

Jóvenes comunicadoras. Con voz propia: Ximena Villagrán Barillas

Locutora:

Ximena Villagrán Barillas está especializada en gestión de productos para medios, periodismo de datos y financiación de medios. Esta guatemalteca de tan solo 32 años es la directora de operaciones de una de las principales organizaciones contra la desinformación en España, que os sonará: Maldita.es. Anteriormente, fundó El Intercambio, una productora de periodismo transmedia basada en periodismo de datos que trabajaba en Centroamérica. Entre los entresijos de su currículum, hay varias colaboraciones en medios de comunicación tan notables como BBC Mundo, *El Confidencial*, *Eldiario.es* o su rol de consultora y profesora de Periodismo de Datos y Acceso a la Información. Ximena nos confiesa que...

Ximena Villagrán Barillas:

Aunque ya no hago periodismo, he logrado descubrir que los medios necesitan más que reporteros y que mi carrera podía llevarme a lugares donde podía seguir aplicando y aprendiendo del periodismo, aunque no esté haciendo reportil.

Locutora:

Mi primer trabajo.

Ximena Villagrán Barillas:

Debería hablarles sobre mi primer trabajo remunerado, pero creo que mi historia profesional viene un poco de antes, porque yo siempre soñé con ser periodista. Cuando tenía doce años, fui a un curso de locución porque creía que iba a ser periodista de radio. Pasé un año yendo todos los sábados a un curso de locución en el que solo había adultos. Al final, después de ese curso de locución, y como podrán oír en esta grabación, decidí que la radio no era lo mío.

Pero a los 14 años, apareció una cosa muy chula que básicamente era un periódico en Guatemala que creaba una revista que salía los viernes, que tenía un consejo editorial formado por gente joven. Y ese consejo editorial nos dejó ser periodistas desde aquella época. Entonces, a los 14 años, cuando tenía vacaciones del cole, que en Guatemala no son en la misma época, pero es como el verano, pasaba mis veranos en un periódico, trabajando, haciendo esa revista y en la sección de suplementos; que iba desde cubrir conciertos hasta entrevistar a famosos o directamente hacer algún répor que a mí me interesara. Y es ahí donde yo tengo el primer contacto con el periodismo. Y sí, era una niña loca obsesionada con ser periodista, básicamente.

Cuando salgo del colegio, a los 17 años, me ofrecen mi primer trabajo remunerado. Ese primer trabajo remunerado no estaba directamente relacionada con el periodismo, pero una de las clases que siempre me gustó más en el colegio eran Ciencias Sociales, Historia, etcétera, y una persona que conozco por la vida, un amigo de mis padres, básicamente, trabajaba en la Editorial Santillana y me contratan como editora júnior. En aquel momento, yo ni siquiera podía cobrar por el trabajo, yo era menor de edad. No tenía facturas, no estaba registrada como autónoma; entonces pasé unos meses trabajando sin que me pagaran, hasta que el día que cumplí 18 años me pude dar de alta de autónoma, tener unas facturas y cobrar. Entonces, cobré los tres meses que había trabajado sin tener salario y ya empecé a trabajar ahí, que era ser editora júnior. A

partir de ahí, las cosas fueron siendo más complicadas y agradezco haber sido joven y tener la energía de aquel entonces, porque lo que pasaba es que yo entraba a las 07:00 de la mañana a la universidad, iba de 07:00 a 12:00 a la universidad y a las 13:00 tenía que estar en el trabajo en la Editorial Santillana. Ahí trabajaba cuatro horas.

Y por una entrevista que me mandaron hacer en la universidad –yo iba a estudiar Periodismo a la Universidad del Istmo, que es como el equivalente a la Universidad Navarra en Guatemala–, me ofrecieron ser reportera júnior de *Plaza Pública*. *Plaza Pública* es un medio que nace en aquel año, no me acuerdo exactamente en qué año. En ese primer año, yo voy a hacer una entrevista por una tarea de la universidad al director de ese medio. Es el primer medio independiente que forma parte de la Universidad Jesuita y es como un poco la revolución. Y al salir de esta entrevista, el director me dice que si quiero quedarme a hacer una especie de pasantía. El puesto era reportero júnior, nos pagaban muy poco dinero, pero era mi primera oportunidad de estar en un medio y en un medio en el que todo el concepto me gustaba mucho. Y empecé a publicar ahí, empecé a trabajar, a aprender de muchísimos periodistas a los que yo admiraba. Prácticamente, eran periodistas que venían de otros medios, que eran la razón por la que yo leía los periódicos, etcétera, y eso me abrió muchísimas puertas. Descubrí, por ejemplo, que no todos los medios tenían que tener el mismo modelo, que no todos subsistían de la publicidad, que se podían hacer cosas sin grandes financistas, sin grandes intereses y que podía haber otros modelos de redacción totalmente distintos a los lugares a los que yo había tenido contacto.

Y seguramente se estarán preguntando qué hacía una niña de catorce años en un periódico o, si estaba en primer año de la universidad, cómo lidiaba con estar con gente superprofesional a la que admiraba; con la que, además, tenía que tener una relación, porque yo estaba ahí para aprender. Creo que ese es el punto de todo esto. Yo estaba ahí para aprender. La gente con la que trabajaba, en general, siempre fue maravillosa y sabían que si yo estaba ahí era porque ellos eran gente que tenían que enseñarme y hay que tomarlo como así. Yo creo que nadie que acepte que seamos becarios en un medio o que estemos ahí para eso va a decir: “No, no le tengo que enseñar a nadie”. Yo sé que en España, probablemente, el ambiente sea distinto; en Guatemala, había una especie de oportunidad. La generación de periodistas anterior a la mía o dos anteriores a la mía era gente que jamás se pudo formar en las universidades, es gente que aprendió haciendo, que esto era un oficio, que estaban en la calle y que se comían conferencias de prensa, reportaban... Las oportunidades y herramientas que aprendieron las tuvieron por cursos, etcétera. Y había una especie de ámbito de esperanza en la que esta generación a la que yo pertenecía era como la primera generación de periodistas profesionalizados, que estaban en esos medios desde pequeños y que todos habíamos tenido que pasar por la misma etapa. Sé que esto suena como un escenario idílico y que en España, al final, hay muchos periodistas saliendo de la universidad, hay pocos medios, hay poca oferta, hay poca demanda, en realidad, pero creo que el tema está en buscar esas oportunidades y en creerte que si estás ahí es porque puedes y porque te interesa.

Por ejemplo, una cosa que hacía mi universidad era que todos los años desde el segundo año de universidad, en las vacaciones, nos enviaban de prácticas a distintos medios. No nos pagaban nada, pero era como si fuera una clase de la universidad y teníamos que estar, por lo menos, un mes o un mes y medio. Y era todo parte de eso, de que aprendiéramos a lidiar con la gente que nos tocaba. No voy a decir que toda la gente era maravillosa, feliz y qué maravilla tener a un niño persiguiéndome todo el día, pero en realidad no había otra que aguantarse. Estabas ahí, los perseguías, había días que no te

dejaban hacer nada. Había días en los que incluso te podías aprovechar de esa cosa de ser joven. Yo recuerdo de la primera vez que me mandaron hacer una cobertura del Congreso y era: “Hola. ¿Qué hace esta niña aquí? Que tiene cara de que la perdieron, sus papás la perdieron y la dejaron tirada en el Congreso”. Y fue de las cosas más útiles que me pasaron en el Congreso. Porque durante muchas semanas me mandaban todas las mañanas al Congreso a cubrir la plenaria o lo que fuera y como yo no suponía una amenaza para un diputado, era una niña que parecía una niña tonta, que qué planteaba ahí y me lo contaban todo. Era como que les parecía supersimpática y era como “bueno, vamos a dedicarle 15 minutos a hablar con esta niña”, porque les daba tan curiosidad qué hacía ahí parada.

Eso, a lo largo del tiempo, lo que me dejó fue crear una agenda de fuentes que creé de la nada, que creé porque les parecía un payaso metida en el Congreso y que, de repente, fui construyendo relaciones con algunos diputados que me contaban cosas. Pero en lugar de ver el ser joven como un problema, lo que hice fue darle la vuelta. En muchos casos, incluso me hacía la tonta para que a ellos les siguiera haciendo gracia que yo llegara a hablarles. Pero mientras me hacía la tonta, estaba consiguiendo la información que necesitaba.

Locutora:

Mi mundo laboral.

Ximena Villagrán Barillas:

Soy la directora de operaciones de la fundación Maldita.es. Al oír “operaciones”, probablemente no piensen en periodismo ni tampoco en nada relacionado con los medios. Y también se preguntarán cómo una persona que estudió Periodismo llegó ahí. Bueno, no es tan complicado como parece. Maldita.es se fundó oficialmente en 2018 y nació de dos cuentas de Twitter: Maldita Hemeroteca y Maldito Bulo. Después de muchos años de trabajo, esta fundación no es solo un medio de comunicación, Maldita.es, que es lo que ustedes ven desde fuera, ni tampoco solo una organización de *fact-checking*. Maldita es una organización sin ánimo de lucro que hace muchas cosas: periodismo, educación, investigación, incidencias y desarrollo tecnológico. Todo para luchar contra la desinformación.

Después de toda esta explicación, creo que seguirán pensando: “¿Qué hace una periodista en una fundación y qué son las operaciones?”. En la práctica, los directores de operaciones son el adjunto al CEO, el director máximo de una empresa o de cualquier organización. Y el trabajo de director de operaciones consiste en dirigir, en coordinar y hacer que todos los equipos rueden y trabajen juntos para que la organización funcione. En mi caso, dentro de Maldita, mi trabajo va desde trabajar con el equipo de proyectos e impacto, para diseñar proyectos y estrategias que permitan el financiamiento de la organización; trabajar con el equipo financiero, para asegurar que los gastos e ingresos se hagan de forma adecuada y eficiente; o trabajar con la dirección, para diseñar las estrategias de sostenibilidad, cuidar a las personas que trabajan y son parte de Maldita o cosas superdistintas como trabajar en el desarrollo tecnológico. Junto con el equipo de desarrollo tecnológico diseñamos productos y soluciones que pueden hacer nuestro trabajo mejor, pero también el trabajo de otras organizaciones. Y esto también está relacionado con la sostenibilidad de la organización.

Lo más importante de este trabajo es también la parte editorial. Nada de lo que se hace dentro de Maldita puede funcionar sin el trabajo del periodismo y de los periodistas que trabajan ahí dentro. Lo que intentamos, desde operaciones y desde la dirección, es que

todo ese trabajo vaya hacia el mismo lugar y que todos apuntemos hacia la misma estrategia. Como verán, todo se relaciona y en esta organización, que nació como un medio y como un medio independiente, es importante que todas las personas trabajen con objetivos claros, coordinados y así podamos luchar mejor contra la desinformación y construir confianza en la gente.

Locutora:
Mi mirada.

Ximena Villagrán Barillas:

Ahora habrás oído, con la introducción de este pódcast, que sé de periodismo de datos, que sé de financiación de medios, que sé de diseño de productos y gestión de productos para medios... Hay un eje conductor en todo esto y es el periodismo. Y cuando hablamos del tipo de gente que viene a trabajar en Maldita o el tipo de gente que yo pienso que me encantaría trabajar con ellos, lo primero que pienso es que el periodismo está bien y creo que hay que estudiarlo y que si vas a trabajar en medios es maravilloso que sepas de periodismo; pero hay una cosa que está clara ahí. Llevo algún tiempo encargándome de contratar a gente en Maldita y resulta que lo que nos suele pasar es que llegan decenas y decenas de currículum de gente que salió de la universidad, que no tiene experiencia laboral o que no se ha especializado en absolutamente nada. La carrera de Periodismo tiene un problema y es que vemos de todo un poco, pero terminamos convirtiéndonos en expertos en nada.

Maldita, el día de hoy, son 60 empleados. Y esos 60 empleados empezaron del salón de la casa de Julio y Clara, con unas cervezas y gente donando su tiempo porque creían que esto era una cosa por la que había que apostar. Y esa evolución es la misma, o sea, era un grupo de periodistas con un ingeniero, David, nuestro director de tecnología, que básicamente han ido evolucionando y aprendiendo otras cosas. La carrera no es una cosa estática, la carrera es una cosa en la que aprendes una herramienta y piensas cómo eso te va a ayudar a solucionar algo a lo largo del tiempo. Y esto también ha pasado con la desinformación. Por ejemplo, en Maldita ya no decimos que somos una organización de *fact-checking*. Es más, prácticamente no decimos que hacemos *fact-checking*. ¿Por qué? Porque la lucha contra la desinformación va más allá y el futuro de este tema va bastante más allá que hacer un artículo de un bulo, etcétera. Porque de lo que nos hemos ido dando cuenta a lo largo de esta evolución es que la desinformación es un problema tan grande que te deja y te afecta en las decisiones que tomas. Y esas decisiones que tomas van desde cosas muy grandes, como por quién votarías, a cosas mucho más sencillas, como qué medicina me compro en la farmacia o qué galletas compro en el supermercado. Pero la desinformación impacta en todos los niveles de nuestra vida y cuando pensamos en la burbuja más amplia, estamos pensando en cómo afecta a la sociedad en la que vivimos.

Básicamente, si los tengo que encantar en algo y les tengo que decir “vayan hacia algo”, no les diría directamente que piensen en hacerse *fact-checkers*. Pero si ustedes creen que la calidad de la información, la veracidad y los procesos y la confianza en los medios están siendo minadas, probablemente tengan que encontrar un espacio ahí; que puede ser enfocarse en regulación, por ejemplo, enfocarse en producto y cosas que hagan más sencillo que la gente pueda identificar la desinformación. O directamente pueden querer ser *fact-checkers*, y no quiere decir que al ser *fact-checkers* tengan que saber todas las herramientas. Una de las cosas que más disfrutamos en Maldita, y es una de las razones por las que si ustedes entran en la web, verán que no hay una firma, es porque todo es trabajo colaborativo. No necesariamente ustedes tienen que saber de todas las

herramientas que sirvan para hacer *fact-checking*; pero al trabajar en equipo, hay gente que sabe más de una cosa, gente que sabe de otra y en un artículo pueden entrar cinco o seis personas, porque se necesitaban muchas herramientas y muchas cabezas. Y esto también nos ha ayudado a reducir sesgos. No sirve de nada un periodista que no es capaz de analizar sus propios sesgos. Entonces, lo único que es necesario es que vean para qué son buenos y de qué cosas pueden aprender más.

A mí me gusta un montón la historia de la persona que se encarga de inteligencia artificial de Maldita. Es un chico muy joven que básicamente estudió Filología Inglesa y jamás en su vida creyó que la inteligencia artificial iba a ser su siguiente paso. Se fue, hizo un Máster en Inteligencia Artificial y ahora mismo es la persona que agarra todos los datos que recopilamos en Maldita sobre desinformación y crea herramientas para que nuestro trabajo sea más sencillo. Por ejemplo, trabaja con nosotros, los periodistas, para automatizar la detección de narrativas de desinformación. ¿Por qué nos ayuda esto? Porque en lugar de tener que ver miles y miles de datos para nosotros intentar encontrar tendencias, básicamente esa herramienta nos las agrupa en pequeños *clusters* y nos dice: “Todos estos contenidos que has visto a lo largo de los últimos tres meses apoyan esta narrativa de desinformación”. Y esto son los roles que los medios necesitan. Necesitan gente que pueda entender qué hacemos, para qué lo hacemos y que esos flujos de trabajo sean más sencillos. Y si la desinformación es lo suyo, encontrarán un espacio en algún lugar, incluso dentro de un medio tradicional, no voy a decir que todo debería de ser organizaciones independientes ni que tenga que haber espacios solo de ONG o fundaciones que se dediquen a esto. Los medios tradicionales también tienen mucho trabajo por hacer.

Por ejemplo, hay cuestiones que tenemos que preguntarnos como qué es un medio. Nosotros, por ejemplo, estamos OK con que haya creadores de contenido y trabajamos con creadores de contenido en redes sociales para que la información que dan a sus audiencias esté basada en hechos y datos. Es el único problema y esa es la regla. Pero si ustedes creen que lo harían maravillosamente bien, con una cuenta de TikTok pueden empezar y pueden explorar; probablemente no vaya a nada, pero en el proceso aprendieron. Y ese es el intento, abrir y cerrar y abrir y cerrar hasta que encuentras algo donde, de repente, sale... Probablemente suene cansadísimo: “¿Y yo qué estoy haciendo aquí?”. Pero no queda otra opción.

Hasta ahora, probablemente, en mi vida personal, no he tenido un trabajo en el que haya estado más de dos años. Y a lo que sí aposté más tiempo era a mi propio proyecto personal y, cuando llegó el momento, crear una productora. Cuando llegó el momento de decir “hasta aquí”, pude decir “hasta aquí” y cambiamos de capítulo. Hay que dejar un poco de lado la mentalidad de “vamos a estar haciendo lo mismo todo el tiempo”. Estudiamos una carrera absolutamente polivalente que abre opciones a cualquier cosa.

Y después de este rollo de ideas que di, básicamente lo que quería era darles un poco de idea de que se repiensen. Y que cuando se repiensen, hay una cosa que a mí me gusta mucho que es que cuando estás diseñando un producto para medios, un producto tecnológico, te hacen hacer un diagnóstico de cuál es el problema, cuál es la solución, cuáles son las oportunidades... Cuando se piensan a sí mismos, intenten hacer ese orden, porque ahí es donde van a encontrar qué pueden hacer y para dónde pueden tirar, aunque parezca agotador.

Locutora:

No son *tips*.

Ximena Villagrán Barillas:

Hay que buscar qué te interesa. Normalmente, esa especialización... A veces, yo que sé, la lógica es "voy a especializarme en un máster de algo que seguro que tiene una salida laboral". La lógica, cuando hacemos eso, no debería de ser cuál es la salida laboral, es una de ellas; pero debería de ser qué me gusta y qué me apasiona o para qué soy bueno. Porque si no, probablemente en tu primera experiencia laboral te des cuenta de que no va por ahí y que esto no va a funcionar.

Si yo pienso en cómo pasé de hacer periodismo de datos a hacer lo que hago hoy, probablemente sea más sencillo de lo que ocurre. Simplemente, aprendí a pensar en metodologías, aprendí a ordenar mi trabajo y aprendí a usar Excel. Cuando piensas: "Oh, ¿por qué sabe usar Excel?". Pues porque estudié Periodismo de Datos y sé otras herramientas. Entonces, ese mismo análisis que me enseñaron en Periodismo de Datos y que era una cosa de Periodismo, ahora me deja hacer presupuestos, planificar una estrategia, etcétera, simplemente por saber usar una herramienta. Aunque aprendan cosas absolutamente inconexas, puede ser que se conecten. Y en el caso específico de Maldita, hay un tema que tiene que ver con que para hacer *fact-checking*, necesitas saber muchas cosas. Por ejemplo, en Maldita tenemos un equipo que se encarga de comunidad. Ese equipo de comunidad son todos periodistas, ¿pero qué hacen? No están escribiendo un artículo para el día, están haciendo que consigamos a expertos, que consigamos a fuentes, que logremos que la gente que nos lee participe y que se una con nosotros a esta lucha contra la desinformación. ¿Por qué ese equipo son periodistas? Porque para entender el producto que tenemos, para entender lo que publicamos, probablemente necesitaran ese conocimiento previo. El resto son herramientas que han ido aprendiendo a lo largo del tiempo, muchas veces, dentro del trabajo y, otras veces, porque tienen intereses varios. Así, tu carrera va cambiando y va uniendo un poco los puntos.