EL Correo DE LA UNESCO

julio-septiembre 2026

El periodismo, ¿todavía de actualidad?



- **“Un fact-checker es como un mecánico que desmonta un automóvil”.** Entrevista con Fergus McIntosh, New Yorker
- En **Portugal**, los podcasts van viento en popa
- **Brasil:** la travesía por el desierto de los medios locales
- La prensa científica y el desafío de lo inmediato en **India**

NUESTRA INVITADA

Entrevista con **Thelma Golden**, directora del Studio Museum de Harlem en Nueva York

ISSN 2220-2307
9 772220 230031 32026

fundación sm

unesco

Suscríbase a la versión digital 100% gratuita.

https://courier.unesco.org/es/subscribe

Siga las últimas actualidades de *El Correo*

@correodelaunesco

¡Lea y comparta!

Participe en el éxito de *El Correo de la UNESCO* fomentando su difusión y su utilización según la política de libre acceso de la Organización.

2026 • n° 3 • Publicado desde 1948

El Correo de la UNESCO es una publicación trimestral de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Promueve los ideales de la Organización, difundiendo intercambios de ideas sobre temas de alcance internacional relacionados con su mandato.

La edición española de *El Correo de la UNESCO* se publica en colaboración con la **Fundación SM** C/ Impresores, 2, Parque Empresarial Prado del Espino, 28660 Boadilla del Monte, España.

Director: Matthieu Guével
Jefa de redacción: Agnès Bardon
Responsable de comunicación: Huang Yinjiazi

Secretaria de redacción: Katerina Markelova
Responsable de comunicación adjunta: Laetitia Kaci
Redactora: Anuliina Savolainen

Edición en
• **Árabe:** Fathi Ben Haj Yahia
• **Chino:** Huang Yinjiazi y China Translation & Publishing House
• **Español:** Laura Berdejo
• **Francés:** Agnès Bardon (redactora) y Jean-Marc Delugeau (corrector)
• **Inglés:** Anuliina Savolainen (redactora) y Gina Doubleday (correctora)
• **Ruso:** UNESCO

Iconografía: Danica Bijeljac
Coordinación de traducciones: Hélène Menanteau
Asistencia administrativa: Isabel Sirven-Villaros

Traducción: Miguel Sales, Felipe Cammaert y Luisa Futoransky

Maqueta: Jacqueline Gensollen-Bloch

Ilustración de cubierta: © Sylvie Serprix

Impresión: UNESCO

Coedición en:
• **Catalán:** Jean-Michel Armengol
• **Esperanto:** Chen Ji
• **Italiano:** Maria Canavese

El Correo de la UNESCO se publica gracias al apoyo de la República Popular de China.

Información y derechos de reproducción:
courier@unesco.org
7, place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia

© UNESCO 2026

ISSN 2220-2307
e-ISSN 2220-2315

Esta publicación está disponible en acceso abierto bajo la licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/). Al utilizar el contenido de la presente publicación, los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de acceso abierto (https://www.unesco.org/es/open-access/cc-sa). Esta licencia se aplica exclusivamente al texto de la presente publicación. Para utilizar cualquier material que aparezca en ella y que no pertenezca a la UNESCO, será necesario pedir autorización previa.

Los términos empleados en esta publicación y la presentación de los datos que en ella aparecen no implican toma alguna de posición de parte de la UNESCO en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o regiones ni respecto de sus autoridades, fronteras o límites.

Los artículos expresan la opinión de sus autores, que no es necesariamente la de la UNESCO y no comprometen en modo alguno a la Organización.

Sumario

4 **GRAN ANGULAR**

El periodismo, ¿todavía de actualidad?

¿Cómo podría reinventarse el periodismo? 5
Nic Newman

"Un *fact-checker* es como un mecánico que desmonta un automóvil" 8
Entrevista a Fergus McIntosh

Más que palabras: la aventura de los podcasts en Portugal 11
Tiago Dias

Las escuelas de periodismo se replantean su modelo 14
Franz Krüger

Por qué decidí estudiar periodismo 16
Kamiel Vermeulen

Información de calidad, un bien público en peligro 18
Guy Berger

Dinamarca: cuando los lectores financian la redacción 21
Mie Olsen

"Los medios necesitan encontrar formas más creativas de dirigirse a los jóvenes" 24
Entrevista a Charity Ekezie

La travesía por el desierto de los medios locales en Brasil 26
Marcelo Silva da Sousa

En China, un periodismo virtual muy real 28
Zeng Yan

La prensa científica y el desafío de lo inmediato 30
Subhra Priyadarshini

32 **ZOOM**

Un día en la vida de Azizah, profesora en Blang Awe, Indonesia 32

44 **IDEAS**

¿A qué huele el pasado? 44
Cecilia Bembibre Jacobo

48 **NUESTRA INVITADA**

"El museo es un espacio donde se pueden tener conversaciones complejas" 48
Entrevista a Thelma Golden

52 **CIRCUNNAVEGACIÓN**

Vivir con la naturaleza en los sitios designados por la UNESCO 52

EL Correo DE LA UNESCO

Editorial

En un momento en que cualquiera puede publicar, comentar y compartir contenidos, la idea de prescindir de intermediarios quizá parezca seductora. Pero se trata de un espejismo. La abundancia de información no garantiza ni su calidad ni su veracidad. Aunque las redes sociales y las plataformas digitales ofrecen posibilidades infinitas para documentar sucesos en tiempo real, llegar a públicos diferentes y dar voz a los menos representados, también plantean enormes desafíos en cuanto a la calidad de la información y la supervivencia del periodismo.

Durante los últimos conflictos o las grandes citas electorales, la circulación masiva de informaciones falsas puso de relieve hasta qué punto la frontera entre la información y la manipulación puede ser frágil. La creación de contenidos generados por IA y los contenidos 'ultrafalsos' *(deepfakes)*, que atribuyen declaraciones ficticias a determinadas personalidades, ponen en tela de juicio nuestra facultad colectiva de discernimiento. Lo que ahora está en juego no es únicamente la capacidad de producir o de acceder a la información, sino la de fortalecer el espíritu crítico, distinguir lo verdadero de lo falso, lo esencial de lo anecdótico y los hechos de las opiniones.

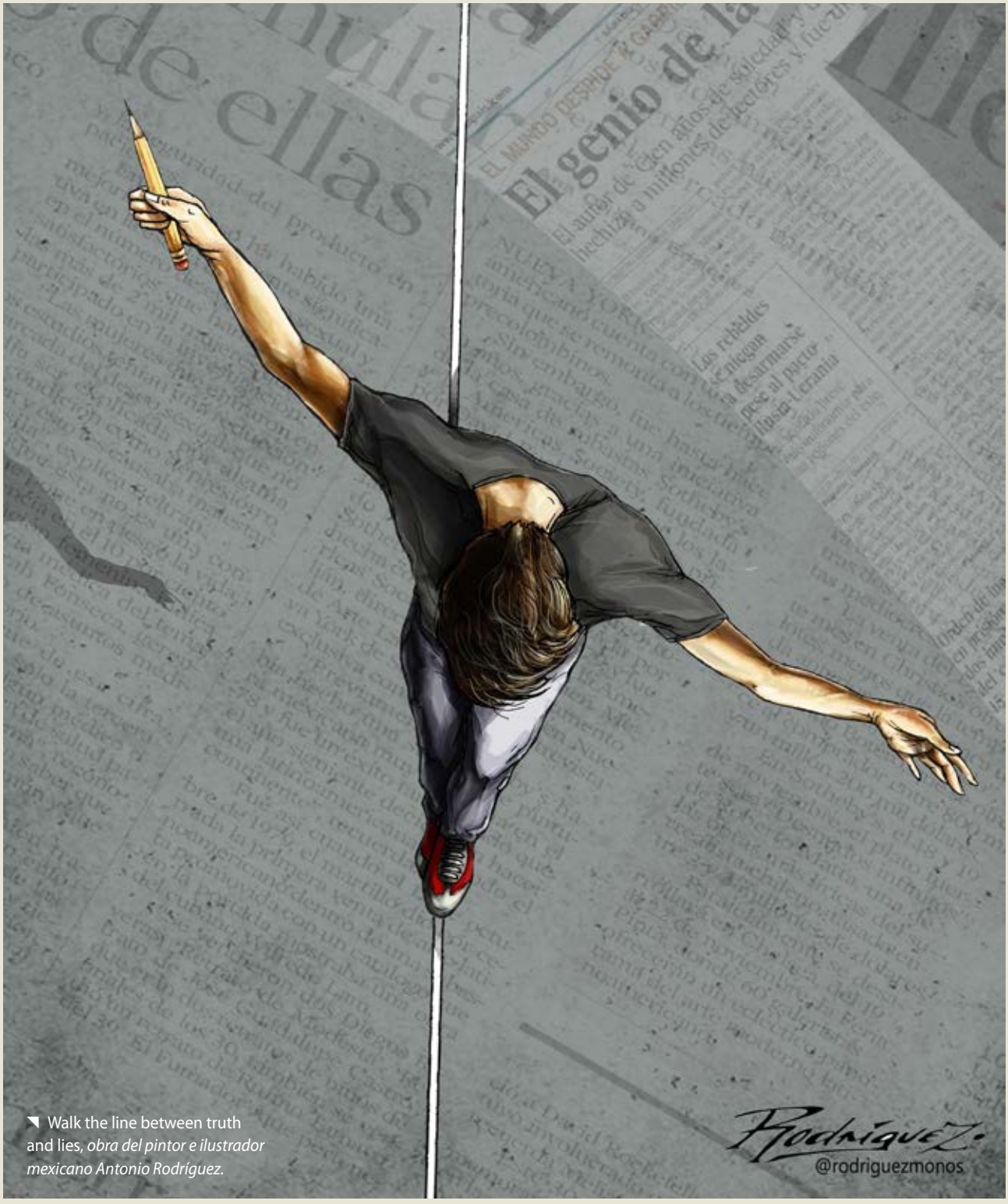
Esa es, precisamente, la función del periodismo: investigar, verificar y contextualizar. Pero para realizar esta tarea, es preciso que la prensa disponga de los medios necesarios. Privadas de una parte de sus recursos publicitarios, confrontadas a la erosión de sus audiencias y a la desconfianza de un segmento de la opinión pública, muchas redacciones luchan por sobrevivir. A estas dificultades cabe añadir las amenazas que pesan directamente sobre los profesionales de los medios. En muchas regiones del mundo, los periodistas mueren asesinados o son víctimas de actos de intimidación, violencia y de procesos penales abusivos.

La defensa de la libertad de prensa no afecta únicamente a los profesionales de los medios: es un compromiso que concierne a la sociedad en su conjunto. Detrás de cada investigación que destapa una injusticia, de cada reportaje que esclarece una crisis o de cada verificación que desmiente un rumor, lo que se compromete es la capacidad colectiva de comprender el mundo. Las modernas herramientas digitales y las nuevas coaliciones de periodistas trabajan mano a mano para analizar sucesos o expedientes de alcance mundial y ampliar las fronteras de la cooperación intelectual, en nombre de la verdad y el bien común.

Las bases del periodismo independiente siguen siendo las mismas, pero el contexto en el que se ejercen se ha transformado profundamente. ¿Qué podemos hacer para que el periodismo perdure y se renueve? ¿Qué nuevas competencias hay que desarrollar para que opere a favor del bien común y de la búsqueda de la verdad? Es urgente dar respuesta a estos interrogantes a fin de preservar un espacio público que esté basado en hechos verificados y en un debate ilustrado.

Agnès Bardon
Jefa de redacción

El periodismo, ¿todavía de actualidad?



© Antonio Rodríguez / Cartoon Movement

Walk the line between truth and lies, *obra del pintor e ilustrador mexicano Antonio Rodríguez.*

Nic Newman

Investigador asociado sénior del Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo de la Universidad de Oxford (Reino Unido), Newman fue el autor principal del Digital News Report *[Informe sobre noticias digitales] de 2012 a 2025. Es también autor de un informe anual sobre las tendencias del periodismo, los medios de comunicación y las tecnologías.*

En un momento en el que los límites entre información, entretenimiento y opinión son cada vez más confusos, el futuro del periodismo podría residir en lo que le hace único: su capacidad de ayudar a la sociedad a comprenderse a sí misma a través de relatos fiables, responsables y cargados de sentido.

La prensa tradicional se tambalea en todo el mundo. La inteligencia artificial (IA) está transformando la forma en la que las personas se informan, mientras las plataformas sociales privilegian el entretenimiento y los contenidos acerca de personajes famosos por encima de las noticias institucionales.

Las audiencias se fragmentan, la confianza se erosiona y los periodistas se enfrentan a una precariedad cada vez mayor. Al mismo tiempo, la desinformación, amplificada por algoritmos concebidos para captar audiencias, avanza. En ese contexto cada vez más competitivo y confuso, el periodismo se encuentra acorralado entre la espada y la pared.

Sin embargo, en un mundo condicionado por la inestabilidad geopolítica, el cambio climático, las guerras, las migraciones y la incertidumbre económica, los ciudadanos necesitan más que nunca recibir informaciones fiables para comprender los acontecimientos y tomar decisiones con sentido. El reto actual del periodismo no consiste tanto en sobrevivir a la transformación tecnológica, como en adaptarse sin sacrificar los valores.

El retroceso de la prensa tradicional

Una de las tendencias más importantes de la última década es la pérdida de influencia de la prensa tradicional, especialmente entre los jóvenes. La audiencia de las noticias televisadas va envejeciendo, la prensa escrita declina y hasta los sitios web digitales tienen dificultades para retener a sus usuarios. Cada vez más gente accede a la actualidad a través de redes sociales, plataformas de vídeo, aplicaciones, sitios que recopilan noticias y motores de búsqueda alimentados por la IA.

Según el *Digital News Report 2025* del Instituto Reuters, las personas que se informan a través de las redes sociales ya son más que las que lo hacen a través de la televisión. Es la primera vez que ocurre algo así en Estados Unidos. En todo el mundo, casi la mitad de los menores de 25 años declara que las redes sociales son su fuente principal de información, una tendencia especialmente notoria en África, América Latina y algunas zonas de Asia.

En paralelo, la IA generativa transforma el acceso a la información. Estas nuevas herramientas pueden resumir y sintetizar contenidos sin que el usuario tenga que consultar las fuentes originales. Los órganos de prensa, que durante mucho tiempo han dependido del tráfico generado por los motores de búsqueda para atraer lectores e ingresos publicitarios, estiman que van a perder casi la mitad de esa actividad comercial en los próximos años, según el estudio *Digital Trends 2026* [Tendencias digitales], publicado por el Instituto Reuters.

Economía de la atención

Esas transformaciones tienen lugar al mismo tiempo que el negocio periodístico lucha por captar la atención de los usuarios, en un contexto saturado de informaciones, entretenimientos y distracciones de todo tipo. En esa 'economía de la atención', la competencia no procede solamente de otros medios de comunicación, sino también de creadores de contenido, influencers, streamers, emisores de podcasts y otros canales concebidos para atraer a la audiencia.

En realidad, la actualidad noticiosa y la política cada vez tienen menos seguidores. Según el *Digital News Report 2025*, a escala internacional, cuatro de cada diez personas declaran que a veces o a menudo evitan las informaciones, en comparación con el 29% que afirmaba hacerlo en 2017. Esos entrevistados explican que los noticiarios suelen provocarles un sentimiento de impotencia, agotamiento, ansiedad o depresión. Otros consideran que la cobertura informativa es repetitiva, demasiado negativa o desfasada en relación con su vida cotidiana. Esa desconexión constituye una amenaza para el periodismo, pero también para la propia democracia: cuando los ciudadanos se desmarcan de la información pública, quedan más expuestos a la manipulación, las teorías conspirativas y los relatos polarizantes.

Una confianza menguante

Durante muchas décadas, los medios de comunicación han asentado su autoridad en la fuerza de sus marcas institucionales y en la claridad de sus normas editoriales. Pero actualmente, en muchos de los países más poblados, esta confianza está cayendo. Hoy en día, muchos sectores, particularmente los jóvenes, confían más en los individuos que en las instituciones. Los creadores de contenido, emisores de podcasts, youtubers e influencers han llegado a ser voces altamente influyentes en el ámbito público.

Algunos de esos comunicadores producen un periodismo de calidad que cuenta con muchos seguidores. Otros se especializan en comentarios, activismos o periodismo de opinión. Pero, contrariamente a lo que ocurre con los periodistas tradicionales, esos creadores rara vez están sujetos a líneas editoriales, exigencias de transparencia u obligaciones de proporcionar una información ponderada y verificable. Así, las fronteras entre periodismo, entretenimiento y opinión tienden a difuminarse.

Esta 'economía de creadores' se ha acelerado por la evolución de las plataformas. Las redes sociales son cada vez menos sociales y más algorítmicas. Con →

frecuencia creciente, los usuarios ven u oyen contenidos que no proceden de los profesionales a los que creen seguir, sino de creadores escogidos por sistemas de recomendación gestionados por la IA. En este contexto, los contenidos basados en personajes famosos suelen funcionar mejor que los reportajes, porque son más entretenidos y, además, parecen más auténticos y más cercanos al público.

> **“Casi la mitad de los menores de 25 años declara que las redes sociales son su fuente principal de información**

Confrontados a estas tendencias, los medios de comunicación tradicionales no se han quedado cruzados de brazos. Algunos invierten más recursos en podcasts, boletines informativos y vídeos, así como en un periodismo que se apoya en celebridades. Otros alientan a sus profesionales a establecer relaciones directas con la audiencia. Los órganos de prensa que antes desdeñaban la importancia de los periodistas individuales -como la revista británica *The Economist*- ahora colocan a rostros célebres y biografías de famosos en el centro de su estrategia de comunicación.

Contenidos ultrafalsos (*deepfakes*) y voces sintéticas

Al mismo tiempo, los bulos y la desinformación van tomando posiciones. Nuestro estudio *Digital News Report* indica que la inquietud del público ante los contenidos falsos o engañosos va en aumento. Más de la mitad de las personas interrogadas (el 58%) afirman que les resulta difícil distinguir lo verdadero de lo falso en las noticias que circulan en línea.

La IA generativa amenaza con agravar este fenómeno porque reduce drásticamente el costo de producción de materiales falsos, ya sean textos, imágenes o ficheros de audio o vídeo. Los contenidos ultrafalsos (*deepfakes*), las voces sintéticas y la propaganda generada mediante la IA ya han hecho su aparición en las campañas políticas, pero el mayor peligro reside probablemente en el volumen de material: Internet corre el riesgo de verse arrastrada por una marea de contenidos de escasa calidad, sensacionalistas o engañosos. Si los ciudadanos ya no saben cuáles son las fuentes fiables, la autoridad del reportaje profesional podría debilitarse aún más.

Al mismo tiempo, los ataques contra los periodistas y los medios independientes se recrudecen en muchos países. Profesionales que ya tenían que afrontar la disminución de sus ingresos, la precariedad y la reducción de efectivos en las redacciones, ahora se enfrentan al creciente acoso que se manifiesta en Internet. El periodismo local se ve especialmente afectado por esta tendencia y, en muchos lugares, los ‘desiertos mediáticos’ crecen a medida que los medios de prensa más modestos cierran o reducen su cobertura.

Nuevos formatos

Y, sin embargo, a pesar de las circunstancias, el negocio de la información va demostrando su capacidad de adaptación, y su supervivencia depende en gran medida de ello. Los sondeos internacionales ponen de relieve la existencia de una fuerte demanda a favor de un periodismo preciso, imparcial, transparente y de calidad. El público quiere reportajes capaces de analizar temas complejos y proporcionar información fiable.

El público joven prefiere hoy los formatos en vídeo y audio. En particular los podcasts han llegado a ser un espacio importante de matización, profundidad y proximidad, en una época en que buena parte de la comunicación en línea parece rápida, fragmentada y polarizada. El periodismo en vídeo, los boletines informativos, los formatos interactivos y los relatos expuestos en diversos soportes pueden proporcionar un periodismo más interesante, sin necesidad de sacrificar los contenidos.

Al mismo tiempo, algunos órganos de prensa experimentan con formatos como el periodismo didáctico, los reportajes centrados en soluciones o los enfoques comunitarios. La cobertura de temas como el cambio climático, por ejemplo, pretende aportar explicaciones más claras y soluciones prácticas.

El auge de las colaboraciones periodísticas transfronterizas es otra tendencia destacada. Las organizaciones de prensa colaboran cada vez más para abordar investigaciones con ramificaciones internacionales que ninguna redacción podría llevar a cabo fácilmente por sí sola. Redes como el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ) o



Cobertura en directo de una manifestación en París (Francia), 2023.

© Cyril Zannettacci / Agencia VU

La libertad de expresión cada vez más amenazada

La libertad de expresión está retrocediendo en todo el mundo. Esa es la alarmante conclusión que presenta el Informe de la UNESCO sobre tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios, 2022-2025 que se publicó en diciembre de 2025. El estudio revela una reducción del 10% de la libertad de expresión en el mundo desde 2012, un nivel que no se registraba desde hacía varias décadas.

Primer dato: Durante el periodo de análisis (2022-2025), 186 periodistas fueron asesinados mientras trabajaban en zonas de conflicto, lo que supone un incremento del 67% en relación con el periodo precedente (2018-2021).

En su labor diaria, los periodistas se enfrentan a un espectro creciente de agresiones, ya sean físicas, digitales o jurídicas. Algunos de estos profesionales son víctimas de amenazas que les obligan a abandonar sus hogares: desde 2018, más de 900 reporteros de América Latina y el Caribe han tenido que partir al exilio.

El acoso en línea contra los periodistas, en particular contra las mujeres, ha aumentado en el mundo entero. Un estudio coordinado por el Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) a petición de ONU Mujeres, en colaboración con la UNESCO, puso de manifiesto que el 75% de las periodistas o trabajadoras de los medios fueron víctimas de violencia en línea durante 2025.

Otro blanco predilecto son los reporteros especializados en información medioambiental, que actualmente se exponen a un riesgo creciente: entre 2009 y 2023, la UNESCO registró 749 ataques contra periodistas encargados de cubrir temas relativos al medio ambiente.

A pesar de los acuerdos internacionales destinados a poner fin a la impunidad, las investigaciones judiciales siguen siendo limitadas. Aunque se han logrado avances modestos -la tasa de impunidad ha pasado del 95% en 2012 al 85% en 2024- la mayoría de los responsables de estos delitos sigue impune.

Sin embargo, aunque la libertad de expresión está cada vez más amenazada, el Informe de la UNESCO señala que se han logrado progresos significativos en el acceso a la información. Entre 2020 y 2025, el número de personas con acceso a las redes sociales y las plataformas digitales aumentó en 1.500 millones.

Durante ese mismo periodo, el periodismo de investigación colaborativo se amplió, lo que incrementó el número de grandes investigaciones transfronterizas. Además, los equipos encargados de verificar los hechos se fortalecieron en buen número de medios.

Además, las leyes que reconocen a los medios de comunicación comunitarios se multiplican a escala mundial, lo que contribuye a preservar una fuente vital de informaciones locales fiables.

Para invertir la tendencia negativa y reforzar la libertad de expresión, los autores del informe instan a los Estados a que protejan a la prensa e inviertan en periodismo, favorezcan la transparencia en el ámbito digital y fomenten la educación relativa a los medios de comunicación.

como Organized Crime and Corruption Reporting Project (OCCRP) han coordinado reportajes sobre delincuencia, cuestiones medioambientales o desinformación en varios países.

Otros grupos como Bellingcat, con sede en los Países Bajos, han sido pioneros en la verificación de hechos y en investigaciones basadas en fuentes abiertas, combinando el trabajo de profesionales de la información con una red de voluntarios y periodistas ciudadanos. Este tipo de colaboraciones contribuye a reforzar el alcance del periodismo de interés público, en una época en la que muchas redacciones se enfrentan a presiones económicas y políticas.

En este contexto, algunos editores redescubren el valor de un periodismo más lento y reflexivo. Los diarios británicos *The Guardian* y *The Financial Times* han reducido considerablemente el número de artículos que publican sin haber perdido la fidelidad de sus lectores. El sitio danés de 'noticias lentas' Zetland ha extendido su presencia mediante antenas locales establecidas en Finlandia y Noruega.

También la IA podría aportar soluciones, ayudando a los periodistas a analizar datos, personalizar formatos, traducir contenidos y automatizar determinadas tareas. Usadas de manera responsable, esas tecnologías podrían dejar más tiempo libre para elaborar reportajes de investigación y relatos biográficos. Pero todo eso exigirá normas éticas claras, transparencia, control editorial y responsabilidad pública.

En definitiva, el futuro del periodismo va a depender menos de la tecnología y más de la capacidad que tengan las entidades mediáticas para reconstruir relaciones de confianza con sus usuarios. Los medios de comunicación siguen siendo una de las pocas instituciones consagradas a verificar la información en aras del interés público. En un ecosistema informativo polarizado y fragmentado, esa función resulta aún más esencial. Iniciativas como *BBC Verify* se han creado con el propósito de explicar mejor al público los procesos de verificación, y los métodos de indagación de fuente abierta exponen también de qué modo la transparencia puede reforzar la confianza.

La crisis actual del periodismo no es únicamente una historia de decadencia. Es también una historia de transición. Las modalidades, los formatos y los modelos económicos evolucionan, pero la necesidad fundamental de que exista una información fiable perdura. Si el periodismo logra adaptarse a las nuevas tecnologías y, al mismo tiempo, consigue permanecer fiel a sus principios fundamentales: precisión, equidad, transparencia e independencia, será capaz, sin duda, de dialogar con las nuevas generaciones. ■

Entrevista realizada por
Anuliina Savolainen
UNESCO

Fergus McIntosh: “Un fact-checker es como un mecánico que desmonta un automóvil”

En un contexto periodístico acribillado por la desinformación en el que resulta difícil remontar hasta el origen de las fuentes informativas, el trabajo de verificación de los equipos editoriales es crucial. Pocas personas conocen mejor esa tarea que Fergus McIntosh, director del célebre servicio de *fact-checking* del semanario estadounidense The New Yorker.

¿Cómo definiría usted la tarea de verificación de datos o* fact-checking*?

Podría compararse con el trabajo de un mecánico que desmonta un automóvil. Hay que examinar cada una de las piezas y asegurarse de que todo funciona correctamente antes de volver a montar el conjunto. El objetivo es que el artículo final sea exacto, equilibrado, convincente, que encaje en su contexto y que tenga la máxima calidad posible.

El célebre servicio de* fact-checking *del New Yorker se creó hace casi un siglo. ¿En qué contexto surgió?

En 1927 la revista publicó una semblanza de la poeta Edna St. Vincent Millay, una autora de gran fama en la década de 1920, cuyo primer párrafo contenía varios errores. Se afirmaba, por ejemplo, que su padre había sido cargador de muelles cuando realmente era profesor de escuela. La madre de la autora se quejó al semanario, y el fundador de la publicación, también jefe de redacción, comprendió que la revista debía tomar más en serio los datos. Podemos afirmar, por tanto, que ¡fue una madre enojada la que dio origen al servicio de verificación de datos del New Yorker!.

El servicio se reforzó en las décadas de 1980 y 1990, cuando la revista empezó a publicar reportajes largos, que a menudo aparecían en varios números. Por esa época, una de las más prestigiosas y reputadas plumas del semanario fue acusada de haber falsificado algunas citas, proceso al que siguieron diez años de procesos judiciales. Fue en parte a causa de este episodio por lo que la dirección de la revista empezó a exigir a los autores que entregaran todo el material relativo a cada trabajo: notas, grabaciones, fotos, transcripciones de entrevistas, etc

> “Verificamos todo: grandes reportajes, noticias, críticas, todo

En la actualidad, el servicio cuenta con 29 empleados. Seguimos verificando la edición en papel, que aparece casi semanalmente, pero The New Yorker publica prácticamente el mismo volumen de contenidos en línea. Y verificamos todo: grandes reportajes, noticias, críticas, todo. También examinamos minuciosamente los programas de radio, los podcasts, los textos humorísticos, las viñetas y las portadas. ¡Hasta los textos de ficción se someten al *fact-checking*!

¿Cómo es un día típico en la vida de un* fact-checker*?

Es muy variado. Emprendemos muchas búsquedas por nuestra propia iniciativa, pero también trabajamos sobre documentos que los autores nos aportan con el fin de garantizar que las informaciones son correctas y suficientemente precisas. También nos aseguramos de que la argumentación es coherente y que el enfoque general del artículo está justificado.

A veces pasamos semanas enteras trabajando en una investigación importante, comprobando cada elemento con el autor o autora, o llamando a las fuentes para confirmar las declaraciones que han formulado. En algunos casos, también podemos consultar otras fuentes. A veces, por ejemplo, es necesario invertir el día entero en comprobar los hallazgos científicos mencionados en un texto. Esos grandes trabajos de investigación pueden asumir diversas formas, pero en el fondo el método sigue siendo el mismo: creación del reportaje, investigaciones complementarias y edición.

La verificación de los artículos que figuran en la sección de noticias requiere menos tiempo; un texto recibido por la mañana suele estar revisado hacia el final de la jornada. Las críticas musicales, sin embargo, muchas veces exigen que les dediquemos algunas horas del día de



© Boris Séméniako para *El Correo de la UNESCO*

forma que podamos escuchar un nuevo disco y, así, tener la seguridad de que las letras de las canciones se han transcrito correctamente y las referencias a las distintas secciones son apropiadas.

Mi tarea favorita del trabajo de *fact-checker* es cerrar un gran artículo. Cuando, tras haber pasado a veces tres semanas revisando un reportaje de 10.000 palabras, nos sentamos con el autor, el redactor, el corrector y los *fact-checkers*, lo releemos todos juntos por última vez y, aunque tenemos la impresión de que el texto está perfecto, siempre descubrimos algo que no funciona. Esa operación es altamente satisfactoria.

¿Si no existiera esa labor 'invisible' que se realiza entre bastidores, cómo serían las publicaciones del tipo The New Yorker?

En realidad, ese trabajo no es invisible; queda contenido en el artículo. Simplemente, no se menciona de modo explícito. De hecho, adquiere visibilidad sobre todo cuando fracasa, es decir, cuando el texto contiene errores, algo que todo el mundo detesta. Ese es un principio importante para nosotros: corregimos los errores con total transparencia y todos los que detectan algún error tendrían que hacer lo mismo.

El *fact-checking* es parte integral del trabajo editorial ya que garantiza su calidad. Queremos que los textos publicados reflejen el mundo tal como es. Pero, si algunos detalles contienen errores, entonces se cuestiona todo el artículo. Todo texto se construye a partir de los detalles, y son esos detalles los que permiten forjar puntos de vista e ideas que confieren fuerza a los artículos y, a menudo, a la sociedad misma.

Si los artículos no se sometieran a *fact-checking*, esa carencia afectaría a su calidad, profundidad y repercusión. Al ser menos interesante, menos atractivo y menos influyente, el contenido de la prensa perdería también valor en el plano comercial; por no mencionar los problemas jurídicos que esa situación podría →

> **Una verificación de datos rigurosa sigue siendo uno de los mejores medios de detectar si un contenido ha sido generado mediante IA**



© Malika Favre & The New Yorker. Publicado como portada de The New Yorker el 3 de Febrero de 2020. Reproducido con autorización. Todos los derechos reservados.

◥ *Portada de* The New Yorker *de Febrero de 2020, ilustrada con* Behind the Lens, *una obra de la artista francesa Malika Favre.*

acarrear. En el caso de los periódicos, los medios audiovisuales públicos y la prensa local, faltaríamos a nuestro deber de proporcionar a los ciudadanos la información esencial que les permita alumbrar sus decisiones importantes.

Si pensamos en la prensa como "el cuarto poder", es decir, si creemos que sirve de contrapeso a los grandes centros de poder, esa función perdería eficacia si los datos presentados son erróneos. El poder de los periodistas reside en su credibilidad. Si renunciamos a buscar la exactitud, ¿por qué los lectores iban a confiar en nosotros? Y si nadie confía en nosotros, ¿cómo vamos a exigir al poder que rinda cuentas de sus actos?

En un contexto informativo en el que los contenidos se moldean y difunden cada vez más a través de algoritmos e inteligencia artificial generativa (IA), ¿cómo han evolucionado los métodos de* fact-checking *del New Yorker?

En nuestra labor de verificación de datos ya se nota la influencia de la IA y estoy seguro de que, aunque seguramente nos ayude a mejorar, no creo que vaya a reemplazar al trabajo de *fact-checking*.

Por suerte, nuestro proceso se basa en recursos humanos: cuando un artículo menciona a alguien, por ejemplo, nos ponemos en contacto con esa persona. Mis colaboradores pasan buena parte de la jornada hablando por teléfono, una labor que nos ha protegido mucho los últimos años. Espero que esa tarea esencial de dialogar directamente con los interesados y remontarnos a las fuentes primarias se mantenga en el futuro.

Sin duda, es posible imitar una voz mediante la IA. Hemos de estar atentos y adaptarnos a los cambios tecnológicos. Otro gran desafío reside en los contenidos generados mediante el uso de la IA que luego se difunden por Internet. Para garantizar la veracidad de lo publicado no basta con apoyarse en una caja negra, sin poner en tela de juicio sus enunciados, sino que es preciso buscar las fuentes y acceder a los enlaces originales. Como los contenidos generados mediante la IA son cada vez más abundantes, esa situación crea un juego de espejos en el que resulta difícil orientarse.

Por suerte, los verificadores de datos estamos bien posicionados para hacer frente a este desafío, ya que nuestro oficio consiste precisamente en evaluar la calidad de las fuentes. También creo que un *fact-checking* riguroso sigue siendo uno de los mejores medios de detectar si un contenido presentado por un autor ha sido generado mediante IA.

Vivimos en una época interesante, porque todo esto plantea al público ciertas preguntas a las que los *fact-checkers* y reporteros nos hemos enfrentado desde hace mucho tiempo. En la actualidad, estamos más expuestos que antes al uso de fuentes cuestionables. Ante esta situación, es posible caer en una especie de cinismo y llegar a la conclusión de que "ya no podemos saber nada" y que hemos entrado en una "era de post verdad". Pero existe otro escenario más optimista, en el que las personas van a aprender a aceptar sus responsabilidades, y a comprender que tienen que decidir activamente sobre dónde depositar su confianza. Yo me inclino más bien por esta segunda opción y espero que mi trabajo contribuya a hacerla realidad.

En ese contexto, considero más interesante la tendencia actual, que consiste en presentar a los verdaderos periodistas que están detrás de sus trabajos. Este enfoque prometedor puede servir también de contrapeso a la era de la IA; después de todo, la confianza es un rasgo humano. En The New Yorker, a los autores de los grandes reportajes se les suele invitar al estudio para que hablen de sus artículos. No se trata únicamente de promoverlos, sino también de mostrar al público quién es la persona que está detrás del texto y cuál es su forma de hacer periodismo. ■

Tiago Dias

Periodista en Oporto (Portugal)

Más que palabras: la aventura de los podcasts en Portugal

Mientras la prensa escrita tradicional pierde terreno, los formatos de audio seducen al gran público en Portugal y llegan a todas las generaciones.

Las ventanas del estudio de Público, que dan al río Tajo, ofrecen una de las vistas más hermosas de Lisboa. En la pequeña sala situada en la redacción del diario portugués, reina el silencio a la espera de la llegada del próximo periodista y de sus invitados.

Ruben Martins fue contratado en Público hace menos de diez años, al terminar la universidad, para poner en marcha la estrategia de audio. Al llegar, echa un vistazo a la agenda del día: tiene una entrevista a la cantante Bárbara Tinoco y la visita del exjugador de fútbol Augusto Inácio, encargado de una serie dedicada al Mundial.

> **“El podcast es una forma de llegar a nuevas audiencias**

Desde su fundación, en 1989, Público se propuso ser un periódico innovador tanto en el plano editorial como en el tecnológico. Sin embargo, tras varias décadas de existencia, el diario no escapa a la profunda crisis que afecta al sector de la prensa en el país, aún más acentuada que en los países vecinos. Hoy en día, solo el 10% de los portugueses está dispuesto a pagar por informarse, frente a una media mundial del 17%. La tirada diaria de Público, que ha pasado de 33.000 ejemplares en sus inicios a unos 9.000 en 2025, da muestra de ello. Sin embargo, con 55.000 lectores, su audiencia digital es la más elevada del país.

Mientras la prensa escrita vive un declive, el público portugués se muestra especialmente atraído por los podcasts, como lo demuestra el *Digital News Report* de 2025, publicado por el Instituto Reuters de la Universidad de Oxford. Solo en el mes de enero de 2025, los oyentes portugueses descargaron 12,8 millones de episodios.

Miguel Paisana, experto en medios de comunicación e investigador del Instituto Universitario de Lisboa (ISCTE), confirma esta tendencia: “Los podcasts llegan a toda la sociedad portuguesa, sin distinción de edades. Al principio, se trataba de un fenómeno en plena expansión entre los jóvenes de 18 a 24 años, pero hoy en día hasta los mayores de 65 años los han adoptado”.

Vino, libros o crianza, algunos de los temas

En 2017, Público lanzó su primer podcast, titulado P24. Dos años después, pasó a ser un programa diario. Con un equipo de cuatro personas – dos periodistas y dos ingenieros de sonido –, al que se suman colaboradores puntuales de la redacción, Público propone actualmente contenidos de audio que abarcan actualidad general, temas específicos como política nacional e internacional, crítica cinematográfica, vino, libros o incluso la crianza de los hijos.

“Siento que para las nuevas generaciones, somos una puerta de entrada al periodismo. Hay personas que no tienen ningún contacto con la prensa, ni impresa ni digital, pero aprecian que un periodista les cuente lo que ocurre en el mundo o les presente los hechos más destacados del día”, explica Ruben Martins.

El periodista explica que el objetivo es trasladar el contenido del diario al formato de audio sin renunciar a la calidad de sus artículos. También es una forma de llegar a nuevas audiencias y establecer vínculos con esos oyentes. “Creamos, por ejemplo, un podcast sobre trenes locutado por uno de nuestros periodistas, Carlos Cipriano, que es un experto en la materia. Nos parecía una pena no aprovechar sus conocimientos para llegar a este público específico. Este programa lo hemos diseñado a su medida”. De hecho, algunos oyentes transmiten sus quejas a los presentadores del podcast como si fueran mediadores de la compañía ferroviaria nacional, pues saben que los representantes de la empresa escuchan el programa.

“Este tipo de relación, que no existe de la misma manera en la prensa escrita, nos permite explorar nuevas posibilidades sin tener que renunciar a nuestro rigor periodístico”, afirma Martins. “Tendemos a simplificar el lenguaje para establecer una relación más cercana con nuestros interlocutores. Porque, al fin y al cabo, hablamos a alguien directamente al oído. Y esa química entre quienes producen y quienes escuchan es formidable”.

Un auge impulsado por el entretenimiento

Al igual que Público, los principales medios de comunicación portugueses, como Expresso y Observador, también han apostado por los podcasts. Sin embargo, este auge de los contenidos de audio no necesariamente beneficia a la información: menos de uno de cada diez portugueses encuestados en el último

> **En enero de 2025, los oyentes portugueses descargaron 12,8 millones de episodios**

Digital News Report mencionó los podcasts de actualidad entre sus fuentes de información. Según una clasificación certificada de podcasts en Portugal (Marktest), en marzo de 2026, seis de los diez podcasts más escuchados figuraban en la categoría "comedia".

La falta de interés del público por la prensa no deja de tener consecuencias para la profesión. Según la encuesta nacional sobre las condiciones de vida y de trabajo de los periodistas en Portugal de 2023, cerca de la mitad de los periodistas señalan "altos niveles de agotamiento profesional" y casi dos tercios afirman haber considerado la posibilidad de cambiar de profesión. En busca de alternativas, algunos recurren a iniciativas mediáticas independientes más modestas.

Entre ellas figuran ambiciosos proyectos de periodismo de investigación y periodismo narrativo en formato audio, como *Divergente* y *Fumaça*. Estas dos estructuras se financian con las aportaciones de los oyentes y las subvenciones, pero *Fumaça* se dedica a los podcasts de periodismo de investigación, mientras *Divergente* produce también formatos visuales, como documentales. Sus reportajes, elaborados a lo largo de varios meses, abordan temas tan variados como el funcionamiento del sistema penitenciario portugués o las motivaciones de un pirómano.

A pesar de representar una perspectiva prometedora, los podcasts forman parte de un entorno que se ha vuelto muy competitivo. La originalidad del enfoque, la calidad de la narración y una inversión significativa en la producción son elementos clave para el éxito de un programa de audio. Esto sin olvidar la personalización, que resulta esencial cuando se habla directamente a los oyentes. "El presentador desempeña un papel esencial en el éxito de un podcast", resume Miguel Paisana. ■

Proteger la seguridad de los periodistas en el mundo

El periodismo es esencial para el desarrollo sostenible, la protección de los derechos humanos y la consolidación de la democracia; sin embargo, continúa siendo una profesión peligrosa: casi nueve de cada diez asesinatos de periodistas nunca se esclarecen. A estos asesinatos se suman casos de desapariciones forzadas, detenciones arbitrarias y otras agresiones no mortales.

Estos profesionales se enfrentan a un conjunto cada vez más amplio de amenazas, que incluyen agresiones físicas, ataques digitales y acciones judiciales. Las mujeres periodistas sufren amenazas específicas de género, y quienes trabajan en zonas de conflicto están expuestos a mayores riesgos, en particular a dificultades psicológicas y psicosociales.

Ante esta situación, la UNESCO se esfuerza por combatir la violencia de género, promoviendo una gobernanza digital basada en los derechos humanos y apoyando la investigación y el diálogo sobre el papel de las mujeres en los medios de comunicación. La Organización colabora también con redacciones para elaborar protocolos de seguridad que tengan en cuenta las cuestiones de género.

Durante la última década, desde la creación del Plan de Acción de la ONU sobre la Seguridad de los Periodistas y la Cuestión de la Impunidad, coordinado por la UNESCO, se han establecido más de 50 mecanismos de protección de periodistas. La UNESCO también ha movilizado y sensibilizado a más de 50.000 jueces, fiscales y agentes de las fuerzas del orden; además, ha prestado su apoyo a miles de abogados en la defensa de más de 9.000 reporteros en todo el mundo.

En situaciones de conflicto, la UNESCO apoya la formación, la protección y la salud mental de los periodistas en zonas de conflicto o en el exilio, en particular mediante la creación de espacios seguros para los medios de comunicación.

En el marco del Plan de Acción de las Naciones Unidas para la Seguridad de los Periodistas, la UNESCO continúa trabajando haciendo hincapié en la sensibilización, el apoyo a la elaboración de normas y políticas, el seguimiento y la denuncia de las violaciones, el fortalecimiento de las capacidades de las partes interesadas, la investigación y la creación de coaliciones.



Ruben Martins, productor de podcast del diario portugués Público, en el estudio de grabación del periódico, en Lisboa.

© Estela Silva

La radio en primera línea en situaciones de crisis

En tiempos de crisis (epidemias, desastres naturales, conflictos armados…), los medios de comunicación desempeñan un papel esencial, ya que constituyen la principal fuente de información humanitaria. Es fundamental que los periodistas puedan continuar realizando su labor durante las catástrofes y los conflictos, y que sus reportajes sigan siendo independientes y profesionales.

Más allá de sus iniciativas de intervención rápida destinadas a proteger a los periodistas durante crisis graves mediante equipos de protección, apoyo psicosocial y jurídico e infraestructuras de emergencia, la UNESCO se esfuerza por reforzar la resiliencia a largo plazo de los medios de comunicación en las regiones afectadas por crisis y en las zonas expuestas a catástrofes medioambientales.

Dado que la radio suele ser la principal fuente de información en este tipo de situaciones, la UNESCO ha centrado sus esfuerzos en el apoyo a emisoras locales en entornos difíciles, en particular en Afganistán, Sudán del Sur, Nepal o Zimbabue.

Los medios de comunicación desempeñan un papel igualmente esencial en la prevención, especialmente gracias a los sistemas de alerta temprana. Los periodistas son actores fundamentales en la acción climática y la preparación ante desastres. En los pequeños Estados insulares en desarrollo (PEID), la Organización ha formado a los medios locales en el uso de datos geoespaciales y de inteligencia artificial con el fin de mejorar la comunicación sobre los riesgos medioambientales.

Para ayudar a los periodistas de todo el mundo a hacer frente a los desastres, la UNESCO ha elaborado un Modelo de plan de preparación y respuesta ante desastres para los medios de comunicación *(2025)*.

Franz Krüger

Profesor asociado de la Universidad NLA Høgskolen de Noruega, investigador asociado de la Universidad del Witwatersrand, Sudáfrica, y presidente de la African Journalism Education Network (AJEN)

Las escuelas de periodismo se replantean su modelo

Ante la crisis de los medios de comunicación tradicionales, las escuelas de periodismo se van adaptando, si bien las reformas universitarias tienen algunas dificultades para seguir el vertiginoso ritmo de los cambios tecnológicos.

La llegada de los medios digitales ha supuesto un punto de inflexión para el periodismo. La migración de los ingresos publicitarios hacia las grandes plataformas ha provocado una crisis económica en los medios tradicionales, con el cierre de numerosos periódicos y la pérdida de puestos de trabajo. Al mismo tiempo, la desinformación avanza, lo que genera una crisis de confianza que afecta a toda la profesión.

Estos cambios tienen un impacto inevitable en la enseñanza del periodismo. En todo el mundo, los centros educativos buscan nuevas formas de preparar a los futuros profesionales para un mundo dominado por los nuevos formatos digitales, en el que los empleos tradicionales y estables son cada vez más escasos.

> **“La falta de infraestructuras digitales perjudica gravemente a las escuelas de periodismo africanas**

Por esta razón, la mayoría de las escuelas ha ampliado la oferta de herramientas tecnológicas con las que formar a los estudiantes, pero se trata de unos ajustes que no son fáciles de implantar. Los procesos universitarios de reforma de los planes de estudios son complejos y lentos, mientras las innovaciones tecnológicas avanzan a un ritmo frenético hasta el punto de que algunas de ellas desaparecen casi tan rápido como han aparecido.

Nuevos formatos

A pesar de todo, las universidades y escuelas se van adaptando. Los podcasts, los vídeos cortos y las campañas en redes sociales son solo algunos de los nuevos formatos que ahora se incluyen en la enseñanza. Los estudiantes de la escuela de periodismo de la Universidad de Cardiff, en Gales (Reino Unido), aprenden, por ejemplo, a utilizar “gran variedad de programas informáticos para producir contenidos gráficos, blogs, aplicaciones y campañas en redes sociales”.

Aunque las habilidades técnicas son importantes, las instituciones también valoran el relato y la narración eficaz. En Bélgica, por ejemplo, la escuela de periodismo de la Universidad Thomas More de Malinas selecciona a sus estudiantes identificando sus motivaciones a través de preguntas como: “¿Tienes una historia que contar? ¿Necesitas que tu voz sea escuchada? ¿Quieres aportar un poco de humanidad a este mundo, a veces brutal, en el que vivimos?”

Además de estos retos, las escuelas de periodismo de los países más pobres tienen que hacer frente a limitaciones presupuestarias y tecnológicas. Para Richmond Acheampong, profesor de periodismo en Ghana, la falta de infraestructuras digitales perjudica gravemente a los centros educativos africanos. En un artículo publicado en abril de 2026 en la página web de la Red Africana de Educación Periodística (*African Journalism Education Network*, AJEN), Acheampong destaca que, en un momento en el que el periodismo se basa en la colaboración en línea, la verificación en tiempo real y el análisis de datos, “una escuela no puede preparar seriamente a sus estudiantes para estas realidades si el ancho de banda es inestable, costoso o inexistente”.

Las prácticas, que durante mucho tiempo constituyeron un pilar de la formación periodística a través de los diarios universitarios, la radio y, en ocasiones, la televisión, también se han visto afectadas. El periódico local *Grocott’s Mail*, propiedad de la Universidad Rhodes de Makhanda, en Sudáfrica, permitió a generaciones de estudiantes de periodismo dar sus primeros pasos en la profesión. La transición digital acabó con la edición en papel, y la publicación se distribuye ahora en formato PDF, a través de newsletters, así como por Facebook y otros canales digitales. Esta transición ha abierto un nuevo acceso a un ecosistema digital de la información que permite una mayor interacción con la población local y el público.

Precariedad

Para no perder relevancia, las escuelas de periodismo también deben mantener estrechos vínculos con el ámbito profesional. El proyecto participativo panafricano lanzado por la UNESCO para desarrollar criterios de excelencia en la enseñanza del periodismo en África apunta en esta dirección. En 2023, un centenar de profesores de periodismo de este continente participaron en una serie de consultas en línea para debatir los retos a los que se enfrentaban. En la misma línea, la AJEN organiza cada año mesas redondas con representantes del sector y profesionales, cuya próxima edición tendrá lugar en Mauricio.

Hoy en día, los estudiantes deben estar preparados para lo que los académicos neerlandeses Mark Deuze y Tamara Witschge califican de trabajo "postindustrial, emprendedor y atípico". Tienen que tener las competencias necesarias para trabajar por cuenta propia, en un mundo dominado por los proyectos puntuales y las startups. Esto es precisamente lo que se propone el Centro de Innovación de la Escuela Superior de Medios y Comunicación de la Universidad Aga Khan de Nairobi (Kenia), que presta apoyo a la creación de startups.



© Escuela de periodismo y de estudios de los medios de comunicación, Universidad Rhodes

> **"Los estudiantes de periodismo deben estar preparados para un trabajo "emprendedor y atípico"**

Aunque la precariedad se considera un nuevo reto para el periodismo en los países del norte, en el trabajo periodístico de África y otras regiones del Sur global hace tiempo que es una realidad. En este sentido, las experiencias africanas pueden resultar muy enriquecedoras para los medios de comunicación situados fuera del continente.

En el futuro, es fundamental que las escuelas de periodismo vayan más allá de su función tradicional de formar a sus estudiantes y se muestren abiertas a los nuevos actores de la profesión que necesitan adquirir competencias básicas en investigación, verificación y técnicas narrativas. Esta apertura a otros públicos ofrece nuevas oportunidades y forma parte de la necesaria transformación de las escuelas de periodismo. ■

◥ *Portada del* Grocott's Mail, *un periódico publicado por la Universidad Rhodes de Makhanda (África del Sur). El número del pasado 22 de mayo rindió homenaje a un club local de fútbol femenino.*

Por qué decidí estudiar periodismo

Aunque el contexto es difícil y el futuro incierto, Kamiel Vermeulen, periodista de 26 años natural de Amsterdam (Países Bajos), acaba de finalizar un Máster en Periodismo y sigue convencido de que esa profesión tiene futuro.

La información, un bien común

El periodismo plural e independiente – el que antepone el interés público a los programas políticos, comerciales o partidistas – se encuentra hoy en día debilitado por la crisis de los ingresos tradicionales, en particular por la reducción de las ganancias publicitarias. La elaboración de contenidos noticiosos, en un contexto cada vez más competitivo y fragmentado, garantiza cada vez menos la viabilidad económica de la prensa.

Esta viabilidad es decisiva para asegurar el carácter de bien común de la información, como recuerda la Declaración de Windhoek+30 , aprobada en el Día Mundial de la Libertad de Prensa de 2021 y cuyos principios han sido adoptados por los Estados Miembros de la UNESCO. La Declaración insiste también en la necesidad de que las plataformas digitales procedan con transparencia y se mejore la educación relativa a los medios de comunicación.

Para garantizar la producción y difusión de informaciones fiables, en particular a través de su Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC), la UNESCO trata de acompañar a los responsables políticos y el personal de prensa en esta mutación hacia nuevos modelos económicos.

Esta transición se realiza, sobre todo, mediante un trabajo con los medios de comunicación a fin de diversificar sus fuentes de ingresos, y con las autoridades nacionales para impulsar políticas públicas que favorezcan el mantenimiento de un sector de prensa independiente y de interés público. Esta transición entraña también un diálogo con las plataformas digitales, con miras a promover la creación de mecanismos de remuneración más equitativos.

Si uno dice a cualquiera que está estudiando periodismo, probablemente reciba un "oh" ligeramente inquietante acompañado por un ceño discretamente fruncido.

No me gusta admitirlo, pero comprendo la reacción. La inteligencia artificial (IA) está de moda y el periodismo, en cambio, no lo está. Con programas de lenguaje capaces de redactar varios párrafos en pocos segundos, ¿quién sigue necesitando a los periodistas tradicionales? O, dicho de manera más directa, ¿por qué estudiar periodismo?

Para mí, titular de un Máster de Periodismo y Relaciones Internacionales por el Instituto de Estudios Políticos de París, el periodismo siempre ha sido una opción evidente. ¿Cómo se puede forjar ideas y opiniones sin la prensa? Siempre me ha fascinado pensar que cada persona con la que nos cruzamos contiene su propia cosmovisión y que esa perspectiva del mundo se ha forjado, en gran medida, gracias al periodismo.

Una obviedad

Debo decir que yo crecí en un hogar donde mi padre leía el periódico cada mañana, desde la primera hasta la última página, y mi madre veía el telediario cada noche a las 20 horas. Además, siempre me gustó escribir.

Sin embargo, en el momento de escoger una carrera, mucha gente buscaba información en las redes sociales y dos meses antes de que se cerrara el plazo de inscripción para el Máster, llegó el ChatGPT. En ese momento, todo el mundo predijo la caducidad del oficio de redactor.



© Anne Sandager

Kamiel Vermeulen grabando en la embajada de Polonia en París un reportaje dedicado a las elecciones parlamentarias polacas, en octubre de 2023.

> **Ahora que la desinformación avanza, podría producirse un repunte de interés en los medios de comunicación profesionales**

Sin embargo, yo persistí en mi empeño. Pensé que un robot puede ser, en efecto, capaz de escribir un artículo convincente sobre un accidente de automóvil, pero ¿cómo puede saber un robot que el accidente había ocurrido si no hay una persona que le proporciona esa información? Un programa informático no puede entrevistarse con una fuente confidencial en un aparcamiento. Un ser humano, sí.

> **Un programa informático no puede entrevistarse con una fuente confidencial en un aparcamiento. Un ser humano, sí**

Al lanzarme a los estudios, apenas tenía conciencia de los peligros que acechan a los periodistas. El hecho de que la libertad de prensa a escala mundial se encuentra en su nivel más bajo de los últimos 25 años y que los periodistas -en especial las mujeres- son blancos predilectos de ataques deliberados, son dos factores capaces de disuadir a cualquier aspirante.

Periodismo de inmersión

Pese a todo, empecé los estudios de periodismo en París. Desde la primera semana, se nos explicó cómo investigar en las fuentes de libre acceso y lo que significa usar los contenidos accesibles al público para verificar las informaciones, un ámbito en plena expansión debido al aumento del número de historias falsas generadas mediante la IA.

En semestres posteriores, recibimos formación sobre el periodismo de datos, los podcasts, los formatos destinados a redes sociales, la cobertura del cambio climático, los reportajes en zonas de conflicto, el trabajo autónomo (*freelance*) y la IA, además de conocimientos más tradicionales, como la redacción, la entrevista y la filmación de reportajes para televisión.

El curso de máxima inmersión se titulaba *On the Ground and Local Journalism* [En el terreno y el periodismo local]. Cada alumno fue enviado a una ciudad fuera de París para ejercer como 'corresponsal extranjero' durante el resto del semestre. Instalarse en un lugar nuevo y construir una red de contactos para elaborar artículos sobre la localidad no resulta tarea sencilla, pero es apasionante. No es algo que un robot pueda hacer en poco tiempo.

Contenidos ultrafalsos (*deepfakes*) y bulos

También resultó reconfortante estar rodeado de condiscípulos que habían escogido la carrera de periodismo porque creían en la profesión. Además, es un oficio que permite explorar una amplia gama de asuntos, lo que le confiere gran variedad.

Sin duda, en las plataformas abundan cada vez más los contenidos, y ello no facilita la tarea del periodista. Pero en la actualidad, mientras la desinformación y los contenidos ultrafalsos prosperan en línea, -ya sean bulos sobre figuras políticas o accidentes aéreos que jamás han ocurrido- podría producirse un repunte de interés en la labor de la prensa profesional, que es la única capaz de garantizar una información verificada y fiable. Aunque nadie es infalible.

Las representaciones del público no están fijadas para la eternidad. Y no me sorprendería que, dentro de algunos años, cuando alguien diga "estudio periodismo", el ceño de su interlocutor se alce con entusiasmo, en vez de fruncirse con gesto de inquietud. ■

Guy Berger

Profesor emérito especializado en política de los medios e Internet, fue director de la División de Libertad de Expresión y Desarrollo de los Medios de Comunicación de la UNESCO.

Información de calidad, un bien público en peligro

En un mundo en el que cada día es más difícil distinguir entre noticias fiables y noticias falsas, se impone la urgencia de tomar medidas para defender el derecho a una información veraz.

El concepto "integridad de la información" suscita gran interés, y con razón. Este concepto surgió con el movimiento mundial a favor de un entorno informativo de calidad en 1991. Todo comenzó en una reunión de la UNESCO en la que participaron periodistas africanos en la recién independizada Namibia. Los profesionales de los medios de comunicación presentes redactaron entonces la Declaración de Windhoek sobre la promoción de una prensa africana independiente y pluralista, que fue posteriormente aprobada por la Conferencia General de la UNESCO.

Los redactores que participaron en esta reunión – dos de los cuales habían sido liberados de prisión para la ocasión – eran muy conscientes de lo que ocurre cuando se priva al público de una información veraz, y de cómo la censura socava la capacidad de una democracia para resolver los conflictos de forma pacífica. Habían visto de cerca cómo las decisiones nacionales adoptadas sobre la base de informaciones erróneas perjudicaban el desarrollo nacional. Su Declaración dio lugar a una importante norma internacional que reconoce la necesidad de preservar la libertad de prensa.

Captación de audiencias

La existencia de un periodismo libre y profesional es un elemento esencial del ecosistema de la comunicación, ya que permite revelar la corrupción, denunciar violaciones de los derechos humanos, votar de forma informada, alertar sobre el cambio climático o luchar contra la discriminación. Por este motivo, la Asamblea General de las Naciones Unidas ha reconocido el 3 de mayo como el Día Mundial de la Libertad de Prensa.

> **"Las lenguas y los sistemas de conocimiento no dominantes quedan totalmente marginados**

Premio Cano: recompensar el valor

Creado en 1997, el Premio Mundial a la Libertad de Prensa UNESCO/Guillermo Cano se otorga anualmente a una persona, organización o institución que haya realizado una contribución excepcional a la defensa o promoción de la libertad de prensa, especialmente en un contexto peligroso o que requiera valentía.

En 2026 fue otorgado al Sindicato de Periodistas Sudaneses, en reconocimiento al papel desempeñado por este colectivo al denunciar los ataques deliberados contra periodistas en el conflicto que atraviesa el país. Entre los galardonados anteriores se encuentran el histórico medio nicaragüense La Prensa (2025), los periodistas palestinos que cubrían la guerra en Gaza (2024), tres reporteras iraníes encarceladas: Niloofar Hamedi, Elaheh Mohammadi y Narges Mohammadi (2023), la Asociación Bielorrusa de Periodistas (2022) y la periodista de investigación filipina Maria Ressa (2021).

El premio honra el nombre de Guillermo Cano Isaza, un periodista colombiano asesinado el 17 de diciembre de 1986 en Bogotá frente a las oficinas de su periódico El Espectador. Su compromiso, así como las circunstancias de su muerte, simbolizan el precio que pagan muchos reporteros de todo el mundo en el ejercicio de su profesión.

La contribución del periodismo a la sociedad es vital, particularmente en el contexto actual, en el que la información de calidad se ve eclipsada por un volumen cada vez mayor de entretenimiento, contenidos comerciales y esas "plagas" que son la desinformación, la difusión accidental de información falsa y la publicación de información incompleta o manipulada.

> **Los contenidos generados por IA tendrían que estar claramente identificados**

Sabemos lo que está sucediendo. Los gigantes tecnológicos han acaparado audiencias masivas y han absorbido una gran parte de los ingresos publicitarios, cada vez menos preocupados por la integridad de la información. Los medios de comunicación, por su parte, han visto mermados sus recursos, y los algoritmos reducen la visibilidad de sus contenidos en las redes sociales. Las empresas de inteligencia artificial utilizan el trabajo de los periodistas sin darles crédito ni remunerarlos. La crisis que se avecina es el resultado de esta situación.

Contenidos engañosos

En este contexto, treinta años más tarde, en 2021, se celebró la segunda reunión de la UNESCO en Namibia. De ella surgió la Declaración de Windhoek+30, que hizo sonar las alarmas y proclamó la información como un bien público.

Esa noción de bien público hace referencia a la información veraz, diametralmente opuesta a las mentiras y a otros contenidos engañosos que proliferan. La información fiable contrasta con las noticias falsas que violan el derecho a la dignidad, la intimidad y la salud pública. También combate las falsedades relacionadas con estafas, y particularmente las que alimentan el odio, la intimidación, la provocación y la guerra.

Sin embargo, la integridad de la información se encuentra hoy en día gravemente amenazada. El Informe de la UNESCO sobre las tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios, publicado en 2025, revela que muchos medios de comunicación están sometidos a intereses particulares, y que algunos dirigentes autoritarios reprimen a periodistas y a otros agentes de la verdad.

La inteligencia artificial generativa acentúa aún más estos fenómenos. Basada en probabilidades que recurren a grandes volúmenes de datos, genera contenidos verosímiles en forma de texto, imagen y audio que favorecen la incertidumbre. Aunque las interfaces humanas artificiales están diseñadas para parecer muy convincentes, la exactitud y la fiabilidad de sus resultados no están garantizadas. Cada vez resulta más difícil distinguir los datos de calidad del resto. Además, las lenguas y los sistemas de conocimiento no dominantes resultan totalmente marginados.

Para agravar aún más la situación, los gobiernos y los influyentes "broligarcas" al frente de las empresas tecnológicas orientan la información generada por la IA al servicio de determinadas ideologías. Esta opacidad informativa supone nada menos que un desafío existencial para la humanidad, ya que compromete la capacidad de decisión de cada individuo en una sociedad global en la que ya nadie →

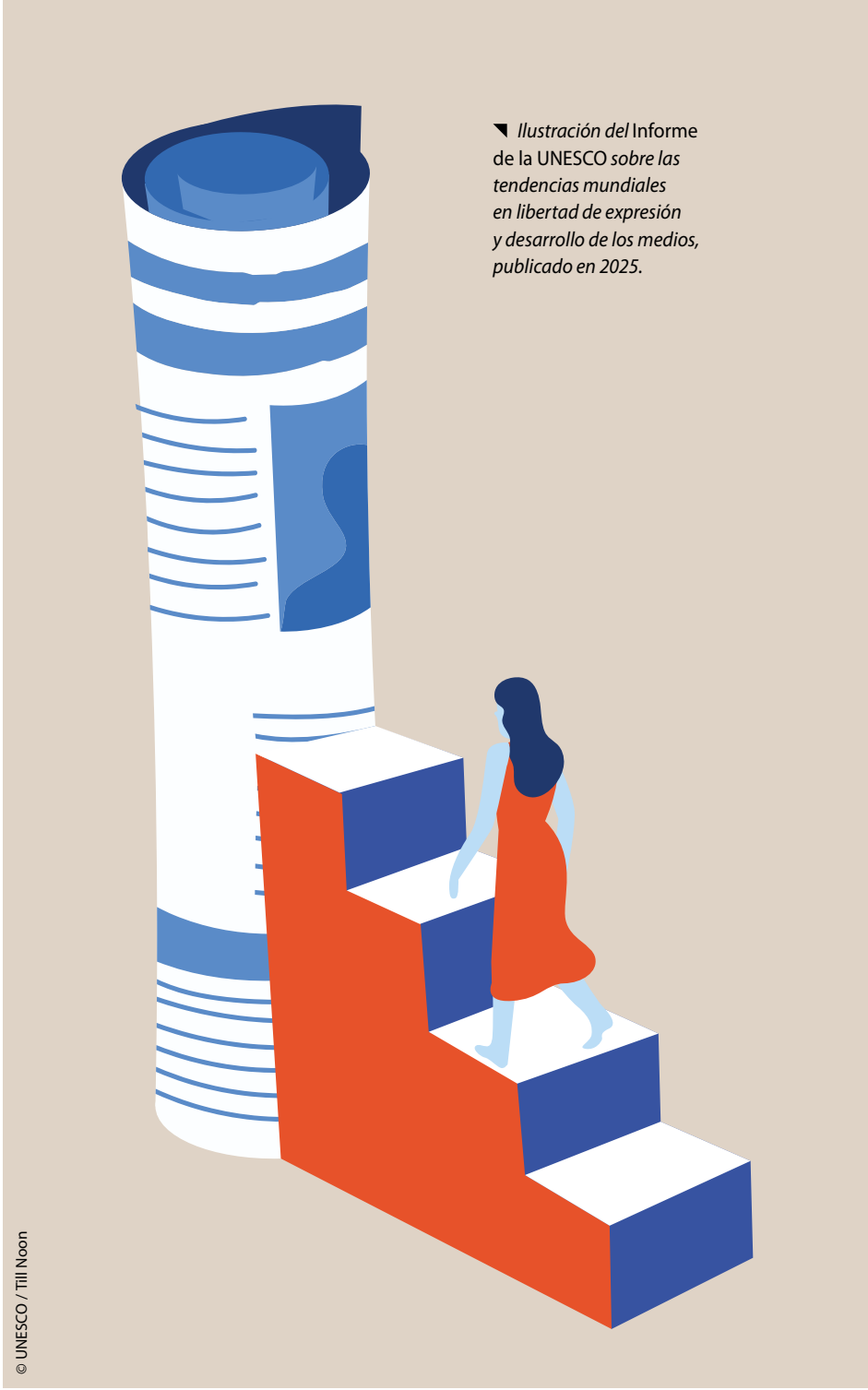


Ilustración del Informe de la UNESCO *sobre las tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios, publicado en 2025.*

© UNESCO / Till Noon

sabe distinguir realmente lo verdadero de lo falso.

Transparencia

Ante estos retos, ¿es posible seguir actuando para defender una información íntegra, asequible y accesible? El informe de políticas sobre la integridad de la información en las plataformas digitales, publicado en junio de 2023 por el secretario general de la ONU, António Guterres, aboga por políticas que favorezcan un periodismo independiente, libre y pluralista. Exige transparencia a las empresas tecnológicas que influyen de manera significativa en el deterioro de la integridad de la información. Asimismo, las resoluciones de las Naciones Unidas instan a buscar soluciones que refuercen la resiliencia de las sociedades mediante la educación en materia de medios de comunicación y cooperación internacional.

La aplicación de estas directrices debe ir acompañada de un respeto total por la libertad de expresión y de un apoyo al periodismo frente a intereses políticos y económicos. Las plataformas deben mejorar la moderación de los contenidos en las lenguas de sus usuarios y reforzar sus esfuerzos para garantizar una verificación independiente de los hechos.

Los contenidos generados por la IA tendrían que estar claramente identificados y, para ello, las empresas tecnológicas deben permitir que los investigadores y los reguladores tengan acceso a sus datos. Además, los algoritmos deberían dar prioridad a la información de calidad, en lugar de recomendar cualquier "contenido mediocre" por el simple hecho de poder captar la atención.

La falta de acción no es una opción. La información fiable no es un lujo. Considerar la información un bien público mundial aporta beneficios reales. A través de los años, los periodistas se han movilizado para defender la causa de una información íntegra. Hoy nos toca a nosotros adoptar una postura. La integridad humana pasa por la integridad de la información. ■

El periodismo ante la revolución de la IA

La IA está transformando el periodismo y la forma en que los ciudadanos ejercen su derecho fundamental a buscar, difundir y recibir información. Mejora el acceso a la información y la capacidad para procesarla, y permite a los periodistas analizar grandes cantidades de datos para crear contenidos de manera más eficiente.

Sin embargo, el uso de la IA no está exento de riesgos. Además de generar contenidos artificiales y *deepfakes* que ponen en entredicho los procesos de verificación y la confianza del público, cambia la forma de acceder a la información. De hecho, los usuarios cada vez abandonan más las noticias tradicionales para recurrir a los robots conversacionales *(chatbots)* y a las interfaces que utilizan la IA. Al mismo tiempo, el uso no autorizado de contenidos periodísticos para entrenar los sistemas de IA plantea cuestiones fundamentales sobre los derechos de autor. Al contribuir a homogeneizar el panorama mediático mundial, también se corre el riesgo de reducir la diversidad de puntos de vista y debilitar el pluralismo de los medios de comunicación.

Ante esta situación, la UNESCO, en su calidad de organismo encargado de apoyar el desarrollo de los medios de comunicación, ha publicado una nota de orientación titulada *AI and the future of journalism* [La IA y el futuro del periodismo], y también ha colaborado con el Consejo Mundial de Educación del Periodismo (WJEC) en la elaboración del Reporting on Artificial Intelligence: A Handbook for Journalism Educators, un manual sobre la IA dirigido a los profesores de periodismo. Esta publicación forma parte de la serie de la UNESCO destinada a apoyar la enseñanza de esta disciplina. Entre los títulos recientes de esta serie se encuentra la edición actualizada de Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists, un manual destinado a periodistas de investigación que integra las lecciones extraídas de investigaciones y colaboraciones internacionales, así como de Reporting on the Environment: A Practical Manual for Journalists, que aborda el papel de la IA en la cobertura del cambio climático.

Mie Olsen

Periodista en Copenhague (Dinamarca)

Dinamarca: cuando los lectores financian la redacción

Fundada en 2010, la revista danesa en línea Zetland asumió el reto de financiarse esencialmente a través de las cuotas de sus lectores y publicar menos material, pero de mayor calidad. Hoy en día, su éxito está creando escuela y otros países siguen su ejemplo.



© Christian Wendelboe

Oficina de Zetland, *un medio digital danés especializado en "slow news".*

Es un martes a las nueve de la mañana. En la redacción de la revista Zetland, en Copenhague, periodistas sentados alrededor de una mesa entonan una canción clásica y melancólica del repertorio danés. Se trata de la reunión semanal del consejo de redacción, que siempre comienza con una melodía. Una vez que da comienzo, los presentes proceden a analizar la recepción que han tenido los artículos publicados la semana anterior, tratan temas de naturaleza administrativa y realizan un pequeño taller dedicado a los modelos gráficos que usan para subir los textos a las redes sociales.

La reunión se celebra en un antiguo almacén reformado del barrio de moda Islands Brygge. Esta mañana de mayo, tras el encuentro, los redactores regresan a sus despachos en un ambiente relajado. En un rincón de la sala común, algunos muebles apilados contra una pared dan muestra del crecimiento de una empresa que no deja de incorporar nuevos colaboradores y que ha crecido hasta ocupar otra de las plantas del edificio.

Los locales de Islands Brygge acogen hoy a unos sesenta profesionales de distintos perfiles. Mientras los periodistas y redactores tratan de seleccionar los temas de sociedad más importantes y transmitirlos de manera vivaz, los programadores, artistas gráficos y analistas de datos se concentran en tareas que van desde la mejora de instrumentos de medición de audiencia hasta efectos visuales, pasando por el funcionamiento de las aplicaciones informáticas.

Una prensa de proximidad

La revista digital Zetland fue creada hace diez años por un grupo de profesionales de los medios de comunicación que querían cambiar las cosas. "Éramos cuatro periodistas que compartíamos la misma decepción al ver hacia dónde se dirigían los medios", explica Jakob Moll, uno de los cuatro fundadores y ex Director General de la publicación. "A principios de la década de 2010, la digitalización estaba en pleno auge y los órganos de prensa respondían a esa tendencia produciendo más contenidos con menos personal a un ritmo cada vez más intenso".

Con el objetivo de evitar los contenidos superficiales que abundan en Internet y los artículos que diseccionan la realidad "en lonchas muy finas y servidas deprisa", los cofundadores Silke Bock, Hakon Mosbech, Lea Korsgaard y Jakob Moll abandonaron sus trabajos en diferentes medios para lanzarse de forma independiente e intentaron crear una publicación de un nuevo género.

En opinión de Jakob Moll, Zetland combina "virtudes tradicionales del periodismo - como la elaboración de reportajes de fondo, una relectura rigurosa y una repartición nítida de las funciones editoriales- con un ADN profundamente digital, anclado en los datos".

La idea inicial era publicar poco contenido y solo sobre los temas más importantes y más originales. Actualmente, en 2026, su producción se limita a dos largos reportajes de actualidad diarios, una revista de prensa matinal y un podcast dedicado al asunto más destacado del día.

Este enfoque deja a los periodistas tiempo suficiente para ahondar en cada tema y privilegiar la pertinencia y la originalidad, y ha permitido que la revista atraiga a varios reporteros de renombre, procedentes de la gran prensa nacional.

Entre esas firmas, figura Line Gertsen, una premiada periodista de investigación que se incorporó a Zetland después de haber trabajado 20 años en la radiotelevisión pública danesa. Presentadora y corresponsal nacional, Gertsen llegaba cada semana a más de un millón de espectadores y disfrutaba de excelentes condiciones laborales.

"Hacía un periodismo de calidad, explica Gertsen, pero cada día resultaba más difícil conectar con el público, en particular con los jóvenes. Era muy complicado lograr que se interesaran por las grandes cuestiones sociales".

Su trayectoria no resulta excepcional. Al igual que ella, numerosos periodistas aspiran a lograr más profundidad y proximidad en un contexto mediático que está en plena mutación. "Yo quería trabajar en Zetland, porque mantiene el tono adecuado y establece una auténtica relación con sus lectores", agrega.

Salir de la torre de marfil

Gertsen trabaja actualmente en una investigación sobre el sistema de acceso a tratamientos de fertilidad, aportando una mirada crítica sobre los criterios de selección establecidos para acceder a estos tratamientos. El tema, que se expondrá en un podcast de 80 minutos tras dos meses de trabajo, se escogió por sugerencia de un lector, como suele ocurrir a menudo en este medio.

El modelo de financiación de esta nueva revista se basa principalmente en las contribuciones de sus abonados y, en menor medida, en las ayudas públicas que otorga el Estado danés. Desde 2019,

Dos tercios de los creadores de contenidos no verifican sus informaciones

Hoy en día, los creadores de contenidos digitales ocupan un lugar importante en el ecosistema informativo, ya sea porque se dirigen a millones de personas o a nichos específicos, e influyen en los debates sobre la actualidad cultural, social y política. Sin embargo, un estudio realizado por la UNESCO en 2024 reveló que dos tercios de los 500 *influencers* encuestados no verificaban sistemáticamente la información antes de compartirla. A raíz de esta comprobación, la UNESCO puso en marcha la primera formación mundial sobre educación en medios de comunicación e información diseñada específicamente para creadores de contenido digital.

Esta formación y los recursos pedagógicos asociados, elaborados en colaboración con el Centro Knight para el Periodismo en las Américas, tienen por objeto dotar a estos creadores de contenido de los medios necesarios para investigar y verificar la información de manera eficaz, así como para identificar y desmontar la desinformación. Además, fomenta la transparencia en la búsqueda de fuentes y hace hincapié en el respeto de las normas internacionales en materia de libertad de expresión.

Esta iniciativa forma parte de las numerosas aplicaciones concretas de las acciones de la UNESCO en el ámbito de la alfabetización mediática e informacional (EMI) y las competencias digitales. El objetivo es permitir que todos puedan abordar la información con espíritu crítico, navegar con total seguridad en línea y reforzar la confianza tanto en nuestro ecosistema de información como en las tecnologías digitales.

Con el fin de permitir la puesta en marcha de estas acciones en mayor escala, la Alianza Mundial de la UNESCO para la Alfabetización Mediática e Informacional reúne a más de 430 organizaciones y 220 expertos de más de 110 países. Desde su creación en 2013, la Alianza ha promovido la cooperación internacional en este ámbito con el fin de reducir la desinformación, las noticias falsas y los discursos de odio.

© Christian Wendelboe



Reunión editorial del equipo de Zetland.

la empresa organiza cada año campañas de financiación social con la ayuda de sus suscriptores, con miras a conseguir nuevos suscriptores y garantizar su sostenibilidad.

Actualmente tiene más de 40.000 abonados activos, que contribuyen con 139 coronas danesas al mes (unos 22 dólares). A cambio, se les invita a participar en el proceso editorial, presentando ideas sobre posibles artículos y planteando preguntas a la redacción, y pueden asistir a las reuniones del consejo de administración. Cada artículo contiene una sección participativa, en la cual el autor responde a las preguntas o recoge las sugerencias de los lectores.

"Durante más de un siglo, nuestro sector ostentó el monopolio de la interpretación del mundo. Nos encerramos en una torre de marfil. Los periodistas tendíamos más a preocuparnos de la opinión de nuestros colegas que del criterio de nuestros lectores. Ahora tratamos de volver a poner a los ciudadanos en el centro de nuestro trabajo", afirma Jakob Moll.

Esta estrategia se está convirtiendo en un método cada vez más común de financiar el periodismo generalista. Diversos estudios, en particular el último informe del Instituto Reuters titulado *Journalism, Media and Technology Trends* [Tendencias del periodismo, los medios de comunicación y la tecnología] indican que los abonos y las afiliaciones constituyen una alternativa para los órganos de prensa que se enfrentan a la reducción de los ingresos publicitarios. En esos estudios, se suele citar a Zetland como un ejemplo de éxito.

> **"Zetland combina virtudes del periodismo tradicional, como la elaboración de reportajes de fondo, con un ADN profundamente digital**

Nuevos mercados

Robustecida por el éxito, la revista se dispone a abrir una sucursal en Alemania. En 2024, se creó en Finlandia *Uusi Juttu*, una filial que opera también mediante el modelo de abonados. Una publicación noruega similar, denominada *Demo*, saldrá a la luz este verano. Ambas revistas pertenecen al grupo Zetland, ya que sus fundadores se han asociado a esta empresa.

Estos resultados positivos contrastan con la situación de la prensa tradicional en Dinamarca y en Europa en general, donde la baja de los ingresos publicitarios, la erosión del número de lectores y la competencia de las redes sociales y la inteligencia artificial se traducen en una disminución de efectivos y recortes presupuestarios.

Por el contrario, en 2026 Zetland tiene previsto continuar su ampliación. En fecha reciente, la revista fue adquirida por Bonnier News, uno de los mayores consorcios de prensa escandinavos, que asumió la participación que hasta entonces mantenían otros inversores privados.

"Esta nueva inversión no repercutirá sobre nuestro modelo de abono ni en nuestro estilo de periodismo", asegura Moll. "Y sí que podrá, en cambio, ayudar a Zetland a conquistar nuevos mercados" ■

Entrevista realizada por
Katerina Markelova
UNESCO

Charity Ekezie:
"Los medios necesitan encontrar formas más creativas de dirigirse a los jóvenes"

Periodista de formación, la nigeriana Charity Ekezie abandonó la prensa tradicional para dedicarse a la creación de contenido. En vídeos virales subidos a las redes sociales, esta estrella de Tik Tok, con 3,7 millones de seguidores, utiliza el humor para denunciar las percepciones estereotipadas de África.

Al principio, quería hacer carrera en los medios audiovisuales. ¿Por qué terminó eligiendo las redes sociales?

Siempre quise trabajar en el entretenimiento, aunque desde pequeña también me tentaba el periodismo. Al lanzarme a la creación de contenidos, no tuve la impresión de que abandonaba el periodismo, sino de que empezaba a explorar otra faceta de mi personalidad.

Cuando acabé mis estudios, en 2012, trabajé durante cinco años como animadora voluntaria en una emisora de radio universitaria. Tras esta experiencia, pasé un tiempo buscando trabajo como periodista y terminé por encontrar uno, pero con un salario tan bajo que me negué a aceptarlo. Al final, desistí de buscar empleo en el sector de la prensa.

Al mismo tiempo, publicaba sketches y vídeos en directo en Instagram, Facebook y YouTube, pero aquellos contenidos, hechos a base de bailes, mimo y humor, eran demasiado dispares como para atraer a una gran audiencia. Todo cambió en 2020, durante el confinamiento, cuando apareció Tik Tok. Lo que me impresionó fue que, en esa plataforma, la gente no trataba de ser perfecta, simplemente se mostraban tal como eran. Entonces empecé a hacer algunas publicaciones, y la cosa funcionó. La autenticidad se valoraba.

El problema es que en África la posibilidad de rentabilizar los contenidos que se suben a las redes es limitada. Tuvo que pasar algún tiempo antes de que esa labor resultase lucrativa, pero poco a poco, fui recibiendo propuestas de colaboración de marcas comerciales, ONG y artistas del sector musical.

> "Siempre me cuido de verificar las informaciones que comparto en las redes

Sus vídeos utilizan el humor y la contradicción visual -diciendo una cosa y mostrando todo lo contrario- para cuestionar los estereotipos sobre África. ¿Por qué escogió ese formato?

En 2021, alguien me planteó una pregunta sobre África que me molestó mucho. La respondí mediante un vídeo que, en tono sarcástico, denunciaba esa visión llena de prejuicios. Ese enfoque se convirtió en mi marca de fábrica.

Sin embargo, como al principio muchas personas tomaban mis chistes al pie de la letra, añadí apuntes visuales en segundo plano para subrayar la ironía de mis palabras. Por ejemplo, si alguien me pregunta si hay teléfonos en África, yo respondo que no hay ninguno, aunque aparece un teléfono claramente visible en la pantalla. El humor es una herramienta muy eficaz para impugnar los estereotipos y las ideas preconcebidas.

Muchos de mis seguidores están en Canadá, Estados Unidos, Reino Unido y Europa. Desde el principio, mi trabajo estuvo orientado principalmente a una audiencia no africana, porque los africanos no necesitan que les expliquen una realidad que ya conocen.

¿Le han sorprendido algunas reacciones?

En 2022, alguien me preguntó si todavía practicábamos el canibalismo. La pregunta iba más allá de un simple estereotipo o de un comentario de tipo racista… era algo muy preocupante. No lo olvidaré jamás. Hasta el día de hoy, nunca he respondido. Me limité a dejar la cámara fija y en silencio durante varios minutos.

¿Cómo consigue encontrar el equilibrio entre rigor y entretenimiento?

Mi formación de periodista me ayuda mucho. Siempre me cuido de verificar las informaciones que comparto en las redes.



© Foro Económico Mundial - Female Quotient

Charity Ekezie en una mesa redonda organizada en el marco del Foro Económico Mundial, en Suiza, en 2025.

Antes de mencionar a un país africano que conozco superficialmente, consulto fuentes en línea, pido consejo a mis abonados y hablo con amigos originarios de ese país.

Para elaborar un vídeo sobre la diversidad de las lenguas africanas, por ejemplo, me puse en contacto con personas que residen en determinados países y poder asegurarme, así, de que mi pronunciación de ciertas expresiones era correcta.

> **Al revés de lo que sucede con la prensa tradicional, las redes sociales crean comunidades en las que las personas pueden interactuar**

Cada vez que creo contenidos sobre países y culturas concretas, -por ejemplo, sobre Sudán o Etiopía- realizo investigaciones exhaustivas e incorporo informaciones factuales en la pantalla, de forma que los espectadores puedan aprender al mismo tiempo que se entretienen.

¿Cree que los creadores de contenidos como usted, pueden influir en el enfoque de la prensa tradicional?

Creo que sí. Los medios de comunicación tradicionales suelen presentar la información de manera grave y formal. Pero la gente de hoy, en especial los jóvenes, buscan contenidos más ligeros y accesibles. Esta es una de las razones por las que las redes sociales ocupan hoy un lugar importante en el consumo de información.

Para los medios tradicionales, el desafío consiste en encontrar la forma de llegar a un público más joven, sin renunciar por eso a la ética periodística. Tienen que conseguir un espacio sólido en las redes sociales para vincularse con su público, pero cambiando la forma de dirigirse a esa audiencia.

Al igual que hacen los *influencers*, la prensa tradicional debe hallar maneras más creativas e interesantes de presentar la información en línea a las nuevas generaciones.

¿No resulta inquietante el hecho de estar en contacto directo con la audiencia?

Al contrario, es realmente fascinante poder llegar a tantas personas, gracias a las redes sociales. Basta con levantar el teléfono, crear contenido y personas del mundo entero pueden verlo de manera instantánea. En muchos sentidos, las redes sociales generan la impresión de que el mundo se ha convertido en una auténtica aldea global.

Yo puedo publicar un vídeo aquí, en Nigeria, y recibir comentarios de gente que vive en Canadá o en Filipinas. Eso marca una gran diferencia con la prensa tradicional, que por lo general difunde información de modo unidireccional, mientras que las redes sociales crean comunidades en las cuales las personas pueden interactuar.

¿Trata usted de luchar contra la ignorancia o de contribuir a cambiar la imagen de África?

Aspiro a lograr ambas cosas. Aún queda mucho por hacer. En la actualidad, todavía no se considera a los países africanos como actores de pleno derecho en la escena internacional, a pesar de que el continente alberga gran parte de los recursos naturales del planeta.

África no solo necesita donativos, sino también inversiones y auténticas iniciativas conjuntas. Quiero contribuir a que vayamos más allá de los estereotipos y los discursos caritativos, y a lograr que se considere a África como un continente lleno de oportunidades.

Las redes sociales me han permitido entrar en contacto directo con el público en general y también me han abierto las puertas de plataformas como la COP30 en Brasil, en 2025, donde tuve la oportunidad de hacer una intervención. Tengo la convicción de que esos intercambios contribuyen también a que las cosas evolucionen en sentido positivo. ■

Marcelo Silva da Sousa

Periodista en Brasilia, Brasil.

La travesía por el desierto de los medios locales en Brasil

Cerca del 45% de los municipios brasileños carece actualmente de información de proximidad. Ante la existencia de estos "desiertos mediáticos", han surgido algunas iniciativas para cubrir la actualidad local, si bien su modelo económico sigue siendo incierto.

Afectados de lleno por la indiferencia de los lectores y por la retirada de los anunciantes, los medios de comunicación brasileños, al igual que los de todo el mundo, se han fragilizado. Solo en 2025 se clausuraron 655. Esta aridez informativa no es solo una estadística fría; representa una lenta pérdida de identidad colectiva.

Carla Jimenez, exdirectora de la edición brasileña de *El País,* vivió el vacío dejado por el cierre de su redacción en 2021 como un verdadero duelo social. "Muchos lectores sintieron que perdían a un amigo", lamenta.

> **"Varias municipalidades han encontrado una voz local gracias a los news influencers**

Lanzada en 2013, la edición brasileña del diario español cubría la actualidad del país, pero también se hacía eco de temas que a menudo pasaban bajo los radares de la prensa internacional como los derechos de las mujeres o las reivindicaciones de algunas minorías étnicas. La experiencia, sin embargo, no duró mucho, ya que no encontró un modelo económico viable.

La situación es particularmente preocupante para los medios locales: cerca del 45% de los municipios brasileños carecen de información de proximidad, y estas localidades no cuentan con un solo periodista que registre sus sesiones municipales, denuncie desvíos presupuestarios o narre la vida de sus calles.

Hasta una institución centenaria como el *Diário Popular de Pelotas*, del estado Río Grande del Sur, cerró en 2024 tras 133 años de historia. En cuanto al *Diario de Pernambuco*, en el noreste del país, decano de América Latina, lucha por su supervivencia editorial ante una crisis financiera terminal.

Un espejismo de mejora

Paradójicamente, a escala de país, el silencio mediático parece retroceder con la aparición de nuevos actores digitales. Según el último censo del Atlas da Notícia, una iniciativa que mapea el periodismo local en Brasil, el número de desiertos se redujo un 7,7% en el último bienio, logrando que 251 municipios salieran de la oscuridad informativa. El Nordeste ha liderado este rescate, recuperando la voz local en 143 ciudades gracias a la explosión de algunas iniciativas digitales.

Para Sérgio Lüdtke, coordinador del Atlas, esta nueva vitalidad mediática no es forzosamente garantía de buena salud democrática. La progresión observada se explica sobre todo por la aparición de páginas de información locales independientes, así como por la proliferación de blogs personales y de cuentas de noticias en redes sociales. Muchas de estas iniciativas son gestionadas de manera individual por periodistas locales y por los llamados *news influencers*, quienes, tras el cierre de los medios tradicionales en sus regiones, abren canales propios para difundir información.

Pero, a falta de encontrar un modelo económico duradero, estas iniciativas tienden a desaparecer. En solo dos años, el total acumulado de cierres de medios nativos digitales se duplicó, pasando de 317 en 2023 a más de 600 en 2025. Sérgio Lüdtke explica que muchos de estos medios "no dejan rastros de su cierre", desapareciendo de los servidores junto con la memoria local que intentaban proteger.

Ante el vacío independiente, los sitios web de las alcaldías (*prefeituras*) han ocupado el espacio. Sobre esta distorsión, Lüdtke advierte: "Cuando una alcaldía se convierte en el principal productor de contenido, el periodismo muere por asfixia. El ciudadano ya no distingue entre lo que es información pública y lo que es propaganda electoral".

Un bien público esencial

Mientras muchos medios locales luchan para sobrevivir, medios de una nueva naturaleza ven la luz. La redacción de *Poder360*, en la capital federal de Brasilia, hace gala de una excelente salud: desde 2019, sus efectivos se han cuadruplicado. Pero, aunque los 80 periodistas de este medio digital trabajan bajo el retrato vigilante de Ben Bradlee, el mítico

redactor jefe del diario estadounidense *Washington Post*, sus oficinas vidriadas no tienen el ambiente antiguo de las redacciones de antaño.

Lo que nació como una columna en *UOL* —uno de los portales de contenidos, entretenimiento y noticias más grande e importante de Brasil, fundado en 1996— es hoy un medio cien por cien digital de precisión quirúrgica. En sus escritorios domina la doble pantalla para vigilar el tráfico y los datos en tiempo real; aquí no hay secciones de deportes ni de entretenimiento. Su cobertura está dirigida estrictamente a "tomadores de decisiones" (políticos, empresarios, diplomáticos y analistas) y se enfoca en un riguroso procesamiento técnico de datos complejos —como leyes, presupuestos o reformas fiscales— que son traducidos en formatos de lectura rápida, infografías y viñetas ejecutivas para aportar más datos y menos adjetivos.

Guilherme Alpendre, su director ejecutivo, atribuye el éxito a este estilo técnico: "Atendemos ese nicho haciendo buen periodismo de forma desapasionada. Muchos medios han abandonado esto buscando el 'compromiso' a través de la emoción o la opinión".

> **"Muchos medios buscan el 'compromiso' a través de la emoción o de la opinión**

Mientras *Poder360* vigila el poder central, iniciativas como *Ceilândia Muita Treta* actúan como el último bastión en las periferias. Nacida en Facebook para cubrir la realidad de la región más poblada del Distrito Federal, esta plataforma es un termómetro de resistencia ante el vacío de los medios tradicionales.

No es un medio convencional, sino un mecanismo de presión ciudadana agresiva. El término 'Treta' (conflicto o lío) define su ADN: si un centro de salud no tiene insumos o una calle carece de luz, la denuncia ciudadana se viraliza allí para obligar a las autoridades a responder.

Entre blogs de información sin mañana y redacciones de tecnología punta super especializadas, el paisaje mediático brasileño trata de encontrar su camino. Para el profesor Fernando Paulino, de la Universidad de Brasilia (UnB), el periodismo local debe ser defendido como un servicio público de la misma jerarquía que la salud o la educación. "No podemos hablar de ciudadanos plenos si el lugar donde viven es un punto ciego para el resto del país. El derecho a la información debe tener la misma protección estatal que el derecho a la salud". ■



© Andi Landoni para *El Correo de la UNESCO*

Zeng Yan

Periodista en Beijing (China)

En China, un periodismo virtual muy real

La inteligencia artificial generativa proporciona al periodismo una novedosa gramática visual que permite dar una nueva vida a los archivos o crear presentadores virtuales.

En Wuan, la capital de la provincia china de Hubei, una mujer de 55 años llamada Chen Yurong pasó siete meses caminando 10 kilómetros al día para ayudar a su hijo. Los médicos le habían explicado que su hijo de 31 años necesitaba un trasplante de hígado, pero ella, al padecer esteatosis hepática, una acumulación excesiva de grasa en el hígado, no podía actuar como donante.

Chen Yurong se dedicó entonces a realizar largas caminatas diarias y a seguir un régimen alimentario estricto. Siete meses después, su esteatosis había desaparecido completamente, un proceso que normalmente demora varios años. Mediante una operación que duró 14 horas, Yurong pudo donar una parte del hígado a su hijo y le salvó la vida.

La historia de "la madre andarina", que la prensa china difundió ampliamente en 2009, volvió a emerger el pasado mes de mayo con motivo de la Fiesta de la Madre, esta vez en forma de reportaje creado por IA. En el vídeo, una silueta solitaria evoluciona siguiendo el ritmo de las estaciones y sus pasos resuenan en las calles vacías. Una historia que estaba guardada en los archivos encontró de pronto una nueva intensidad emocional entre los más jóvenes. Dos días después de su publicación en Douyin, la versión china de Tik Tok, el vídeo había sido visto por millones de internautas y recibió casi 300.000 '*likes*'.

Más que una simple adaptación, este reportaje es una muestra de las posibilidades que la IA generativa ofrece a los periodistas para renovar una narración.

Devolver la vida a un archivo

"En su día, esta historia conmovió a un público muy amplio, pero una década después, muchos jóvenes no habían oído hablar de ella", explica Li Rang, director del vídeo. "Una historia tan bella no debería sucumbir al paso del tiempo".

Li Rang afirma que la IA le permitió narrar una historia del pasado con un lenguaje visual actual. El vídeo condensa un recorrido de siete meses en pocos minutos y evoluciona con fluidez a medida que las estaciones pasan a la orilla de un río. Con un equipo de producción tradicional, esas escenas habrían necesitado un presupuesto considerable y un dilatado calendario de filmación. Además, las imágenes generadas mediante la IA aportaron al equipo una libertad creativa poco usual al permitirle modular el ambiente, la iluminación y el ritmo de cada secuencia.

A lo largo de toda la obra, la madre está filmada de espaldas. En vez de gene-

> **"La IA no puede reemplazar el trabajo sobre el terreno, la verificación de los hechos o la opinión editorial**





rar distancia, esta silueta sin rostro invita al espectador a proyectar sobre ella sus propias memorias y emociones. En palabras de un espectador: "no se ve su rostro, porque millones de madres habrían hecho lo mismo que ella".

Para Li Rang, este proyecto ilustra la creciente importancia que adquiere la IA en las salas de redacción. La tecnología permite reconstruir escenas difíciles de filmar y actualizar los archivos periodísticos, pero no puede reemplazar el trabajo en el terreno, ni la verificación de los hechos ni la opinión editorial. "El meollo del periodismo sigue siendo la verdad", asegura Rang. "La IA debe reforzar la verdad, no fabricarla".

Presentadores virtuales

Esta experiencia se inscribe en una evolución que ya está en marcha en las salas de redacción chinas. Más allá de la reutilización de archivos, la IA generativa remodela la producción y la forma de presentar la información.

En Xinhua, la agencia de prensa oficial de China, esta tecnología ha sido recientemente introducida a través de una nueva plataforma de presentadores generados por IA. En vídeos piloto, estos presentadores virtuales difunden informaciones que tratan, por ejemplo, de la venta de vehículos eléctricos en China o de la visita a Beijing de un dirigente extranjero, y en los que adoptan el ritmo pausado propio de los noticieros de televisión elaborados para pantallas móviles.

El efecto puede ser desconcertante. Para el presentador Dong Qianqi, la imagen de su doble digital le dio la impresión de que se miraba a un espejo capaz de hablar. Su avatar es idéntico a él mismo, casi al milímetro, pero nunca se cansa y jamás se confunde al transmitir la información. Este malestar inicial se disipó progresivamente y Dong Qianqi pudo comprobar cómo la IA reproduce con facilidad la pronunciación, el ritmo y las expresiones faciales. "El sistema tiene más dificultad para reproducir la expresión en vivo, los vínculos auténticos con los entrevistados y una comprensión real de la actualidad", explica.

La llegada de los presentadores digitales ha hecho que algunos de ellos se replanteen su función: ahora dedican menos tiempo a leer los textos en el estudio y más a los reportajes en directo, las entrevistas en el terreno y el análisis.

Sincronización del movimiento labial y timbre natural

"Cada vez se recurre más a la tecnología para racionalizar las tareas cotidianas y permitir que los reporteros y presentadores se concentren en tareas que giran alrededor del juicio humano", explica Bai Lefu, un ingeniero que participa en el desarrollo de presentadores digitales. Para los equipos de redacción, el atractivo de la tecnología radica también en la rapidez y la eficacia. Los presentadores de IA pueden realizar tareas de producción repetitivas, difundir actualizaciones las 24 horas del día y reaccionar rápidamente en caso de noticias urgentes, sin necesidad de maquillaje, coordinación en estudio o repetidas grabaciones.

"Una vez que se ha redactado el guión, el sistema genera rápidamente un vídeo con los movimientos labiales sincronizados y un timbre de voz natural", explica Bai Lefu, que afirma que los redactores humanos deben mantener "el dominio de la situación". Para él, ese uso no se limita a una simple cuestión de eficacia. "La IA multimodal", explica, "anula las fronteras tradicionales entre texto, audio y vídeo. Ahora se espera que los periodistas piensen cada vez más de manera visual desde el principio y tengan en cuenta no solo el contenido, sino también cómo se muestra ese contenido en una pantalla de teléfono móvil, cómo va a difundirse y cómo va a captar la atención del espectador en pocos segundos".

> **"La llegada de los presentadores digitales ha hecho que algunos profesionales se replanteen su función**

Entonces, ¿qué sigue siendo estrictamente humano en el trabajo periodístico? Según Xuan Changchun, vicedecano de la facultad de periodismo y comunicación de la Universidad de Xiamen, el debate es más amplio y abarca a la contribución del periodismo a la sociedad. "Sea cual sea la evolución de la IA", dice, "funcionará mediante la explotación y recombinación de las informaciones existentes". El periodismo, al contrario, genera conocimientos nuevos, derivados de la observación inmediata, el reportaje, las investigaciones y los contactos directos con las fuentes.

Para Changchun, no se trata solamente de una distinción técnica. Los periodistas se mueven en el núcleo de la actualidad, de una forma que les permite "captar detalles, calor humano y autenticidad que trascienden el texto y los datos". Los profesionales de la prensa ejercen también diversas formas de discernimiento difíciles de automatizar, ya que escogen los sucesos que merecen la atención del público y deciden cómo deben tratarse. "Ese juicio de valor", explica Changchun, "basado en la experiencia del mundo real, la conciencia ética y la comprensión del contexto, difícilmente puede reemplazarse con algoritmos". ■





Con la amable autorización del director Li Rang

Imágenes del cortometraje generado por IA Walking Mother.

Subhra Priyadarshini

Jefe de redacción de Nature India *y miembro del consejo de administración de la Federación Mundial de Periodistas Científicos.*

La prensa científica y el desafío de lo inmediato

En la India, al igual que en otros lugares, los periodistas científicos se enfrentan a un doble reto: luchar contra la desinformación y presentar fenómenos complejos en un mundo que prefiere emociones y afirmaciones categóricas.

Cuando se acerca el verano, la periodista medioambiental Jayashree Nandi observa que circulan mapas térmicos en los que se afirma que el país es "el lugar más cálido del planeta" o que se anuncia un calentamiento apocalíptico, desvinculado de los matices meteorológicos. "Esos mapas son enormemente engañosos. Hay una enorme tendencia a caer en el sensacionalismo, incluso en los reportajes científicos", lamenta.

En vez de refutar cada afirmación viral, Nandi prefiere reubicar los datos en una perspectiva más amplia, usando los valores históricos del clima, las variaciones regionales y los datos oficiales del Departamento Indio de Meteorología. Pero, aún así, es preciso que el público esté dispuesto a realizar un esfuerzo mínimo. "La ciencia es imprevisible y abierta", señala, "y solo cierto tipo de lectores acepta que los hechos científicos se presenten en toda su complejidad".

Falsas soluciones

El periodismo científico ha evolucionado mucho en pocos años. Hasta ahora, funcionaba como un sistema de transmisión: los científicos generaban conocimientos que los periodistas adaptaban para el público en general. Pero ese modelo ya quedó obsoleto. Ahora, el periodismo científico opera en un contexto en el que la confianza en las instituciones se ha erosionado y la polarización política influye en la interpretación de los datos. El público, por su parte, está expuesto de manera simultánea a afirmaciones científicas, teorías conspirativas, contenidos generados por *influencers* y una indignación amplificada por los algoritmos.

> "La desinformación prospera actualmente porque se disfraza del lenguaje y la apariencia de la credibilidad

Lo anterior es particularmente cierto en el ámbito climático, donde resulta difícil determinar la frontera entre la incertidumbre científica legítima y la duda deliberadamente inducida. "Cuando la desinformación asume la forma de un relato que contiene medias verdades, es mucho más difícil combatirla", se lamenta Aditi Tandon, jefe de redacción de la plataforma medioambiental Mongabay-India.

En los últimos años, Tandon ha coordinado una serie de investigaciones sobre lo que los expertos en climatología denominan "falsas soluciones", que son presentadas como remedios milagrosos para la crisis del clima, y cuya repercusión real sigue siendo incierta o sobrevalorada.

"Los defensores de esas soluciones, los miembros de la industria y las autoridades, e incluso los propios científicos, exageran sus efectos", explica. "Eso nos obliga a ser muy rigurosos en nuestro trabajo: es preciso indagar el alcance, la escala y la viabilidad de las soluciones propuestas, en vez de dedicarnos simplemente a promoverlas". Dicho en otros términos, se impone la necesidad de explicar lo que está en juego de manera implícita, descifrar la jerga técnica y hacerlo todo con sentido pedagógico.

Una credibilidad engañosa

Mariyam Alavi, periodista especializada en la desinformación en el área de salud y en verificación de datos, considera que hoy en día la desinformación prospera porque se disfraza con el lenguaje y la apariencia de la credibilidad. "La información falsa no llega en forma de declaraciones estrafalarias", explica. "Ahora se presenta en forma de relatos emocionales seductores, consejos sobre el bienestar, referencias científicas incompletas y vídeos de *influencers* que parecen fiables".

Sahana Ghosh, redactora de *Nature India*, coincide con este enfoque. Ghosh ha comprobado que los relatos dudosos sobre el clima hacen gala de una falsa prudencia científica para afirmar que las energías renovables no han demostrado realmente su eficacia, que las políticas climáticas son insostenibles desde el punto de vista económico o que determinados ecosistemas están condenados definitivamente.

Para refutar los mecanismos que sirven de apoyo a estos relatos, Ghosh prefiere usar las extensas investigaciones que

aplican la paleoclimatología, los datos históricos y el pensamiento sistémico. En particular, cita un informe que demuestra cómo las variaciones climáticas a largo plazo pueden malinterpretarse cuando las comparaciones históricas se establecen de manera parcial. "Esta investigación demuestra cómo deben evitarse los prejuicios retrospectivos y cómo es posible manipular las pruebas cuando el relato predomina sobre el análisis de los hechos".

Privilegiar las emociones

Pese a los esfuerzos realizados por los periodistas científicos, la desinformación se propaga cada vez más rápido, porque los sistemas mediáticos digitales otorgan prioridad a las certezas y los contenidos emotivos. En contraste, la ciencia progresa lentamente y mediante refutaciones sucesivas. "La ciencia está hecha de matices e incertidumbres", recuerda Tandon, "pero los formatos en los que publicamos y la capacidad de atención del público lector la impulsan hacia conclusiones absolutas".

A diferencia de los relatos simplistas y las afirmaciones categóricas, el periodismo científico responsable suele exigir prudencia, una cualidad difícil de estimar en sistemas mediáticos regidos por algoritmos. "A veces, cuando estamos listos para publicar un artículo de perfecta argumentación, la desinformación ya ha causado estragos", se lamenta Tandon.

A esos problemas se añade cierto cansancio de la audiencia, cuando no un rechazo, en lo que se refiere a las noticias medioambientales. En la última década, psicólogos e investigadores de los medios han advertido sobre la "ecoansiedad" que se manifiesta, sobre todo entre los jóvenes, cuando están expuestos a una corriente incesante de noticias negativas sobre clima, pandemias, pérdida de la biodiversidad, olas de calor extremo o inseguridad alimentaria.

El auge de la inteligencia artificial generativa plantea otro desafío. Aditi Tandon señala la frecuencia con que la IA figura en los proyectos de artículos presentados por sus colaboradores. Sin embargo, el periodismo científico se basa en procesos que difícilmente pueden reproducirse mediante el uso de la IA, ya que implica adquirir competencias a lo largo de los años, comprender la incertidumbre y mostrar capacidad de discernimiento. La buena noticia es que los redactores son cada vez más capaces de detectar los textos generados por IA: contenidos fluidos, pero superficiales, que contienen referencias apócrifas y estructuras narrativas que imitan al periodismo, pero sin estar respaldados por el necesario trabajo de investigación.



© V Drone / Shutterstock

Mumbai (India), 2025.

Un periodismo de plazos largos

Sin embargo, el mayor peligro que amenaza hoy al periodismo científico no es la desinformación en sí misma, sino el debilitamiento de las instituciones mediáticas capaces de resistirlo. En la India, al igual que en muchas otras regiones del mundo, la concentración de los órganos de prensa, la disminución de los presupuestos de las redacciones y el hundimiento de los recursos publicitarios han reducido paulatinamente el número de servicios especializados en asuntos científicos.

Ahora bien, este periodismo especializado requiere tiempo. Para redactar un artículo serio, es preciso leer publicaciones académicas, entrevistar a varios expertos, comprender la complejidad del tema, personarse en el terreno, familiarizarse con un lenguaje técnico y verificar todas las declaraciones. "Son muchos los periodistas independientes que, simplemente, no pueden permitirse dedicar las horas de trabajo que exige un reportaje científico riguroso", señala Tandon.

"Se trata también de una lucha por lograr espacio y notoriedad", añade Jayashree Nandi, afirmando que los redactores científicos y medioambientales se ven obligados a rivalizar con una amplia gama de asuntos que monopoliza la atención del público. En su opinión, el periodismo científico debe existir en la prensa de manera permanente y no solo durante los periodos de crisis. "No se puede echar mano de este tipo de periodismo solo para aportar una reacción 'en caliente' sobre un tema de actualidad", declara.

A pesar de estas limitaciones, hay indicios de resistencia. Los medios independientes, los nuevos órganos de prensa de carácter no lucrativo, las iniciativas en lenguas regionales y los programas de becas generan nuevos espacios en los que las investigaciones científicas serias pueden encajar. La estrategia adoptada por los periodistas indios especializados en cuestiones medioambientales trata cada vez más de vincular las crisis mundiales -cambio climático, disminución de la biodiversidad, contaminación ambiental- con las realidades cotidianas que las comunidades locales deben afrontar. "La población es capaz de hacer frente a las verdades difíciles", opina Tandon, "siempre y cuando esos relatos se cuenten con claridad, se sitúen en el contexto y no se transmitan con sensacionalismo". ■

Un día en la vida profesora en Blang



Fotos: **Riska Munawarah**

Texto: **Katerina Markelova**
UNESCO

de *Azizah,* *Awe, Indonesia*



El amanecer despunta en Seunong, en la provincia indonesia de Aceh, al oeste de Sumatra. La primera jornada de Azizah, de 43 años, comenzó hace un buen rato en la penumbra silenciosa de su pequeña vivienda. A las ocho de la mañana, estará frente a sus 19 alumnos de la escuela primaria de Blang Awe, pero, antes de subirse a su moto para recorrer los siete kilómetros que la separan de este pueblo, Azizah pasa por los baños públicos, hace las tareas del hogar y prepara a sus hijas para ir a la escuela.

Las clases terminan a mediodía. De regreso a Seunong, Azizah comienza con su segunda jornada. Madre soltera de dos hijas, divide su tiempo entre las aulas y otras actividades complementarias que le permiten mantener a su familia. Su salario de unas 500.000 rupias indonesias al mes (cerca de 30 dólares) apenas basta para cubrir los gastos más básicos.

Así que, una vez cerrados los cuadernos, cultiva pimientos en una pequeña parcela cerca de su casa y, al caer la noche, en el silencio del atardecer, vuelve a ser profesora el tiempo necesario para corregir los trabajos de sus alumnos. Una rutina que los frecuentes cortes de electricidad a veces prolongan hasta bien entrada la noche, a la luz vacilante de una vela. La pizarra, la tierra, el lavadero, la cocina, la corrección de los trabajos de los alumnos: mañana le espera un nuevo día.

Realizado para El Correo de la UNESCO, el reportaje de la fotógrafa indonesia Riska Munawarah narra de forma elocuente la resiliencia cotidiana de personas que, como Azizah, consagran su vida a transmitir, a escuchar y a hacer crecer. A estos indispensables transmisores de conocimiento está dedicado el Día Mundial de los Docentes, que cada año se celebra el 5 de octubre. ■

Cada mañana, Azizah, profesora de Seunong, en la provincia indonesia de Aceh, va a los baños públicos.





Madre soltera de dos niñas, Azizah las prepara para ir al colegio antes de dedicarse a las tareas domésticas.







Azizah es profesora en una escuela en Blang Awe, a siete kilómetros de su domicilio.



Azizah da clase a 19 estudiantes.





Azizah acompaña a sus alumnos a lo largo de todo el día.





Cuando acaban las clases, los profesores se juntan para charlar.



Después de la escuela, Azizah cultiva pimientos cerca de su casa. Esta fuente adicional de ingresos es esencial para abastecer a su familia.



Ha caído la noche. Pronto será hora de hacer la cena para sus hijas.



Azizah lava arroz para preparar la cena.







Cuando las niñas están acostadas, Azizah corrige los ejercicios de sus alumnos, a veces a la luz de una vela debido a los cortes de electricidad.

¿A qué huele el pasado?

Cecilia Bembibre Jacobo

Profesora de patrimonio sostenible y directora de investigaciones del Instituto de Patrimonio Sostenible del University College de Londres (Reino Unido)

Contrariamente a la vista, un sentido tradicionalmente vinculado a la razón, el olfato ha sido desatendido durante mucho tiempo y sigue sin estar suficientemente protegido. Sin embargo, desde hace algunos años, algunos investigadores tratan de documentar y poner de relieve este frágil patrimonio, y hasta intentan resucitar aromas desaparecidos.

Antes de que la ciudad amanezca, ellas ya están trabajando, en cocinas que todavía guardan la frescura de la noche, con faldas y pañuelos blancos en la cabeza preparadas para la jornada que comienza. Amplias palanganas esmaltadas dejan escapar aromas de hierbas aromáticas maceradas puestas a infusionar por las mujeres bahianas, que obedecen a una fórmula que se conserva desde hace más de dos siglos. En el exterior, las primeras charangas de *Lavagem do Bonfim*, una de las fiestas populares más multitudinarias de Brasil, empiezan a resonar en las calles de Salvador de Bahía, al noreste del país, y las mujeres comprimen las hojas con las manos para liberar aromas de resina, menta y vapores sagrados. Se trata del *água de cheiro*: el agua perfumada.

Ese día, miles de personas peregrinan hasta la iglesia de Bonfim en una marea de trajes blancos. En el templo, la misa católica y el ritual afrobrasileño se funden, y se venera una imagen de Jesucristo que llegó de Portugal en 1745 y la divinidad Oxalá, un *orisha* central de la tradición espiritual africana. En lo alto de la colina, las bahianas, unas mujeres descendientes de esclavas que consiguieron la libertad vendiendo comida y hierbas, vierten el agua perfumada sobre las escaleras del santuario y sobre las cabezas de los peregrinos mientras entonan *Do colo da Mãe aos braços do Pai* [Del regazo de la Madre a los brazos del Padre], una canción tradicional.

Sin embargo, esas mujeres temen que estos rituales no sean replicados por las jóvenes generaciones. Hasta el paisaje ha cambiado y las plantas que usan para la infusión proceden de una zona de la selva atlántica que, cuando eran jóvenes, era dos veces más grande. Para evitar que ese patrimonio se pierda para siempre, los investigadores del proyecto SCENTinel documentan desde 2024 los aromas de las hierbas que se maceran y del incienso y luego analizan los compuestos volátiles que liberan. Se trata de una iniciativa paneuropea que combina el análisis químico con descripciones empíricas de las mujeres con la finalidad de documentar los aromas de la *Lavagem* y evaluar los cambios futuros.

La urgencia está justificada: el patrimonio olfativo es uno de los más frágiles. Invisible en las fotografías, ese patrimonio se evapora en dos generaciones. Los cambios climáticos y socioeconómicos modifican los paisajes aromáticos con demasiada rapidez como para que puedan documentarse, y la transmisión de una generación a la siguiente no se realiza fácilmente.



© Flore-Aël Surun / Tendance Floue



Un patrimonio visible

Hoy en día, los museos y los métodos de conservación dan prioridad a lo visible. Los monumentos pueden verse, las piezas se exponen en vitrinas. El patrimonio inmaterial se documenta mediante lo que es susceptible de filmación o grabación. Rara vez se tiene en cuenta el olfato, y casi nunca se le protege. Esa actitud refleja una jerarquía sensorial cuyo origen se remonta a la modernidad: a partir del siglo XVIII la vista se asoció cada vez más a la razón y al conocimiento, mientras el olfato quedó relegado al cuerpo, a lo doméstico, lo efímero y lo irracional. En su obra *Smell and the Past* [El olor y el pasado], el historiador William Tullett habla de una perspectiva "oculocéntrica" de la historia que todavía hoy determina el enfoque de museos, archivos y políticas culturales. "En lo que se refiere a los olores", señala Tullett, "uno se da cuenta de lo que tiene una vez que lo ha perdido o cuando se ha visto alterado".

Sin embargo, muchas formas de patrimonio son inseparables de los olores. Algunos son objetos ideados para perfumar el cuerpo o el ambiente como el incienso, las pomas (esferas de metal cargadas de aromas), los guantes perfumados o las hierbas medicinales mezcladas con aguas rituales. Otros se apoyan en saberes olfativos adiestrados como la nariz de un perfumista que equilibra los aromas resinosos y florales, o el talento de un molinero que evalúa la calidad de la harina con solo olerla.

Los olores se vinculan también a los materiales y a los lugares. Un aire ahumado con un leve toque de vainilla cargado de aromas de cuero en una biblioteca antigua, las notas polvorientas de una estación de metro, o el olor a piedra húmeda de una iglesia tras la lluvia contribuyen a que un lugar sea reconocible y memorable. Sin embargo, esas dimensiones sensoriales a menudo permanecen en la periferia, porque son difíciles de clasificar, compendiar o archivar.

Un giro sensorial

A finales de la década de 1980 y durante toda la década siguiente se produjo un "giro sensorial" en las ciencias humanas y sociales. El olfato, que durante largo tiempo había quedado relegado al fondo de la jerarquía sensorial de Occidente, se transformó en un objeto de estudios culturales e históricos serios. Las ciencias del patrimonio siguieron el mismo rumbo en los años posteriores a 2010, con la elaboración de un marco que permitió identificar y preservar los aromas que poseían un significado cultural. De esta etapa proviene el concepto de *patrimonio olfativo*. Porque oler es una manera de apropiarse del mundo, y es también una de las formas de memoria que más se inscriben en la profundidad del cuerpo humano.

El aroma de un alimento puede, por sí solo, dar origen a un relato. Para las comunidades oriundas de una diáspora, los olores familiares preservan el vínculo con los lugares de origen. La anosmia que se manifestó durante la pandemia de COVID-19 puso de relieve hasta qué punto la pérdida de olfato puede resultar desequilibrante. Al mismo tiempo, la contaminación, la industrialización y el cambio climático modifican los olores de las regiones y las estaciones, ya que los bosques se reducen y desaparecen los perfumes de determinadas plantas. El filósofo ambientalista australiano Glenn Albrecht llama "solastalgia" a la pena causada por esas transformaciones: una forma de nostalgia del presente. Un río, un bosque o una ciudad pueden parecer familiares desde el punto de vista óptico y, sin embargo, haber perdido el olor que antes despedían.

Incienso y resinas de madera

Ahora surgen nuevos métodos para documentar y preservar los olores. Para los aromas que aún existen, se pueden tomar muestras de aire a partir de objetos, edificios, paisajes o prácticas, y analizarlas gracias a técnicas específicas que permiten identificar los compuestos volátiles causantes de los olores. A esas técnicas suelen añadirse evaluaciones sensoriales en las que los participantes capacitados describen las cualidades de esos aromas, y la combinación de ambos métodos permite crear un archivo detallado y recuperar determinados aspectos de la experiencia olfativa original.

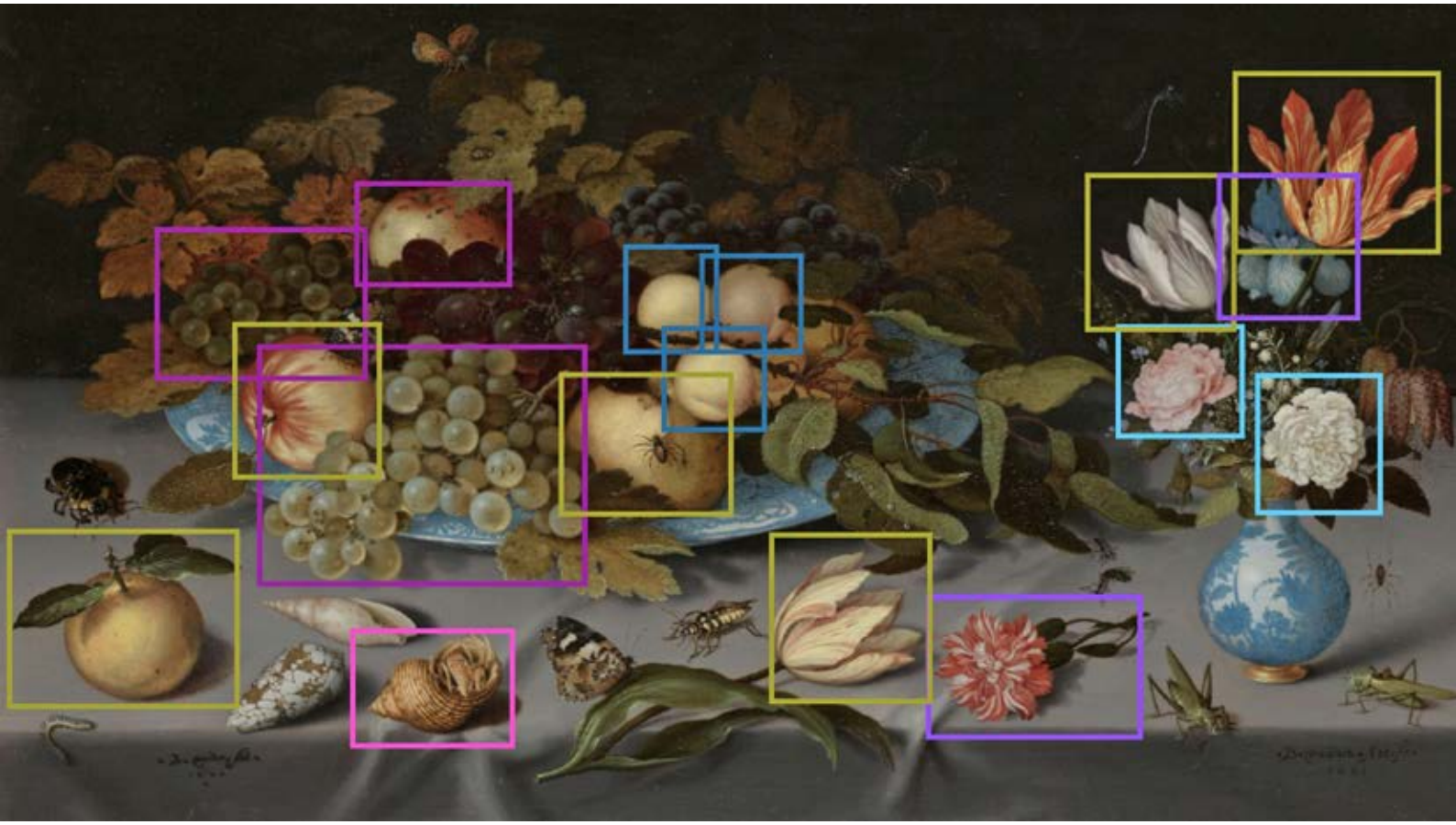


© GrandPalaisRmn (musée de la Renaissance, château d'Écouen) / Mathieu Rabeau

En el Siglo XVI, durante las epidemias de peste, se utilizaban las bolas de olor. Esta pieza perfumada de joyería emanaba aromas que alejaban los olores de la enfermedad.

> **Muchas formas de patrimonio son inseparables de los olores**

Dominio público / Colección del Rijksmuseum / Odeuropa



◥ Still Life with Fruit and Flowers *del pintor neerlandés Balthasar van der Ast (1620). El proyecto europeo Odeuropa recrea olores antiguos utilizando archivos históricos y herramientas de Inteligencia Artificial.*

Para los olores que ya no existen, los investigadores combinan fuentes tomadas de los archivos y fórmulas históricas para reconstruirlos. Gracias a esas recreaciones científicas, es posible recuperar dimensiones sensoriales del patrimonio que están en peligro o que se habían perdido. El proyecto europeo Odeuropa ilustra esta iniciativa mediante la reconstitución de la poma -también conocida en francés como 'manzana de ámbar' o 'pomander'- del siglo XVI, una esfera metálica que contenía diversos perfumes y que se usaba con fines medicinales. Durante las epidemias de peste bubónica, se suponía que aspirar sus aromas proporcionaba protección y para que fuera efectiva se acercaba a la nariz un manojo de romero, algalia y clavo de olor y así alejar las temidas miasmas de la enfermedad. Hoy en día, la mayoría de estas joyas son piezas de museo que se exhiben como objetos sin olor. Odeuropa ha recreado sus fragancias a partir de recetas antiguas.

Los aromas del pasado resultan a veces imprevisibles. Cuando los investigadores del proyecto Odotheka de la Universidad de Liubliana (Eslovenia) emprendieron el primer análisis olfativo sistemático de las momias que se conservan en el Museo Egipcio de El Cairo, esperaban que esos restos humanos desprendieran un olor de habitación cerrada. Pero los aromas que emanaron de las momias se parecían más a los del interior de un templo: resinas de madera, incienso y dulces notas balsámicas que perduraron durante miles de años.

Una caja de herramientas

La experiencia empírica constituye el eje del proyecto *Sensing the Intangible*, [Sentir lo intangible], que lleva a cabo el Instituto de Patrimonio Sostenible del University College de Londres. En su contexto, se ha elaborado una carpeta de herramientas para que los usuarios puedan describir con sus propias palabras las notas sensoriales y corporales que perciben. El primer estudio de caso se ocupa del arte campanil inglés, practicado por unas 30.000 personas repartidas en 7.000 campanarios. El olor metálico del bronce recalentado y el hollín figuran entre los elementos presentes en los testimonios de quienes han participado en el proyecto, junto con la resonancia de las campanas, aspectos que rara vez se tienen en cuenta en los inventarios oficiales.

No obstante, no todos los olores han de preservarse. El objetivo del proyecto es reconocer el sitio que ocupa el olfato en las tradiciones vivientes, los lugares y las colecciones, antes de que esos aromas desaparezcan.

El próximo mes de enero, las mujeres bahianas verterán de nuevo el *água de cheiro* sobre la escalinata de Bonfim y los aromas de albahaca, mirra e incienso ascenderán y se mezclarán con el calor de Bahía. Pero si las hierbas de la selva desaparecen, si las nuevas generaciones desdeñan el ritual o si los aromas sensoriales siguen siendo menospreciados, una parte del patrimonio de Bonfim se perderá con ellos.

Otro tanto podría decirse de innumerables olores que poseen significado cultural. Muchos de ellos siguen sin documentarse a pesar de la memoria, la identidad y los conocimientos medioambientales que comportan. A medida que esos paisajes olfativos se borran, las comunidades pierden una parte de su vínculo con el territorio. Algunas modalidades de patrimonio perduran en la piedra o el papel, pero otras solo sobreviven en la atmósfera y en el recuerdo de las personas a menos que alguien se tome el trabajo de resucitarlas. ■

NUESTRA INVITADA

Thelma Golden:



© Julie Skarratt

Entrevista realizada
por **Anuliina Savolainen**
UNESCO

“El museo es un espacio donde se pueden tener conversaciones complejas”

Tras siete años cerrado por obras, el Studio Museum de Harlem volvió a abrir sus puertas en noviembre de 2025. En un contexto totalmente repensado, esta institución neoyorquina, creada en 1968 para promover la obra de artistas afrodescendientes, muestra la riqueza del arte negro desde el siglo XIX hasta hoy. Para Thelma Golden, su directora desde 2005, el nuevo edificio refleja a la perfección su vocación de espacio vivo, múltiple y abierto a ese barrio emblemático de la cultura afroamericana y al resto del mundo.

El edificio que alberga las colecciones de Studio Museum ha sido completamente reformado. ¿En qué medida esos cambios se ajustan a su misión?

Desde que empezamos a pensar en cómo manifestar nuestro nuevo edificio, la comunidad de Harlem estuvo en el centro de nuestras discusiones. Esta prioridad fue adoptando diversas formas, empezando por la concepción misma del edificio, que recupera el estilo arquitectónico de Harlem: los volúmenes imponentes de los lugares de culto, la animación de las calles, la convivialidad de los portales, la sobria dignidad de las ventanas o los alféizares de las puertas.

Este espacio se puso al servicio de nuestra misión, que consiste en apoyar a los artistas afrodescendientes y servir de lugar de encuentro. Los visitantes pueden circular libremente entre las exposiciones, las actividades educativas y los espacios públicos. Esta actividad, que refleja la profunda interconexión del arte con la comunidad, marca la médula de la institución desde su fundación.

También pedimos a los arquitectos que concibieran un edificio que fuera capaz de reforzar la ósmosis entre el museo y el barrio con lugares públicos para acoger eventos locales, proyecciones y programas educativos. En la planta baja, un ventanal de doble altura anula la frontera entre la agitación de la calle y el interior del recinto, y una ancha escalinata desciende a la planta baja del museo, creando un amplio espacio público modulable que lo hace lo más expuesto y accesible desde la calle. Desde la terraza situada en el techo es posible admirar las cubiertas de los edificios adyacentes, que se extienden hacia el norte y el sur cumpliendo el propósito de que los visitantes tengan la impresión de estar en el mismo centro de Harlem.

> “La colección permanente de 9.000 piezas del Studio Museum de Harlem muestra la inmensa riqueza del arte negro

El museo reúne, preserva e interpreta obras de creadores afroamericanos, miembros de la diáspora africana y artistas del continente africano. ¿Cómo interactúan estas colecciones históricas con trabajos más contemporáneos?

Lo más extraordinario del nuevo edificio es el volumen de espacio disponible, lo que nos permite presentar una gran diversidad de obras. Para su reapertura, pensamos que era importante consagrar buena parte de la nueva sede a la exposición de la colección permanente: un enorme conjunto de 9.000 piezas, desde el siglo XIX hasta nuestros días, que muestra la inmensa riqueza del arte negro a lo largo del tiempo.

Prueba de lo anterior es la exposición *From Now: A Collection in Context*, [Desde ahora: Una colección en contexto] que irá evolucionando a lo largo de todo el año y que incluye obras de artistas →

como Lorraine O'Grady, icono del arte conceptual de la década d 1980, James Van Der Zee, fotógrafo del periodo conocido como el Renacimiento de Harlem en los años 1920, el artista plástico David Hammons o la pintora activista Faith Ringgold.

Mediante la rotación de las piezas se pone de manifiesto las diversas maneras en que los artistas afrodescendientes dialogaron entre sí y con el público, ya fuera de forma deliberada o fortuita. Eso se muestra a través de ideas, intereses, convicciones compartidas, o mediante el uso de materiales y prácticas comunes. El propósito es que los visitantes se sientan inspirados por obras que se inscriben en una continuidad creativa esencial para la comprensión de nuestra historia común.

¿Cómo se integra este nuevo edificio en el Harlem actual?

Harlem es un barrio vivo y en transformación permanente. A pesar de los cambios que ha experimentado, sigue siendo el centro geográfico y espiritual de la cultura afroamericana gracias a instituciones culturales como el *National Black Theater*, el Teatro Apolo, el Centro Schomburg para la investigación de la cultura negra, el *Dance Theatre* o el Museo Nacional del Jazz. Para el Studio Museum es un privilegio formar parte de esta extraordinaria red de entidades que documentan, realzan y se ocupan de los vecinos, las tradiciones y la historia del barrio.



Con la amable autorización del Studio Museum de Harlem / Foto: © Albert Vecerka / Esto

El nuevo edificio del Studio Museum de Harlem, inaugurado en 2025, fue concebido para reforzar la conexión entre el museo y el barrio, gracias a espacios públicos capaces de acoger eventos locales, proyecciones o programas educativos.

En lo que se refiere a la relación con el barrio, los fundadores de la institución nos legaron un regalo muy valioso al incluir la misión de la entidad en su propio nombre: Studio Museum de Harlem. Esa denominación definitoria nos permite enlazar el pasado y el presente, y permanecer constantemente vinculados con la vida de nuestros vecinos. Con ese espíritu concebimos la mayor parte de nuestros programas, en particular los que se organizan en el exterior del museo. Con la serie *inHarlem*, por ejemplo, implantada de 2016 a 2022, llevamos el arte a los espacios públicos del barrio, y coordinamos programas educativos con numerosas organizaciones y escuelas locales. Aunque el mundo que nos rodea está en evolución, un rasgo permanece: somos un hogar que acoge a los artistas afrodescendientes y que está volcado hacia la comunidad de Harlem.

La UNESCO rinde homenaje a la cultura africana y afrodescendiente

El Día Mundial de la Cultura Africana y de los Afrodescendientes, que se celebra cada año el 24 de enero, tiene como objetivo rendir homenaje a las numerosas y dinámicas culturas del continente africano y de las diásporas africanas en todo el mundo. Esta iniciativa se inscribe en el mandato de la UNESCO de promoción de la diversidad cultural y la creatividad en el mundo.

La UNESCO instituyó este Día Mundial en 2019. La fecha coincide con la adopción de la Carta para el Renacimiento Cultural de África firmada en 2006 por los jefes de Estado y de Gobierno de la Unión Africana. La celebración de este día tiene también como objetivo promover la ratificación y la aplicación de dicha Carta por parte de los Estados africanos, reforzando así el papel de la cultura en el continente.

Usted ha descrito el museo como un lugar esencial de diálogo. ¿Cómo se abre una institución cultural para convertirse en espacio de encuentro?

Más allá de las obras en sí mismas, lo que más me gusta de un museo es que el público pueda relacionarse con el arte y que las personas interactúen entre sí. Al recorrer las diversas salas, se puede ver visitantes intercambiando opiniones sobre los trabajos expuestos, artistas disertando sobre la actividad creadora o alumnos de diferentes edades participando en nuestros talleres pedagógicos. Esta misión figura desde 1966 en el documento que define el ideario programático de nuestra institución. En él, nuestros fundadores declararon que el Studio Museum de Harlem "tiene que ser un museo vivo: un lugar donde no sólo se venga a mirar, sino también a trabajar, aprender y crear".

Esta aspiración fue apropiada por artistas, militantes, filántropos y vecinos de Harlem que trataron de dar notoriedad a la labor de los artistas afrodescendientes en museos, galerías y universidades. Este movimiento sigue siendo una referencia en nuestra forma de concebir los espacios con la convicción profunda de que nuestro museo es un ámbito que debe acoger debates complejos sobre el arte, la verdad y la democracia.

> **"Harlem sigue siendo el centro geográfico y espiritual de la cultura afroamericana en Nueva York**

Su carrera parece haber cerrado un círculo magnífico desde que empezó en 1987, aquí en el Studio Museum, siguió con una década de exposiciones determinantes en el Whitney Museum of American Art, y regresó al Studio Museum en el año 2000 para convertirse en directora en 2005. ¿En qué momento supo que quería consagrar su vida al mundo del arte?

Cuando estaba en primaria, ya sabía que quería trabajar en un museo. Esa ambición precoz la debo a mis padres. Ambos eran neoyorquinos -mi padre era de Harlem y mi madre de Bedford-Stuyvesant, en Brooklyn- y los dos consideraban que esta ciudad les pertenecía plenamente. Hicieron cuanto fue posible para transmitirme ese sentimiento. Crecí visitando todos los museos de la ciudad, vi muchas obras en Broadway y asistí a espectáculos en lugares emblemáticos de las artes escénicas.

Al ingresar en la escuela secundaria, ya aspiraba a ser comisaria de exposiciones. Mi proyecto vital se perfiló cuando comprendí que mi función sería crear espacios para los artistas afroamericanos y la cultura negra. En mis 40 años de carrera, nunca me he desviado de esa trayectoria original. ■



◥ Echoes of Harlem, *colcha de algodón pintada por el artista estadounidense Faith Ringgold, 1980. Colección de The Studio Museum de Harlem.*

© 2026 Faith Ringgold Estate / Artists Rights Society (ARS), New York. Foto: John Berens

Laetitia Kaci
UNESCO

Vivir con la naturaleza en los sitios designados por la UNESCO

Ya sean sitios del Patrimonio Mundial, Reservas de Biosfera o Geoparques, los sitios designados por la UNESCO forman una red única de lugares en los que la naturaleza y los seres humanos viven en armonía. En su nuevo informe, *People and Nature in UNESCO-designated sites: local and global contributions* (2026), [Vivir con la naturaleza en los sitios designados por la UNESCO: contribuciones mundiales y locales] la UNESCO demuestra que las formas de vida dentro de estos sitios son mucho más resilientes que en otros lugares. Estos paisajes preservan especies, culturas y medios de subsistencia a escala global, si bien cada vez es más necesario garantizar su protección.

Por qué estos sitios son importantes

LOS CERCA DE 2.260 SITIOS DESIGNADOS POR LA UNESCO forman una red mundial donde la biodiversidad y las culturas son más resilientes gracias a ecosistemas saludables.

- 2.260+ SITIOS
- 13 MILLONES DE KM²
- 1.000+ LENGUAS
- 900 MILLONES DE SERES HUMANOS

Santuarios de biodiversidad

Los sitios designados por la UNESCO son paisajes vivos donde la naturaleza y los seres humanos están estrechamente vinculados y **desempeñan un papel fundamental en la lucha contra el cambio climático:**

El **73%** de la **población mundial de animales salvajes ha desaparecido desde 1970,** pero se mantiene **estable en los sitios designados por la UNESCO.**

El **60%** de las **especies registradas a nivel mundial están presentes en estos sitios,** y el **40%** de ellas son **endémicas.**

Refugio de algunas especies al borde de la extinción

Vaquitas marinas: Quedan 10 unos INDIVIDUOS

Rinocerontes de Java: Quedan 60 unos INDIVIDUOS

Los sitios designados por la UNESCO amenazados

Sin embargo, esta resiliencia se ve sometida a una dura prueba. Si no se toman medidas más firmes, el cambio climático podría acelerar el blanqueamiento de los corales, el deshielo de los glaciares, el estrés hídrico crónico, el desplazamiento de especies y el deterioro de los bosques.

90% de ellos están **expuestos a un estrés ambiental importante.**

40% de **aumento en los riesgos relacionados con el clima** registrado durante la última década.

98% ha sufrido al menos **un evento climático extremo** desde el año 2000.

1 SITIO DE CADA 4 podría alcanzar un **punto de no retorno** de aquí a 2050.

Acciones prioritarias



- **Reforzar la lucha contra el cambio climático**
- **Restaurar la naturaleza**
- **Mejorar la gestión**
- **Fortalecer la autonomía de las poblaciones locales e indígenas**

3 MILLONES DE KM² de **zonas esenciales** para la **biodiversidad** **están protegidas.**

El **25%** de **estos sitios coincide con territorios autóctonos.**

El **10%** **del PIB mundial** se genera en zonas vinculadas a la UNESCO.

El **15%** de la **absorción mundial de CO_2** está garantizada por **bosques situados en sitios designados por la UNESCO.**

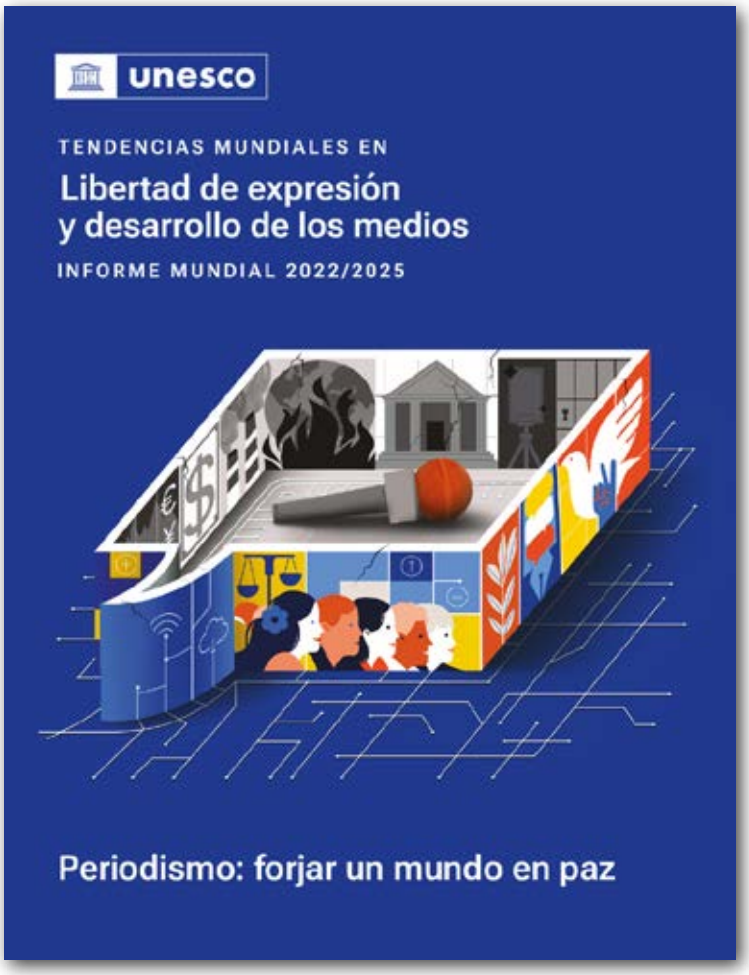
700 **megatoneladas de CO_2** son absorbidas **cada año.**

240 **gigatoneladas de carbono** están almacenadas, lo que equivale a casi **20 años** de las emisiones mundiales actuales procedentes **de combustibles fósiles.**

unesco

Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios

Periodismo: forjar un mundo en paz



El periodismo libre, independiente, pluralista y profesional es fundamental para defender la dignidad humana, promover la justicia y mantener la paz. Sin embargo, hoy en día, la libertad de expresión está más amenazada que nunca.

El Informe Mundial 2022/2025 de la UNESCO señala un descenso del 10% de la libertad de expresión desde 2012 y alerta sobre el aumento de la hostilidad hacia los periodistas, la difusión de la desinformación amplificada por la inteligencia artificial y el retroceso en la igualdad de género. Frente a estos desafíos, la UNESCO pide reforzar la integridad de la información, proteger la libertad de los medios de comunicación y garantizar el acceso a una información fiable para todos, especialmente para los jóvenes y las poblaciones vulnerables.

Leer la publicación

ISBN 978-92-3-300266-1
Ediciones UNESCO
216 páginas, pdf

Más información:
www.unesco.org/en/world-media-trends

Suscríbase a *El Correo*

El Correo de la UNESCO se publica en las seis lenguas oficiales de la Organización, así como en catalán, esperanto e italiano.













Suscríbase a la versión digital 100% gratuita.

https://courier.unesco.org/es/subscribe

https://courier.unesco.org/en • https://courier.unesco.org/fr • https://courier.unesco.org/es
https://courier.unesco.org/ar • https://courier.unesco.org/ru • https://courier.unesco.org/zh

unesco

DISPONIBLE EN 6+ IDIOMAS

EL Correo DE LA UNESCO

UNA VENTANA AL MUNDO DESDE 1948



© Sylvie Serprix

LEER EN LÍNEA Y ABONARSE

@CORREODELAUNESCO