectivo, una plataforma abierta para verificar contenidos a pedido de la comunidad; el Chequeador, una plataforma educativa en línea especialmente creada y diseñada por los equipos de Educación e Innovación de Chequeado para enseñar *fact-checking* y periodismo de datos a todos los que quieran aprender.

Apoyan la expansión de la verificación del discurso público en América Latina desde la red #LatamChequea, llevando su método de verificación a más de 20 medios y organizaciones de 14 países de la región.

Otro medio argentino a destacar es **RedAcción**, antídoto también contra la intoxicación informativa y la defensa de los derechos humanos, con un énfasis en el periodismo humano que vuelve a

conectar con las audiencias, favoreciendo su participación para lograr así un mayor impacto en la sociedad. Nace en abril de 2018 y pone el foco en cuestiones sociales, como la educación, la salud, el empleo y la inclusión.

Agustina Campos, su gerente, da una clave importante de su éxito: un potente servicio de curaduría [o filtrado e contenidos] con el que ofrecer una gran variedad de *newsletters* [boletines], de tal manera que los temas se seleccionan en función de la participación y *feedback* [retroalimentación] que se tiene con los lectores. Así, para explicar lo que pasa en la actualidad se sirven de nuevos e innovadores formatos de estos boletines de correos electrónicos en torno a la sostenibilidad, la tecnología o la cultura que cuentan con más de 15.000 suscriptores y 60.000 envíos semanales.

En noviembre de 2019 recibieron el premio a Mejor Startup Digital de Noticias de América Latina en la quinta edición de los Premios Digital Media Latam 2019, de la Asociación Mundial de Editores de Noticias (WAN-IFRA), en el que participaron 120 proyectos de 45 empresas de la industria.

En México son varios los modelos de medios que están destacando por sus temáticas de denuncia social, control al poder y aplicación de métodos innovadores para hacer llegar el contenido a sus lectores.

Uno de los referentes es ***Animal Político***, creado en 2010, y centrado en la información política, siendo pioneros en

el tratamiento del periodismo de datos e investigando temas como la corrupción, el narcotráfico, la desigualdad, la discriminación, la violencia de género o delitos contra la libertad de expresión. Comenzó siendo una cuenta de Twitter, y cuando se generó una comunidad interesada en los temas, pusieron en marcha la web del medio. Hoy son más de cinco millones de usuarios únicos al mes, con más de la mitad de la audiencia proveniente de dispositivos móviles.

El citado periodismo de datos y la innovación aplicada a los proyectos multimedia son algunos de los puntos destacables de un medio que se caracteriza también por la diversificación de sus ingresos: casi la mitad de ellos proceden de la publicidad, pero desarrollan también la capacitación a otros medios y organizaciones civiles (15%), consultoría externa (10%), las donaciones (5%) y las subvenciones (25%).

Otro ejemplo es el periodismo hiper-especializado y focalizado de ***Conexión Migrante***, como espacio informativo para migrantes mexicanos en Estados Unidos y sus familias, con todo tipo de servicios públicos para ciudadanos de Zacatecas, Michoacán, Guanajuato y, en general, de todo México.

También como periodismo muy localizado y focalizado, destaca ***La Verdad de Juárez***, una iniciativa de periodismo de investigación comprometida con la vigilancia al poder. Nace como espacio de investigación en Ciudad Juárez (Chihuahua) para “dar batalla a la censura y

al control informativo impuesto por los gobernantes y grupos de poder, problemática que resultan igual o más determinante y de riesgo para el periodismo que la violencia atribuida a los grupos del crimen organizado”, según reza en su información corporativa. El periodismo de denuncia es su nota característica, especialmente los temas relacionados con los derechos humanos, las víctimas, la seguridad, la delincuencia organizada, la migración y la corrupción.

Quinto Elemento Lab es otro de los medios mexicanos que focalizan la rendición de cuentas y la construcción de sociedades más justas y transparentes; en este caso, como organización independiente sin fines de lucro especializada en los grandes temas de investigación. “La desigualdad, la impunidad y la corrupción siguen marcando al país, por lo que apostamos por investigaciones que arrojen luz sobre los abusos de los poderosos, así como el desequilibrio en el ejercicio de los derechos de los mexicanos”, dicen en su presentación.

En octubre de 2019, recibieron el Premio Gabo de la Fundación Gabriel García Márquez, que reconoce lo mejor del periodismo de Iberoamérica, en la categoría de mejor cobertura, por el reportaje “El país de las 2.000 fosas”, en el cual se reveló que entre 2006 y 2016 fueron encontrados casi 2.000 entierros ilegales alrededor del país.

Desde México, y para conectar a toda América Latina, el proyecto de **Distintas Latitudes** se presenta como punto de

encuentro para aquellas personas que transforman su realidad en la región, con el propósito de hacer visible lo invisible. Destacan “aquellas historias de personas innovadoras y las realidades a las que se enfrentan y que no siempre se reflejan adecuadamente en los medios”, con contenido útil y de servicio a las distintas comunidades a las que prestan mayor atención a través de tres ejes transversales: derechos humanos, innovación y mirada regional, y apostando por el periodismo colaborativo que crea alianzas y potencia las historias.

Su innovación principal se presenta bajo la temáticas desde la que presentan y ofrecen sus contenidos: Historias, en la que se analiza América Latina en profundidad a través de crónicas, entrevistas, cortos documentales y series especiales para tratar las problemáticas de la zona; Entrevistas Latam, en las que a partir de diez preguntas presentan a personas que están transformando la región; Explicadores, desde donde se aborda el qué y el por qué de temas relevantes de América Latina por país y por ámbito regional; Conexión Latam, que sirve como conversación del medio con sus comunidades prioritarias, que son mujeres, periodistas, migrantes, ambientalistas, tecnólogos, emprendedores y personas LGBTI+, y Latam Service, como oferta de periodismo de servicio para dichas comunidades mediante convocatorias, nuevos proyectos y oportunidades.

Desde Colombia, **La Silla Vacía** es, desde hace diez años, otro de los medios

nativos pioneros en Latinoamérica en denunciar los abusos de poder a través del periodismo de investigación y de datos. Está considerado el principal medio digital de consulta por los líderes de opinión del país y cuenta con audiencias de más de 1,3 millones de usuarios únicos al mes.

Chequeado ha llevado su método de verificación a más de 20 medios de 14 países

Cuentan ya con cinco nominaciones a los Premios Gabo y con dos premios en las categorías de innovación y mejor cobertura, este último por el trabajo sobre la negociación de paz con la guerrilla de las FARC.

Se caracterizan también por el modelo de ingresos: trabajan con varios organismos o fundaciones que financian hasta el 50% de su proyecto, como la Open Society Foundations.

Ahora, en plena fase de adaptación a los nuevos formatos y audiencias, tienen otro gran objetivo. Juanita León, su fundadora y directora, destaca cómo el proyecto de *La Silla* “ya no es solo la página que hacemos. Queremos crecer llegando cada vez más a los jóvenes, y para ello es fundamental adaptar nuestro mensaje a los distintos canales”. De hecho, afirma que producen material “específicamente para redes sociales y, en especial,

para Instagram destinado a jóvenes que sabemos que nunca van a ir a nuestra página”.

Otros proyectos de *La Silla* que han funcionado son *La Silla Llena*, plataforma de debate de expertos con patrocinios comerciales de empresas que quieren asociarse a sus contenidos; *La Silla Académica*, mediante acuerdos con universidades para destacar reseñas, libros y artículos académicos, y *La Silla Datos*, a través de la confección de bases de datos de información pública que el sector académico incorpora para su red de bibliotecas.

Novedoso es el modelo colaborativo de **070 (Cerosetenta)**, medio digital colombiano creado por el Centro de Estudios en Periodismo Ceper y la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de los Andes, en Bogotá, que publica las mejores historias que producen los estudiantes del Ceper en sus talleres y cursos sobre periodismo, por lo que su sala de redacción cuenta con alrededor de 300 estudiantes y reporteros. Todos los proyectos se trabajan desde las distintas áreas multimedia y cada semestre se renueva la plantilla de redactores, manteniendo el entusiasmo de quienes comienzan en el ejercicio periodístico.

Otra de sus características es que sirven de agencia para que sus historias puedan ser reproducidas en otros medios de comunicación que lo soliciten y demanden.

Desde Perú, **Ojo Público**, como otros mencionados, investiga desde 2014 te-

mas referentes a los derechos humanos, la corrupción, la salud y la transparencia, utilizando para ello nuevas narrativas, nuevos formatos y periodismo de datos. Bajo el lema de “Las historias que otros no te quieren contar”, también verifica el discurso público y lo clasifica en distintas categorías (verdadero, engañoso, no verificable y falso) en el espacio Ojo Biónico, reconocido por organismos internacionales.

En 2015, *Ojo Público* recibió el Premio de Periodismo de Datos a la Mejor Investigación del Año, de la Red de Editores Globales (GEN). Ese mismo año fue galardonado también con el Premio Nacional de Periodismo y Derechos Humanos, otorgado por la Coordinadora Nacional de Derechos Humanos, la coalición más grande de organizaciones de derechos humanos en el país. Al año siguiente fue reconocido con el tercer galardón del Premio Latinoamericano de Periodismo de Investigación, de Ipys y Transparency International. En 2017, la Sociedad Interamericana de Prensa concedió a este medio uno de los Premios a la Excelencia en Periodismo. Y en este 2019 obtuvo la mención honorífica de la Asociación de Estudios Latinoamericanos (LASA) por su papel en la cobertura de temas con profundidad para entender América Latina.

En *Ojo Público* también destaca el formato innovador con el que presentan sus reportajes de investigación, por ejemplo, con cómics interactivos, como el realizado con el trabajo “La guerra por el agua”.

Un caso de adaptación al nuevo tiempo digital lo encontramos en *El Faro*, de El Salvador, el más antiguo y el más premiado de entre la gran comunidad de digitales latinoamericanos. Nace en 1998 y se le considera el primer periódico creado exclusivamente para internet en toda América Latina, con su periodismo investigativo que explica los procesos democráticos de El Salvador y Centroamérica, con énfasis en la cobertura de la corrupción, la violencia, la migración o la memoria histórica.

La diversificación del modelo de negocio, nota característica de *El Faro* y *GK*

En sus primeros años operaron gracias al trabajo voluntario de sus fundadores, y desde 2003, colaboran con agencias de cooperación y organizaciones que aportan financiación para proyectos de interés común, así como la publicidad en web y la venta de contenidos a medios internacionales.

Han obtenido reconocimientos como el de la Excelencia de la Fundación Gabo en 2016; el Ortega Gasset de Periodismo en 2011, en la categoría de periodismo digital; el World Press Photo en 2014; el Premio Latinoamericano de Periodismo de Investigación en 2013 y 2017, y el Premio Internacional de Periodismo Rey de España en 2019.

Además, *El Faro*, dentro de la diversificación del modelo de negocio, produce

libros, documentales, pódcast y organiza eventos, como el Foro Centroamericano de Periodismo, convertido desde 2010 en referencia de la industria en la región.

La diversificación es también nota característica de **GK** en Ecuador, el medio nativo más grande del país, cuyo periodismo se enfoca en tres ejes fundamentales: medioambiente, derechos humanos y género.

En 2018 destapó el primer caso de abuso sexual a menores en la Iglesia Católica en el país. Otra investigación de gran impacto ha sido la de un profesor de gimnasia olímpica que abusó sexualmente, durante décadas, de niñas de entre ocho y 14 años.

GK no es *breaking news* ni reacción a lo inmediato. “Nuestro periodismo no da las noticias, sino que trata de explicarlas, dar su contexto y analizar por qué sucedieron”, destacan.

Cuenta con un modelo de negocio sólido, fundamentado en los aportes de los lectores, inversionistas extranjeros (como el Media Development Investment Fund) y la prestación de servicios periodísticos y publicidad, mediante la producción y creación de contenidos a terceros a través de GK Studio. Leonardo Calderón, su gerente, resalta cómo *GK* pasó de ser un medio a una agencia digital, realizando trabajos para marcas empresariales a las que las agencias de comunicación no podían llegar ni ofrecer un producto informativo de calidad.

En las últimas semanas han puesto en marcha la campaña de captación de

fondos y aportes de los lectores “Haz tu parte”, y la argumentan de esta manera: “Nuestra cobertura del paro fue intensa y, por tanto, onerosa. Hubo muy pocas horas de descanso para nuestro equipo de 17 personas. Si crees en nuestra independencia, esta es tu oportunidad de involucrarte. Si crees que nuestro trabajo te informa y te dice cosas que no encuentras en otra parte, apoya a *GK* de una manera tangible en este tiempo de crisis”.

Desde Venezuela, *Efecto Cocuyo* es uno de los principales referentes entre los nativos no solo del país, sino de Latinoamérica. Próximo a cumplir sus primeros cinco años de vida, es un medio de comunicación independiente, una iniciativa de mujeres periodistas que se crea con el sello de la innovación y la generación de un modelo replicable para avanzar en un nuevo ecosistema de medios en el país, en el que los periodistas, a la vez que ejercen el oficio, son propietarios del medio, y con el objetivo de dar voz a los verdaderos protagonistas, la gente.

Se gesta en un contexto de censura y compra de medios en Venezuela por parte del Gobierno, por lo que su nombre viene del efecto bioluminiscente de los cocuyos, insectos que generan luz para protegerse de sus depredadores y también para atraer a sus parejas. Porque, según el propio medio, “desde que nacimos, creemos que, a pesar de la oscuridad, también es momento de luz en Venezuela”.

Fundado por Luz Mely Reyes, Laura Weffer y Josefina Ruggiero, su nacimiento se sustenta en una importante campaña de *crowdfunding* [microfinanciación], la más exitosa de Venezuela, con la que buscaban convencer al público de apoyar al periodismo independiente. Desde entonces han puesto en marcha distintas iniciativas, como la Escuela Cocuyo, los Encuentros Cocuyo con Guayoyo (programas para acercarse y trabajar con las audiencias), el Festival Cocuyo (la fiesta de la comunicación y la innovación en Venezuela) y talleres de formación dirigidos a la comunidad en general. Las donaciones continúan siendo fundamentales, y por primera vez en 2018 incluyeron la publicidad como medio de financiamiento.

Han sido reconocidos con el Premio Gabriel García Márquez 2018, en la mención de cobertura, y el Premio Digital Media Latam 2018, por el trabajo de datos, entre otros premios, ambos con el proyecto “Venezuela a la Fuga” sobre la migración forzada.

También en Venezuela, **El Pitazo**, nombre con el que es conocido el concepto de denuncia de irregularidades, es un sitio web de noticias independiente para garantizar el derecho a la información a los sectores de la población más desfavorecidos económicamente en el país.

Es parte de los medios latinoamericanos de la Rebel Alliance, para vender publicidad y buscar sostenibilidad del periodismo independiente. En 2019 han ganado, por primera vez para un medio

venezolano, el Premio Ortega y Gasset a la mejor cobertura multimedia por “La generación del hambre”, un informe sobre niños hambrientos. Hoy disponen de presencia en los 24 estados y, además de la cobertura nacional, han creado alianzas con distintas organizaciones no gubernamentales que les ayudan a acercarse a sus comunidades de interés.

Otro ejemplo, en este caso como medio hiperlocal, tenemos **El Vistazo**, un emprendimiento periodístico digital independiente que surge a finales de 2013 con la finalidad de reflejar perfiles de personas destacadas del sur del estado de Anzoátegui. Su línea editorial cambió al ver la necesidad de recopilar información de lo que ocurría en el país durante las protestas antiGobierno de febrero de 2014, que dejaron una tergiversación informativa, afirman, “aún no superada”. Se trata de un equipo formado por dos periodistas y un fotógrafo para cubrir contenido propio sobre El Tigre y Guanipa, dos de las principales ciudades de la Faja Petrolífera del Orinoco.

Han potenciado su distribución en redes sociales como herramienta clave para generar *engagement* [compromiso] con la comunidad más joven y han desarrollado nuevos productos y servicios para los pequeños, medianos y grandes empresarios de la zona, que les permiten seguir funcionando.

En Paraguay destaca el proyecto de **El Surtidor**, como proyecto de periodismo visual “desde la región más desigual del mundo”. Se crea en 2016 con objeto de

hacer periodismo en un escenario “con una alta concentración de medios empresariales en manos de pocos propietarios”.

El blog de Yoani Sánchez ayudó a impulsar una blogosfera alternativa en Cuba

Disponen de un programa de ingresos por suscripción de lectores y por trabajos de consultoría para terceros. Y han sido reconocidos con el Premio Peter Benenson de Amnistía Internacional al Periodismo Comprometido con los Derechos Humanos en el año de su nacimiento, y con el Premio Gabo al periodismo más innovador de Iberoamérica en 2018 y el Premio Global Youth and News Media Prize 2019 por la serie “Los Desterrados del Chaco”, serie que narra en cuatro reportajes ilustrados el valor del Chaco como ecosistema para miles de animales y plantas, cómo la ganadería y producción de carbón extensivo para su exportación a Europa están acelerando la deforestación, la historia de las tierras de Puerto Casado y la defensa del Cerro León por parte del pueblo ayoreo.

En Chile destaca ***El Mostrador***, primer y más influyente diario nativo digital del país, según el *Digital News Report 2019* del Reuters Institute. Se puso en marcha en 2000, por lo que es el segundo medio latinoamericano nativo en antigüedad tras *El Faro*. Desde hace

poco más de un año, implementaron un exitoso muro de pago sobre una parte reducida de su contenido. Y dentro del modelo de ingresos, Federico Joannon, su director ejecutivo, destaca también la realización de contenidos patrocinados para otras empresas, “pero siempre que exista una coherencia editorial evidente con nuestro medio”.

El crecimiento comercial sostenido en los últimos años les ha permitido alcanzar audiencias de más de tres millones de usuarios únicos y 14 millones de páginas vistas mensuales.

En Guatemala sobresale el periodismo de ***Nómada***, puesto en marcha en 2014, y que ya se ha posicionado como medio de referencia en independencia y de vanguardia del país, con destacadas investigaciones sobre el Gobierno, el sector privado y la violencia contra las mujeres.

Su modelo de negocios se basa en alianzas con fundaciones y alianzas comerciales con empresas (40%), a las que les venden servicios tanto desde el medio como desde la agencia de contenidos de *Nómada* (35%). Además, disponen también de un programa de aportes de su comunidad de lectores que alcanzó un millón de visitas cada seis semanas durante el pasado año. Más de la mitad de su equipo de 20 personas son mujeres.

Han sido uno de los ganadores del primer desafío de Innovación del Google News Initiative para América Latina, con un proyecto para diversificar las fuentes de ingresos a través de un espacio en

línea dedicado al periodismo de soluciones, con el objetivo de incluir piezas sobre la reforma de las pensiones y las ventajas de los sistemas democráticos. Estos trabajos relacionados con el “periodismo de soluciones” normalmente son patrocinados por organizaciones institucionales o empresas y, con frecuencia, complementados por eventos dedicados a seguir discutiendo sobre el tema.

En Cuba, *Periodismo de Barrio* se presenta como un proyecto emprendedor y como medio alternativo para contar historias sobre comunidades vulnerables al cambio climático y el desarrollo local en el país, uno de los de menor conectividad a internet de todo el planeta. Sus investigaciones se centran en quienes se ven afectados por desastres naturales o por fenómenos como huracanes, inundaciones, sequías, fuegos, deslizamientos de tierra u otros ocasionados por la incidencia del hombre.

Uno de los principales recursos que utilizan para el tratamiento de sus historias son las fotografías, ante el déficit de imágenes sobre temas medioambientales existentes en el país.

En la isla también destaca *14ymedio*, fruto de la evolución de una aventura personal que se ha transformado en un proyecto colectivo. El blog *Generación Y*, de Yoani Sánchez, ayudó a impulsar la blogosfera alternativa en la isla y se ha convertido en referencia obligada sobre asuntos cubanos. Siete años después de su creación, con cerca de mil textos

publicados y más de un millón de comentarios, esa bitácora personal deriva ahora hacia un proyecto de periodismo independiente en Cuba que desde 2014 trata de contrarrestar el monopolio de los medios oficiales, mediante un manifiesto compromiso con la verdad, la libertad y la defensa de los derechos humanos.

Son innovadores en la forma de contar las historias, pero también en la de ganar dinero

Dada la situación política de Cuba, con el control que el Gobierno ejerce sobre los medios de comunicación bloqueando regularmente el acceso a páginas web que se muestran hostiles hacia el oficialismo, el diario comenzó operando sin acceso a internet, subiéndose la información a la red con ayuda de sus colaboradores en el extranjero o utilizando el acceso wifi desde hoteles. Desde hace un año, cuando la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba habilitó el acceso a internet desde los móviles, la mayor parte del contenido del diario se realiza y difunde desde la redacción del medio en La Habana.

Por último, un llamativo ejemplo de proyecto de periodismo colaborativo y de función social es el que ejerce *Salud con Lupa*, como plataforma digital dedicada a la salud pública en América

Latina que cuenta con el respaldo del International Center for Journalists. Se forma a partir de alianzas entre periodistas latinoamericanos, medios de comunicación y profesionales de distintas disciplinas interesados en mejorar la calidad de la información disponible para todas las personas.

La desinformación en asuntos relacionados con la salud se ha convertido en una epidemia y sus consecuencias son muchas veces fatales, según alerta la declaración fundacional del medio. Por ello, a través de investigaciones periodísticas en diversos formatos, tratan de combatir la proliferación de noticias falsas, los fallos del Estado y los abusos de poder por parte de los agentes privados, en aras de mejorar las condiciones en que se prestan los servicios de salud y así proteger un derecho humano fundamental.

“El sistema de salud en todo el continente americano ya está enfermo. Millones de personas carecen de adecuada cobertura médica y la prestación de servicios de salud se ha convertido en un negocio millonario, poco transparente y muy alejado del escrutinio público”, se denuncia desde *Salud con Lupa*, poniendo como ejemplo que en la década de 1990 un mensaje tan sencillo como el correcto lavado de manos controló la epidemia del cólera en varios países de América Latina.

Todos los proyectos expuestos cuentan con validaciones y certificaciones de fundaciones y organismos periodísticos

que los hacen especialmente destacables dentro de sus ámbitos geográficos de actuación.

Por ejemplo, algunos fueron seleccionados dentro de la reciente primera ronda de financiamiento de Google y su programa de innovación para medios, el Google News Initiative, en América Latina. Otros forman parte de los también recientemente otorgados Premios Digital Media Latam 2019 por parte de la Asociación Mundial de Editores de Noticias. Y otros forman parte de Velocidad, uno de los programas de aceleración de medios puesto en marcha por Sembramedia, la organización sin fines de lucro dedicada a incrementar la diversidad de voces y calidad de contenido en español que presta ayuda a emprendedores de medios digitales de Latinoamérica y España para ser más exitosos.

Velocidad, el programa que Sembramedia ha puesto en marcha con el International Center for Journalists, con el apoyo de Luminare, tiene por objetivo impulsar la sostenibilidad y crecimiento de proyectos periodísticos nativos o con una estrategia de crecimiento centrada en lo digital, con alta calidad periodística, independencia editorial y que traten temas de destacado interés público. Con 26 medios finalistas en su última etapa y con más de 350 solicitudes de 20 países de la región latinoamericana, la aceleradora de medios prestará fondos y consultoría a un máximo de diez proyectos emprendedores para mejorar sus áreas de sustentabilidad.

Algunos de los medios citados –*GK, Nómada, La Silla Vacía, El Faro, RedAcción y El Mostrador*– también se dieron cita recientemente, en octubre de 2019, en la Casa América de Madrid, en el Primer Encuentro de Periodismo Iberoamericano sobre modelos de negocio organizado por *ElDiario.es*, con motivo de su séptimo aniversario, y en colaboración con el Media Development Investment Fund.

Verificado y Periodistas de a Pie, en México; *Mi Voz, Ciper, Súbela, Meceñas y El Desconcierto*, en Chile; *Croma y Posta FM*, en Argentina; *El Campesino y Mutante*, en Colombia; *La Diaria*, en Uruguay; *Convoca*, en Perú; *El Toque*, en Cuba; *Soy Arepita*, en Venezuela; *AzMi-na y Alma Preta*, en Brasil, y *La Nación*, en Costa Rica, son otros muchos medios referentes que bien podrían ser parte de esta radiografía informativa.

En definitiva, tal y como afirma la coordinadora del directorio de medios de Sembramedia, María Eugenia Álvarez, el ecosistema de medios digitales e independientes de América Latina es diverso, con un mercado en el que pueden

encontrarse organizaciones con y sin fines de lucro, con diversidad en cuanto a los temas a tratar (ya sean generalistas, hiperlocales o de nicho) e innovadores en la forma no solo de contar las historias, sino también en la forma de ganar dinero.

La coyuntura y realidad sociopolítica y económica de cada región determina también de manera clara la tipología de casos emergentes de nativos digitales en Latinoamérica, destacando en su mayoría las temáticas de denuncia y control del poder, información de servicio público, con los reportajes, el contexto y las investigaciones en profundidad como principales géneros utilizados. Sus proyectos, en la ansiada búsqueda por la diversificación de ingresos para sostener económicamente el medio, apuestan por las colaboraciones, los trabajos de consultoría, la generación de contenidos para terceros, la financiación colectiva a través de campañas de *crowdfunding*, los nuevos formatos como los pódcast y las *newsletters* y por las colaboraciones de fundaciones, becas y filantropía de organizaciones periodísticas.■