

MODELOS DE FINANCIAMIENTO DE TRES UNIDADES DE PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO: QUINTO ELEMENTO LAB, MEXICANOS CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD Y LA EX UNIDAD DE INVESTIGACIONES ESPECIALES DE ARISTEGUI

FINANCING MODELS OF THREE INVESTIGATIVE JOURNALISM UNITS IN MEXICO CITY: QUINTO ELEMENTO LAB, MEXICANOS CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD AND THE FORMER UNIDAD DE INVESTIGACIONES ESPECIALES DE ARISTEGUI

Elva Araceli Fabián González

Universidad de Guadalajara, México

 <https://orcid.org/0000-0001-9450-1233>

Autor para correspondencia: Elva Araceli Fabián González, email: anjaelar@gmail.com

Resumen

El presente texto tiene como objetivo dar cuenta de las características de modelos de financiamiento que han implementado tres unidades de periodismo de investigación de la Ciudad de México. Para este fin se utilizó la metodología cualitativa, a través de una revisión bibliográfica sobre el objeto de estudio y, posteriormente, se llevaron a cabo entrevistas semi-estructuradas a ocho periodistas de investigación para explicar la problemática relativa al financiamiento de estas propuestas en un contexto singular; históricamente marcado por la relación prensa–poder en México. Cada una de las unidades estudiadas responde a modalidades distintas en sus fuentes de ingreso, entre las que destacan los ingresos por donación de origen privado, así como los recursos de fundaciones, embajadas u organizaciones no gubernamentales extranjeras. De esta manera, se identifica un panorama variado en la búsqueda y obtención de recursos que permea su labor en distintos grados, haciendo evidente la dependencia del periodismo de investigación a estas modalidades de ingreso y el débil vínculo generado con sus lectores como aliados fundamentales para su supervivencia.

Palabras clave: modelos de financiamiento, periodismo de investigación, relación prensa–poder, tipos de ingresos, fiscalización gubernamental.

Abstract

The objective of this text is to show the characteristics of financing models that three investigative journalism units in Mexico City have implemented. For this purpose, qualitative methodology was used, through a bibliographic review on the object of study and, subsequently, semi-structured interviews with eight investigative journalists were carried out to explain the problems associated with funding these proposals within a unique context, historically marked by the relationship between press and power in México. Each unit studied relies on different modalities in their sources of income, among which stand out income from donations of private origin, as well as resources from foundations, embassies or foreign non-governmental organizations. In this way, a varied panorama in the search and obtaining of resources was identified, which permeates their work to different degrees, making evident the dependence of investigative journalism on these income modalities and the weak bond generated with its readers as fundamental allies for its survival.

Keywords: financing models, investigative journalism, relationship between press and power, types of income, government oversight.

Recibido: 14/10/2024

Aceptado: 02/05/2025

Introducción

El periodismo de investigación es un tipo de ejercicio informativo que posee características muy puntuales en materia de tiempos para su realización, que suelen ser más flexibles y extensos comparados con la nota diaria, y espacios para su publicación, por la profundidad y rigor que implica el tema a tratar, producto de un análisis de diversos tipos y cantidades de datos. Existe, además, un aspecto que es particularmente relevante, así como problemático: la obtención y/o generación de ingresos para llevarlo a cabo y sostenerlo en el tiempo.

A lo largo de varias décadas, concretamente desde el inicio del nuevo milenio, han sido

recurrentes los debates en torno a los modelos de subsistencia de medios informativos como el periódico, llamados también modelos de negocio, ya que las páginas de los diarios no sólo contienen información noticiosa, sino publicidad comercial y, en el caso de México, también oficial, es decir, aquella pagada por el gobierno con el objetivo de difundir de manera favorable, el desempeño de distintos órganos y dependencias gubernamentales sin ningún cuestionamiento, lo que ha establecido una relación perjudicial entre la prensa y el poder a lo largo de más de siete décadas, que persiste con sus particularidades hasta el día de hoy (Hernández-Ramírez, 2006; Reed Torres & Ruíz Castañeda, 1998; Secanella, 1983; Serna Rodríguez, 2014; Smith, 2018).

Esta inercia ha sido difícil de sortear para proyectos informativos alternos a los medios tradicionales, propiedad de corporativos mediáticos, por lo que unidades de periodismo de investigación como Quinto Elemento Lab y Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad propusieron dos modelos particulares, distintos entre sí, como alternativas de financiamiento, con el objetivo de realizar un periodismo de investigación independiente del poder político, que, con sus matices, han logrado subsistir alejados de los recursos gubernamentales.

El periodismo de investigación llevado a cabo en unidades independientes del poder político es un fenómeno relevante que pretende proponer opciones de viabilidad financiera para otros proyectos que realicen este tipo de periodismo en el país, sin olvidar que cada región es distinta, aunque comparten problemáticas similares, como la precariedad laboral y el contexto de violencia en la producción informativa, siendo México uno de los países más peligrosos para ejercer el periodismo. Vale la pena aclarar que las unidades de periodismo de investigación estudiadas no enfrentan de la misma forma ni intensidad esta precariedad y estas violencias, al situarse en posiciones de mayor visibilidad mediática, social y política, pues tal como lo identifican (consciente e inconscientemente), los periodistas de investigación forman parte de una élite, que cuenta con distintos recursos y acceso a fuentes del primer plano político–empresarial de la capital del país. No obstante, también se enfrentan a otras presiones para consolidar su independencia financiera, sobre todo de índole legal.

Ante este fenómeno poco documentado en México, nos preguntamos ¿qué opciones de obtención de recursos tienen e identifican las unidades de periodismo de investigación? ¿cómo sortean los vicios de la perversa relación entre la prensa y el poder sin dejarse cooptar? ¿cómo experimentan su relación de subsistencia con recursos de instancias extranjeras? y ¿cuál es su relación con los lectores? Responder o intentar responder estas preguntas ayudará a comprender con claridad el complejo panorama al que se enfrentan las unidades de periodismo de investigación mexicanas en búsqueda de financiamiento, considerando el importante papel que este tipo de periodismo desempeña en países democráticos, que exigen transparencia y rendición de cuentas, pero que, en el caso de México, mantiene preocupantes índices de corrupción, y por ende, impunidad, de acuerdo con el Índice de Percepción de Corrupción (Transparency International, 2023) en donde México ocupa el lugar 126 de 180 países sin cambios desde 2020.

Es preciso indicar que el estudio presenta tres limitaciones importantes: la primera, la cantidad de unidades a analizar (tres); la segunda, la delimitación geográfica a la Ciudad de México, que acota la comprensión del fenómeno en su total complejidad, no obstante, explica una realidad; y la tercera, la incidencia de este tipo de periodismo en la vida democrática del país, debido a los intentos de control de ingresos de estas unidades capitalinas por parte del gobierno de Andrés Manuel López Obrador, que supeditó su existencia a la búsqueda constante de opciones de financiamiento extranjero.

Para dar cuenta de este problema, se dará un breve repaso de los modelos que han permeado la subsistencia del periodismo en México en la histórica relación prensa–poder para, posteriormente, abordar algunas de las tendencias contemporáneas que se plantean en torno a los modelos de negocio y financiamiento para el periodismo de investigación. En un tercer momento, se explicarán las decisiones de corte metodológico, donde se describirá la técnica y el instrumento para la obtención de los datos y, por último, se expondrán los resultados más significativos de la investigación.

Breve repaso de antecedentes históricos y contexto legislativo actual

Ejercer el oficio del periodismo en México ha supuesto tensiones constantes con el poder, debido a la lucha por el monopolio de la información y por la imposición de la narrativa, que ha estado mediada por los recursos económicos para su producción y difusión. Se parte del hecho de que la subsistencia de la prensa, o gran parte de ella, sólo era posible por el financiamiento otorgado a manera de publicidad oficial por el gobierno en turno, dando origen a un modelo histórico–estructural de subordinación, que se inauguró en el siglo XIX y se arraigó con tal fuerza, durante la etapa postrevolucionaria y moderna del siglo XX, que persiste con notables excepciones y matices hasta el día de hoy.

Lo anterior, en coexistencia con el modelo cívico y el dirigido por el mercado (Hugues, 2006)

que se consolidaron en la década de los noventa con la apertura neoliberalista impulsada durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari –cuya principal característica era la solvencia económica de medios propiedad de empresarios y la subsecuente independencia editorial de la política de Estado–, a partir del cual emergió el modelo empresarial de inicios del milenio, denominado liberal capturado.. Este último combina una serie de intereses político económicos de grandes conglomerados que “ya sea desde la política o desde el sector privado tratan de “capturar”, tanto al periodismo como a las políticas de comunicación. Las lealtades de los intereses corporativos varían dependiendo de los actores políticos en turno” (Guerrero & Márquez Ramírez, 2014, p. 146).

Estos han sido los modelos de subsistencia con los que ha convivido la prensa y el ejercicio periodístico en México a lo largo de su historia. Sin embargo, con el desarrollo de internet y la apertura globalizadora de inicios del siglo XXI, comenzaron a gestarse emprendimientos periodísticos críticos e independientes del poder, tanto en términos editoriales como financieros, es decir, fuera de las salas de redacción de los medios tradicionales, que pretendían distanciarse de la publicidad gubernamental; un reto no menor por la afrenta que representaba, y aún hoy representa, subsistir en los márgenes de acción que permite el Estado.

En este sentido, la discusión respecto de la publicidad gubernamental está presente en todos los medios consolidados y proyectos de emprendimiento periodístico de producción informativa, y es que la publicidad oficial no es negativa en sí misma, dado

que se emplea en muchos países alrededor del mundo, el problema surge cuando se pretende utilizar como mecanismo de presión para incidir en las líneas editoriales, temas, coberturas y enfoques de investigación periodística, que en el caso de México, ha implicado acuerdos y discrecionalidad en su entrega, es decir, ausencia de regulación, criterios claros y piso parejo para todos los medios, grandes y pequeños. De ahí, la insistencia de crear una Ley para evitar la discrecionalidad en la entrega de estos recursos, que fuese siquiera contemplada por unidades independientes de periodismo de investigación como una potencial fuente de ingresos.

De esta forma, ante las presiones de organismos nacionales e internacionales en pro de la libertad de expresión y derecho a la información, el Poder Judicial, a través de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, interpeló al Legislativo a trabajar en el tema, que dió como fruto la Ley de Comunicación Social en 2018, durante el sexenio de Enrique Peña Nieto:

[...] una ley regresiva para la libertad de expresión y el derecho a la información, que legaliza las malas prácticas en publicidad oficial. El grupo ciudadano #MediosLibres evidenció cinco grandes problemas de esta Ley: 1) el nuevo marco regulatorio permite el uso proselitista de la publicidad oficial, 2) no se resuelve la ineficiencia y discrecionalidad en el uso de los recursos, 3) se centraliza más el control del gasto en publicidad oficial y no se despolitiza su uso, 4) la ley no busca fomentar el pluralismo y

la diversidad; y 5) la ley no propone transparencia ni regulación de la medición de audiencia, circulación, visitas y rating (Fundar, 2018, p. 19).

Ante estos cuestionamientos, el Congreso, por mandato de la Suprema Corte, tuvo que revisar de nueva cuenta la Ley; motivo por el cual, en 2022 durante el sexenio de Andrés Manuel López Obrador, fue sujeta a reformas sin que en el plazo señalado por la Corte (10 de septiembre de 2024) se hubiesen subsanado las deficiencias existentes, ya que en el que Capítulo III, relativo al gasto de la comunicación social, no se advierten modificaciones al articulado que indiquen la necesidad de considerar una distribución de recursos eficiente, equitativa y transparente en materia de publicidad oficial; y, tampoco se advierten cambios en materia de regulación a la medición de audiencia, circulación, visitas o *rating*, a fin de otorgar publicidad a todo tipo de medios, en particular, los emprendimientos periodísticos que producen investigación, que suelen ser de los más olvidados.

Esta práctica hace complicada la subsistencia de medios pequeños o emprendimientos periodísticos en el país y, en el caso de unidades de periodismo de investigación, es inconcebible como fuente de ingreso; caso contrario a lo que ocurre en otros países, donde los recursos públicos gubernamentales son pilares para el periodismo con enfoque de servicio público, como lo señala el reporte *Working Group of the Sustainability of Journalism* (Forum of Information & Democracy, 2021), que identifica siete tipos ingreso:

subvenciones directas de los gobiernos, subvenciones gubernamentales directas a través de organismos financiadores como intermediarios independientes, subvenciones directas a los medios de servicio público, subvenciones directas internacionales, subvenciones e incentivos indirectos, transparencia y publicidad gubernamental e inversiones producto de recursos público–privados.

Estos modelos de apoyo financiero son implementados en países occidentales que forman parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) y el Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD), cuyos sistemas político democráticos están consolidados, dado que existen frenos, contrapesos y equilibrio entre los poderes, además de reconocer el papel que desempeñan las sociedades, al implicarse de forma activa con propuestas periodísticas que consideran valiosas e independientes de quienes las financian.

Los modelos o esquemas de financiamiento aquí planteados están lejos de replicarse en países como México, por varias razones, entre ellas: 1) la tendencia histórico–estructural del gobierno a la cooptación de los medios vía publicidad gubernamental; 2) el nulo interés del gobierno por apoyar con recursos públicos a la consolidación de propuestas periodísticas de calidad y medios públicos que lo cuestionarían constantemente; 3) la falta de confianza de la ciudadanía hacia el periodismo, a quién en ocasiones ve como alineado al poder (Soto Galindo, 2023); y 4) la poca disposición de los consumidores a pagar por contenido informativo, considerando dos factores adversos: el primero, la posibilidad de encontrar

información gratuita con los riesgos y sesgos informativos que supone y, el segundo, la relación entre los niveles de ingresos de quienes pueden pagar una membresía o suscripción y quienes no pueden hacerlo, sin que exista hasta ahora alguna iniciativa que incluya beneficios fiscales para los consumidores de información (Article 19 & Fundar, 2015; Fundar, 2018, 2017; Maldonado Pérez, 2018).

El último inciso es particularmente relevante, considerando que representa una tendencia en el sector mundial de la información, pues de acuerdo a datos proporcionados por el Instituto Reuters en su *Digital News Report 2024* (Newman et al., 2024) se evidencia una clara desafección de los lectores a pagar por información, sobre todo cuando implica estrategias de suscripción prolongada o permanente, es decir, cuando concluyen la temporalidad gratuita. Este reporte señala que en el caso mexicano sólo 18% de los consumidores de información pagan por contenido noticioso, de forma similar en los informes de los años 2020, 2021 (Newman et al., 2020, 2021), aunque se reportó una ligera baja, con 16%, en 2023 (Newman et al., 2023).

En este orden de ideas se considera, a manera de hipótesis, que la relación histórico–estructural del gobierno con los medios informativos independientes y de investigación, replica las mismas prácticas de control de la prensa tradicional en la asignación de recursos públicos vía publicidad oficial. Esto se explica por dos razones: la reticencia a la regulación legal para financiar este tipo de proyectos y la presentación de iniciativas que vigilen las opciones de financiamiento extranjeras, lo que produce un panorama complejo para estas unidades,

orillándolas a la codependencia de fondeadoras internacionales que implica una pérdida en su autonomía en términos de agenda editorial y riesgos para su subsistencia en caso de cambios en la dinámica geopolítica.

Estrategias de ingresos y creación de valor para el periodismo contemporáneo: del modelo de negocio al modelo de financiamiento

En los últimos años, los medios, sobre todo de grandes corporativos, han desarrollado diversos modelos para optimizar los recursos provenientes de los lectores, las propuestas más comunes para generar ingresos, de acuerdo con Raabe (citado en Robertson, 2024), van desde las estrategias basadas en publicidad hasta distintas modalidades de pago, es decir, de los menos a los más restrictivos, identificando un total de nueve opciones con posibilidad de combinación: gratuitas, donaciones, muro poroso, registro, freemium, parcial, prueba, prémium, y muro duro.

Ahora bien, Events et al. (2017), dan cuenta de otras estrategias de ingreso, como: los muros de pago, los micropagos, la financiación colectiva, muros compartidos, además de las estrategias de distribución multiplataforma y de redes sociales en Facebook y X, a las que podríamos agregar Instagram, TikTok, y los canales de distribución de noticias vía WhatsApp de reciente creación para la distribución de información en línea, sin clasificarlas por su grado de restricción, sino planteadas como opciones alternativas predominantes en el mercado de la información. Por consiguiente, refieren Aagaard

& Nielsen (2021), “las empresas están llevando a cabo progresivamente transformaciones digitales no sólo para repensar lo que los clientes valoran sino también para crear modelos operativos que aprovechen los recientes desarrollos tecnológicos que permiten la diferenciación competitiva” (p. 81).

Estas estrategias son una opción para un tipo muy específico de producto informativo que busca la consolidación de un modelo de negocio lucrativo y/o rentable, desde la lógica capitalista de mercado, pero no resultan del todo atractivas para proyectos de periodismo de investigación con fines de servicio público, cuyo objetivo es la consolidación de un modelo de financiamiento que les permita la subsistencia y abone de manera particular a la creación de valor, más que de ingresos. En este orden de ideas, Zott et al. (2011) señalan que el modelo de negocio debe plantearse para su análisis a partir de un punto de vista holístico a nivel de sistema, a fin de explicar cómo se crea el valor y no sólo cómo se captura, a través de la generación de ingresos, como también lo plantean Chesbrough & Rosenbloom, Osterwalder & Pigneur, y Teece, 2010 (citados en Marín-Sanchiz y Carvajal-Prieto, 2019), partiendo de la idea de cómo una empresa crea, distribuye y captura valor sustentada en la calidad del producto informativo que ofrece, es decir, pone a disposición de sus lectores, con el objetivo de atraer más audiencia y a nuevas generaciones.

Así pues, parafraseando a Picard (2006), las empresas informativas deben buscar, de forma constante, estrategias que incrementen el valor ofrecido a los usuarios, para que estos tengan claro por qué escoger el consumo de noticias a través de

una organización concreta. El término empresa resulta debatible, considerando el tamaño y recursos humanos y económicos que implica, por lo que se plantea el análisis en términos de organización, lo que pondría en desventaja a emprendimientos periodísticos de corte investigativo que suelen contar con equipos reducidos de trabajo, de no más de 10 integrantes, como es el caso de las unidades estudiadas.

La propuesta de un modelo de financiamiento parte de la idea de proyectos informativos de contenido de valor sin fines de lucro, como las unidades de periodismo de investigación, que implican una obtención de recursos (fondos) de distintos tipos, niveles y entidades, tomando en cuenta el hecho de que los lectores no son clientes, sino aliados de una causa en común: periodismo de servicio público con compromiso social.

En este contexto, Goasdoué (2017) propone una reflexión puntual sobre aspectos relacionados a la propuesta teórica conceptual de Pierre Bourdieu, en función del capital económico, simbólico y social del periodismo de autofinanciamiento o recaudación, en el marco de la economía de los medios de comunicación. De acuerdo con el investigador, el sistema de financiamiento participativo está relacionado a las contribuciones individuales para la generación de fondos y al sostenimiento de los medios, que suele realizarse por tres razones: rescate, diversificación y creación de proyectos puntuales.

No obstante, el sistema de financiamiento refleja ciertos sesgos, por ejemplo, cuando se trata de la difusión de campañas de recaudación creadas ex profeso por periodistas reconocidos para apoyar a

nuevos proyectos en nuevas plataformas; esto debido al poder y al prestigio de quien promueve la campaña, pues genera un mayor impacto, que aquellos que no cuentan con esta palanca de apoyo o red de relaciones, es decir, los capitales económicos, sociales y simbólicos en términos de Bourdieu (2011). El sistema tiende a favorecer a los agentes que ya son dominantes en el campo de la información, de aquellos a quienes su hábito profesional predispone más al *crowdfunding*.

Además, también existe otro elemento que dificulta el ejercicio del periodismo de investigación, relacionado con la dinámica prensa-poder, en particular, con gobiernos autoritarios o totalitarios, que tienden a estrangular económicamente a los medios críticos. Estos elementos, exponen el complejo panorama para la supervivencia financiera de proyectos de periodismo de investigación independiente, sobre todo, en países con democracias procedimentales, donde los periodistas lo tienen más complicado para conseguir financiación local para su trabajo, por lo que recurren, las más de las veces, al financiamiento internacional, donde los fondos para el periodismo de investigación provienen en su mayoría de fundaciones y donantes individuales de Estados Unidos y Europa, como lo indica Requejo Aleman (2009):

La Agencia Estadounidense para el Desarrollo Internacional (USAID), el Departamento de Estado Estadounidense, organismos de gobierno de los países Escandinavos: Suecia, Noruega y Dinamarca, el Fondo de las Naciones

Unidas para la Democracia y la UNESCO, la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional, la Fundación Alemana Konrad Adenauer e instituciones privadas de apoyo como la Fundación estadounidense Soros – OpenSociety- la Fundación Británica Thompson, la Fundación Knight y la Fundación estadounidense Carnegie, entre otras (p. 171).

No obstante, con miras a cambiar de estrategia, las nuevas propuestas de periodismo de investigación recurren cada vez con más frecuencia a la búsqueda de “autosostenibilidad” para gestionar y hacer factible su modelo de financiamiento de periodismo sin ánimo de lucro, que supone contar con una figura legal de exención de impuestos, a fin de buscar financiamientos adicionales para cubrir sus costes de operación (Requejo Alemán, 2013).

De esta manera, Requejo Alemán identifica tres estrategias para lograr la sostenibilidad de estos proyectos: 1) la creación de una buena red de distribución de noticias para incrementar su impacto en el espacio público, lo que implica establecer alianzas con otros medios para difundir las piezas informativas en diversas plataformas; 2) la tutela de periodistas con experiencia, como un elemento superlativo de valor, que, no solo abrirá las puertas hacia nuevos financiadores, sino que dirigirá la mirada hacia temas, coberturas y enfoques determinados en una investigación; y 3) la consolidación de socios estratégicos, entre ellos, el principal aliado de este tipo de periodismo, el público, considerando además la colaboración entre

universidades, departamentos de periodismo y organizaciones de medios (Lashmar, 2009).

Ante este complejo escenario de aventura emancipatoria surgieron proyectos nativos digitales que realizan periodismo de investigación, como Quinto Elemento Lab y Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad, que han buscado alternativas de subsistencia en función de las características propias de su ejercicio informativo, coincidiendo en la mayoría de los casos y experiencias, en la generación de estrategias de diversificación de fuentes de ingreso, entre las que se encuentran: becas y subvenciones internacionales del *Global Investigative Journalism Network* o apoyos de embajadas y Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), principalmente, pero también suscripciones o membresías, donaciones, campañas de recaudación de fondos, consultoría, organización de eventos o talleres, comercialización de productos e incluso el contenido patrocinado por encargo *branded content*, por mencionar las más comunes, que suelen combinarse entre sí (Forum of Information & Democracy, 2021; Goasdoué, 2017; Marín-Sanchiz & Carvajal-Prieto, 2019; Palacio, 2018).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022), en el marco de la serie *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios. Encontrar fondos para que el periodismo prospere*, refiere que “los medios deberán intensificar sus esfuerzos hacia un periodismo más inclusivo, [con] modelos de negocio alternativos y fuentes de ingreso diversificadas” (p. 8), que incluso consideren el apoyo financiero de empresas tecnológicas. Según el

informe, en 2020 Google y Facebook realizaron subvenciones al periodismo por conducto de Google News Initiative y Facebook Journalist Project que se “convirtió en una fuente de apoyo de emergencia para las redacciones estadounidenses y europeas en las primeras fases de la pandemia” (p. 10).

En esta necesidad de generar apoyos económicos para propuestas informativas digitales independientes, que garanticen una distribución justa y transparente, ha surgido el Fondo Internacional para Medios de Interés Público, creado en 2022 con el objetivo de permitir que una amplia coalición multilateral aporte recursos en apoyo a los medios de interés público a nivel mundial, siendo conscientes de dos problemáticas: la primera, que los medios que producen este tipo de información están sujetos a constantes amenazas y, la segunda, que el modelo tradicional de publicidad colapsó con la crisis de la COVID-19.

Empero, también es importante considerar el desarrollo de los gigantes tecnológicos, pues a medida que se produzca y distribuya más información en plataformas y redes sociales, caerán los ingresos de los medios tradicionales, en términos de reajuste y dinámicas de producción informativa, pero esta reconfiguración significa un área de oportunidad para las unidades de periodismo de investigación (nativas digitales), sobre todo, si favorecen estrategias de narrativa trasmedia, apostando por acercarse a nuevos públicos y con ello incrementar su captación de audiencias.

Tal como lo documenta el estudio de *El Hormiguero II Estudio de los medios nativos digitales en Latinoamérica y primera aproximación*

a los nativos digitales latinos en Estados Unidos de la Fundación Gabo (2024), los medios nativos digitales están cambiando la perspectiva de sus contenidos, profundizando en la apropiación de tecnologías para acercarse con sus audiencias y buscando alternativas para el acceso a recursos que no comprometan sus propósitos. Así pues, la sostenibilidad sigue siendo un problema; no obstante, a pesar de estas vicisitudes el estudio evidencia la importancia de la diversificación de ingresos en el total de la muestra, considerando: publicidad gubernamental, publicidad comercial, fondeo de instancias internacionales, suscripciones, asesoría o consultoría, talleres, venta de productos, etc.

En este tenor, para SembraMedia (2017), al igual que para la UNESCO, la diversificación de ingresos es clave para la subsistencia de equipos de periodismo digital independiente. Así lo indicó en su informe *Punto de inflexión. Impacto, amenazas y sustentabilidad. Estudio de emprendedores de medios digitales latinoamericanos*, que detectó 15 distintas fuentes de ingresos para este tipo de medios, por lo que “no hay modelo de negocio dominante y las fuentes de ingresos diversificadas son cruciales para la sustentabilidad, las que combinan la publicidad con las fuentes relacionadas al apoyo de las audiencias, como eventos y financiación colectiva” (p. 8).

En este contexto, no han sido pocos los proyectos digitales de periodismo de investigación, tanto latinoamericanos como norteamericanos y europeos, que han apostado como alternativa de fidelización a la creación de comunidades, a través de la generación de vínculos con sus lectores, pero

este método de subsistencia no funciona de manera exclusiva y suele combinarse con otras estrategias financieras, como las mencionadas con antelación.

Un rasgo distintivo que ha sobresalido entre los proyectos emergentes y que facilita su sostenibilidad es la consolidación de un nicho de especialización (Giles, 2010), en el que participen periodistas, científicos y diseñadores, enfocado en determinadas temáticas, como el proceso de sostenibilidad de *Circle of Blue*, propuesta informativa preocupada por las más importantes decisiones globales en torno al agua, energía y cambio climático que “se financia, a partir de fundaciones, apoyos gubernamentales, donaciones individuales y contribuciones de corporativos enfatizando su carácter ético, pues los donadores que deciden apoyar algún proyecto entienden que su apoyo no influirá en el contenido” (p. 28).

La propuesta de Giles es afín con los casos estudiados, pues Quinto Elemento Lab concentra sus esfuerzos en un periodismo sobre temas de Derechos Humanos, en tanto, Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad lo hace en temas de corrupción e impunidad gubernamental, en ambos casos, tanto de la capital del país como de las distintas regiones que la conforman.

En general, como hemos expuesto, los modelos de financiamiento varían desde estrategias tradicionales, como la publicidad, hasta modelos más innovadores, en una combinación que representa la transformación de la base organizativa del periodismo, es decir, el surgimiento de organizaciones, redes y colaboraciones en el campo del periodismo, más allá de las redacciones y

organización de los medios tradicionales (Hepp & Loosen, 2018). Así, los cambios en el modelo de financiamiento están supeditado en buena medida a la transformación de los entornos y dinámicas de los medios, situados, concretamente, en el desarrollo tecnológico y las opciones que brinda la tecnología para la difusión de la información y las formas de vinculación con los lectores, en términos de conocimiento, identificación y apoyo monetario a estas propuestas informativas.

Metodología de investigación

La metodología propuesta para explicar los modelos de financiamiento de estas tres unidades de periodismo de investigación capitalinas fue la cualitativa; se implementó la técnica de la entrevista semiestructura aplicada a ocho periodistas (cinco hombres y tres mujeres), a partir de un cuestionario conformado por 22 preguntas divididas en cuatro ejes temáticos, uno de ellos dedicado al modelo de financiamiento, donde se preguntó sobre: 1) las dificultades que experimentaban los periodistas para obtener/generar ingresos en un contexto como el mexicano; 2) los tipos de financiamiento que identificaban y recibían; 3) la relación que mantenían con sus financiadores; 4) los criterios establecidos para la obtención de recursos; y 5) la recepción de los mismos y la percepción que tenían respecto de la participación de los lectores hacia su trabajo.

El estudio contempló dos unidades de análisis: a escala individual, los periodistas de

investigación y, a escala colectiva, las tres unidades de investigación periodística: ex unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui; Quinto Elemento Lab; y Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad (MCCI), que fueron elegidas considerando cuatro criterios: 1) que se hubiesen creado en el sexenio de Enrique Peña Nieto (2012-2018), periodo de estudio; 2) que realizaran investigaciones sobre corrupción, impunidad y/o violaciones a Derechos Humanos; 3) que sus investigaciones hubieran tenido un impacto en la vida y opinión pública nacional; y 4) que hubieran sido reconocidas por sus investigaciones, tanto a nivel nacional como internacional.

Si bien, se tiene conocimiento de la existencia de importantes proyectos de periodismo de investigación en México, como Animal Político, PODER Latam, Contralínea, Revista Emmequis, Semanario Zeta y la Red de Periodistas de A Pie que aglutina proyectos de diversas regiones del país, para efectos de este estudio se consideraron pertinentes sólo los creados durante el sexenio de Enrique Peña Nieto (2012-2018), donde se identificó un aumento en el número de estas propuestas; sin embargo, no todas cimbraron a su sexenio como lo hizo la investigación de *La Casa Blanca* de la extinta unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui, que formaba parte de la empresa MVS en formato radiofónico y que, sin duda, fue la que generó el punto de quiebre en el sexenio estudiado, distinguido por escandalosos casos de corrupción e impunidad gubernamental.

Las entrevistas se realizaron de forma virtual por la plataforma ZOOM, considerando las

condiciones de crisis sanitaria por la COVID-19 que modificaron las formas de comprender y relacionarnos con el mundo, en un periodo de cuatro meses de junio a octubre de 2021, y las respuestas fueron analizadas a partir de un proceso de clasificación y sistematización temática manual en formato Excel, con base en la categoría: modelo de financiamiento y, las variables: a) naturaleza jurídica de las unidades; b) tipos de financiamiento; y c) criterios de financiamiento; puestas en diálogo, tensión y análisis con otras categorías y variables que conforman el mismo estudio, como: 1) el contexto histórico del periodismo de investigación en México; y 2) el poder político y el periodismo de investigación.

Resultados y discusión

El modelo de financiamiento para las unidades de periodismo de investigación en México y en el mundo continúa en debate, pues, de acuerdo a lo planteado por los periodistas entrevistados, así como resultados de investigación e informes internacionales, este tema resulta todavía problemático, toda vez que no existe un modelo que se adapte a las necesidades de tiempo y espacio de este tipo de proyectos informativos —que no se circunscriben a lo corporativo—, aunque prevalece en todos los casos el apoyo financiero de instancias internacionales como eje de su sustentabilidad, que también genera una dependencia negativa, ya que los intereses temáticos y de agenda política de estas

instancias pueden variar con el tiempo y no coincidir con los intereses y agendas de las unidades de periodismo de investigación.

Así pues, es importante subrayar que las unidades de análisis de este estudio no se ven a sí mismas como empresas con fines comerciales, por lo que no están interesadas en la creación de un modelo de negocio con fines lucrativos, sino en un modelo de financiamiento que sea apoyado fundamentalmente por sus lectores, realizando periodismo de servicio, que les permita generar solvencia económica sin perder su independencia editorial.

Los periodistas entrevistados refieren que, en el caso de México, existen cuatro tipos básicos de fuentes de ingresos: 1) publicidad gubernamental; 2) recursos de iniciativa privada, que puede dividirse en publicidad de anunciantes o donaciones; 3) financiamiento de embajadas y organizaciones internacionales; y 4) *crowdfunding*, que es el apoyo de los propios lectores hacia un producto informativo con el que sienten afinidad.

Las dos primeras no son nuevas, como lo describen Larrosa-Fuentes et al. (2024):

[...] La primera de ellas es el financiamiento público. Este tipo de financiamiento proviene de recursos económicos que emanan de los tres órdenes de gobierno (federal, estatal y municipal), de los tres poderes del Estado mexicano (ejecutivo, legislativo y judicial), así como de órganos autónomos[...]. Todas estas instituciones financian a la prensa a través de la compra

de publicidad oficial y pagan por coberturas periodísticas. La segunda fuente de financiamiento es el negocio de la publicidad privada. Este tipo de financiamiento implica, desde una perspectiva clásica de la economía política, la creación de audiencias y público a quienes puedan mostrar publicidad de empresas y marcas privadas [...] (p. 64).

Sin embargo, hay particularidades para el caso de la obtención de recursos de la iniciativa privada, así como para el financiamiento internacional y la financiación colectiva, como se verá más adelante.

Modelos de financiamiento y subsistencia de las unidades de periodismo de investigación

Las unidades de investigación estudiadas responden a tres distintas modalidades de búsqueda de ingresos: Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad, se vincula a la inversión privada mediante donativos anónimos que obtienen en eventos organizados por sus directivos, pero también ha recibido recursos de organizaciones internacionales para algunos proyectos colaborativos; Quinto Elemento Lab, opera a través de convocatorias de concursos o becas de organizaciones internacionales o embajadas; y la ex unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui, que en su momento formó parte de una empresa mediática MVS, obtenía recursos de inversión privada combinados con publicidad oficial y comercial.

De esta manera damos cuenta de un panorama variopinto en la búsqueda y obtención de ingresos para hacer posible su trabajo, que incide en su labor en distintos grados: con excesiva interferencia gerencial para el caso de la ex unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui, con relativa interferencia en Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad, y con nula interferencia en el caso de Quinto Elemento Lab.

Para el caso de la ex unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui, el factor político jugó un papel determinante, en particular, por las represalias ante la publicación de piezas periodísticas, pues, con base a lo expuesto por el colectivo #MediosLibres (2018), se realizó una “censura sutil” [al proyecto informativo] que puede tomar formas que son difíciles de comprobar, como la destitución laboral por ‘razones administrativas’ [...] ya que supuestamente sus colaboradores utilizaron los recursos y las marcas de la empresa sin autorización” (p. 2-3). Este despido se produjo meses después de la realización de la investigación sobre *La Casa Blanca* que exponía un conflicto de interés entre el entonces presidente Peña Nieto con el Grupo Higa. En esta investigación y en este medio es dónde más se implementaron estrategias de presión:

Si bien no existió indicación de censura para dejar de publicar un contenido informativo, sí existieron presiones económico-laborales, 30 personas fueron despedidas así de un día para otro, que es otra forma de ejercer presión. (Informante 4 de la ex unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui)

El principal reto fue sobrevivir después de habernos quedado sin empleo, después de haber sufrido una persecución judicial ilegal al pretender desacreditar la investigación. (Informante 3 de la ex unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui)

[...] El hostigamiento, el apretarte lo hacen por otro lado. Lo hace con los despidos, lo hacen con juicios, lo hacen con retirar publicidad, con que te corran, que te vuelvan a dar trabajo, con aventarte a Hacienda. Es una presión distinta a la amenaza de que físicamente te pueda pasar algo. El hostigamiento del sistema es mucho más complicado. (Informante 1 de la ex unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui y MCCI; cofundador de Quinto Elemento Lab)

Por otra parte, para el caso de Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad y Quinto Elemento Lab:

Hay que acreditar que organismos y fundaciones internacionales fondean muchas de estas iniciativas. Son agencias gubernamentales o independientes que tienen muchos años financiando iniciativas, en donde think tanks o colectivos de periodistas encuentran los recursos. Los distintos periodistas que se organizaron supieron tocar puertas adecuadas y obtuvieron recursos legítimos, legales y reportados a las autoridades nacionales para hacer trabajos en la agenda de la

rendición de cuentas. (Informante 2 de Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad)

Por ello, encontrar un modelo de financiamiento que les signifique independencia editorial es una prioridad para los periodistas de investigación capitalinos, ya que enfatizan lo costoso que es producirlo, pues las investigaciones pueden tener un costo aproximado de 20 o 30 mil pesos como mínimo hasta 120 mil en una estimación aproximada, tan sólo en trabajo de campo, copias y registros para obtener acceso a plataformas con información transnacional.

Hacer periodismo de investigación es caro, cuesta dinero, en parte por los salarios de los reporteros que normalmente son los más avezados en todas las redacciones, los más experimentados, pero también por la cantidad de dinero que debes tener para hacer viajes, para copias, solicitudes de acceso a la información, comprar libros, bajar programas en internet, poder comprar una app que necesitas para un documento o bajar el programa, por ejemplo, el de los aviones que están transitando por todo el mundo, te cobra, o estas páginas especializadas que te ayudan a encontrar las importaciones y exportaciones, cobran... en fin, es un servicio que hay que pagar y no es barato. (Informante 1 de la ex Unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui y MCCI; cofundador de Quinto Elemento Lab)

Por otra parte, entre los desafíos que enfrentan estos proyectos informativos para la obtención de ingresos está el antecedente de la iniciativa de la Senadora Nancy Sánchez Arredondo, propuesta en el sexenio de Andrés Manuel López Obrador, que tenía como finalidad crear mecanismos de control y fiscalización de recursos para organizaciones de la sociedad civil, entre las que se encuentran estas unidades, lo que puede afectar seriamente al ejercicio del periodismo de investigación en el país en los próximos años.

La iniciativa presentada el 9 de junio de 2021 establece que cuando las Organizaciones de la Sociedad Civil utilicen recursos económicos de terceros o del extranjero para fines políticos no podrán recibir los apoyos económicos que prevé la ley; cada donación recibida tiene que ser notificada a la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) y, ésta debe determinar que el recurso no sea utilizado con fines políticos. En caso de omitir la notificación se revocará la autorización de recepción de donativos; no obstante, cabe aclarar que las ONG's ya informan sobre sus ingresos a la Secretaría de Administración Tributaria (SAT), por lo que la iniciativa funcionaría más como un mecanismo de control que como una medida de transparencia de los recursos, que, al menos, las unidades nativas digitales aquí estudiadas, difunden en sus respectivas plataformas.

Por su parte, la Miscelánea Fiscal del Paquete Económico de 2022 establecía criterios para desincentivar y reducir las aportaciones a las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC's), a través de la reforma de Ley de Impuesto sobre la Renta, en la que limitaba las deducciones por

donativos; en tanto, para el caso de la Ciudad de México, la reforma al Código Penal estable que directivos y administrativos de OSC's que reciban fondos, recursos o apoyos públicos podrían ser juzgados como servidores públicos; con una visión punitiva hacia las OSC's.

En términos generales, Estados Unidos es uno de los países que más aporta a esta causa, vista por algunos gobiernos con suspicacia, debido a que perciben que pretende incidir en el desarrollo y toma de decisiones de sus gobiernos o políticas públicas; esta percepción de amenaza puede significar restricciones a la filantropía internacional, que afectaría el trabajo de organizaciones no gubernamentales que se desempeñan como vigilantes del poder y defensoras de derechos, tales como Artículo 19, Reporteros Sin Fronteras, Amnistía Internacional y Propuesta Cívica, para el caso de México. Así pues, esta percepción desde el poder puede dar como resultado una mayor vigilancia hacia los periodistas, acoso, sanciones o hasta cierre de las propuestas críticas que reciben estos recursos, poniéndolos en riesgo.

Naturaleza jurídica para el funcionamiento financiero de las unidades de periodismo de investigación

Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad es una Asociación Civil sin fines de lucro constituida en 2015, pero reglamenta para fines fiscales en 2016, que, en términos de lo dispuesto por la resolución miscelánea de ese ejercicio fiscal, le autoriza a recibir donativos deducibles de impuestos en México y en el

extranjero. Esto en materia de régimen fiscal, en tanto, para la relación entre los donantes y la organización se especifica lo siguiente:

Con la finalidad de garantizar la independencia y libertad de los investigadores de Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad A.C, así como la seguridad e integridad de nuestros donantes, la identidad de los mismos no es divulgada ni al interior ni al exterior de la organización. Los donantes que nuestra organización recibe, sin importar cuantía, no generan derechos ni injerencia, directa e indirecta, sobre la toma de decisiones en nuestras actividades o funcionamiento. (Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad, 2016, párr. 5)

Por su parte, Quinto Elemento Lab (s.f.). “es una organización independiente, sin fines de lucro, que busca alentar y realizar reportajes de investigación que empoderen a la ciudadanía, fortalezcan la rendición de cuentas y ayuden a construir una sociedad más justa y transparente” (párr. 1). De acuerdo con la información de su portal, el financiamiento que ellos reciben proviene de varias fundaciones internacionales, interesadas “en la libertad expresión, la justicia, la democracia y la equidad” (Quinto Elemento Lab, s.f., párr. 13), apoyando su quehacer informativo sin representar algún tipo de injerencia en su toma de decisiones editoriales. Algunas de las financiadoras son: Open Society Foundation, Ford Foundation, William and

Flora Hewlett Foundation, entre otras, y quienes financian particularmente la capacitación de periodistas, a través de talleres y seminarios son: International Women Media Foundation y National Endowment for Democracy.

En tanto, la ex unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui formó parte del Grupo MVS, conglomerado de empresas que operan en dos sectores: telecomunicación y restaurantes, cuyo objetivo manifiesto en su página “es crear empresas sólidas que mejoren la calidad de vida de la gente y fortalezcan la economía en México, basándonos en la responsabilidad social, el compromiso y la capacidad de innovación” (Grupo MVS, s.f., p. 3). En este caso, la empresa tiene una naturaleza legal privada al ser corporativo, por lo que fue complicado obtener información directa para conocer la diversificación de los ingresos con que cuenta; no obstante, tenemos conocimiento, que además de contar con capital privado para su funcionamiento, también obtiene ingresos de publicidad comercial y gubernamental.

Tipos de financiamiento

Cada unidad tiene particularidades en cuanto a su financiamiento; Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad diversifica en tres sus fuentes de ingreso: 1) gente de a pie; 2) empresarios; y 3) organizaciones internacionales. En este punto es preciso hacer varias observaciones; la primera, que esta unidad recurre particularmente a las donaciones como estrategia de generación de recursos, pero no todos los medios independientes de investigación viven de este tipo de esquema receptor de recursos:

[...] a lo que recurrimos nosotros al no trabajar en un medio y no vivir de publicidad, es a las donaciones, porque generalmente es de lo que viven los medios en este país, como no queríamos tener ninguna presión económica o política de ningún tipo, se crea este modelo de negocio en el que vivimos completamente de donativos, ya sea de grandes organizaciones o del público de a pie. La gente puede donar desde 1 o 10 pesos hasta lo que ellos quieran... igual para los grandes donantes. Nosotros al ser una donataria autorizada tenemos la ventaja de que ellos pueden justificar estos donativos a su favor. (Informante 1 de Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad)

Para Mexicanos Contra la Corrupción es importante esta estrategia de financiamiento porque supone generar vínculos con sus respectivos donantes: los de grandes capitales, que es de donde se pueden fondear las investigaciones. Así, se podría pensar que muchas de estas grandes organizaciones o empresas donan porque obtienen un beneficio fiscal que sería trastocado con las reformas a la ley antes mencionada.

[...] lo que hemos detectado que nos sirve como comunidad de investigación son los donativos, tanto de la gente, como donativos externos, así como los donativos internacionales para evitar tener esta presión política o económica que nos impida

tocar cualquier tema y, por eso, tenemos ese reglamento interno de no enterarnos quién dona para no censurarnos previamente [...] (Informante 1 de Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad)

Para el caso de la ex unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui, el recurso que obtuvieron de becas fue marginal, comparado con el recurso con que cuenta la empresa y la publicidad gubernamental, lo que podría implicar sesgos en las posibilidades temáticas a investigar, debido a los intereses políticos y/o económicos del medio con el gobierno, tal como sucedió con el proyecto de Aristegui, que desapareció justo por un conflicto de interés con la empresa al publicar en 2014 la investigación sobre *La Casa Blanca de Peña Nieto*.

En términos económicos es muy difícil. Es casi un lujo que tienen que pagar los medios. Hemos tenido becas sí, pero ha sido una cosa marginal, o sea, 98% la empresa y lo demás han sido cosa que nosotros hacemos de manera independiente o por las becas o por la capacitación, pero en términos reales, económicos, la empresa es la que paga. El periodismo de investigación es una cosa muy cara y lo tiene que pagar la empresa. El periodismo de investigación, debería convertirse en un eje esencial de un medio de comunicación porque sí es caro hacerlo, pero para los los medios de comunicación debería ser más caro no tenerlo. (Informante

4 de la ex Unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui)

En tanto, en Quinto Elemento Lab el recurso proviene fundamentalmente de Organizaciones No Gubernamentales en su mayoría extranjeras, que promueven la investigación periodística, de esta manera, la búsqueda de recursos está limitada a convocatorias que tienen los mismos intereses y preocupaciones temáticas de la unidad.

Se ha platicado sobre si es posible o no recibir financiamiento de empresarios, pero creemos que eso puede comprometer hasta cierto punto la autonomía y puede llegar a presentar un conflicto de interés -el día de mañana-, de esta forma el proyecto se financia mayoritariamente de organizaciones internacionales, embajadas, iniciativas de proyectos pro democracia, etc. (Informante 2 de Quinto Elemento Lab)

[...] porque sabemos que hay una tradición de connivencia entre el poder económico y el político muy fea muy, muy malsana, yo pensaría que pedirle dinero a un empresario, es ponerme de pechito a que me pida favores, entonces no, ni lo concibo y aparte es que muy fácilmente podríamos enfrentarnos a situaciones de conflicto de interés. (Informante 1 de Quinto Elemento Lab)

En síntesis, las unidades aquí estudiadas son muy distintas entre sí y el origen de su financiamiento también lo es, como se muestra en la *Tabla 1*.

Tabla 1.

Tipos de financiamiento recibido por las unidades de periodismo de investigación analizadas

Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad	Quinto Elemento Lab	Ex Unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui
• Donaciones • Capital Privado	• Fundaciones • Agencias Internacionales para el Desarrollo • Organizaciones Internacionales no Gubernamentales • Embajadas	• Capital privado • Publicidad gubernamental • Publicidad comercial

[...] el reto aquí es diversificar tus fuentes de ingresos, o sea, no depender de una organización, porque por más presupuesto que tengan estas organizaciones de un día para otro pueden cerrar la llave y tú puedes decir voy a dejar de hacer mi trabajo porque ya no tengo dinero. Entonces, el reto es ver cómo por un lado diversificas, o sea, que en lugar de que el 80% de tu presupuesto esté concentrado en una fundación o en una organización, ¿cómo buscar más acceso a fuentes? y por otro lado ¿cómo también tú puedes ser capaz de generar tus propios ingresos? ese es otro de los grandes retos que tenemos en Quinto Elemento, ya empezamos a discutir este tema, pero todavía no generamos un solo peso por nosotros mismos y ese es el mayor desafío que están enfrentando ahorita algunas organizaciones porque los lectores no tienen la costumbre, malamente, o el hábito de pagar por el

trabajo que hacemos. (Informante 2 de Quinto Elemento Lab)

En un país donde el lector no está acostumbrado ni dispuesto a pagar por la información que consume, “la gente no está valorando o no está pagando por el valor agregado que nosotros le damos a esa información al hacer una investigación, no es lo mismo leer cualquier nota que leer una investigación que tiene una repercusión o un alcance mayor y la gente no lo distingue” (Informante 2 de Quinto Elemento Lab).

A lo mejor nosotros no hemos sabido cómo hacer que la gente valore todo lo que hay detrás de una investigación- que son cientos de horas de trabajo para que la gente pueda sentirse comprometida y también apostar por tu proyecto, han habido algunos casos en México como Animal Político o Reforma, que ya llevan una carrera más avanzada en

generar ingresos propios, pero en México sí estamos todavía muy rezagados y no sé si nos dé miedo hacerlo porque pensamos que la gente no lo va a pagar... es como un círculo vicioso, entonces no lo haces y te quedas de brazos cruzados y dependes solamente del dinero que te llega la otras organizaciones. (Informante 2 de Quinto Elemento Lab)

Se está en un buen momento para explorar y explotar las posibilidades que brinda internet y las tecnologías, a fin de contrarrestar la dependencia del financiamiento público gubernamental y el privado [...] producto de una crisis que debería hacer reflexionar a los periodistas sobre la diversificación de sus ingresos de una forma seria y no como solución temporal, a la espera de un sexenio distinto para seguir recibiendo recursos gubernamentales [...] pero no es cosa fácil, al igual que el crowdfunding es bien complicado, son muy pocas las iniciativas en México que tienen algo qué decir o que tengan suficientes resultados, pero qué bueno que existan estas posibilidades. (Informante 2 de la ex Unidad de Investigaciones Especiales de Aristegui)

No obstante, hasta el día de hoy las opciones de obtención de recursos que tienen los periodistas que conforman estas unidades son limitadas. Si bien consideran la diversificación de fuentes de ingresos como factor clave para su sostenibilidad, estas

opciones están condicionadas a la naturaleza misma de su fundación, que marca la pauta sobre el tipo de temas y coberturas que les interesa investigar, es decir, los intereses y pasiones que los mueven como equipo. Por ello, privilegian, en primera instancia, un tipo particular de financiamiento que les aporte la mayor cantidad de recursos, ya sea que provenga de fundaciones, embajadas u organizaciones no gubernamentales o, de la iniciativa privada para el caso de Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad y, en menor grado, sin lanzar una gran campaña de búsqueda de ingresos, la donación de los lectores.

Es fundamental para las unidades analizadas la distancia de los recursos del Estado vía publicidad oficial, sobre todo, al considerar una ausencia de voluntad política para avanzar en leyes pendientes en la materia, como la de Comunicación Social, que les permita optar por recursos públicos bajo criterios claros, equitativos, transparentes y libres de militancia o proselitismo político; así como estar al pendiente de la propuesta de iniciativas que puedan incidir de manera negativa en los fondos que reciben del extranjero, e incluso la presentación de otras que favorezcan con incentivos fiscales el apoyo de los contribuyentes a sus propuestas informativas, sin que exista la mínima posibilidad de injerencia en la cobertura y línea editorial de ninguna de las partes: gobierno o ciudadanos contribuyentes.

Como refieren con preocupación varios periodistas, es urgente repensar el modelo de financiamiento sostenido en apoyos internacionales, ya que, si bien les interesa promover como parte de sus agendas la lucha por sistemas justos, equitativos

y democráticos, la lucha contra la corrupción, la defensa del medio ambiente y la igualdad de género, etc., en aras de la libertad de expresión y el acceso a la información, estas unidades independientes del gobierno, no deben continuar supeditadas a financiamiento extranjero, que, en cualquier momento puede decidir cambiar el eje de sus agendas o virar hacia países menos hostiles en el discurso y la legislación, lo que además implica un desgaste para las unidades por la búsqueda de apoyos que se adecuen a sus propios intereses temáticos, en competencia constante con otros proyectos de su mismo país o de otras regiones geográficas.

Resulta imperativo cambiar de narrativas y diseños comunicativos para presentar la información, esfuerzos que ya se identifican en las páginas de las unidades estudiadas, aunado a la creación de campañas digitales que den a conocer su trabajo a un mayor número de lectores en las plataformas dónde están estos potenciales lectores, como lo señalan Evans et al. (2017), y sumar a estos esfuerzos a las universidades, como lo plantea Giles (2010). La tarea consiste en interpelar al otro para convertirlo en aliado, por tanto, se debe repensar la forma en que se concibe la información como creación de valor para la toma de decisiones cotidianas y el re-conocimiento del entorno y sistema político, debido a que, tal como lo subrayan los periodistas, la audiencia es el gran ausente en este modelo de financiamiento.

Conclusiones

En términos generales identificamos cuatro factores que obstaculizan la posibilidad de una sustentabilidad que otorgue mayor independencia a este tipo de unidades, tanto para el caso de las capitalinas como de las regionales: 1) la tendencia histórico-estructural del gobierno a la cooptación de los medios vía publicidad gubernamental; 2) al nulo interés del gobierno por apoyar con recursos públicos a la consolidación de propuestas periodísticas de calidad; 3) la falta de confianza y vínculo de la ciudadanía hacia el periodismo, a quién en ocasiones ven como aliado al poder; y 4) la poca disposición de los lectores a pagar por contenido informativo, considerando dos factores adversos: el primero, la posibilidad de encontrar información gratuita con los riesgos y sesgos informativos que supone y, el segundo, la relación entre los niveles de ingresos de quienes pueden pagar una suscripción o membresía y quienes no pueden hacerlo.

Las unidades de periodismo de investigación prefieren buscar financiamiento de sectores públicos y privados internacionales a buscar o recibir ingresos gubernamentales, por los vicios o compromisos que suponen, así como las limitantes a su autonomía, dado que aceptar recursos públicos podría significar una condicionante sobre los temas a investigar y formas de cubrirlos. No obstante, tampoco están exentos de generar vínculos nocivos con el sector empresarial, pues de igual manera corren el riesgo de defender o representar agendas que limiten su autonomía editorial.

Es importante reflexionar en torno a las propuestas de vinculación con los lectores considerando características particulares, tanto en segmentos etarios, como niveles académicos y poder adquisitivo, a fin de generar un lazo entre ellos y su propuesta informativa, que contribuya a la sostenibilidad de la investigación que se produce y represente una retribución del valor de un trabajo informativo de largo aliento, riguroso y a profundidad. De lo contrario, las unidades de periodismo capitalino de este tipo como tantas otras regionales, que subsisten de recursos de organizaciones no gubernamentales, corren el riesgo de continuar con la dinámica de excesiva dependencia de fondos internacionales, que pueden situar su mirada en otras regiones y temáticas.

Por lo que se evidencia como propuesta alterna, el modelo de financiamiento de diversificación de ingresos como opción viable para medios informativos independientes y unidades de periodismo de investigación que apuestan por generar contenido, reflexiones y conversación pública sobre temas relacionados con la corrupción, la impunidad y violaciones a los derechos humanos,

proyectos que para subsistir requieren diversificar sus fuentes de ingreso, tal como lo documentan el *Reuters Institute Digital News Report* (Newman et al., 2024), la Fundación Gabo (2024), la UNESCO (2022) y SembraMedia (2017), entre otros.

Por último, el más preocupante de los desafíos es la posibilidad legal de limitar el acceso a recursos internacionales como una forma de control y fiscalización del Estado para debilitar a este tipo de unidades, cambios que será necesario estudiar y analizar con detenimiento, dada la vulnerabilidad que representan para el periodismo de investigación en México, pues como destaca el Informe *Working Group on the Sustainability of Journalism* (Forum on Information & Democracy, 2021), en México estamos todavía muy lejos de lograr un punto de equilibrio con miras democráticas entre los apoyos gubernamentales y los fines que el periodismo de investigación persigue: transparencia y rendición de cuentas, pues todo escrutinio sobre lo público es percibido como amenaza, por tanto, el deseo por cooptar, controlar y fiscalizar a estas unidades se cristalizaría en iniciativas legales que apuestan por su desaparición.

Referencias bibliográficas

- Aagaard, A & Nielsen, C. (2021). The fifth stage of business model research: The role of business model in times of uncertainty. *Journal of business models*, 9(1), 77-90. <https://doi.org/10.5278/jbm.v9i1.4246>
- Article 19 & Fundar, Centro de Análisis e Investigación. (2015). *Libertad de expresión en venta. Acceso a la información y censura indirecta en publicidad oficial*. Fundar. <https://www.fundar.org.mx/mexico/pdf/LibertadDigitalOk.pdf>
- Bourdieu, P. (2011). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Siglo XXI.

- Events, T., Raats, T., & von Rimscha, M.B. (2017). Business model innovation in news media organisations – 2018 special issue of the European Media Management Association (emma). *Journal of Media Business Studies*, 14(3), 167-172. <https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1445164>
- Forum on Information & Democracy (2021). *Working group on the sustainability of Journalism. A New Deal for Journalism*. Center for Cooperative Media. https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2021/06/ForumID_New-Deal-for-Journalism_16Jun21.pdf
- Fundación Gabo, (2024). *El Hormiguero II. Estudio de los medios nativos digitales en Latinoamérica y primera aproximación a los nativos digitales latinos en Estados Unidos*. Google News Initiative. <https://fundaciongabo.org/es/recursos/publicaciones/la-fundacion-gabo-y-google-news-initiative-lanzan-el-hormiguero-ii-mapa>
- Fundar, Centro de Análisis e Investigación. (2017). *Contar “lo bueno” cuesta mucho. El gasto en publicidad oficial del gobierno federal de 2013–2016*. Fundar. <https://fundar.org.mx/mexico/pdf/P.O.2013-2016oK2.pdf>
- Fundar, Centro de Análisis e Investigación. (2018). *Fue un mal año. No, menos como seis*. Fundar. https://fundar.org.mx/wp-content/uploads/2018/11/Fue_un_mal_completo.pdf
- Giles, R. H. (2010). New economic models for U.S journalism. *Daedalus*, 139(2), 26-38. <https://www.amacad.org/publication/daedalus/new-economic-models-us-journalism>
- Goasdoué, G. (2017). Analysis sociologique et économique du financement participatif. Ressort et critique dans le cas du journalisme (2010-2015). *TIC & Société*, 10(2-3), 199-229. <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.2154>
- Grupo MVS. (s.f.). *Grupo MVS*. https://mexico.mom-gmr.org/uploads/tx_lfrogmom/documents/109-1329_import.pdf
- Guerrero, M.A., & Márquez Ramírez, M. (2014). El modelo "liberal capturado" de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de Comunicación* (29), 135-170. https://ri.iberomx/bitstream/handle/iberomx/1536/MRM_Art_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hepp, A., & Loosen, W. (2018). ‘Makers’ of a future journalism? The role of ‘pioneer journalists’ and ‘pioneer communities’ in transforming journalism. *Communicative Figurations* (19), 1-21. <https://media.suub.uni-bremen.de/handle/elib/3418>
- Hernández-Ramírez, M. E. (2006). *La «professionnalisation» du journalisme au Mexique: Le discours «modernisateur» de Carlos Salinas de Gortari sur les relations presse-gouvernement* [Tesis doctoral, Université Paris 8]. Repositorio Institucional. <https://theses.fr/2006PA082681>
- Hughes, S. (2006). *Newsrooms in conflict: Journalism and the democratization of Mexico*. University of Pittsburgh Press.

- Larrosa-Fuentes, J. S., Gómez, R., Sosa-Plata, G., & Muñoz-Larroa, A. (2024). *México: financiamiento del periodismo*. Media and Journalism Research Center. <https://rei.iteso.mx/server/api/core/bitstreams/6f0413d9-525b-419b-b39a-990cc8fd0d9b/content>
- Lashmar, P. (2009, May). Investigative journalism: a case for intensive care? *Journalism in crisis, conference*. Center for investigative Journalism. University of Westminster.
- Maldonado Pérez, P. (2018). *Prensa y poder en el periodismo regional: la articulación del clientelismo mediático en el Estado de México*. Instituto de Administración Pública del Estado de México.
- Marín-Sanchiz, C. R., & Carvajal-Prieto, M. (2019). Modelo de negocio en el periodismo: una propuesta metodológica para realizar estudios de caso. *Index Comunicación*, 9 (1), 149 – 171. <https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/525/631>
- #MediosLibres. (2018). *Iniciativa ciudadana con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General de Publicidad Oficial*. Publicidad Oficial. <https://publicidadoficial.com.mx/wp-content/uploads/2018/10/LGPO-VF-24102018.pdf>
- Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad. (2016, May 29). *Sobre Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad*. <https://contralacorrupcion.mx/transparencia/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], (2022). *Encontrar fondos para que el periodismo prospere: opciones de políticas para respaldar la viabilidad de los medios de comunicación*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381146_spa
- Palacio, L. (2018). Modelos de negocio de los medios digitales diversificar ingresos para financiar el periodismo. *El desafío de cómo financiar el periodismo*, (36), 9-22. https://www.cuadernosdeperiodistas.com/wp-content/uploads/sites/2/2023/02/Cuadernos_de_Periodistas_36.pdf
- Picard, R. (2006). Journalism, value creation and the future of news organizations. *Research Paper Series Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy*. https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/r27_picard.pdf
- Reed Torres, L., & Ruíz Castañeda, M. C. (1998). *La prensa en México. 500 años de historia*. EDAMEX.
- Requejo Alemán, J. L. (2009). ¿Cómo se financia el periodismo de investigación en los Estados Unidos? *Revista de Comunicación*, (8), 167-181. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2802/2319>
- Requejo Alemán, J. L. (2013). Buscando la sostenibilidad del periodismo de investigación sin ánimos de lucro. *Comunicación y Sociedad*, (20), 211-231. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i20.227>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>

- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., Ross Arguedas, A., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- Robertson, C. T. (2024, June 17). *¿Cuánto se paga por las noticias online? ¿Y qué puede animar a más gente a pagar?* Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/cuanto-paga-la-gente-por-las-noticias-online-que-podria-animar-otros-pagar>
- SembraMedia. (2017). *Punto de inflexión. Impacto, amenazas y sustentabilidad: estudios de emprendedores de medios digitales latinoamericanos*. Omidyar Network. <https://data.sembra-media.org/wp-content/uploads/2017/09/Punto-de-Inflexion-SembraMedia-span-7-24.pdf>
- Secanella, P. M. (1983). *El periodismo político en México*. Ediciones Prisma.
- Serna Rodríguez, A. M. (2014). Press and Society in the Revolutionary Decades (1910-1940). *Secuencia. Revista de historia y ciencias sociales*, (88), 111-149. <https://doi.org/10.18234/secuencia.v0i88.1217>
- Soto Galindo, J. (2023, June 14). La desconfianza en las noticias se enquistó. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/La-desconfianza-en-las-noticias-se-enquista-20230614-0023.html>
- Smith, B. T. (2018). *The Mexican Press and Civil Society 1940-1976. Stories from the newsroom, stories from the street*. The University of North Carolina Press.
- Transparency International. (2023). *Corruption Perceptions Index 2023*. <https://images.transparencycdn.org/images/CPI-2023-Report.pdf>
- Quinto Elemento Lab. (s.f.). *Nosotros*. <https://quintoelab.org/nosotros>
- World Association of Newspapers and News Publishers, & Center for International Media Assistance (2014). *Comprando complacencia: Publicidad oficial y censura indirecta en México*. Fundar. <https://fundar.org.mx/wp-content/uploads/2013/05/COMPRANDO-COMPLACENCIA-PUBLICIDAD-OFICIAL-Y-CENSURA-INDIRECTA-EN-MEXICO.pdf>
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1019-1042. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0149206311406265>

Notas

ⁱ O censura indirecta que “incluye una serie de acciones destinadas a influir en los medios de comunicación, excluyendo cierres, encarcelamientos, censura directa de contenidos específicos, y ataques físicos a periodistas o instalaciones de medios de comunicación” (World Association of Newspapers and News Publishers & Center for International Media Assistance, 2014).