

Presentado  
por:

News Voices: Colorado  
COLab  
Colorado Media Project

NVCO grupo de  
trabajo Latinx Voices

Noviembre 2021

Diseñado por Orville Parker III

Traducido por Manuela Steward Sifuentes



# Pensando En Grande Actuando Ahora

Una llamada a la acción de los latinos en  
Colorado para noticias justas y equitativas



COLORADO  
MEDIA  
PROJECT

# Tabla de Contenidos

Resumen Ejecutivo	2
Recomendaciones	5
Introducción	6
Llamada a la Acción	26
Recursos	27
Apéndices	28



# Resumen Ejecutivo

En la primavera de 2021, un grupo de latinos de Colorado, de varias generaciones, regiones y profesiones, comenzó a reunirse para abordar una serie de preguntas: ¿Qué se requiere para asegurar que la cobertura de noticia local refleje, respete y alcance a las comunidades latinas de todo el estado? ¿Qué acciones deben tomar las salas de redacción, los miembros de la comunidad, y los financiadores para crear un futuro en el que las comunidades latinas tienen el poder de prevenir ser marginados, estereotipados o silenciados?

Nuestras conversaciones se llevaron a cabo como parte de una colaboración entre el proyecto [News Voices: Colorado](#) de Free Press, [Colorado Media Project](#) y [Colorado News Collaborative \(COLab\)](#). Las organizaciones fueron llamadas a ser parte del grupo de trabajo para apoyar una iniciativa liderada por la comunidad para contestar a estas preguntas y buscar un cambio. La historia ha demostrado que sin presión por parte de la comunidad, las salas de redacción, así como la mayoría de instituciones de poder, toman tiempo para cambiar.

Esa resistencia al cambio tiene consecuencias dañinas para las personas latinas y para otras comunidades de color, quienes han dependido en gran parte de salas de redacción conformadas principalmente por personas blancas para contar sus historias. Esta falta de representación, alcance y cobertura balanceada a dado como resultado caracterizaciones de personas latinas que son demasiado simples, que se enfocan en déficits en lugar de fortalezas, y que generan prejuicio, discriminación, desinversión e indiferencia.

News Voices: Colorado comenzó su trabajo con las comunidades negras y latinas de Colorado posteriormente al asesinato de George Floyd y las manifestaciones que le siguieron. Nuestro trabajo continuó al mismo tiempo que la pandemia le cobraba un precio desproporcionado a las comunidades negras y latinas, y el sindicato que representa a los periodistas del principal periódico del estado, *The Denver Post*, [retaba a los dueños y gerentes](#) a transformar ese lugar de trabajo a uno que fuese más inclusivo y brindara más apoyo a sus periodistas de color y que diversifique su cobertura.

El equipo de trabajo Latinx Voices se formó cuando una periodista latina de la estación con mayor número de televidentes [reportó](#) que tanto ella como dos de sus colegas latinas habían sido despedidas en el transcurso de un año. En el [escándalo que resultó](#) por su descripción de una sala de redacción en la que los periodistas de color exigía normas distintas (y cambiantes), un grupo de legisladoras latinas y la Asociación Nacional de Periodistas Hispanos se reunió con la dirección de la estación para exigir cambios desde los niveles más altos.

Ni la comunidad, ni los periodistas estaban de humor para encontrar la calma. La ira fluyó durante la [conversación pública](#) que impulsó la creación del grupo de trabajo en abril.

«Es tan difícil darte cuenta de que la lucha sigue» dijo la líder política y comunitaria, Polly Baca. «Esto viene sucediendo toda mi vida, desde los años 40 y 50, y más. Siempre pienso que estamos progresando, y lo estamos, pero esto es un desliz hacia atrás. ... Es un proceso constante de educar. No nos podemos dar el lujo de relajarnos. ... Es una lucha constante.»

Las recomendaciones que compartimos en este reporte son una respuesta a esa lucha. Proviene de más de una docena de horas de discusión, entre mayo y julio, entre los siguientes miembros del grupo Latinx Voices:



## Miembros del grupo de trabajo

- **Jonathan Alcantar**, profesor asociado de estudios mexicoamericanos, UNC Greeley
- **Polly Baca**, miembro de la mesa directiva de COLab y la primera mujer de color electa al Senado de Colorado
- **Patricia Barela Rivera**, dueña y presidenta de PBR Solutions y líder y defensora de la comunidad
- **Ana Campbell**, editora, *Denverite*
- **Linda Carpio Shapley**, editora, Colorado Community Media
- **Susan Gonzalez**, estratega para medios sociales, *Chalkbeat*
- **Elizabeth Hernandez**, reportera, *The Denver Post*
- **Rossana Longo-Better**, reportera bilingüe y de equidad, Radio Comunitaria e Independiente KGNU
- **Tzigane Martin**, coordinador digital y de comunicaciones, Padres y Jóvenes Unidos
- **Erika Martinez**, directora de comunicaciones y alcance comunitario, Denver Public Library

- **Deb Ortega**, directora, DU Latino Center for Community Engagement and Scholarship
- **Carmen Palacios-Ramirez**, gerente, División de Recursos Comunitarios y para Vecindarios, City of Longmont
- **Pauline Rivera**, editora, La Voz
- **Ana Soler**, responsable de programas senior, Gates Family Foundation
- **Lynne Valencia**, exdirectora de asociaciones estratégicas para Denver7/KMGH
- **Brenda Vargas**, presidenta, Movimiento de Radical Cultura

Otras personas que contribuyeron a nuestras discusiones: **Jim Chavez**, director ejecutivo de Latin American Educational Foundation; **Rudy Gonzales**, director ejecutivo, Servicios de la Raza; **Tina Griego**, reportera/editora de COLab y la primera columnista latina en un periódico diario de Colorado, y **Alex Sanchez**, fundador y director ejecutivo de Voces Unidas de las Montañas.

Este grupo se convocó para tres sesiones de trabajo en línea que ahondó en el poder que las salas de redacción ejercen sobre las comunidades al decidir cuáles noticias cubrir y cuáles no. Estas conversaciones también exploraron cómo y quién cubre las noticias locales.

A veces las discusiones estaban llenas de frustración e impaciencia con el avance incremental y las equivocaciones que han marcado gran parte de la historia del cambio en los medios de comunicación locales. Pero también estaban llenas de una convicción que una confluencia de factores, grandes y chicos, han colocado el cambio estructural a nuestro alcance. Entre ellos: el continuo crecimiento del número del tamaño de la comunidad latina y su poder económico; los movimientos antirracistas que han obligado a salas de redacción enfrentarse a su falta de diversidad y la manera en que afirman la supremacía blanca; y la formación de redes colaborativas dentro de los medios locales que están ampliando su alcance a comunidades que llevan mucho tiempo olvidadas.

Se han logrado cambios significativos en las décadas que siguieron al movimiento Chicano, y solo viendo la lista del mismo grupo de trabajo, se visualizan sus frutos: Baca, la primera senadora estatal de color; Rivera, la primera editora latina de un periódico bilingüe; Hernandez, una latina, primera generación en graduarse de la universidad, que se convirtió en periodista; Carpio Shapley, la primera editora latina de una cadena de periódicos comunitarios; y Ortega, la primar latina en recibir estatus de profesora titular en la Universidad de Denver.

# Recomendaciones

1. **Responsabilizar a salas de prensa** de aumentar la diversidad latina de sus empleados, fuentes y reportajes.
2. **Crear programas para que los jóvenes Latinos** conozcan el impacto de los medios de comunicación y participen en el cambio hacia una cobertura precisa, justa y equitativa.
3. **Apoyar las redes existentes y emergentes** de proveedores de información, periodistas, cuentistas y miembros de la comunidad Latina.
4. **Desarrollar el poder de medios de comunicación** pertenecientes a Latinos.

En cada una de las recomendaciones, hay un papel para salas de redacción, comunidades, financiadores, y, en algunos casos, legisladores. Este reporte presenta acciones específicas que cada uno de ellos puede tomar. El reporte visualiza colaboración por medio de la cual las salas de redacción compartan poder y que, junto con las comunidades, le den forma a la cobertura de noticias. El reporte también visualiza un panorama de medios de comunicación que es transparente y en el que las comunidades pueden pedir cuentas a los medios de su localidad. Imaginamos un mundo en el que los latinos de Colorado pueden ampliar sus redes de información para poder contar sus propias historias y reducir su dependencia en salas de redacción que no cumplen con sus promesas.

La comunidad latina, como cualquier otra comunidad, no es un monolito. Reconocemos que estas recomendaciones no hablan en representación de todas las personas dentro del grupo. Sin embargo, esperamos que las preguntas, ideas, y planes de acción que se han generado contribuyan a la vasta historia y actual activismo de los latinos en Colorado. Esperamos que generen más conversaciones, más ideas y nuevas colaboraciones que juntos nos lleven a un futuro donde el poder de los medios es compartido con y expandido por comunidades de color.

No es nada fácil transformar sistemas viejos al mismo tiempo que desarrollamos nuevos sistemas, pero no solo es posible, sino que es necesario. En las palabras de Rudy Gonzales, director ejecutivo de Servicios de la Raza, una organización sin fines de lucro que presta servicios a la comunidad latina: «Requiere de todos nosotros crear un futuro con el tipo de noticias locales que nos merecemos.»

News Voices: Colorado quisiera expresar nuestro más profundo agradecimiento a los miembros del grupo de trabajo. Su pasión, optimismo y compromiso a este grupo son de gran inspiración. Estas recomendaciones se han formado en un tiempo de muchos retos y el resultado fue una unión de miembros de la comunidad que están decididos a anhelar, innovar, reflexionar y exigir.

# Introducción

News Voices: Colorado comenzó examinando las preguntas sobre cómo reparar y reconstruir una relación que ha sido muy difícil y a menudo dañina entre las comunidades de color y los medios de comunicación locales luego de las manifestaciones de 2020.

En enero y febrero de 2021, New Voices: Colorado, Colorado Media Project y Colorado News Collaborative (COLab) convocaron al grupo Black Voices Working Group, formado por miembros de la comunidad, cuentistas, periodistas y financiadores. En marzo, estas organizaciones comenzaron su alcance a la comunidad latina. Justo cuando este trabajo está comenzando, Westword publicó la [columna](#) escrita por Lori Lizarraga, reportera de 9News, sobre su despido y el de otras dos reporteras latinas. El grupo de trabajo Latinx Voices se formó a raíz del en el escándalo que siguió.

El grupo se convirtió en conductor de la pasión y el descontento de un grupo intergeneracional, en su mayoría mujeres, que asistieron a cada sesión con el mismo mensaje para los medios:



Ya basta

El [impacto desproporcionado](#) de la pandemia en la comunidad latina también alimentó este sentimiento. En el transcurso del primer año de la pandemia, la población latina de Colorado, como otras comunidades latinas en el resto del país, tuvo casi [dos veces más probabilidades de contraer la COVID-19](#) que los blancos, más de cuatro veces más probabilidades de ser hospitalizada y casi tres veces más probabilidades de morir a causa de la COVID-19. La falta de acceso equitativo a la información crítica, especialmente entre las comunidades de Colorado en las que predomina el español, también se convirtió en una parte central de las conversaciones del grupo de trabajo.

News Voices: Colorado hizo un esfuerzo consciente por reunir a la comunidad y a periodistas actualmente ejerciendo su profesión. La meta era abrir más canales de comunicación para que ambos grupos pudieran comprender mejor sus experiencias y puntos de vista, así como elaborar algunas soluciones en conjunto. Los periodistas hablaron sobre sus propias frustraciones con la lentitud del cambio en salas de redacción, algo que atribuyeron a una combinación de ajuste de presupuestos que recortaron el personal hasta lo más mínimo, ignorancia y diferentes prioridades por parte de los directivos.

El lema del grupo de trabajo se convirtió rápidamente en «pensando en grande», seguido inmediatamente por «actuar ya». Esa urgencia impulsó las siguientes cuatro recomendaciones.

# Recomendaciones

1

**Responsabilizar a las salas de redacción de aumentar la diversidad latina de sus empleados, fuentes y reportajes.**

2

**Crear programas para que la juventud conozca el impacto de los medios de comunicación y participen en el cambio hacia una cobertura precisa, justa y equitativa.**

3

**Apoyar las redes existentes y emergentes de proveedores de información, periodistas, cuentistas y miembros de la comunidad latina.**

4

**Desarrollar el poder de los medios de comunicación pertenecientes a Latinos.**

# 1A RECOMENDACIÓN

**Responsabilizar a salas de prensa de aumentar la diversidad latina de sus empleados, fuentes y reportajes.**

### Para:

La comunidad, salas de redacción, financiadores

### Qué escuchamos:

La controversia sobre 9News mencionada anteriormente, impulsó al grupo de trabajo a identificar su principal prioridad: lograr que las salas de redacción de Colorado, en su mayoría compuestas principalmente por personas blancas, se responsabilicen de las promesas públicas que han hecho de lograr diversidad, equidad e inclusión entre su personal.

Gonzales, de Servicios de la Raza, dijo «Por esto venimos luchando por generaciones. Generaciones. Y seguimos aquí. ... Nos enfrentamos a poderes tan arraigados que va a requerir de todos para poder deconstruir los medios de comunicación que desde siempre nos han negado, ninguneado e ignorado.»

El primer paso hacia esa responsabilización, dijeron los miembros del grupo, es la transparencia. Y es necesario que la comunidad sepa exactamente cuántos periodistas de color actualmente trabajan en salas de redacción de medios en Colorado. Y la contratación es sólo una parte del todo, señaló Lynne Valencia, antigua directora de asociaciones estratégicas de Denver7/KMGH. Los datos de retención y promoción de empleados reflejan directamente la cultura y los valores del lugar de trabajo.

El grupo una auditoría anual y pública de los datos demográficos, por puesto, de las salas de redacción, para poder establecer una base de referencia que permita dar seguimiento al progreso, o la falta de éste. También debería incluirse información salarial para garantizar que los periodistas de color reciban una remuneración equivalente a la de sus homólogos blancos.

«Sin esa información no es posible determinar cuáles salas de redacción tienen un interés genuino y están comprometidos a lograr más equidad desde el punto de vista racial,» dijo Erika Martínez, integrante del grupo de trabajo y directora de comunicaciones y participación comunitaria de Denver Public Library.



Una auditoría de la composición del personal de los medios de comunicación «ayudaría mucho a rendir cuentas», dijo Linda Carpio Shapley, integrante del grupo del grupo de trabajo y editora de Colorado Community Media, organización con 27 periódicos semanales y mensuales en el área metropolitana de Denver. Cuando el grupo de trabajo comenzó a reunirse el Denver Newspaper Guild, sindicato que representa a empleados del *Denver Post*, publicó un llamamiento, al que luego se unió la directiva del periódico, pidiendo que el personal y la cobertura de noticias sea más diversa. Algunas demandas a los propietarios del fondo de cobertura (*hedge fund*) del periódico: «Garantizar activamente que las prácticas de contratación lleguen a candidatos de comunidades subrepresentadas para que nuestras fuentes de candidatos para pasantías y puestos de trabajo incluyan a personas de esos grupos.»

El grupo de trabajo incluyó a varios periodistas, quienes preguntaron qué papel podrían jugar para cambiar la cultura en las salas de redacción y lograr que los medios de comunicación para los que trabajan rindan cuentas a las comunidades latinas. Los periodistas latinos necesitan apoyo institucional, recursos y capacidad para, como dijo Ana Campbell, editora de *Denverite*, «no solamente [contar] historias sobre la comunidad latina, sino para la comunidad latina.»

Las salas de redacción necesitan más reporteros, así de simple, dijo Elizabeth Hernández, reportera del *Denver Post*, especialmente reporteros bilingües centrados en la comunidad latina. Pero los presupuestos son escasos, señaló, y cuando los propietarios son fondos de cobertura predatorios y decididos a recordar gastos, el reto es aún mayor.

Los integrantes del grupo también hablaron sobre las maneras en las que las salas de redacción pueden lograr una mayor diversidad de voces y experiencias a las noticias que cubren. También propusieron una variedad de herramientas, incluyendo auditorías de las noticias, para determinar la diversidad de fuentes. El grupo también pidió que la cobertura de noticias destaque los puntos fuertes de la comunidad latina y eduque al público sobre la diversidad de esta comunidad.

«No hay tratarla como un bloque homogéneo,» dijo Carmen Palacios-Ramirez, gerente de la División de Recursos para Barrios y Comunidades de la ciudad de Longmont. «Hagan reportajes para quienes recién llegaron, sobre aquellos que llevan aquí varias generaciones.»

### **Cómo podría funcionar en Colorado:**

Las comunidades, salas de redacción y financiadores podrían comprometerse a realizar y publicar auditorías sobre la composición del personal y colaborar con personas de la comunidad latina para abordar la falta de diversidad.

## RECOMENDACIÓN 1

### Comunidad:

1. **Crear un consejo comunitario** para monitorear la contratación de empleados y la cobertura de noticias locales, denunciar contenidos que conlleven un sesgo o que de una manera u otra son inadecuados, y promover una mayor cobertura de las comunidades latinas.

*Ejemplo.* A raíz de la columna escrita por Lizárraga en Westword, un grupo de legisladoras locales y Asociación Nacional de Periodistas Hispánicos se reunieron para dirigirse a los directores de la estación y demandar un cambio.

2. **Participar en comités asesores de salas de redacción** para proporcionar información periódica sobre el personal y la cobertura de noticias.

*Ejemplo.* A principios de la década de 2000, The Rocky Mountain News, en colaboración con la Asociación Nacional de Periodistas Hispánicos, participó en el Parity Project (Proyecto Paridad), que creó un comité asesor latino que se reunía periódicamente con personal de alto mando del periódico.

3. **Contribuir a la creación de una base de datos en línea** de expertos locales y de color, de todas las profesiones, especialidades y organizaciones comunitarias, para uso de las salas de redacción en Colorado.

*Ejemplo.* New Jersey Advance Media y el Center for Cooperative Media de la Montclair State University han creado una [base de datos en línea](#) de fuentes diversas para «asegurar que la cobertura de noticias, tanto local como de toda Nueva Jersey, sea más equitativa y refleje mejor a las comunidades a quienes prestamos servicio.»

### Salas de redacción:

1. Comprometerse a participar en una auditoría de contenido para evaluar el nivel de diversidad y representación de las comunidades latinas en noticias e imágenes.

*Ejemplo.* The Philadelphia Inquirer encargó a Temple University [llevar a cabo un estudio de investigación](#) en 2019 para evaluar 3,000 artículos, fotos y vídeos.

2. Publicar anualmente un reporte disponible al público general sobre la diversidad del personal que incluya cifras de contratación, retención y promoción de empleados.

**Ejemplo.** En 2020, Gannett [se comprometió](#) a que «para fines de 2025, nuestro personal refleje demográficamente al país y a las comunidades a quienes servimos.» Como parte de ese compromiso, cada año hará públicos los datos demográficos de sus empleados. En septiembre de 2021, The Coloradoan y Pueblo Chieftain, ambas salas de redacción locales de Gannett, publicaron en primera página columnas en las que se detallaban las contrataciones de personal editorial durante el año previo, con fotos y biografías de quienes habían sido contratados.

3. Proporcionar igualdad salarial, grupos de apoyo y mentores a periodistas latinos.
4. Crear una fuente de talentos, colaborando con organizaciones comunitarias, escuelas de educación secundaria y educación superior para cultivar interés en todos los aspectos de la profesión, desde el lado empresarial a la recopilación de noticias. «La creación de una fuente de talentos es imprescindible,» dijo Rossana Longo-Better, de KGNU. pipeline is a must,» said KGNU's Longo-Better.

**Ejemplos.** El [programa Urban Health Media](#), impulsado en 2017 en Baltimore por un ex reportero de USA Today, ha capacitado a docenas de estudiantes de secundaria (high school) en escuelas de bajos recursos. El programa, que paga un estipendio a los estudiantes, cuenta con una oficina virtual en Miami y jóvenes corresponsales en Maryland, Ohio, Filadelfia y Washington, D.C. Además, Colorado Public Radio forma parte del programa [Next Generation Radio](#) de NPR, una capacitación de una semana que introduce a estudiantes universitarios y recién graduados al periodismo multimedia.

5. Proporcionar muchas maneras para que las comunidades latinas puedan compartir sus opiniones directamente con gerentes de las salas de redacción mediante conversaciones en comunidad, encuestas, comités asesores comunitarios y otras actividades de alcance a la comunidad. Esto podría incluir la creación de un directorio en línea de todos los reporteros de salas de redacción, incluyendo datos de contacto y sus asignaciones de reportaje.

**Ejemplo.** Oaklandside, una agencia de noticias sin fines de lucro basada en California cuenta con un [grupo asesor comunitario remunerado](#) que revisa la cobertura de noticias y determina si cumple con los objetivos de la organización en cuanto a diversidad, equidad e inclusión.

## RECOMENDACIÓN 1

6. Trabajar junto con periodistas para identificar políticas, ética, normas y prácticas de contratación y retención que obligan a los periodistas latinos a distanciarse de su raza, comunidad, nacionalidad, etnia, idioma o cultura por medio de su apariencia, dialecto, reportajes que se le asignan o cultura de oficina.

**Ejemplo.** En verano de 2021, *Chalkbeat*, una organización nacional de periodismo con sin fines de lucro y con un enfoque en la educación, publicó un [tablero DEIB](#) (Diversidad, Equidad, Inclusión y Pertenencia, por sus siglas en inglés) para «cumplir con nuestro nuevo valor principal de antirracismo, identificando y haciendo los cambios necesarios a nuestra cultura, nuestros reportes, nuestras operaciones y nuestro equipo.» Este tablero, al igual que una [reflexión anual](#), ayuda a *Chalkbeat* a rendir cuentas sobre sus [valores](#) y su compromiso al antirracismo de una manera pública.

7. Ofrecer oportunidades de formación a trabajadores de salas de redacción sobre cómo relacionarse con las comunidades latinas de forma que genere confianza y se centre en fortalezas de la comunidad, así como en sus vulnerabilidades; en las soluciones y no solo en los retos. Esto podría incluir talleres abiertos a la comunidad que aclaran la manera en que los noticieros identifican, generan, informan, editan, colocan y distribuyen las noticias, es decir, qué es de interés periodístico, cómo se eligen las fuentes, etc.

**Ejemplo.** Solutions Journalism Network (Red de Periodismo de Soluciones) y BMe Community (Comunidad BMe) están impartiendo una capacitación piloto sobre «*asset framing*» (enfoque de fortalezas) para las salas de redacción de SJ, en el que al presentar una persona o comunidades, se enfoca antes en sus aspiraciones y fortalezas que en sus retos. La red también se asoció con Resolve Philly en 2020 para su [guía para reportajes](#) llamada Reframe Initiative sobre cómo reportar sobre la movilidad económica de una manera más humana, sin tanto estereotipo. [Reframe Initiative](#) se centra en el lenguaje y el marco para «ayudar a los periodistas a mejorar la exactitud y autenticidad de un reportaje sobre individuos y comunidades que han sido representadas inadecuadamente o sobre quienes no se ha reportado lo necesario.»

8. Compartir con otras salas de redacción las lecciones aprendidas sobre cómo crear y apoyar a un personal más diverso y así contribuir a un cambio en todo el sector en Colorado. Compartir públicamente las conclusiones y los planes para el cambio.
9. Comprometerse a crear y utilizar una guía de recursos en línea que incluya a expertos, y líderes y organizadores comunitarios de color y de todo el estado con la meta de diversificar tanto las fuentes como las noticias.

## Financiadores:

1. Apoyar a salas de redacción que intentan acabar con las culturas laborales que por mucho tiempo han aislado o menospreciado a periodistas de color. Dar financiación para la capacitación, mediación, contratación y otras medidas concretas que crean entornos más acogedores, inclusivos y solidarios.
2. Apoyar directamente a las salas de redacción para que lleven a cabo una auditoría del contenido de reportajes, imágenes y vídeos para determinar el nivel de diversidad y representación de las comunidades latinas. Las auditorías deben incluir sesiones de retroalimentación en las que participan periodistas de color para sí determinar futuras preguntas que investigar. (Si los financiadores no pueden tomar la iniciativa en esto, podrían dar este encargo a una universidad o institución de investigaciones.)
3. Llevar a cabo o contratar a una compañía que lleve a cabo una recopilación, estudio o análisis sobre la diversidad y las disparidades salariales en las salas de redacción.

**Ejemplo.** La Open Media Foundation cuenta con un «monitor de DEI» para monitorear su progreso en cuanto a reclutar y retener una diversidad de personas para su junta directiva y entre sus empleados, usando como punto de referencia datos demográficos locales. Con el apoyo de un miembro del personal, esta herramienta se podría adaptar fácilmente para los noticieros de Colorado, usando métricas compartidas.

4. Proporcionar financiación para apoyar la salud mental de los periodistas latinos.

**Ejemplo.** El Black Journalists Therapy Relief Fund (Fondo de ayuda para terapia para periodistas negros) proporciona ayuda financiera «a los periodistas negros que se enfrentan a dificultades económicas y no pueden pagar los servicios en apoyo a su salud mental que necesitan.» [Vita Activa](#) ofrece recursos gratuitos de apoyo a la salud mental a miembros de la Asociación Nacional de Periodistas Hispanos.



## 2ª RECOMENDACIÓN

**Crear programas para que los jóvenes conozcan el impacto de los medios de comunicación y participen en el cambio hacia una cobertura precisa, justa y equitativa**

### **Para:**

Comunidades, salas de redacción, financiadores, legisladores

### **Qué escuchamos:**

Casi [una tercera parte de la población latina de Colorado](#) es menor de 18 años y el grupo de trabajo muchas veces recordó la promesa de esa juventud y su potencial para dar forma, guiar y eventualmente liderar la cobertura de noticias locales. Según miembros del grupo de trabajo, lo que se necesita es establecer conexiones entre personas jóvenes y las redes de noticias locales de las que probablemente se sienten desconectados. Esta falta de conexión tiene muchas causas: cobertura de noticias que parece ser irrelevante para sus vidas, que se burla de ellos o está en plataformas que los jóvenes no usan, y la poca visibilidad de periodistas latinos.

A menudo, a la juventud latina y negra se le niega incluso la oportunidad de ser vista como juventud, como dijo Tzigane Martin, integrante del grupo de trabajo y director digital y de comunicaciones de Padres y Jóvenes Unidos, «primero, en la niñez, se les ve de una edad mayor a la que tienen, con más promiscuidad, y se les criminaliza. Y la juventud carece de acceso y herramientas para exigir cambios o encontrar la forma de reformular lo que se escribe sobre ellos, que estos estereotipos no son ciertos.»

Ana Soler, integrante del grupo de trabajo y responsable de programas senior en educación para Gates Family Foundation, recalcó que los noticieros deben acceder a la juventud tomando en cuenta lo que ellos saben en cuanto a conocimiento de los medios de comunicación, incluyendo medios sociales, y cómo los usan y acceden a ellos.

El grupo notó que los jóvenes, y muchos otros grupos demográficos, no necesariamente tienen un entendimiento claro sobre cómo funcionan los medios, como se informan las noticias y cómo distinguir lo que es fiable de lo que no lo es. El miedo o la desconfianza hacia los reporteros es común, en particular entre familias y jóvenes inmigrantes en donde los jóvenes pueden actuar como traductores culturales y lingüísticos para sus familias.

El grupo de trabajo habló sobre maneras en que se puede desarrollar conexión y confianza, así como compartir conocimientos que empoderen a la juventud. Algunas ideas fueron pasantías pagadas, que reporteros trabajen juntamente con clases de periodismo en las escuelas secundarias (high school) y con organizaciones comunitarias y trabajan para elevar las voces de la juventud, así como desarrollar un currículo escolar de educación mediática para estudiantes latinos.

### Cómo podría funcionar en Colorado:

Las organizaciones para jóvenes lideradas por latinos, los medios de comunicación, la comunidad y los legisladores podrían colaborar para proporcionar currículo y capacitación mediática con un enfoque latino y dirigido a los jóvenes.

### Comunidad:

1. Colaborar con noticieros y otras organizaciones que reportan sobre la comunidad para crear programación de verano y durante todo el año para jóvenes latinos que les permita aprender más sobre los medios de comunicación informativos y cómo dar forma a su futuro.
  - Considerar:
    - a. Proporcionar un manual de medios de comunicación que incluya un glosario de terminología como «fuera de micrófono» o «a micrófono cerrado» para organizadores estudiantiles, personas indocumentadas y otras personas en la comunidad que se exponen al hablar con periodistas o fotógrafos
    - b. Ofrecer talleres y currículos que permitan que los estudiantes escriban sobre sus experiencias de manera más matizada, contrarrestando las representaciones estereotipadas y a menudo negativas, y colaborar con noticieros y salas de redacción para mostrar el trabajo de los estudiantes.

**Ejemplo. La programación radial para jóvenes de NPR es una «red nacional de periodistas y artistas jóvenes que están creando contenidos para esta generación.»**

- a. Identificar las maneras en que el periodismo ha impactado de forma positiva a las comunidades latinas
- b. Investigar la historia de los medios y el activismo mediático en el estado de Colorado
- c. Incorporar la educación mediática a la formación sobre organización comunitaria, incluyendo sesiones con periodistas sobre cómo detectar la desinformación y cómo usar las redes sociales para dar a conocer información importante

## RECOMENDACIÓN 2

- f. Apoyar y crear currículos que demuestren cómo han contribuido las comunidades latinas al desarrollo de los medios en Colorado, tanto históricamente como en el presente

**Ejemplo.** Estudiantes, maestros y empleados del distrito escolar de Denver (Denver Public Schools) [crearon la resolución «Know Justice Know Peace»](#) («Conoce la paz, conoce la justicia») para rediseñar el currículo de manera que resalte narrativas racialmente diversas

- g. Crear oportunidades para que la juventud aprenda sobre la intersección entre el periodismo y los temas mundiales, nacionales y locales que les interesan

**Ejemplos.** [Generation Justice](#) (Generación Justicia), una organización sin fines de lucro de Nuevo México ofrece formación en periodismo a través de clases semanales sobre transmisión radial, producción de videos y creación de blogs. Su programación incluye educación mediática y conexiones con periodistas. [Al Frente De Lucha](#) basado en Greeley, se enfoca en procesos de liberación y trabajo anticolonial que desafían las narrativas de supremacía blanca a través de la educación y centrándose en la abolición y la organización comunitaria

- h. Facilitar relaciones de mentoría con periodistas y salas de prensa que quieran atraer a más jóvenes de color a esta industria
2. Asociarse con escuelas y universidades para crear una formación para profesionales centrada en la población latina, así como planes de estudio sobre medios de comunicación.

### Salas de redacción:

1. Colaborar con instituciones y organizaciones que prestan servicio a la juventud latina para que aprendan y practiquen cómo buscar fuentes, enmarcar una historia, entrevistar, escribir, publicar y distribuir reportajes.
2. Colaborar con organizaciones y financiadores para ampliar las voces y perspectivas de los jóvenes sobre eventos de actualidad que tienen un impacto directo en sus vidas.

**Ejemplo.** [Chalkbeat Colorado](#) junto con las organizaciones [Young Aspiring Americans for Social & Political Activism \(YAASPA\)](#) y [Colorado Youth Congress](#), organizó [un panel por Zoom sobre el impacto de COVID](#) en estudiantes, dirigido por 10 jóvenes de secundaria (high school) de distintas partes del estado.

3. Colaborar con organizaciones comunitarias para proporcionarle a la juventud acceso a expertos, materiales y capacitaciones durante campamentos de verano.

**Ejemplo.** En julio, *The Colorado Sun* organizó un [campamento de verano gratuito](#) dirigido a comunidades diversas en el que participaron alrededor de 15 estudiantes «interesados en seguir una carrera en periodismo o medios de comunicación.»

4. Crear programas de mentoría entre estudiantes latinos de secundaria (high school) y estudiantes latinos universitarios, así como entre miembros de la comunidad latina que tal vez no pueden acceder a una educación universitaria, que resulten en oportunidades para pasantías pagadas en organizaciones de noticias.
5. Buscar posibilidades de contratar a los pasantes en diversos niveles de la empresa. Un pasante puede no estar preparado para trabajar en un mercado grande, pero podría adquirir mucha experiencia en una compañía afiliada más pequeña.

### Financiadores:

1. Ofrecer apoyo de investigación para un grupo de trabajo de periodistas y educadores latinos para crear programas y materiales de educación mediática.
2. Financiar la participación de jóvenes latinos en programas, campamentos de verano y otras oportunidades para experimentar cómo recopilar noticias narrar historias en diferentes medios, así como aprender y poner en práctica habilidades de pensamiento crítico sobre cobertura de noticias y medios de comunicación.

**Ejemplo.** La W.K. Kellogg Foundation, junto con otras fundaciones, ha contribuido una cantidad significativa de fondos para el [Urban Health Media Project](#), un programa de formación de cuatro años cofundado por un periodista para «formar a un grupo diverso de estudiantes de secundaria (high school) de comunidades con pocos recursos en la producción de un periodismo multimedia sobre temas sociales y de salud.»

### Legisladores:

1. Asegurar que las organizaciones dirigidas por personas latinas, periodistas, líderes de educación superior y otros expertos reciban invitaciones para crear y presentar materiales para ser incluidos en el [banco virtual](#) de materiales y otros recursos que promueven la educación mediática.

# 3ª RECOMENDACIÓN

**Apoyar las redes existentes y emergentes de proveedores de información, periodistas, cuentistas y miembros de la comunidad Latina.**

### Para:

Comunidades, salas de redacción, financiadores

### Qué escuchamos:

Los miembros del grupo de trabajo mencionaron frecuentemente que les beneficia mucho conocer y conectar con otros miembros de la comunidad latina de distintas generaciones y profesiones, con quienes comparten un interés común por cuestionar, y cambiar, la forma en que los medios de comunicación dominantes cubren las noticias de sus comunidades.

Varios miembros del grupo coincidieron en que una red más permanente con un alcance aún mayor en varias comunidades latinas permitiría que el trabajo continúe y que se desarrolle un poder más grande para lograr el cambio. El poder de un grupo importa mucho, dijo Patricia Barela Rivera, líder comunitaria de hace muchos años que dirigió la Administración de Pequeñas Empresas de Colorado y también mencionó sus esfuerzos en el pasado para exigir diversidad en noticieros y salas de redacción: «Mi error más grande fue no tener otras personas de mi lado.»

Ella y otros miembros del grupo hablaron también sobre la necesidad de mantener una coalición que sea multigeneracional. Dijo Barela Rivera: las «mujeres sabias» pueden ser grandes aliadas para las comunidades que buscan cambios en el poder. La generación de *Baby Boomers* «añaden valor [y] experiencia para que muchos de nuestros jóvenes no tengan que seguir recibiendo golpes en la cabeza.»

Los miembros del grupo de trabajo también hablaron de la necesidad de incluir a los hispanohablantes monolingües y a los inmigrantes en la planificación, cobertura y difusión de noticias, de involucrarlos y ofrecer una variedad de medios, idiomas, lenguajes y formatos para llenar las brechas de información entre la comunidad latina en general.



## Cómo podría funcionar en Colorado:

Las comunidades, salas de redacción y financiadores deberían colaborar de manera regular para compartir conocimientos y oportunidades con la meta de desarrollar más poder dentro de la comunidad latina. Esta red o conjunto de redes también podría ofrecer oportunidades para que el público general conozca a las personas, organizaciones y políticas que ofrecen a las comunidades información crítica y narrativas que representan sus experiencias.

## Comunidad:

1. Organizar conversaciones comunitarias entre adultos mayores y jóvenes latinos para intercambiar experiencias y estrategias sobre cómo trabajar con los medios de comunicación.
2. Organizar paneles, reuniones virtuales, círculos de historias y otros eventos que faciliten la oportunidad de que exista un aprendizaje intergeneracional sobre cómo participar con los medios de comunicación y narrar las historias de las comunidades latinas.

**Ejemplo.** La Latino Community Foundation of Colorado coordina una [conferencia anual «Our Story»](#) («Nuestra Historia») que conecta a líderes latinos con miembros de la comunidad de distintas partes del estado.

3. Utilizar boletines informativos, plataformas de medios sociales y otras plataformas de intercambio de información para vincular recursos sobre temas y necesidades importantes.

**Ejemplos.** Durante la pandemia, la Cámara Latina del Condado de Boulder [publicó una serie de charlas en vivo](#) con líderes comunitarios y de organizaciones, así como con gestores culturales para ampliar el alcance de servicios críticos e información. Asimismo, el [Rocky Mountain Welcome Center](#) ofrece noticias culturalmente informadas a varias comunidades inmigrantes y de refugiados, utilizando diferentes herramientas para los distintos grupos étnicos, como WhatsApp, correo electrónico, vídeos y redes sociales.

4. Colaborar con noticieros y salas de redacción para llevar a cabo eventos que respondan a las necesidades y deseos de las comunidades latinas.

**Ejemplo.** News Voices organiza «Dream Salons» en donde los miembros de la comunidad comparten sus visiones para el futuro de los noticieros locales. En este [manual](#) puede aprender cómo organizar uno evento de estos.

## RECOMENDACIÓN 3

5. Apoyar, involucrar y conectar aún más las redes de miembros de la comunidad latina en todo el estado.

*Ejemplos.* El [Denver Cafecito](#), es un grupo de latinas de múltiples profesiones que se reúne cada semana para hablar sobre asuntos de políticas y además distribuye un boletín informativo con anuncios y oportunidades. Asimismo, el [Cafecito Cultural](#), es una red de apoyo a los gestores culturales del condado de Boulder que se reúne mensualmente para compartir recursos y fomentar colaboraciones.

6. Formar un colectivo de miembros de las comunidades latinas para ayudar a crear, producir y distribuir artículos que destaquen los temas de diversidad entre periodistas y reporteros de Colorado.

*Ejemplo.* A principios de 2021, Rossana Longo-Better de KGNU Community Radio lanzó una serie mensual de entrevistas con reporteros y otras personas que presentan narrativas de la comunidad latina sobre temas de diversidad, equidad y pertenencia.

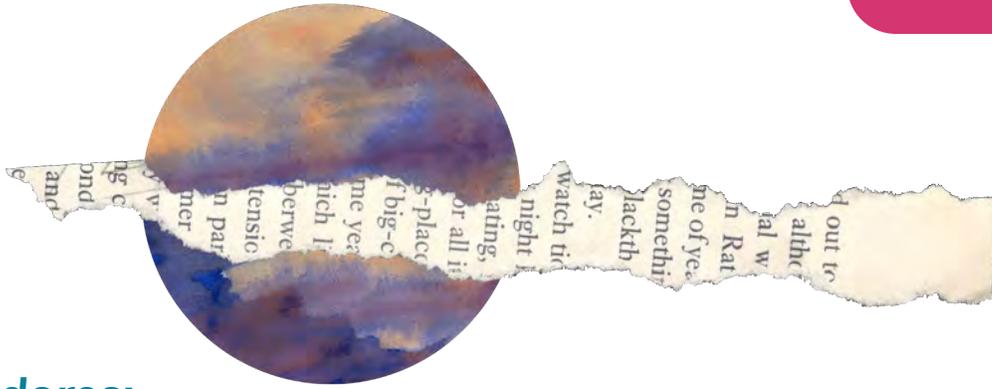
### Salas de redacción:

1. Ofrecer tiempo y espacio para que los periodistas de color se reúnan de manera regular para compartir información, ideas y contactos, así como también luchas, triunfos y oportunidades.

*Ejemplos.* El Colorado News Collaborative ha comenzado a crear una red de periodistas de color que se reúnen para apoyarse mutuamente y plantear cuestiones que puedan interesar a la comunidad periodística en general. Un grupo de voluntarios creó la comunidad nacional [Journalists of Color \(Periodistas de Color\)](#) (JOC, por sus siglas en inglés) en la plataforma Slack en un afán de que los periodistas de color «estén todos en un mismo salón».

2. Dar a los reporteros y proveedores de información no tradicionales una oportunidad de discutir formas para crear noticias y participar en el periodismo.

*Ejemplo.* Doce cuidadores infantiles en el condado de Los Ángeles documentaron sus vidas en fotografías para el proyecto [Child Care, Unfiltered](#) de KPCC/LA.



## Financiadores:

1. Financiar becas y pasantías para periodistas de color, y aspirantes a periodistas, que vengan de entornos no tradicionales, incluyendo a los que están, o han estado, encarcelados o no tienen acceso a la educación superior.
2. Financiar la contratación de reporteros multilingües en noticieros y salas de redacción.

**Ejemplo.** El noticiero sin fines de lucro Type Investigations, que recibe gran parte de su financiación de varias fundaciones, ofrece la beca [Ida B. Wells Fellowship](#) de un año para «crear una fuente de reporteros investigativos de color que aporten diversos antecedentes, experiencias e intereses a su trabajo.» La beca paga un estipendio de \$20,000.

1. Aportar recursos para desarrollar guías de recursos y capacitación en medios de comunicación para latinos monolingües de Colorado que hablan español o idiomas indígenas.
2. Dar financiamiento a colectivos de periodistas de color para reforzar la creación de comunidad a través de talleres, retiros y otros eventos.
3. Dar financiamiento para que periodistas latinos puedan asistir a conferencias que ayudan a desarrollar liderazgo o crear comunidad, tales como la [Asociación Nacional de Periodistas Hispanos](#), [Allied Media](#) y [Online News Association](#).
4. Financiar la creación o continuación de conferencias que reúnen a periodistas latinos, miembros de la comunidad, financiadores, responsables políticos y académicos para debatir temas relacionados con la intersección de las comunidades latinas, el periodismo, el poder y la equidad.
5. Financiar la traducción de comunicaciones al español, así como a otros idiomas indígenas que se hablan en las comunidades latinas de Colorado.

**Ejemplo.** Colorado Health Foundation, Colorado Media Project, Tri-County Health y otras organizaciones han concedido subvenciones que permitieron que Rocky Mountain Welcome Center traduzca posters y vídeos con información crítica sobre COVID al español y siete otros idiomas.

# 4 A RECOMENDACIÓN

## Desarrollar el poder de medios de comunicación pertenecientes a Latinos

### Para:

Comunidades, salas de redacción, financiadores y legisladores

### Qué escuchamos:

La frustración del grupo de trabajo con los principales medios de comunicación locales se manifestó mediante un llamamiento a los miembros de la comunidad latina para que recordaran los días del Movimiento Chicano y la creación de medios de comunicación dirigidos y operados por latinos. Un reporte de junio de 2019, [The State of Latino News Media \(El estado de los medios de comunicación latinos\)](#), contabilizó 624 medios de comunicación latinos que prestan servicio a «cerca de 59 millones de personas» en los Estados Unidos. Entre las conclusiones del reporte: La mayoría de los medios de tamaño pequeño son independientes y sus dueños son latinos, mientras que los medios medianos y grandes son principalmente de propiedad no latina.

La Voz, por ejemplo, se fundó en Colorado en 1974 y es el mayor semanario bilingüe del estado. Como dice su editora Pauline Rivera, miembro del grupo de trabajo: «Durante décadas, los principales medios de comunicación han dejado en un segundo plano los temas importantes que afectan a la comunidad latina, o los han ignorado totalmente, pero La Voz ha estado presente para darles importancia y credibilidad.»

Los miembros del grupo de trabajo Latinx Voices quieren seguir desarrollando poder en sus comunidades de forma que no dependan de las instituciones blancas. Algunos pidieron a las empresas y a las organizaciones sin fines de lucro que tengan en cuenta a los medios de comunicación pequeños y bilingües a la hora de asignar fondos para publicidad. El grupo también habló de crear una empresa de medios de comunicación en varias plataformas que sea de propiedad latina y administrada por latinos.

«Estamos tratando de golpear ese muro de poder con el que siempre nos hemos topado» dijo Barela Rivera. «... Tenemos que pensar en grande, no en pequeño.»

Brenda Vargas, estudiante en University of Northern Colorado, dijo que quiere «un espacio para compartir nuestras historias y recuperar el poder que hemos perdido.»

Para este proceso es fundamental identificar recursos: dinero, personas y organizaciones, que las comunidades latinas necesitan para seguir construyendo y manteniendo su poder.

«Nuestras historias le deben importar a todos, no solo a nosotros,» dijo Deb Ortega de la Universidad de Denver y miembro del grupo de trabajo. «El poder tiene que ver con quién decide qué es realmente importante. Y cuando es importante, recibe financiamiento.»

### Cómo podría funcionar en Colorado:

Los miembros de la comunidad, los noticieros y salas de prensa, los financiadores y los legisladores podrían unir sus recursos para apoyar a los medios de comunicación existentes que prestan servicio a la comunidad latina de Colorado y que varias empresas de comunicación pasen a ser de propiedad latina.

### Comunidad:

1. Crear un grupo de trabajo formado por miembros de la comunidad latina, investigadores, empresarios, financiadores y periodistas para explorar y lograr que varias plataformas de medios de comunicación pasen a ser de propiedad latina.

**Ejemplos.** En 2010 la periodista latina Maria Hinojosa, quien trabajó, entre otros, para NPR, fundó la organización sin fines de lucro Futuro Media Group «[por pura necesidad](#)». En 1976 un grupo de trabajadores agrícolas, artistas, activistas, estudiantes y maestros, todos voluntarios, fundaron una estación de radio sin fines de lucro llamada La voz que rompió el silencio para servir a «las grandes comunidades latinas de Fresno y otras partes del valle de San Joaquín.» Rebautizada con el nombre Radio Bilingüe, la estación posee u opera 24 emisoras de radio en Arizona, California, Colorado, Nuevo México y Texas, y emite programación cultural en todo el país, a través de 75 estaciones afiliadas.

2. Organizar reuniones comunitarias que proporcionen educación política sobre la intersección del periodismo, el poder y la comunidad.

**Ejemplos.** La organización Free Press organizó una [conversación comunitaria virtual](#) sobre raza, poder, los medios y la supremacía blanca.

3. Apoyar a medios de comunicación bilingües y monolingües a través de la compra de publicidad.

## RECOMENDACIÓN 4

4. Colaborar y apoyar la programación local y los proyectos que buscan resaltar las experiencias y los punto de vista de los residentes latinos como parte de la historia de Colorado.

**Ejemplos.** Colorado Voices de RMPBS ha destacado historias sobre el [valle de San Luis, de trabajadores agrícolas](#) y de [la nueva historiadora estatal](#), que es latina. En otro ejemplo, una líder de Fort collins, Betty Aragon-Mitotes, se asoció con un cineasta local para producir el documental *2020 Voces Hispanas: El impacto de COVID*. El cortometraje, que incluye entrevistas con inmigrantes de habla hispana, entre otros, se centra en el impacto que estaba teniendo la pandemia en las vidas y los medios de subsistencia de la comunidad latina en Colorado. [Su estreno](#), y las conversaciones comunitarias que lo acompañaron, fue organizado por media docena de organizaciones sin fines de lucro que prestan servicio a la comunidad latina.



### Salas de redacción:

1. Transferir la propiedad de uno de los 27 periódicos de Colorado Community Media, comprados por el National Trust for Local News a un colectivo de líderes latinos.
2. Ampliar la colaboración y asociación con La Voz, El Comercio de Colorado, La Prensa, El Semanario y otros para compartir ideas, fuentes y noticias.

**Ejemplo.** COLab ha comenzado a proporcionar orientación a medios de comunicación de otras comunidades étnicas que recibieron subvenciones del Colorado Media Project y el Colorado Trust. Esa orientación incluye la incorporación de dichos medios seleccionados para ser parte de la red de COLab, que incluye a más de 150 noticieros/salas de redacción para fomentar lo que ha sido prácticamente una relación inexistente entre los medios de comunicación convencionales y los de comunidades étnicas.

3. Participar en cursos de formación, organizar talleres y crear programas que analicen el poder de los noticieros/salas de redacción y el intercambio de información con las comunidades. Compartir públicamente los planes para incluir las voces de la comunidad, sus prioridades y sus comentarios.

**Ejemplos.** En 2017, Madeleine Bair, periodista, investigadora de derechos humanos y la fundadora y directora de [El Tímpano](#), un centro de reportaje ubicado en Oakland, se propuso responder a una pregunta: «¿Por qué a mis propios vecinos y familiares inmigrantes a menudo les hacía falta la información necesaria para tomar decisiones?» Y así inició un proceso de nueve meses de escuchar profundamente, a través del Listening Post Collective, para aprender sobre cómo es que los inmigrantes latinos de Oakland acceden a noticias e información, y cómo es que los periodistas pueden servirles mejor.

## Financiadores:

1. Financiar más periódicos cuyos dueños son latinos, trabajadores independientes que son latinos, y organizaciones que ofrecen información que son dirigidas por latinos.
2. Crear grupos de financiación para organizaciones de medios de comunicación y proveedores de información dirigidos por latinos para proyectos y herramientas que sus comunidades han identificado como de prioridad.

## Legisladores:

1. Crear una infraestructura de comunicación, como, por ejemplo, consejos comunitarios de consulta, reuniones periódicas, reuniones comunitarias, asambleas y encuestas para presentar novedades y poder escuchar los comentarios de las comunidades latinas sobre oportunidades para dar forma a las noticias en sus áreas locales.

**Ejemplo.** [The Germantown Info Hub](#) es un proyecto comunitario de periodismo que «busca compartir información y noticias sobre y para los residentes de los barrios de Germantown en Filadelfia.» El proyecto crea líneas de comunicación abiertas para generar ideas y responder a las necesidades de información junto con la comunidad a través de conversaciones uno a uno, mensajes de texto semanales que comparten información sobre eventos comunitarios y solicitan comentarios de la comunidad, así como debates mensuales informados por estos varios canales de retroalimentación.

# Llamada a la acción

A lo largo de las sesiones del grupo de trabajo, lo que quedó claro fue el deseo que todos los miembros y periodistas compartían de impulsar cambios tangibles y duraderos sobre cómo los noticieros y las salas de redacción cubren las noticias de las comunidades latinas del estado, incluyendo la forma en que acogen y apoyan a periodistas latinos.

Todos los participantes reconocieron que han estado buscando este objetivo por décadas y que el trabajo de este grupo complementa el trabajo de generaciones anteriores y actuales de líderes comunitarios y periodistas. Todos también reconocieron que, si una democracia depende de una población informada, debe incluir a miembros de todas las comunidades que componen esa población y con quienes compartimos el estado de Colorado.

Les pedimos a ustedes, los lectores, que piensen en este reporte, y lo utilicen, como un punto de partida hacia el cambio que necesitamos. Únase a News Voices: Colorado, Colorado Media Project y COLab en esta campaña para crear y apoyar un sistema que afirma la experiencia, los conocimientos, el poder y las narrativas de los latinos de Colorado.

# Recursos

¿Desea aprender más acerca de razas, poder, periodismo y comunidad?  
Infórmese sobre las organizaciones listadas a continuación.

---

Asociación Nacional de Periodistas Hispanos

[NAHJ.org](http://NAHJ.org)

Gather

[LetsGather.in](http://LetsGather.in)

Media 2070

[Media2070.org](http://Media2070.org)

MediaJustice

[MediaJustice.org](http://MediaJustice.org)

Open News

[OpenNews.org](http://OpenNews.org)

Solutions Journalism Network

[SolutionsJournalism.org](http://SolutionsJournalism.org)

# Apéndice A

## Miembros del grupo de trabajo:

- **Jonathan Alcantar, profesor asociado de estudios mexicoamericanos, UNC Greeley:** Alcantar (él) es coordinador del programa de estudios chicana/o y latinos en University of Northern Colorado. También forma parte de la Hispanic-Serving Institution Task Force y asesora a la Mexican American Studies Society. En 2020 dirigió la campaña «Máscaras Sí, COVID No!» en Greeley para promover el uso de cubrebocas entre los jóvenes latinos de la comunidad.
- **Polly Baca, miembro de la junta directiva de COLab y ex política estatal:** Baca (ella) sirvió en la Cámara de Representantes del Estado de Colorado (1975-78) y fue la primera mujer de color electa al Senado del Estado de Colorado (1979-1986). Al principio de su carrera fue editora de dos publicaciones sindicales nacionales y funcionaria de comunicación para una agencia de la Casa Blanca. Antes de jubilarse fue presidenta y directora general de las organizaciones Colorado Hispanic Institute y Latin American Research and Service Agency.
- **Patricia Barela Rivera, dueña y presidenta de PBR Solutions:** Barela Rivera (ella) es líder y defensora de la comunidad desde hace mucho tiempo. Durante los 30 años de su carrera en el gobierno federal y estatal, fue subdirectora del Departamento de Asuntos Locales del Estado de Colorado, directora de alcance y abogacía ciudadana para la oficina del gobernador de Colorado, finalmente jubilándose después de ser la directora del distrito de Colorado para la Administración de la Pequeña Empresa de los EE. UU. Su compañía, PBR Solutions, con sede en Denver, está especializada en relaciones públicas y desarrollo de liderazgo para mujeres, mujeres de color, empresas y organizaciones sin fines de lucro.
- **Ana Campbell, editora, Denverite:** Campbell (ella) es oriunda del sur de Texas. Lleva en Denver desde 2014 y anteriormente trabajó para 9NEWS y Westword.



- **Linda Carpio Shapley, editora, Colorado Community Media:** Carpio Shapley (ella) ha sido la redactora principal en *The Denver Post* y *Colorado Politics* y fue vicepresidenta de la mesa directiva del Denver Press Club. Graduada de Colorado State University, sigue participando activamente en su alma máter y siempre busca oportunidades para apoyar a periodistas emergentes.
- **Susan Gonzalez, estratega para medios sociales, Chalkbeat:** Gonzalez (ella) trabajó anteriormente como productora digital en el equipo de noticias nacionales de E.W. Scripps Company y como estratega digital en *The Denver Post*. Actualmente se desempeña como miembro de la junta directiva de la Online News Association y es coorganizadora de la ONA Rocky Mountain. Desde febrero de 2020 forma parte del equipo de alcance comunitario de *Chalkbeat*.
- **Elizabeth Hernandez, reportera, The Denver Post:** Hernandez (ella) se graduó del programa de periodismo de la University of Colorado Boulder. Comenzó a trabajar como pasante para *The Denver Post* en 2014 y fue contratada como reportera en 2015. Le apasiona cubrir noticias de las comunidades subrepresentadas y escribe sobre temas que impactan a los lectores más jóvenes.
- **Rossana Longo-Better, reportera bilingüe y de equidad, KGNU:** Como mujer inmigrante y multiétnica, originaria de Ecuador y con doble nacionalidad, Longo-Better (ella) ha producido una serie de podcasts, cada vez más bilingües, que abordan varios de los problemas que afectan a los residentes del condado de Boulder. Antes de integrar parte del equipo de KGNU desarrolló la programación en español para la Red de Información Auditiva de Colorado. Se graduó de la University of Colorado Boulder.



## APÉNDICE A

- **Tzigane Martin, coordinador digital y de comunicaciones, Padres y Jóvenes Unidos:** Martin (ella) es una joven profesional latina, graduada recientemente de la University of Colorado Boulder que tiene experiencia en organización digital, comunicaciones y medios sociales. Comenzó su trabajo en el sector medioambiental, haciendo pasantías en The Nature Conservancy y Colorado Water Trust. Desde 2021 trabaja para Padres & Jóvenes Unidos.
- **Erika Martinez, directora de comunicaciones y alcance comunitario, Denver Public Library:** Martinez (ella) es una líder en comunicaciones y mercadeo con casi 20 años de experiencia en el desarrollo y ejecución de planes multifacéticos de comunicación interna y externa para el sector público, privado y sin fines de lucro. Dedicó su tiempo libre a actividades filantrópicas.
- **Deb Ortega, profesora de servicio social, University of Denver:** Ortega (ella) es la directora fundadora del Latinx Center en la University of Denver. Sus estudios abordan el modo en que la supremacía blanca cotidiana afecta a las personas latinas en los ámbitos de salud, educación e inmigración. Es académica, profesora y mentora galardonada y está orgullosa de ser la primera generación de su familia en graduarse de la universidad.
- **Carmen Palacios-Ramirez, gerente, División de Recursos Comunitarios y para Vecindarios, City of Longmont:** Ramirez (ella) ha trabajado en las comunidades del condado de Boulder por más de 25 años. Participó en el proyecto de investigación Latino Community Assessment of Boulder County en 2001 y en 2013, así como en el Rockefeller Foundation-NYU Next Generation Leadership Fellowship. Actualmente es copresidenta del Comité de Equidad de Vacunación, en colaboración con Salud Pública del Condado de Boulder.



- **Pauline Rivera, editora, La Voz:** Rivera (ella) fue la primera editora latina de Colorado. En 2016, la National Association of Hispanic Publications la nombró Editora del Año. Antes de tomar las riendas en La Voz, fue gerente de asuntos comunitarios para Denver 7, KMGH-TV.
- **Ana Soler, responsable de programas, Gates Family Foundation:** Hija de padres cubanos y españoles que huyeron de Cuba tras la revolución, Soler (ella) cree firmemente que la educación es fundamental para que cada persona logre todo su potencial. Aporta más de 25 años de experiencia en las áreas de gestión gubernamental y de organizaciones sin fines de lucro. El factor unificador a lo largo de su carrera ha sido llevar la voz las comunidades marginadas al lugar donde se lleva a cabo la toma de decisiones. En la Gates Family Foundation, su enfoque principal es colaborar con comunidades de zonas rurales y urbanas de Colorado en pro de la equidad y para incrementar el rendimiento académico de los estudiantes de bajos recursos.
- **Lynne Valencia, exdirectora de asociaciones estratégicas para Denver7/KMGH:** Por 18 años, Valencia (ella) fue vicepresidenta de relaciones comunitarias para 9NEWS, y trabajó para CBS4 por 8 años. Es graduada de la University of Colorado y la University of Denver y actualmente forma parte de la mesa directiva de la Community First Foundation.
- **Brenda Vargas, presidenta, Movimiento de Radical Cultura:** Vargas (ella) es estudiante, activista y organizadora comunitaria en la University of Northern Colorado. Estudia para licenciarse con dos carreras, sociología y estudios chicanos/latinos, Brenda centra su trabajo político en las comunidades minoritarias del condado de Weld y en el extranjero. Participa en varias organizaciones de justicia social, incluyendo Rainbow Coalition of Greeley, una organización que se esfuerza por unir a los grupos históricamente marginados, a través de actividades comunitarias, culturales y de abogacía.



### Colaboradores:

- **Jim Chavez, director ejecutivo, Latin American Educational Foundation:** Chavez (él) ha dedicado gran parte de su vida profesional a trabajar por causas relacionadas a la educación. Fue una persona clave en la creación del primer programa de prepago de matrículas universitarias en Colorado y trabajó en distintas partes del país para desarrollar y poner en práctica programas estatales de ahorro para gastos universitarios. Se graduó de la Colorado State University y actualmente es parte de la mesa de comisionados para Denver Housing Authority y el director de la mesa directiva del Colorado Nonprofit Association.
- **Rudy Gonzales, director ejecutivo, Servicios de la Raza:** González (él) se graduó en 1976 de la Escuela Tlatelolco. Al lado de su padre, Rodolfo «Corky» Gonzales, y otros familiares, Rudy participó, apoyó y trabajó en varios de los eventos relacionados al Movimiento Chicano y el Movimiento por Derechos Civiles y Humanos en los años 60, 70, 80 y más. Ocupa su actual cargo profesional desde 2008.
- **Janet Lopez, directora de políticas y abogacía, Rose Community Foundation:** Lopez (ella) gestiona la cartera de abogacía y apoyo a comunidades de base, específicamente desarrollando, avanzando e implementando las políticas que la organización ha determinado como de prioridad. También forma parte de la mesa directiva de Fort Lewis College y Denver School of Science and Technology.



## Facilitadoras:

- **Diamond Hardiman, gerente, News Voices: Colorado:** Hardiman (ella) trabaja como gerente del proyecto News Voices de Free Press y como miembro del equipo Media 2070 en colaboración con miembros de la comunidad históricamente marginados para visualizar un futuro nuevo para el periodismo y los medios. Ha trabajado como defensora de los derechos de los inquilinos y abolicionista de fianzas en St. Louis, así como defensora de las personas condenadas a ejecución por el estado en Jackson, Mississippi. Diamond obtuvo un B.A. en estudios afroamericanos y ciencias políticas de la Universidad de Saint Louis.
- **Lauren Archuletta, gerente de operaciones y comunicaciones, Colorado Media Project:** Archuletta (ella) ha trabajado como profesional de comunicación y recaudación de fondos durante casi una década en el área metropolitana de Denver. Es miembro activo de la comunidad latina y la comunidad LGBTQ+ de Denver y desde 2013 se ha desempeñado como escritora independiente para Westword.
- **Tina Griego, reportera y editora, Colorado News Collaborative (COLab):** Griego (ella) es originaria de Nuevo México y fue la primera columnista latina de un periódico grande en Colorado. Es reportera, columnista y editora de larga trayectoria que escribe sobre temas de pobreza urbana, vivienda, inmigración y educación. Ha sido galardonada con múltiples premios estatales y nacionales.
- **Silvia Solís, directora de involucramiento comunitario, COLab:** Solís (ella) ha trabajado como periodista para el Longmont Leader, como reportera para Univision y como maestra de inglés en la Ciudad de México y en España. Silvia ha diseñado y dirigido múltiples estrategias de comunicación y proyectos de participación comunitaria a nivel local y estatal en Colorado a través de los cuales ha tenido la oportunidad de conectar y conversar con miembros de diversas comunidades.



# Apéndice B

## Las bases y el proceso para el grupo de trabajo:

Colorado tiene una larga [historia de activismo mediático](#) y, en los últimos meses hemos visto a periodistas, fundaciones, organizaciones comunitarias y activistas explorar maneras de abordar las inequidades que existen en los noticieros y salas de redacción, así como en la cobertura de noticias.

En junio de 2020, COLab, Colorado Media Project y Rocky Mountain Public Media reunieron a varios periodistas para una serie de [conversaciones llamadas «Real Talk»](#) en las que los participantes hablaron sobre la falta de una conexión significativa con las comunidades negras, indígenas y de personas de color (llamadas BIPOC, por sus siglas en inglés) y la necesidad de reportar las narrativas de esas comunidades para ir desarrollando confianza y lograr revertir los daños del pasado. El Colorado Media Project ha [destacado y apoyado](#) a medios de comunicación cuyos dueños son personas negras, indígenas o de color, y el papel que juegan en proporcionar [información crítica](#) a las comunidades de color. News Voices: Colorado habló con miembros de la comunidad durante el evento [Reporting on Resistance: 2020 Uprisings](#) sobre las prácticas que han causado una falta de confianza entre las comunidades y la prensa. Esta conversación también identificó las formas en las que las comunidades pueden centrar las voces marginadas y forjar estrategias para desarrollar relaciones en las que existe la confianza.

En abril de 2021, News Voices, COLab y Colorado Media Project organizaron [Latinx Voices: The Past as Prologue](#) como una introducción a los grupos de trabajo. Tina Griego, de COLab, moderó la conversación entre Polly Baca (miembro de la mesa directiva de COLab, integrada al Colorado Women's Hall of Fame, promotora de los medios de comunicación y la primera mujer de color electa al Senado del Estado de Colorado) y la nacionalmente reconocida, Nita Gonzales, activista, educadora y líder de derechos civiles. Baca y Gonzales compartieron historias sobre cómo los medios de comunicación locales han perjudicado a las comunidades latinas mediante la caricaturización, la demonización y la eliminación, pero también resaltaron la resistencia de la comunidad hacia esos actos dañinos y nombraron cosas que aún faltan por cambiar.

### Entre sus conclusiones están:

1. Esta lucha no es nueva.
2. La gente está cansada y frustrada.
3. Los sistemas convencionales no están hechos para el éxito de las personas de color.
4. Conectar con las comunidades es fundamental para crear una cobertura auténtica y reflexiva.
5. Hay poder donde está la gente. Necesitamos un movimiento y acciones que se puedan sostener para poder alcanzar los cambios que queremos ver.

Además, los periodistas que participaron en un [estudio](#) sobre el panorama de los medios de comunicación realizado en marzo de 2021 por el Colorado Trust, Harken y la University of Denver identificaron «varias necesidades importantes de información crítica, como el medio ambiente y la justicia social, a las que les vendría bien una mayor cobertura mediática.» Los participantes también señalaron «brechas en cobertura mediática de comunidades étnicas y raciales específicas en todo el estado.» Las conclusiones de estas conversaciones ayudan a orientar las recomendaciones del reporte.

## Proceso:

News Voices: Colorado, COLab y Colorado Media Project reunieron a miembros del grupo de trabajo a través del mapeo comunitario, un proceso que consiste en nombrar a los aliados principales y otras partes interesadas en el ámbito del periodismo. Esos mapas incluyeron a todas las personas indispensables para el proceso de creación de noticias a nivel local, incluyendo a: líderes comunitarios, organizaciones que prestan servicios directos, periodistas, jefes de noticieros y salas de redacción, financiadores, profesores y estudiantes. También tuvimos conversaciones uno a uno con personas interesadas para así delimitar el enfoque del grupo de trabajo.

El grupo de trabajo, en su formación inicial representaba una sección transversal de las comunidades latinas de Colorado. En la práctica, sin embargo, se deben mencionar dos características importantes: Las mujeres latinas constituyeron la mayoría del grupo, y solamente mujeres asistieron a las últimas dos sesiones. En el grupo también predominaron los angloparlantes, con un poco de representación de mujeres que trabajan con las comunidades latinas de habla hispana en Colorado.

La mayor parte del trabajo se llevó a cabo en tres sesiones de grupo de 90 minutos cada una, estructuradas de la siguiente manera:

### **Sesión 1: Articular nuestro propósito y nombrar las necesidades y brechas de información**

La Sesión 1 se centró en entender qué es lo que los miembros del grupo Latinx Voices querían llevar a cabo en este colectivo y entender cuáles son los temas de importancia para las comunidades a quienes los integrantes del grupo de trabajo representan. La conversación se guió por cuatro preguntas:

1. ¿A cuál comunidad traen ustedes a este grupo?
2. ¿Qué esperan obtener de este grupo de trabajo?
3. ¿Qué temas son los más importantes para la comunidad a la que ustedes sirven?
4. ¿Cómo obtienen información sobre esos temas? ¿Cómo podría ser esa información más accesible y valiosa para ustedes?

Las respuestas: Los miembros latinos del grupo querían usar este espacio para construir comunidad, reunir recursos para apoyar a periodistas de color y exigir respuestas por parte de los jefes de noticieros/salas de redacción. También deseaban aprender tácticas para representar de manera más precisa a las comunidades y empoderar a las comunidades latinas a que tengan voz en el proceso de elaboración de noticias.

Los miembros del grupo de trabajo también identificaron los siguientes temas como los de mayor importancia para sus comunidades:

1. Temas de salud/COVID
2. Inmigración
3. Distrito escolar Denver Public Schools/educación
4. Viviendas asequibles/desalojos
5. Alimentos
6. Medio ambiente
7. Medios de comunicación multilingües
8. Oportunidades económicas
9. Servicios para la juventud
10. Narrativas positivas sobre las comunidades latinas

Por último, los miembros del grupo de trabajo compartieron que las comunidades latinas obtienen información sobre los temas que les son de mayor importancia a través de conversaciones con personas en las que confían. Como dijo un miembro del grupo de trabajo, «Sí, los medios de comunicación son una parte, pero hay otras maneras por las cuales la gente se informa.» Los miembros del grupo también señalaron la importancia de explorar nuevas vías, incluyendo telenovelas y TikTok, para informar a sus comunidades.

### **Sesión 2: El papel de los medios en la comunidad y cómo comparten información las comunidades**

La Sesión 2 se centró en identificar a miembros de la comunidad, de los noticieros/salas de redacción, financiadores y legisladores que desempeñan un papel fundamental en compartir información y explorar el papel que las comunidades latinas quieren que jueguen los medios noticieros en ese intercambio de información. Preguntamos:

1. ¿Quién ya apoya a sus comunidades en acceder a información sobre temas que les son importantes?
2. ¿Dónde está la oportunidad para otras entidades de jugar un papel más importante en contribuir a los ecosistemas de intercambio de información de las comunidades latinas?

3. ¿Cómo es la comunicación entre sus comunidades y los medios noticieros locales?
4. ¿Cómo se desarrolla la confianza en esta relación? ¿Sobre qué se construye esa confianza?
5. ¿Cómo hacen los medios de comunicación locales para responsabilizar a personas en sus comunidades? ¿Cómo hacen las personas de la comunidad para responsabilizar a los medios de comunicación?

Las respuestas: Los miembros del grupo de trabajo hablaron sobre el importante papel que juegan los medios de comunicación de base en el intercambio de información. También hablaron sobre la necesidad de una financiación que permita prestar servicios a sus comunidades y abogar por políticas que impactan en las vidas de las comunidades a las que prestan servicios. Se habló sobre cómo la financiación a menudo requiere que los grupos sean apolíticos o atraigan a financiadores blancos de formas en las que no se aborda a las comunidades latinas en su totalidad y las distintas formas en las que comparten y comunican información.

Los miembros del grupo de trabajo mencionaron que quieren que los medios de comunicación contribuyan a la rendición de cuentas, que generen confianza y que comuniquen, haciendo lo siguiente:

- **Comprometerse en establecer relaciones con miembros de la comunidad**
- **Conectar con líderes latinos electos quienes pueden servir como un puente entre la comunidad y los medios de comunicación locales**
- **Escuchar con atención**
- **Informar de manera respetuosa a nuestras comunidades, por ejemplo, con el uso de lenguaje apropiado y con el conocimiento de nuestras historias y culturas**
- **Transmitir confianza basada en acciones transparentes y consistentes**
- **Dar prioridad a reportajes que exponen y apoyan la justicia social y que responsabilizan a instituciones, protegiendo, al mismo tiempo, la seguridad de las fuentes**



### **Sesión 3: Lo que veríamos si logramos un cambio**

La Sesión 3 se centró en cómo usar la infraestructura, la financiación y otras formas de apoyo para asegurar que los periodistas, reporteros y otros proveedores de información latinos atiendan a las necesidades de los latinos de Colorado. En esta última sesión, Diamond Hardiman, gerente de News Voices: Colorado, adaptó un proceso que aprendió a través de Media 2070 y le preguntó al grupo de trabajo que se imaginara un futuro cercano en el que las ideas y sugerencias que se habían mencionado en las sesiones anteriores han sido exitosas. Se les pidió a los miembros del grupo de trabajo que se imaginen estar en mayo de 2022 y que escribieran titulares que resaltaban los logros y avances. Por ejemplo: «Colorado es el primer estado del país en lograr equidad en todas las áreas de medios de comunicación.» Esos titulares también ayudaron a dar forma a las cuatro recomendaciones finales. La sesión se repitió para aquellas personas que no pudieron asistir a la primera sesión o que deseaban continuar la conversación.

Una vez concluidas las sesiones del grupo de trabajo, Hardiman, junto con Silvia Solis y Tina Griego de COLab, y con el apoyo del resto de los equipos de News Voices: Colorado y COLab, redactaron las recomendaciones basadas en estas conversaciones. Los miembros del grupo de trabajo tuvieron la oportunidad de revisar y editar estas recomendaciones para asegurarse de que reflejaban de manera precisa la esencia de las conversaciones.

# Noviembre 2021



[News Voices](#) es un proyecto de [Free Press](#), una organización no partidista y sin fines de lucro con estatus 501(c)(3) que lucha por sus derechos de conexión y comunicación. News Voices comenzó en 2015 para desarrollar poder entre las comunidades para que las personas puedan tener una voz más fuerte en cómo se puede revivir, fortalecer y transformar al periodismo local. Hemos llevado a cabo docenas de foros públicos que han reunido a miembros de la comunidad y periodistas, impulsado colaboraciones periodísticas creativas y dirigidas por la comunidad, nos hemos asociado con noticieros y salas de redacción para trabajar más de cerca con sus comunidades, hemos facilitado talleres para capacitar a reporteros en el uso de estrategias de organización a la hora de recopilar noticias, desarrollamos recursos para el público general para que puedan amplificar cobertura mediática de narrativas que no han sido expresadas, y hemos hecho campaña a favor de leyes para invertir en noticias y proyectos informativos innovadores. Si desea más información, escríbanos a [info@freepress.net](mailto:info@freepress.net) o síganos en Facebook en [facebook.com/freepress](https://facebook.com/freepress) o en Twitter en [@freepress](https://twitter.com/freepress) con el hashtag #NewsVoices.

[Colorado Media Project](#) es una iniciativa dirigida por la comunidad y que recibe fondos de múltiples fuentes y tiene su sede en Rose Community Foundation. Apoyamos a personas, proyectos y organizaciones que trabajan para construir un ecosistema de noticias e información cívica más saludable para todas las personas que habitan en Colorado. Imaginamos un futuro en el que todas las personas que habitan en Colorado puedan tomar decisiones bien informadas sobre los asuntos importantes a los que se enfrentan sus familias, comunidades locales y el estado, con acceso a noticias locales de alta calidad y a información en la que puedan confiar, así como oportunidades inclusivas para participar en una plaza pública saludable y robusta. Para saber más sobre cómo apoyar a un ecosistema de noticias saludable en Colorado, visite <https://coloradomediaproject.com/ways-to-support>.

## COLORADO MEDIA PROJECT



[Colorado News Collaborative \(COLab\)](#) es una organización sin fines de lucro, la primera en su clase, que apoya a periodistas y comunidades de todos los rincones del estado para ofrecer «el mejor servicio de noticias para todas las personas que habitan el Estado de Colorado.» Lo hacemos de las siguientes tres maneras: Mejor servicio de noticias. Mas confianza. Evolución más rápida. Ayudamos a más de 150 medios de comunicación que se han registrado como socios de COLab para producir un mejor servicio de noticias, es decir, un periodismo de mayor calidad que tenga un impacto en sus comunidades mediante la colaboración, el asesoramiento, y la capacitación. Ayudamos a nuestros socios a generar más confianza al participar con la comunidad. Y los ayudamos a lograr una evolución más rápida mediante la innovación de nuevas prácticas, productos y modelos empresariales. Juntos, incrementamos la cantidad y calidad de las noticias cívicas, haciendo que aquellos en poder rindan cuentas y así ayudando a que las personas que habitan Colorado participen en comunidades sanas y en una democracia receptiva. Para saber más, escríbanos directamente a [info@colabnews.co](mailto:info@colabnews.co).

[Haga clic aquí](#) para unirse al grupo de trabajo Colorado Latinx Voices o para recibir más información sobre nuestro trabajo.