



**PERIODISMO
POR LA
EDUCACIÓN[®]**

**Periodismo educativo en
América Latina**

**Módulo N° 4 Desafíos del
periodismo sobre educación**

Objetivos

La misión del **Observatorio Argentinos por la Educación** es contribuir a que el sector educativo sea determinante dentro del debate público de América Latina a través de datos que permitan enfocarlo en los desafíos del siglo XXI. Particularmente, este curso busca explorar los sistemas educativos de América Latina, plantear sus principales desafíos y acercar datos que permitan tener una mirada crítica y transparente sobre los obstáculos que enfrenta la educación en la región.

El módulo 1 abordó la dimensión estructural de los sistemas. Específicamente, presentó los desafíos vinculados al acceso, la cobertura, el abandono escolar, la sobreedad, el ingreso tardío, la repitencia y la graduación escolar. El módulo 2 planteó la dimensión de la calidad de los aprendizajes con foco en el desempeño de la región en evaluaciones nacionales, regionales e internacionales. El módulo 3 introdujo la dimensión de equidad educativa para profundizar la mirada sobre los indicadores que se presentaron en los módulos 1 y 2. Finalmente, este módulo 4 busca aportar respuestas concretas y consejos para lidiar con los retos cotidianos que enfrentan los periodistas que cubren educación.

Los objetivos que se plantean para el módulo 4 son:

- Indagar sobre los principales desafíos a los que se enfrentan los periodistas que cubren temas de educación.
- Explorar tendencias innovadoras en periodismo y sus posibles aplicaciones en la cobertura de educación.

Unidad 4.1 Desafíos cotidianos del periodismo sobre educación

4.1.1 Periodismo sobre educación: habilidades y desafíos generales

En su seminario web, Antonio Gois (columnista experto en temas de educación del diario *Jornal O Globo*) presenta las siguientes recomendaciones básicas para que los periodistas aborden temas del mundo educativo:

1. Conocer la historia de la educación en el país: en el ámbito educativo, los resultados y el impacto de las políticas públicas se observan a largo plazo. Conocer la historia es fundamental para comprender con mayor profundidad el presente.
2. Conocer las leyes que regulan el sector.
3. Tener una variedad de fuentes: la educación reúne distintos actores y es importante comprender la perspectiva de cada uno de ellos. Se puede recurrir a docentes, estudiantes, familias, sindicatos, directores, entre otros.
4. Recorrer y conocer el territorio: visitar escuelas y hablar con los actores.
5. Aprender a evaluar estadísticas y evaluaciones educativas. Cada vez es más frecuente que los gobiernos utilicen las estadísticas y los resultados de las evaluaciones para diseñar e implementar políticas públicas.

Uno de los desafíos que se presenta en la cobertura de la educación en los medios de comunicación es la ampliación de la agenda de temas: durante décadas han predominado las notas enfocadas en los conflictos, las huelgas, los paros docentes y las cuestiones salariales. Al margen de estas cuestiones, la educación tiene escasa visibilidad mediática a diferencia de otras esferas de la actividad social –el deporte, la política, los espectáculos, la economía, el crimen–, los temas educativos suelen estar relegados en la agenda de los medios. A modo de ejemplo, un estudio referido a los medios de la Ciudad de Buenos Aires realizado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina en 2014, encontró que solo el 0,6%

de las noticias difundidas por los noticieros de los canales televisivos de aire aluden a la educación.

El periodismo sobre educación no suele ser contemplado como una orientación profesional para los periodistas. En consecuencia, suele ser un área con baja institucionalización en los medios, a diferencia de otras (como economía o espectáculos) que cuentan con periodistas especializados. En consecuencia, uno de los temas más cruciales para el desarrollo y el futuro de la región queda invisibilizado en los medios masivos.

Algunos medios de comunicación de la región tienen secciones específicas de educación; sin embargo, distintos estudios (por ejemplo, West, Whitehurst y Dionne, 2010) encuentran que la cobertura suele circunscribirse a las políticas educativas, con escasa presencia de lo que hacen los estudiantes y los docentes en las escuelas reales. Por eso, la ampliación de las fuentes en la cobertura educativa aparece como un desafío clave para los periodistas de la región.

Con frecuencia la agenda informativa es impuesta por entidades oficiales y, por lo tanto, los actores gubernamentales se vuelven la única fuente de consulta. En consecuencia, los niños y niñas, jóvenes, maestros y padres de familia no organizados, son los grandes excluidos de la agenda periodística sobre educación. Estas voces podrían incorporarse para enriquecer el debate mediático.

Otro desafío tiene que ver con la correcta interpretación y utilización de la jerga educativa. Más allá de las particularidades de cada país, varios términos propios del debate educativo son compartidos. Existen herramientas como el [Glosario de IIEP-Unesco](https://learningportal.iiep.unesco.org/es/glossary/) (<https://learningportal.iiep.unesco.org/es/glossary/>) que permiten conocer las definiciones precisas de los conceptos utilizados por los actores del sistema, docentes, funcionarios, técnicos y organismos internacionales. Se pueden buscar términos como repetición (o repitencia), abandono, promoción, tasa de cobertura, etcétera. Existen diferentes maneras de medir el abandono o la tasa de cobertura y, si vamos a utilizarlo en un artículo, es importante saber cómo está construido el indicador.

Algunas habilidades que debe tener un periodista que se dedica a la educación, según la Education Writers Association- EWA- (2013) de Estados Unidos:

- Detectar la calidad de una escuela y ser prudente en la cobertura. Al visitar una escuela, el periodista debe saber cómo detectar signos de calidad en el establecimiento de manera rápida, pero cuidadosa. Por

ejemplo, observar si los estudiantes están comprometidos, si los docentes están formados y motivados, si los directivos ejercen un liderazgo pedagógico. Se trata de entrenar la mirada para observar elementos que forman parte de la calidad de una escuela, más allá de los resultados de las evaluaciones estandarizadas o de otros indicadores cuantitativos. Las coberturas mediáticas pueden afectar fuertemente la reputación de una escuela: es importante ser justo y reconocer los esfuerzos de estudiantes, docentes y directivos.

- Analizar estadísticas y presupuestos. En todos los niveles -escuela, distrito, provincia, nación- los periodistas de educación deben ser capaces de leer y descifrar presupuestos, detectar tendencias, recortes o incrementos de recursos. Es importante desterrar el temor a los números y las estadísticas en esta tarea que, con frecuencia, requiere analizar grandes cantidades de datos en un plazo ajustado, trabajar con porcentajes, tasas, probabilidades, correlaciones y regresiones. El periodista debería conocer las técnicas básicas de análisis estadístico para comprender los resultados de evaluaciones estandarizadas o para estimar la validez de resultados de investigación cuantitativa.
- Entrevistar niños, niñas y adolescentes. Los periodistas de educación deben ser capaces de entrevistar a los estudiantes de manera efectiva y con sensibilidad. Esta es una habilidad que generalmente se desarrolla en la práctica y se perfecciona con la experiencia: qué tipo de preguntas es más probable que un niño pueda responder, qué vocabulario utilizar, cómo dirigirse a ellos. Es fundamental tener en cuenta los aspectos éticos que abordaremos en el **tema 4** de esta lectura respecto a cómo resguardar las identidades de los menores de edad.
- Usar las tecnologías y medios sociales. Hoy los periodistas deben ser capaces de contar sus historias a través de múltiples plataformas. El periodismo es transmediático: cuenta historias desde diferentes plataformas, adapta la narración al lenguaje de cada formato, de modo que cada soporte brinde información diferencial. Las redes permiten también llegar a otros lectores (los más jóvenes y los que no consumen tantos medios tradicionales) que hay que aprender a interpelar y lograr que se comprometan con las historias que se relata. Las herramientas digitales (audio, video, infografías, etcétera) permiten mejorar las coberturas, incrementar el potencial de viralización y lograr una mejor comprensión por parte del público.
- Entender la dinámica política. Los periodistas de educación deben comprender las alianzas, conflictos y tensiones políticas que atraviesan el campo educativo (y que, generalmente, lo trascienden). Sindicatos, ministros, especialistas, organizaciones educativas, think tanks, legisladores, intendentes, centros de estudiantes y rectores

universitarios, entre otros actores, participan de una dinámica política específica que es importante conocer, tanto en su configuración actual como en su desarrollo histórico. Los periodistas necesitan entender ese panorama lo suficientemente bien como para detectar cuando una iniciativa educativa o una investigación que parece novedosa tiene, en realidad, fines más políticos que pedagógicos.

- Usar hojas de cálculo y programas de base de datos. Los periodistas de educación deberían poder manejar estas herramientas para procesar datos educativos a nivel nacional, municipal o escolar. El manejo de estos programas puede servir para ordenar, resumir y analizar datos educativos de todo tipo, incluidos los puntajes de las pruebas estandarizadas. Idealmente, un periodista de educación debería poseer una amplia gama de técnicas de minería de datos. Como mínimo, un manejo fluido de Excel (o un programa equivalente) se hace necesario.
- Cubrir un amplio rango de temas. A diferencia de los periodistas especializados en otras áreas, como gastronomía o crítica de artes, los periodistas de educación deben ser especialistas y generalistas al mismo tiempo. La cobertura de educación requiere muchas veces informar sobre un amplio abanico de historias que incluyen política, negocios, noticias de último momento, crónicas de interés humano y vinculadas con la salud, cuestiones policiales, aspectos tecnológicos o psicológicos, entre otros. Es importante que el periodista de educación cultive una gran variedad de fuentes, desde políticos y funcionarios hasta padres, docentes y estudiantes.

4.1.2 Cobertura de evaluaciones estandarizadas

En el módulo 2 exploramos las distintas evaluaciones nacionales, internacionales y regionales y nos enfocamos en el desempeño de los distintos países de América Latina. Los resultados de las evaluaciones estandarizadas se convirtieron en uno de los principales insumos que los gobiernos y tomadores de decisiones utilizan para diseñar e implementar políticas públicas que mejoren los aprendizajes.

Ravela (2006) propone una serie de fichas para comprender e interpretar los resultados de estas evaluaciones educativas. La primera ficha refiere a la importancia de conocer la finalidad de la evaluación: las mismas pueden ser utilizadas para acreditar ciertos niveles de aprendizaje, como método para seleccionar un subgrupo de estudiantes (por ejemplo, para ingresar a la universidad), como insumo para diagnosticar el estado de situación de un sistema y tomar decisiones, o como herramienta para promover incentivos o sanciones. Conocer la finalidad o el objetivo de la evaluación es el primer paso para analizar los resultados.

La Ficha 2 analiza cinco elementos básicos que subyacen a los procesos de evaluación:

- a. La selección y definición de la realidad a evaluar;
- b. La definición de los propósitos de la evaluación;
- c. La producción de evidencia empírica;
- d. La formulación de juicios de valor;
- e. La toma de decisiones o acciones que modifiquen la realidad evaluada (Ravela, 2006, p. 7).

La tercera ficha explica 3 enfoques para formular valoraciones acerca de los individuos, las instituciones o países.

1. Comparar las posiciones relativas entre individuos y grupos (enfoque **normativo**);
2. Comparar el avance o retroceso de un individuo o grupo respecto a su propio desempeño en un momento anterior (enfoque de **progreso** o de crecimiento);
3. Comparar el desempeño demostrado por cada individuo con una definición clara y exhaustiva del dominio evaluado y del nivel de desempeño deseable (enfoque **criteria**) (Ravela, 2006, p. 8 [negrita propia]).

En la cuarta y quinta ficha se desarrollan los principales desafíos de las evaluaciones estandarizadas -validez y confiabilidad-, y se explican los debates ideológicos que surgen a partir de las evaluaciones. En la ficha número 6 y 7 se muestra cómo distintas evaluaciones para la misma disciplina pueden evaluar aspectos diferentes. La ficha 8, 9 y 10 pretenden ayudar al lector a comprender los resultados de las evaluaciones y los rankings que emergen a partir de estos. La ficha 11 y 12 desarrollan el uso de las evaluaciones para la mejora educativa, mientras que la ficha 13 hace referencia a los factores asociados.

Finalmente, la ficha número 14, en la cual haremos especial foco, sugiere una serie de pasos para analizar un reporte de evaluación. A continuación, haremos un breve resumen de la propuesta de Ravela (2006) para analizar resultados y reportes.

El enfoque del autor parte de las siguientes preguntas fundamentales:

1. ¿Cuál fue el propósito o finalidad de la evaluación?

[Como se ha mencionado con anterioridad, las evaluaciones pueden tener distintos propósitos. Generalmente, todo reporte inicia con una explicación de la finalidad de la evaluación].

2. ¿Qué fue evaluado?
[Las evaluaciones se enfocan en áreas de conocimiento específicas que son definidas previamente y la relevancia de evaluar lo que propone la prueba].
3. ¿Cuál fue el universo estudiado?
[Descripción de la población que fue evaluada. Además, incluye un detalle de las áreas de conocimiento y niveles que fueron abordados].
4. ¿Cuál fue el enfoque de la evaluación?
[Explorar si la evaluación fue creada con un carácter normativo o criterial y si, además, pretende establecer comparaciones con evaluaciones anteriores o futuras].
5. ¿Qué tipo de datos se proporcionan y qué significan esos números?
[Identificar si los resultados se encuentran presentados en promedios de cuándo se le entregan distribuciones de frecuencias de los alumnos en categorías definidas].
6. ¿Qué grado de precisión tiene la información?
[El reporte debe aclarar el grado de precisión –o el error estimado– de los datos. Debe observar, además, si la información relativa a los márgenes de error e intervalos de confianza es tomada en cuenta a la hora de establecer conclusiones o juicios de valor].
7. ¿En qué grado y de qué modo se contextualiza la presentación de los resultados? [Muchos de los reportes de evaluación intentan relacionar los resultados tomando en consideración otros factores relevantes que ayudan a comprender y explicar esos resultados].
8. ¿Quiénes son los destinatarios de la información?
[Explorar quienes son principales destinatarios o audiencias que se espera que utilicen los resultados y de qué modo se espera que la información pueda servirles].
9. ¿Qué consecuencias e implicancias tienen los resultados?

[Es responsabilidad del evaluador propiciar la reflexión de otros actores y la generación de acciones a partir de los resultados de su trabajo] (Ravela, 2006, p. 15).

La evaluación PISA 2018

En el año 2018 se implementó la prueba PISA en 80 países del mundo y los resultados se publicaron en diciembre de 2019. Los mismos están disponibles a través de la página web de la **OCDE**. Las áreas de conocimiento en la que los estudiantes fueron evaluados son: lectura, matemática y ciencia con foco en lectura. Además, algunos países también incorporaron conocimientos financieros y competencias globales.

A continuación, mencionaremos algunos temas a tener en cuenta para explorar los resultados de la evaluación PISA 2018:

- Evolución histórica del desempeño del país: como mencionamos en el módulo 2, los resultados de la evaluación PISA son comparables en ciencia desde el año 2006, en lectura desde el 2000 y en matemática desde el 2003. A partir de esta información, el principal análisis que se puede llevar a cabo es la evolución histórica del país en cada área de conocimiento y el cambio en el puntaje promedio de evaluación a evaluación.
- Desempeño del país en relación a otros países de la región: la evaluación PISA brinda datos comparables que son utilizados para hacer *rankings* de desempeño entre los países participantes. Es por ello que, a partir de la publicación de los resultados, podemos explorar el nivel de desempeño del país en comparación a otros países de la región y/o del mundo.
- Desempeño de la región: a partir de la publicación de los resultados se puede elaborar un análisis del conjunto de los resultados obtenidos por los países de la región y en qué posición del *ranking* se encuentra cada uno. Por ejemplo, en la evaluación PISA 2015, para el área de ciencias, todos los países de América Latina y el Caribe se ubicaban dentro del tercio más bajo del ranking. Además, otro dato relevante a explorar es el grado de inclusión, es decir, el porcentaje de estudiantes que participaron de la evaluación en cada uno de los países.
- Relación entre los factores asociados (nivel socioeconómico, sector, sexo, ámbito escolar, inversión por estudiante, número de estudiantes por docente) y desempeño académico: además de obtener resultados en relación al rendimiento académico de cada estudiante, PISA también evalúa los factores asociados al aprendizaje. “El análisis de estos factores es importante para la toma de decisiones en términos de políticas

públicas, inversión, formación y evaluación del sistema educativo” (Ministerio de Educación Nacional, s.f., <https://evaluacion.educacionbogota.edu.co/index.php/factores-asociados>).

4.1.3 Desafíos en el periodismo de datos

A lo largo de las últimas décadas, los medios de comunicación se enfrentaron a la necesidad de adaptarse a un mundo interconectado y que avanzaba rápidamente. La masificación de internet, el acceso a teléfonos celulares y a redes sociales habilitó el surgimiento de nuevos medios, modos y paradigmas de la información que modificaron sustancialmente las dinámicas de la comunicación y, por ende, al periodismo.

El **periodismo de datos**, tal como se lo conoce en la actualidad, es una técnica que resultó de la evolución de otras técnicas periodísticas. El antecedente más inmediato es lo que se denomina **periodismo de precisión** que utiliza elementos de la estadística, la informática y las ciencias sociales para indagar sobre temas específicos a través de un conjunto de datos complejos con el objetivo de revelar una problemática. Además, el periodismo de datos toma elementos de distintas técnicas periodísticas: del periodismo analítico, del periodismo de investigación, del periodismo en profundidad y del periodismo asistido por computadora. A esto le suma el manejo de grandes volúmenes de datos y la visualización interactiva de estos que, generalmente, se lleva a cabo con la ayuda de un programador.

La introducción del uso masivo de internet y la facilidad con la que se puede acceder y procesar datos en la actualidad ha cambiado el paradigma y la forma de practicar numerosas profesiones, entre ellas el periodismo, que debió transformar la manera en la que produce la información y cómo la comunica. Naturalmente, los avances tecnológicos y el acceso a herramientas digitales modificaron la forma en la que los periodistas se acercan y trabajan con la información y los datos. El fin último del periodismo no es el acceso a los datos, sino cómo trabajar con ellos, comunicar historias que surgen a partir de esa información. El periodismo de datos busca no solo compartir y publicar datos, sino contar la historia que se encuentra detrás de esos datos y ayudar a los lectores a que comprendan esa información.

Crucianelli (2013) señala cuatro productos principales del periodismo de datos:

- **Artículos basados en datos:** se trata de artículos contruidos a partir del análisis de datos o conjuntos de datos.

- **Visualizaciones interactivas:** en general, acompañan los artículos, aunque también funcionan como artículo en sí mismos en ciertos casos.
- **Conjuntos de datos abiertos:** en países en los que no hay una regulación sobre el acceso a la información pública y los datos no se encuentran al alcance de la población, algunos medios focalizan sus esfuerzos en la apertura de dichos datos.
- **Aplicaciones de noticias:** cuando el volumen de datos es muy grande, en muchos casos se diseña una aplicación que permita al lector analizar distintas variables y agruparlas de acuerdo a características específicas como geolocalización, nombre de compañía, fechas, entre otros.

La información y las bases de datos son la fuente del trabajo que se lleva a cabo en esta faceta del periodismo. Se denomina *open data* o **datos abiertos** a la información que se encuentra accesible para todos sin restricciones y de forma libre para poder ser utilizada, reutilizada y redistribuida. Restringir el acceso a esta información produce una concentración de poder en quien la almacena. Por el contrario, impulsar la apertura de datos promueve instancias de cocreación entre agentes de la sociedad como investigadores, emprendedores, la sociedad civil, periodistas, instituciones de gobierno, entre otros (Muelle-Kunigami y Serale, 2018).

El *Manual de datos abiertos* define a estos datos como: “datos que pueden ser utilizados, reutilizados y redistribuidos libremente por cualquier persona, y que se encuentran sujetos, cuando más, al requerimiento de atribución y de compartirse de la misma manera en que aparecen” (Open Knowledge Foundation, s.f., <https://opendatahandbook.org/guide/es/what-is-open-data/>).

Muelle-Kunigami y Serale (2018) señalan que para que los datos sean accesibles y se democratice su uso, es fundamental que estén disponibles en línea, preferentemente de manera gratuita y sin necesidad de ninguna registración.

Uno de los principales obstáculos del uso de datos abiertos es la falta de una legislación que regule su apertura y acceso. De todas maneras, en la última década, América Latina y el Caribe se convirtió en una región que impulsó activamente la apertura y el uso de este tipo de información. Para el año 2018, siete países consolidaron políticas y regulaciones nacionales alrededor de los datos abiertos:

- Argentina.
- Brasil.
- Colombia.
- Costa Rica.

- México.
- Perú.
- Uruguay.

Asimismo, los autores destacan que los datos abiertos deben cumplir ciertos requisitos para maximizar su impacto. Los datos deben ser:

1. Oportunos: la apertura de datos, en muchos casos, se convierte en la fuente de información que utilizan distintos agentes de la sociedad para la toma de decisiones, la distribución eficiente de recursos y el monitoreo de políticas públicas. Para que los datos sean oportunos, su apertura debe pensarse como un proceso continuo.
2. Exhaustivos: no deben atentar contra la privacidad, los datos deben contar con la mayor precisión y desagregación posible.
3. Comparables e interoperables: la publicación de datos debe, preferentemente, seguir estándares de apertura que permitan la comparación de datos para la solución de problemáticas comunes.

De acuerdo a la Red Internacional de Periodistas (su nombre en inglés es International Journalists' Network) son tres los desafíos principales a los que se enfrenta el periodismo de datos en la actualidad: el primero de ellos es el de convertir la información no estructurada en datos estructurados. La información estructurada es aquella que se puede buscar de manera sencilla mediante algoritmos básicos (por ejemplo, hojas de cálculo). Por el contrario, son ejemplos de información no estructurada correos electrónicos, documentos de Word, publicaciones en redes sociales, videos, entre otros. Este tipo de información no tiene un modelo de datos predefinido.

El segundo desafío es el del acceso a datos oficiales del gobierno que, en algunos países, sigue siendo limitado. A pesar de las leyes y regulaciones implementadas para la apertura de datos, en la práctica muchos gobiernos no han promovido esta conducta. El tercer desafío es que esta disciplina no se desarrolla de igual manera en todas las partes del mundo. En algunos países, el desarrollo de datos locales ha crecido con mayor intensidad que el desarrollo de datos nacionales, como es el caso de China. En otros casos, como en Cuba, los datos que se encuentran disponibles son a nivel nacional o estatal (Bouchart, 2019).

4.1.4 Aspectos éticos

Existen numerosas declaraciones y códigos de ética que describen los valores y principios del oficio del periodismo. En general, todas coinciden en los siguientes cinco puntos:

1. Búsqueda de la verdad y precisión. Si bien el periodismo no puede garantizar siempre el acceso a una verdad objetiva, difundir datos y hechos verídicos es un principio rector de esta profesión.
2. Independencia. No actuar -formal o informalmente- en nombre de intereses políticos, corporativos o ideológicos.
3. Justicia e imparcialidad. La mayoría de las historias tienen, al menos, dos versiones. Si bien no hay obligación de compartir en todos los casos ambas miradas, la información debe estar siempre contextualizada y balanceada. La objetividad no siempre es posible, pero la presentación y difusión de informes imparciales genera confianza.
4. Empatía. Tener conciencia del impacto que puede generar la información en los lectores y en los protagonistas de la información.
5. Responsabilidad. Asumir la responsabilidad por la información y hacer correcciones en los casos en los que sea necesario.

La Asociación de Periodistas de Educación de Brasil (Jeduca) elaboró una guía con algunas cuestiones más específicas del periodismo sobre educación para tener en cuenta, sobre todo a la hora de hacer coberturas en escuelas (De Camargo, 2016). Entre esas recomendaciones podemos destacar:

1. Es necesario tener autorización familiar no solo para entrevistar a los estudiantes, sino también para grabar sus testimonios. El consentimiento para menores de edad debe ser brindado por los padres y/o adultos que los representan legalmente.
2. Es imprescindible tener autorización familiar para fotografiar a los estudiantes. En muchos casos esa gestión la realiza la escuela previamente.
3. Cuando esa autorización no está disponible, solo es posible tomar imágenes en las que no se pueda identificar a los alumnos.
4. Para no identificar a los menores de edad, es preferible utilizar nombres ficticios y no sus iniciales, de manera de poder preservar la identidad del entrevistado.
5. A diferencia de la figura del especialista, el docente suele ser el gran ausente de la cobertura periodística. Está menos entrenado en el trato con los medios y por eso requiere un tratamiento cuidadoso y responsable por parte del periodista.
6. Es importante respetar el conocimiento y las voces de aquellos que están en el terreno, los maestros y maestras, tanto como respetamos la opinión de los expertos en determinado tema.

Unicef enfatiza la necesidad de proteger la identidad de niños, niñas y adolescentes en las coberturas periodísticas.

A veces los medios utilizan recursos de edición como el pixelado, el desenfocado o la cobertura del área de los ojos para evitar exponer la identidad de chicos y chicas en sus coberturas periodísticas. [Para Unicef] estos recursos suelen ser insuficientes y, por lo tanto, inefectivos.

En otras ocasiones, se omiten los datos personales de un niño o niña pero se difunden informaciones que permiten deducir sus identidades, como por ejemplo la escuela a la que asisten, la calle donde viven o los nombres de sus padres o sus propios apodos. Esto conduce a la identificación indirecta del niño, niña y adolescente, y debe ser evitado también (Unicef, 2017, p. 18).

Esta guía (Unicef, 2017) plantea que el consentimiento para citar o utilizar la imagen de menores de edad debe ser brindado por los padres y/o adultos que los representan legalmente. Y explica:

- Al solicitar el consentimiento, se debe informar a los adultos y/o adolescentes:
 - la finalidad para la cual se recogen los datos,
 - quiénes recibirán o tendrán acceso a la información recogida,
 - cómo se pueden ejercer los derechos de acceso, rectificación y revocación.
- Estas explicaciones deben brindarse en lenguaje claro, accesible y preciso.
- El consentimiento debe ser dado por escrito (Unicef, 2017, p. 20 y 21).

Unidad 4.2 Nuevos enfoques y herramientas del periodismo sobre educación

4.2.1 *Fact checking*

El *fact checking*, también denominado **verificación de datos** es el proceso a través del cual se verifica una información o afirmaciones fácticas para determinar la veracidad de un dato. Una de las estrategias más eficaces para verificar información es hacer un seguimiento de los datos; es decir, identificar el origen y corroborar la información con la fuente original. Si bien la recopilación de datos y el contraste con fuentes de información no es una práctica nueva dentro del ámbito periodístico, la última década fue testigo del surgimiento de medios dedicados exclusivamente a esta tarea. La práctica de *fact checking* busca contrastar discursos públicos con hechos y datos disponibles para hacer un análisis crítico de la realidad (Echt, 2016).

Chequeado es una plataforma web pionera en la región cuya misión es “mejorar la calidad del debate público para fortalecer la democracia en la Argentina y en el mundo” (Chequeado, s.f., <https://chequeado.com/acerca-de-la-fundacion/>). El equipo de Chequeado realiza un *fact checking* para verificar la veracidad de las declaraciones públicas y las contrastan con fuentes primarias. El principal proyecto es un **sitio web** de verificación del discurso público y periodismo de datos. El método utilizado para la verificación de información consta de 8 pasos:

- 1- Seleccionar una frase del ámbito público
- 2- Ponderar su relevancia
- 3- Consultar a la fuente original
- 4- Consultar a la fuente oficial
- 5- Consultar a fuentes alternativas
- 6- Ubicar en contexto
- 7- Confirmar, relativizar o desmentir la afirmación
- 8- Calificar en categorías (...) (inchequeable, verdadero, verdadero pero..., discutible, apresurado, exagerado, engañoso, insostenible y falso) (Chequeado, 2019, <https://chequeado.com/metodo/>).

A lo largo de las últimas décadas, se establecieron distintos medios e iniciativas que fomentan el uso de la verificación de datos. El Laboratorio del

Reportero (o The Reporter's Lab) es un centro de investigación periodística de la Universidad de Duke (Estados Unidos) que se especializa en el proceso de verificación de datos. En el siguiente gráfico exponen los distintos medios que se dedican a realizar esta tarea en América Latina.

Figura 1. Iniciativas de *fact checking* en América Latina



Fuente: adaptado de Reporter's lab (s.f.).

Existen diversas herramientas que facilitan el proceso de *fact checking*. A continuación, detallamos algunas de ellas:

- **Fact check explorer:** es una herramienta que permite a los usuarios navegar y buscar hechos o datos para su verificación. Se pueden buscar declaraciones hechas por figuras públicas o hasta restringir los resultados a un editor específico.
- **Google Reverse Image Search:** es una técnica de consulta de recuperación de imagen basada en contenido. Se caracteriza por la falta de términos de búsqueda.
- **TinEye:** búsqueda de imagen inversa.
- **Amnesty International YouTube DataViewer:** es una herramienta de verificación de videos.

La Red Internacional de Verificación de Información (IFCN), integrada por varias organizaciones latinoamericanas y de otros países, elaboró un código de principios para las organizaciones de chequeo de datos. En este documento afirman:

1. Compromiso con el equilibrio y la no politización

Verificaremos la información utilizando el mismo estándar para cada hecho. No concentraremos nuestra verificación de datos ninguno de los lados. Seguiremos el mismo proceso para cada hecho que verifiquemos, y dejaremos que la evidencia dicte nuestras conclusiones. No defenderemos a nadie, ni tomaremos posiciones políticas sobre los hechos que comprobemos.

2. Compromiso con la transparencia de las fuentes

Queremos que nuestros lectores sean capaces de verificar nuestros propios hallazgos. Proporcionaremos todas las fuentes en suficiente detalle para que los lectores puedan replicar nuestro trabajo, excepto en los casos en que la seguridad personal de una fuente pueda verse comprometida. En tales casos, proporcionaremos la mayor cantidad posible de detalles.

3. Compromiso con la transparencia de financiación

Seremos transparentes acerca de nuestras fuentes de financiación. Si aceptamos fondos de otras organizaciones, nos aseguraremos de que los donantes no tengan ninguna influencia sobre las conclusiones que alcancemos en nuestros informes. Detallaremos los antecedentes profesionales de todas las figuras clave en nuestra organización y explicaremos nuestra estructura organizativa y régimen jurídico. Indicaremos claramente un camino para que los lectores se comuniquen con nosotros.

4. Compromiso con la transparencia de la metodología

Explicaremos la metodología que utilizamos para seleccionar, investigar, escribir, editar, publicar y corregir nuestras verificaciones de hechos. Animaremos a los lectores a enviar reclamos sobre los hechos que hemos comprobado y seremos transparentes sobre por qué y cómo hemos verificado datos.

5. Compromiso con la honestidad y la rectificación

Publicaremos nuestra política de correcciones y la seguiremos rigurosamente. Cuando debamos hacerlo, corregiremos clara y transparentemente de acuerdo con nuestra política de rectificaciones, procurando todo lo posible para que los lectores vean la versión corregida (Red Ética FNPI, 2017, <http://eticasegura.fnpi.org/2017/04/03/conozca-los-principios-la-red-internacional-fact-checkers/>).

4.2.2 Herramientas digitales

Cada día aparecen nuevas aplicaciones y herramientas que facilitan el trabajo periodístico: desde buscadores hasta editores de audio y video, pasando por infografías y líneas de tiempo. A continuación, le presentamos 11 herramientas digitales que pueden ser de utilidad para el trabajo periodístico:

1. Google Dataset Search

<https://toolbox.google.com/datasetsearch>

Es un motor de búsqueda de Google que recopila fuentes de datos. Se creó para ayudar a los investigadores, incluidos los periodistas, a localizar datos en línea que están disponibles gratuitamente para su uso. Junto con los enlaces a los resultados, muestra las descripciones de los conjuntos de datos, las fechas de publicación, los autores y los proveedores. Es como un complemento de Google Scholar, el motor de búsqueda para estudios y papers académicos.

2. Currents

<https://currents.parsely.com/>

Una herramienta que permite “ver” en vivo cuáles son los temas que le importan a la gente en todo el mundo. Es una herramienta gratuita que muestra a qué le prestan atención más de mil millones de personas cada mes y 850.000 artículos vistos cada día. Permite a los editores ver qué temas funcionan mejor en los sitios de noticias de todo el mundo. También muestra las palabras clave que las personas usan para buscar el contenido y cómo esos temas han funcionado históricamente.

3. IntelTechniques

<https://inteltechniques.com/>

Es un repositorio de herramientas gratuitas que permiten buscar en docenas de redes sociales y plataformas de sitios web. Se puede usar para conocer más sobre una fuente, rastrear a alguien o incluso investigar su vida pública en línea. Por ejemplo, su herramienta de búsqueda de Facebook puede mostrar todas las fotos que le han gustado a un usuario específico de Facebook o los videos en los que han sido etiquetados. También ofrece una colección de herramientas que pueden usarse para buscar publicaciones de Instagram, documentos, correos electrónicos, imágenes inversas y búsquedas de video, e incluso menciones de números telefónicos, entre otros. Actualmente esta herramienta solo es de acceso pago.

4. Toby

<https://www.gettoby.com/>

Es un administrador gratuito de *bookmarks* (marcadores) disponible como extensión de Chrome. A menudo, mientras trabajan en un artículo, los

periodistas pueden encontrarse con una cantidad abrumadora de pestañas abiertas. Podrían ser una mezcla de cosas personales y laborales, pero cuando hay demasiadas, se hace muy difícil identificar cuál es cuál. Toby simplifica el proceso: permite a los usuarios crear grupos de pestañas o colecciones. La interfaz es gráfica y todo lo que hay que hacer es arrastrar y soltar enlaces en diferentes colecciones. Los enlaces se pueden ver como tarjetas y moverse.

5. TinEye

<https://tineye.com/>

Es un motor de búsqueda de imágenes que utiliza una tecnología de identificación de imágenes en lugar de palabras clave, metadatos o marcas de agua. Se carga la imagen en el sitio de TinEye y el buscador recorre la web para averiguar cuándo y dónde se utilizó por primera vez. Esta plataforma crea una firma digital única o huella digital de la imagen y la combina con otras imágenes indexadas. Esto también le permite determinar si la imagen ha sido manipulada digitalmente.

6. Account Analysis

<https://accountanalysis.app/>

Es una herramienta gratuita que puede ser útil para los periodistas que desean estar seguros de la legitimidad de un usuario de Twitter. Analiza todos los *tweets* públicos de un usuario y proporciona información de manera visual y fácil de entender. Chequear la cuenta de un usuario de Twitter a través de esta herramienta revelará el tipo de contenido que tienden a compartir más, los momentos en que están más activos y los *hashtags* más utilizados, entre otros datos.

7. Botometer

<https://botometer.iuni.iu.edu>

En tiempos de *bots* y *trolls* en las redes, esta herramienta resulta especialmente útil. Verifica la actividad de una cuenta de Twitter y le da un puntaje basado en la probabilidad de que la cuenta sea un *bot*. Las puntuaciones más altas las obtienen aquellas cuentas cuyo comportamiento se asemeja a un *bot*, las más bajas corresponden a usuarios reales. El uso de este servicio requiere autenticación y permisos de Twitter.

8. CrowdTangle

<https://www.crowdtangle.com/>

Es una extensión gratuita de Chrome que ofrece una forma sencilla de rastrear y optimizar el contenido para redes sociales. Es una plataforma de monitoreo social que brinda una visión integral del desempeño social de un usuario. Los periodistas pueden ver cómo se ha desempeñado su contenido en Facebook, Instagram, Twitter y Reddit. Pueden ver quién emitió un *tweet*,

vinculó o compartió sus historias. También ofrece datos históricos que permiten determinar tendencias a largo plazo.

9. Lorca Editor

<http://lorcaeditor.com/>

Es un corrector gramatical, ortográfico y de estilo. Detecta palabras repetidas en una misma frase y otros problemas de escritura. También hace sugerencias para sustituir términos, buscar sinónimos o de cómo reescribir una frase entera. Además, al cargarle un texto, la herramienta ofrece una puntuación general, estima el tiempo de lectura y contabiliza el número de palabras.

10. Hunter.io

<https://hunter.io/>

Es una herramienta útil para encontrar datos de contacto. Puede buscar direcciones de correo electrónico vinculadas con un dominio específico (por ejemplo, el de una empresa) o incluso una agencia gubernamental. Requiere que el usuario ingrese la URL de la organización en la que trabaja la persona que se está rastreando y luego se inicia la búsqueda. Si Hunter.io no puede localizar la dirección de correo electrónico específica, surgirán alternativas probables basadas en los patrones comunes de direcciones de correo electrónico que se encuentran en ese dominio. También posee una herramienta de verificación de cuentas de *e-mail* para validar si la dirección que se busca se encuentra activa.

11. Happy Scribe

<https://www.happyscribe.co/es>

Una de las tareas más tediosas del trabajo periodístico es transcribir una entrevista. Esta herramienta facilita el trabajo: convierte voz a texto, en cualquier formato de audio o video y permite obtener transcripciones bastante precisas en pocos minutos (generalmente, la mitad de la duración del audio). Una vez que el archivo está transcrito, el usuario puede leer y editar la transcripción en un editor interactivo.

4.2.3 Visualización de datos

Hace algunos años, para ser periodista era necesario saber buscar datos, trabajar con fuentes y, sobre todo, escribir. Con eso era suficiente. Pero los tiempos han cambiado y, en la actualidad, los periodistas necesitan desarrollar habilidades vinculadas con otros lenguajes, otras formas de narrar historias, que involucran el uso de recursos visuales y audiovisuales.

En el periodismo de datos, el acceso a grandes volúmenes de información requiere de estrategias periodísticas para atraer al lector y facilitar la lectura

de las variables que se exponen. La visualización de datos transforma información específica y detallada en relatos que son comprensibles para el lector.

Los expertos en visualización interactiva son capaces de diseñar, a partir de una gran cantidad de datos, un gráfico que permite al lector decidir qué desea visualizar y cómo.

La visualización de datos explica de manera comprensible las relaciones entre la gran cantidad de información que se genera por distintas vías (Crucianelli, 2013, p. 103).

A continuación, presentamos algunas de las herramientas que pueden ser utilizadas para la visualización de datos:

- **Tableau Public**

<https://public.tableau.com/s/>

Es un servicio gratuito que permite a cualquier persona publicar visualizaciones de datos interactivas en la web. Las visualizaciones que se han publicado en Tableau Public (“vizzes”) pueden integrarse en páginas web y blogs, pueden compartirse a través de las redes sociales o por correo electrónico y pueden estar disponibles para que otros usuarios las descarguen.

Las visualizaciones se crean en la aplicación adjunta Tableau Desktop Public Edition (u otra edición de Tableau Desktop). No se requieren habilidades de programación. Además, para inspirarse, el sitio provee de una galería en la que se pueden ver visualizaciones creadas por otros usuarios.

- **ChartGo**

https://www.chartgo.com/index_es.jsp

Es un servicio online que permite crear gráficos personalizados con nuestros datos, de forma rápida y simple. Se pueden crear gráficos de torta, de barras, de líneas, de área, entre otras opciones. Los gráficos pueden ser en dos dimensiones (2D) o tres (3D). Es compatible con Excel: se pueden crear gráficos a partir de una planilla, sin necesidad de transcribir datos o incluso cortarlos y pegarlos. También es compatible con archivos en formato CSV, solo hay que cargar el archivo y ChartGo generará el gráfico.

- **Google Maps**

<https://www.google.com/maps>

La conocida aplicación de Google ofrece imágenes de mapas desplazables, así como fotografías por satélite de todo el mundo y la ruta entre diferentes ubicaciones. También cuenta con imágenes de la vista

de las calles (Google Street View), condiciones de tráfico en tiempo real (Google Traffic), un calculador de rutas a pie, en coche, bicicleta y transporte público, y un navegador GPS (Google Maps Go). Entre sus múltiples usos, permite crear mapas personalizados que ilustran de manera interactiva las producciones periodísticas.

- **Gapminder Tools**

<https://www.gapminder.org/tools/>

Desarrollada por una fundación sueca, es una herramienta gratuita que viene con datos integrados: tiene alrededor de 400 indicadores de desarrollo global. Se puede usar en línea o descargarlo. La versión sin conexión también permite al usuario crear sus propios gráficos animados de burbujas, gráficos de líneas, etc. También tiene un gadget gratuito de Motion Chart de Google y un explorador de datos públicos, donde el usuario puede visualizar sus propios datos.

- **Canva**

<https://www.canva.com/>

Es un sitio web de herramientas de diseño gráfico simplificado. “Utiliza un formato de arrastrar y soltar y proporciona acceso a más de un millón de fotografías, vectores, gráficos y fuentes. Es utilizado por no diseñadores, así como profesionales” (Core Marketer, 2019, <https://coremarketer.io/herramientas-recomendadas-gimnasios/>). Las herramientas de esta plataforma se pueden emplear para el diseño web y para medios gráficos. Es muy útil para crear infografías: “tiene una gran variedad de plantillas diseñadas por profesionales a tu disposición (...) Tenemos más de 2 millones de íconos, ilustraciones y fotos profesionales increíbles para elegir” (Canva, s.f., https://www.canva.com/es_ar/crear/infografias/).

- **Infogram**

<https://infogram.com/>

Es una plataforma de infografía y visualización de datos.

Infogram permite crear infografías a partir de una plantilla y de la adición de contenidos multimediales como videos, audios, imágenes, entre otros. Esta herramienta ofrece dos versiones, una gratuita, cuya producción solo puede ser publicada en una página web o compartida en una red social, y una versión paga, que ofrece la posibilidad de descargar las infografías como imágenes, asignar una contraseña a la infografía diseñada para que pueda ser visualizada solo por un grupo específico de personas, publicarla privadamente y un mayor número de plantillas que la versión gratuita

(Aprende en línea [usuario], s.f.,
<http://aprende en linea.udea.edu.co/boa/contenidos.php/3a5b b584c5e6edeffac96a0cc07155f9/1061/1/contenido/>).

En el siguiente *link* podrá encontrar un listado de otras herramientas digitales que pueden ser utilizadas para la visualización de datos: <http://selection.datavisualization.ch/>.

4.2.4 Periodismo de soluciones

En el **periodismo de soluciones** los reporteros se acercan a un problema con el objetivo de explorar o analizar qué iniciativas se están llevando a cabo para abordar dicho problema. Esta técnica no solo se enfoca en plantear, socializar o denunciar información sobre la problemática en sí, sino que también explora las distintas maneras en las que ese problema es abordado para resolverlo. Se hace hincapié en las soluciones.

Es un enfoque dentro del campo del periodismo que, si bien existe hace tiempo, comenzó a tomar relevancia en los últimos años, frente a la sobreabundancia de noticias y el exceso de información negativa. Su creciente relevancia y uso surge a partir del desinterés de la audiencia por explorar problemas que no presentan ninguna solución a la vista.

Este enfoque de periodismo de soluciones puede implementarse para abordar temas de salud, educación, política, u otros. Asimismo, puede ser utilizado a través de distintos medios: televisión, prensa gráfica, video, radio, fotografía, entre otros.

La Red de Periodismo de Soluciones (en Fundación Gabo, 2019) señala 5 características que permiten identificar o desarrollar este tipo de historias:

1. Responde a un problema social

En todos los casos el periodismo de soluciones se enfoca en investigar las respuestas que se dan a los problemas. Se pueden cubrir temas complejos como el combate de la corrupción, u otros más sencillos como las alternativas para mantener limpias las calles de un barrio. La caja de herramientas es clara al respecto: “Si el artículo no describe una respuesta, no es periodismo de soluciones”.

2. Detalla cómo funcionan las respuestas

La narración da cuenta de por qué las respuestas a determinados problemas funcionan o no, qué se hizo diferente a otros que intentaron resolver el mismo problema y cuál fue la

metodología empleada. Los detalles son fundamentales en esta perspectiva, toda vez que se busca entregar información útil para la audiencia.

3. Se basa en evidencias

Esta técnica periodística investiga cifras, datos e información que permita mostrar si una determinada respuesta a un problema funciona o no y por qué. No se trata de contar solo buenas intenciones, sino de narrar con rigor y con base en pruebas.

4. Genera conocimiento

Ofrece la posibilidad de saber cómo se enfrentan los problemas en determinados contextos, de manera que las personas que conozcan las historias puedan sacar lecciones o conclusiones que les sean útiles en su vida cotidiana.

5. Describe las limitaciones

El periodismo de soluciones indaga sobre los riesgos, advertencias o limitaciones identificadas en las respuestas planteadas a los problemas. Desde esta perspectiva no todo es positivo ni perfecto, sino pregunta por aquello que puede hacerse mejor. “El buen periodismo de soluciones no huye de las imperfecciones”, se advierte en la caja de herramientas.

Vale aclarar que no todas las historias deben cumplir con los 5 criterios enumerados para considerar que se tratan de periodismo de soluciones, pero sí se debe tener presente que las respuestas serán siempre el eje narrativo (Fundación Gabo, 2019,

<https://fundaciongabo.org/es/blog/periodismosoluciones/5-criterios-del-periodismo-de-soluciones>).

Según un estudio, el periodismo de soluciones repercute en el lector en los siguientes aspectos: mejora su percepción sobre la calidad del artículo, aumenta su intención de compromiso, incrementa su interés en relación al problema planteado y, finalmente, estimula el pensamiento positivo (Murray y Stroud, 2019).

Dentro de las razones por las cuales es necesario incentivar el periodismo de soluciones, la Red de Periodismo de Soluciones (en inglés, Solutions Journalism Network o SJN) destaca la importancia de comunicar información acerca de la resolución de problemas para aportar una perspectiva más integral sobre situaciones específicas. Este organismo promueve la teoría del cambio desde el periodismo, considera que de esta manera se mejora el entendimiento que tiene el periodista sobre la sociedad, revela oportunidades para el cambio social, entre otras razones.

Uno de los eslóganes de la SJN es “la historia completa” (en Goodwin, s.f., <https://learninglab.solutionsjournalism.org/es/courses/basic-toolkit/introduction/why-solutions-journalism>). ¿A qué se refieren?

Creemos que el periodismo de soluciones hace al periodismo actual más preciso y completo. El periodismo que no cubre las respuestas a los problemas sociales ofrece una visión parcial e imprecisa de la realidad, una visión que puede dañar a la sociedad. Al resaltar cotidianamente los problemas e ignorar las respuestas, los periodistas transmiten la falsa sensación de que la gente no intenta solucionar las cosas o que no saben cómo hacerlo (Goodwin, s.f., <https://learninglab.solutionsjournalism.org/es/courses/basic-toolkit/introduction/why-solutions-journalism>).

En la SJN están convencidos de que el periodismo de soluciones hace que el lector se involucre más.

Si está bien implementado, este enfoque narrativo puede captar y mantener el interés de los lectores. Es más probable que las historias de soluciones sean compartidas en las redes sociales. En parte, esto se debe a que pueden hacer que los oyentes se sientan poderosos; es menos probable que pierdan el interés y los vuelve menos apáticos o cínicos con respecto a los problemas.

(...)

hemos descubierto que en varias ocasiones el periodismo orientado a soluciones puede generar conversaciones más constructivas y menos divisivas (Goodwin, s.f., <https://learninglab.solutionsjournalism.org/es/courses/basic-toolkit/introduction/why-solutions-journalism>).

Referencias

Aprende en línea [usuario] (s.f.). *¿Qué es Infogram?* Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/boa/contenidos.php/3a5bb584c5e6edeffac96a0cc07155f9/1061/1/contenido/>

Bouchart, M. (2019). *Key trends for data journalism in 2019: machine learning, collaborations, and code art.* Recuperado de <https://medium.com/data-journalism-awards/key-trends-for-data-journalism-in-2019-machine-learning-collaborations-and-code-art-da7ffbea5ec6>

Chequeado (2019). *Método. Método de verificación del debate público.* Recuperado de <https://chequeado.com/metodo/>

Chequeado (s.f.). *Acerca de la fundación.* Recuperado de <https://chequeado.com/acerca-de-la-fundacion/>

Canva (s.f.). *Mirá cómo los no diseñadores también pueden crear infográficos hermosos con Canva.* Recuperado de https://www.canva.com/es_ar/crear/infografias/

Core Marketer (2019). *Herramientas recomendadas.* Recuperado de <https://coremarketer.io/herramientas-recomendadas-gimnasios/>

Crucianelli, S. (2013). *Herramientas digitales para periodistas* [documento en línea]. Recuperado de <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pdf>

De Camargo, P. (2016). *O jornalista na escola e a ética na cobertura.* Recuperado de <https://jeduca.org.br/texto/o-jornalista-na-escola-e-a-etica-na-cobertura>

Echt, I. (2016). *How are Latin American fact-checkers paying for their work? Grants, events, services and crowdfunding.* Recuperado de <https://www.poynter.org/news/how-are-latin-american-fact-checkers-paying-their-work-grants-events-services-and-crowdfunding>

Education Writers Association -EWA- (2013). *Reporter Guides: Standards & Ethics.* Disponible en: <https://www.ewa.org/reporter-guides>

Fundación Gabo (29 de abril de 2019). *5 criterios del periodismo de soluciones* [entrada de blog]. Recuperado de <https://fundaciongabo.org/es/blog/periodismosoluciones/5-criterios-del-periodismo-de-soluciones>

Goodwin, L. (s.f.). *¿Por qué practicar el periodismo de soluciones?* Recuperado de <https://learninglab.solutionsjournalism.org/es/courses/basic-toolkit/introduction/why-solutions-journalism>

Ministerio de Educación Nacional (s.f.). *Sistema Integral de evaluación y acreditación de la calidad de la educación en Bogotá.* Recuperado de <https://evaluacion.educacionbogota.edu.co/index.php/factores-asociados>

Muente-Kunigami, A. y Serale, F. (2018). *Los datos abiertos en América Latina y el Caribe.* Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

Murray, C. y Stroud, N. J. (2019). *The keys to powerful solutions journalism*. Recuperado de <https://mediaengagement.org/research/powerfulsolutions-journalism>

Open Knowledge Foundation (s.f.). *¿Qué son los datos abiertos?* Recuperado de <https://opendatahandbook.org/guide/es/what-is-open-data/>

Ravela, P. (2006). Fichas didácticas para comprender las evaluaciones educativas. Santiago de Chile: PREAL.

Red Ética FNPI (3 de abril de 2017). *Conozca los Principios de la Red Internacional de Fact-Checkers*. Recuperado de <http://eticasegura.fnpi.org/2017/04/03/conozca-los-principios-la-red-internacional-fact-checkers/>

Reporter's lab (s.f.). [Mapa de fact checking]. Recuperado de <https://reporterslab.org/fact-checking/>

Unicef (2017). *Comunicación, infancia y adolescencia. Guía para periodistas*. Disponible en: <https://www.unicef.org/argentina/informes/comunicaci%C3%B3n-infancia-y-adolescencia-gu%C3%ADa-para-periodistas>

West, D. M., Whitehurst, G. J. y Dionne, E. J. (2010). *Reimagining Education Journalism*. Washington: Brookings Institution.