

CAPÍTULO I

LA INFORMACIÓN INTERNACIONAL 3.0: LAS NUEVAS RELACIONES ENTRE PERIODISTAS, REDES SOCIALES Y ONG´S.

Pilar San Pablo

Universidad de Valladolid

Resumen

En el ámbito del periodismo internacional español se detecta un proceso de transformación estructural que afecta a la relación entre los periodistas y Organizaciones No Gubernamentales. Dado que este trabajo se inscribe en el contexto del proyecto *La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital. Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales: profesionales, universidad y educación obligatoria*¹, cuyo objetivo era averiguar el nivel de competencia mediática en la enseñanza superior y el mundo de los profesionales de los medios, hemos creído necesario ampliar dicha investigación para detectar cambios de modelo, contenidos o propósito en la información internacional que dan lugar a nuevos medios y nuevas prácticas periodísticas. Para ello, nos centraremos específicamente en la relación entre periodismo y ONG´s basándonos en diversos factores. Nuestra reflexión estará apoyada en entrevistas realizadas a periodistas y en el análisis de caso de alguno de nuevos medios emergentes en el ámbito de la información internacional española.

Palabras clave: Periodismo internacional, cambio de modelo, empresa periodística, *free-lances*, Ong´s, nuevos medios.

¹ Proyecto de Investigación I+D+i desarrollado entre 2011-2014 (Ref. EDU2010-21395-C03-02). Sus resultados quedaron recogidos en el libro *La educación mediática y los profesionales de la comunicación*. BUITRAGO, Alejandro, NAVARRO, Eva, GARCÍA MATILLA, Agustín (Eds.), Gedisa, Barcelona, 2015.

1. Introducción

La crisis de modelo de los medios de comunicación tradicionales y sus repercusiones económicas, tecnológicas y sociales han conducido a la profesión periodística a padecer unas relaciones laborales cada vez más inestables y precarias. Al tiempo que muchos medios tradicionales de prensa empiezan a quebrar, se percibe un auge de periodistas que ejercen la profesión como *free-lances* o que colaboran con Organizaciones Humanitarias y No Gubernamentales. El escenario internacional, fuertemente marcado por impacto de las guerras en curso y de los escenarios de conflicto ha modificado el modelo informativo, condicionando la práctica de este periodismo internacional e incorporando voces que proceden de entidades humanitarias que operan como «una organización mediática»(Redondo, 2016:58). En los últimos años han nacido nuevos medios en España (*Revista 5W, Desalambre-Eldiario.es, Me-Mo Magazine...*) que abordan la información internacional basándose en nuevos modelos de negocio. El presente artículo se preocupa en indagar en estos factores que inciden sobre la información internacional y que propician la aparición de nuevos soportes con el objetivo de conocer las implicaciones para la ciudadanía y el entramado social. Para ello hemos realizado una serie de entrevistas en profundidad (Taylor y Bogdan, 1987) a doce profesionales del periodismo internacional españoles. Para ello nos enfocamos en la tipología de relación entre los periodistas y las ONG´s y en las prácticas de estos en el contexto digital.

1.1. *Periodismo en escenarios de crisis*

La situación de crisis que atraviesan las empresas periodísticas ha provocado la precarización de la profesión de los informadores de manera global con el riesgo consiguiente para un servicio público que garantiza a la ciudadanía su derecho a información² (Kovach y Rosensteil, 2001). La periodista Victoria Prego describía el panorama del periodismo como «desolador, triste e

² Derecho a la información en un sentido amplio, no sólo como receptores sino como emisores y protagonistas de sus mensajes.

injusto» en la presentación del Informe Anual de la Profesión Periodística Española³ a finales de enero de 2016. Los periodistas se están quedando como «indios en la pradera» advertía, ante la crisis sistémica que atraviesa la empresa periodística tradicional y que ha confinado a muchos de ellos a la *autonomización* y está conduciendo su trabajo hacia la *proletarización*.

En el informe de 2015 de la Profesión Periodística en España⁴ se evalúa la tendencia hacia la redefinición estructural de un sector, inmerso en una crisis que no parece dejar espacio para otro panorama que no sea una reconfiguración radical del modelo empresarial, abocado a una creciente digitalización. Está cambiando el ADN de la información y atender a esa mutación implica entender que «ya no circula como antes, en unidades precisas, controladas, bien corregidas y calibradas» (Ramonet, 2014:19). Internet impone una nueva lógica de la que el periodismo necesita hacerse cargo.

La organización Oxfam-Intermon editó en 2014 un libro electrónico⁵ para reflexionar sobre la importancia del periodismo, en el que el periodista Gumersindo Lafuente (*Periodismo comprometido*, 2014:7) achaca la agonía de los grandes periódicos en parte a la pérdida de contacto y compromiso con las personas y sus problemas e inquietudes, y afirma que «desaparecerán los periódicos, pero sobrevivirá el periodismo». Iñaki Gabilondo reflexiona sobre los aspectos financieros que aquejan a la profesión (*Periodismo comprometido*, 2014:21): «el único valor de la sociedad en que vivimos es el dinero, y en los medios de comunicación también. La crisis es tan desesperada, tan brutal en los medios de comunicación que, toda la energía, la cabeza y el talento, está dedicada a sobrevivir». Se concluye que, en muchos

³ Realizada el viernes 22 de enero de 2016, en Campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid, en Segovia, España.

⁴ Informe Anual de la Profesión Periodística 2015, dirigido por Luis Palacios y editado por la Asociación de la Prensa de Madrid, Madrid, 2015.

⁵ Libro electrónico editado por Oxfam Intermon en 2014. Disponible en [<http://www.oxfamintermon.org/es/campanas/proyectos/pcomprometido>]. Consultado 29/01/2016.

casos, priman los contenidos comerciales por encima de un periodismo comprometido que busque la verdad.

El fotoperiodista Ricard García Vilanova⁶, que ejerce su oficio como *free-lance*, afirma que se pueden describir varios factores que contribuyen al «cambio de ciclo» que vive la profesión:

[...] La situación económica de las empresas que realizaban estos encargos, que ya no quieren correr estos riesgos y cubrir seguros. También la implementación de la fotografía digital, que parece que convierte en fotógrafo a cualquiera que use una cámara, y después, que ha surgido una nueva figura, que son los activistas locales que ejercen de periodistas. Y las personas autóctonas son las que mejor conocen su país, pero por otra parte entiendo que esa persona difícilmente puede llegar a ser objetiva. Evidentemente esta figura es más económica, la cobertura de un local cuesta la quinta parte que la de un profesional que viene de fuera.

Estamos en un escenario donde la prensa digital crece sin parar, los propios periodistas se reúnen en cooperativas para crear sus propios medios, que obtienen la financiación de los lectores; donde los *free-lances*/trabajadores autónomos prestan sus servicios a varios medios de información simultáneamente y donde las coberturas en zonas de conflicto son sostenidas por la colaboración con ONG´s. Nuevas tendencias o estrategias informativas surgidas de la crisis, que vienen a mostrar la necesidad de una profesión periodística independiente para garantizar los derechos de una ciudadanía que se quiera libre e informada, tal y como ya lo definieron Kovach y Rosensteil, (2001).

⁶ Entrevista de Cristina Casabón para el revista digital *Baab al Shalms*, publicada el 9 de febrero de 2016. Disponible en [<http://baabalshams.com/?p=5951>] Consultada 20/02/2016.

1.2. Las ONG´s en el escenario mediático.

Joseph S. Nye escribía⁷ en 2004 que «la era de la información actual está marcada por el papel cada vez mayor de las organizaciones no gubernamentales (ONG) en la escena internacional» poniendo el foco en el hecho del poder que pueden detentar en el escenario no sólo comunicativo, sino también económico, político y social:

Muchas ONG afirman que sirven de "conciencia global", al representar amplios intereses públicos más allá de la esfera de los países individuales. Desarrollan nuevas normas, presionando directamente a los gobiernos y a las empresas para que cambien sus políticas; e indirectamente, alterando las percepciones públicas sobre lo que las administraciones públicas y las empresas deberían hacer. Las ONG no tienen un poder duro coercitivo, pero disfrutan de un considerable poder de convicción, o blando [*soft power*]: la capacidad para conseguir los resultados que desean a través de la atracción en lugar de la compulsión. Puesto que atraen seguidores, los gobiernos deben tenerlos en cuenta como aliados y como adversarios.

Es importante notar que «las organizaciones pertenecientes al Tercer Sector, comparten con las empresas (Segundo Sector) su condición de organizaciones privadas y con el Estado (Primer Sector) el interés por temáticas que encuentran alguna referencia, directa o indirecta, a veces casi imperceptible con lo público» (Arditi, 2005: 25).

«Estas organizaciones se presentan en la escena pública como representantes y defensoras de una nueva filosofía de desarrollo que enfatiza la agilidad y la eficacia, frente a la burocracia estatal, para movilizar recursos con rapidez y con capacidad de llegar a sectores de escasos recursos» (Martínez Sánchez, 1998:34). «Cuando los individuos consideran que el Estado no resuelve adecuadamente sus demandas sociales, se organizan en torno a

⁷ El País, 3 de julio de 2014. El poder creciente de las ONGs. Disponible en http://elpais.com/diario/2004/07/03/opinion/1088805609_850215.html

entidades intermedias para satisfacer sus necesidades, la solidaridad no se agota en el Estado sino que se realiza en diversos grupos intermedios con autonomía» (Martínez Sánchez, 1998:42).

Las ONG´s han introducido en las agendas mediáticas un pluralismo de contenidos que advierten a la ciudadanía sobre cuestiones que los gobiernos y muchas empresas prefieren ignorar y, en muchas ocasiones, actúan como grupos de presión transfronterizos y transnacionales. Organizaciones como *Human Rights Watch*, *Transparency International*, *Oxfam Intermon* y *Médicos Sin Fronteras*, por mencionar algunos ejemplos, han experimentado un crecimiento exponencial en cuanto a menciones en los medios habituales (*Columbia Journalism Review*, citada por Redondo, 2016:58) y se han convertido en actores con voz propia en la escena de la comunicación mundial. (Castillo Esparcia, 2007).

En el Barómetro de Confianza Ciudadana en las Instituciones del 2014, puede observarse la preponderante tendencia de los ciudadanos a confiar, ante todo, en sí mismos.

Barómetro de Confianza Ciudadana en las Instituciones



Fuente: Metroscopia, El País, 2014.

Nótese como médicos, investigadores, pequeñas y medianas empresas, profesores, encabezan los índices, seguidos inmediatamente por las Organizaciones No Gubernamentales. Por detrás, se desgrana toda una sociología de cómo el respeto va decreciendo en la sociedad española actual. Las ONG's obtienen un grado de valoración que podría estar situándolas en territorios de autoridad moral con altas capacidades para influir en la opinión pública de manera relevante.

Se hace necesario revisar los territorios de la acción comunicativa que estas organizaciones comparten con los medios periodísticos, teniendo en cuenta que éstos si bien no suspenden en este barómetro – encargado por un periódico–, se encuentran en niveles algo inferiores que aquellas, siempre según la percepción de la ciudadanía.

Si atendemos al Informe Anual de 2015, realizado por *The Worldwacht Institute*, se advierte en sus conclusiones de la necesidad de «añadir nuevos elementos que amplíen el marco del debate, y en concreto incluir el discurso de los bienes comunes y del bien común en la línea propuesta por Elinor Olström⁸. Mientras que la narrativa de los derechos no cuestiona el modelo, el del bien común sí tiene la capacidad de cuestionarlo y de variar las reglas del juego.» (*Informe The Worldwacht Institute*, 2015: 238).

La directora de comunicación de Oxfam Intermón, Lucila Rodríguez Alarcón reclama la importancia de una buena praxis que traslade a la ciudadanía lo que está ocurriendo en el mundo y de qué modo es necesario actuar sobre el terreno: (*Periodismo Comprometido*, 2014:10-11):

La crisis de los medios lo que ha hecho es diluir los contenidos. Los medios no tienen tiempo ni capacidad económica para trabajar las historias sobre las que nosotros trabajamos y esto hace que nos quedemos

⁸ Premio Nobel de Economía, compartido en 2009 con O. E. Williamson. En su trabajo fundamental *El Gobierno de los Bienes Comunes* (1990), estudia múltiples casos que muestran cómo manejar y disponer colectivamente de recursos escasos.

completamente huérfanos. Nosotros no intentamos camuflar la realidad, nosotros intentamos cambiar esa realidad. No tenemos que vender una historia, la historia está ahí pero necesitamos medios que la cuenten. No es una cuestión de visibilizar el trabajo de organizaciones que estamos sobre el terreno, es mucho más importante que se entienda el conflicto en el que estamos trabajando porque si no, no podremos convencer a nadie de que nuestro trabajo es necesario.

Alfonso Gumucio (2004: 19) se pregunta por cuál habrá de ser el perfil ideal de este nuevo comunicador:

Un periodista puede tener una gran habilidad para escribir, para elaborar un programa de radio o de televisión, pero carece de la visión estratégica y de la experiencia comunitaria que es indispensable en los procesos de desarrollo. Lo que hace a un nuevo comunicador es esa mezcla, difícil de obtener en una sola persona, el conocimiento de los temas de desarrollo, la experiencia directa de trabajo en las comunidades, la sensibilidad para abordar la interculturalidad, y el conocimiento de los medios y la tecnología de la comunicación. Al equilibrar todos esos elementos, el nuevo comunicador puede concebir e implementar estrategias de comunicación para el cambio social. En ausencia de una disciplina de la comunicación para el cambio social, el nuevo comunicador puede provenir inicialmente de áreas como la antropología, la agronomía, la sociología, la educación, la salud, y también el periodismo.

3. 3. Periodismo y ONG´s

Las prácticas comunicativas y los periodistas *encamados* en Organizaciones No Gubernamentales no han sido aún cartografiadas desde teorías epistemológicas sólidas. Algunos lo definen como *empotramiento humanitario* y otros, como Fundeu BBVA, como *integración*, (Redondo, 2016:60). En efecto, cuando se rastrea la literatura científica, encontramos nomenclaturas y clasificaciones muy diversas y en cierto modo difusas.

Periodismo social, video social, periodismo participativo o videoactivismo son sólo algunas de las etiquetas bajo las que se nombran estas prácticas, reagrupándose en características pertinentes, pero a menudo difusas. En lo que estos estudios sí suelen coincidir es al menos en un par de ideas. Para todos, el periodismo que se realiza bajo estas filosofías es *alternativo* al de la comunicación hegemónica, la de los grandes grupos mediáticos, y está centrada en el servicio al ciudadano y en la *transformación* y mejora de su entorno social: es participativa (colaborativa), generadora de tejido social, inclusiva ante las diferencias y desarrolladas desde una mirada ética que pretende, desde la comunicación, empoderar a los colectivos en los que se desarrolla.

La comunicación para el cambio social es una comunicación ética, es decir, de la identidad y de la afirmación de valores; amplifica las voces ocultas o negadas y busca potenciar su presencia en la esfera pública. Recupera el diálogo y la participación como ejes centrales; ambos elementos existían entrelazados con otros modelos y paradigmas y estaban presentes en la teoría como en un gran número de experiencias concretas, pero no tenían carta de ciudadanía entre los modelos dominantes, de modo que no alimentaron suficientemente la reflexión. Esta comunicación que comienza ahora a recuperar terreno es como el cuarto mosquetero, presente junto a los otros tres, aunque no se le cuenta todavía. Entra un poco más tarde en escena, pero su contribución es definitiva (Gumucio, 2004: 6)

Aunque no es objetivo de este artículo establecer taxonomías científicas infalibles, se busca, al menos, contextualizar los rasgos de este periodismo embebido⁹ en acciones humanitarias de

⁹ El fenómeno de los reporteros que trabajan en el relato de acciones como periodistas *empotrados* (*embedded*) cobró fuerza a raíz de la invasión de Irak. Este modo de hacer periodismo ya fue utilizado en Vietnam y mucho antes, desde el siglo XIX para acompañar a las tropas y narrar las guerras. Los periodistas formaban parte de la unidad militar a la que eran asignados como un miembro más de dicha unidad, y como tales, debían respetar y obedecer a sus superiores en rango. Recibían preparación física, técnica, táctica, psicológica y militarmente para incorporarse a las misiones. Sus noticias eran revisadas por los mandos y su visión del conflicto se supeditaba a la visión de los militares a los que acompañaba.

ONGs y otros organismos sin ánimo de lucro centrados en el desarrollo. Podríamos pensar en una dimensión de la información internacional que desafía al «paradigma dominante o periodismo de guerra (que) no es más que un reflejo de un sistema que genera violencia en sí mismo y del cual los medios vienen a ser un elemento más a la hora de reproducir esas relaciones sistémicamente violentas» (Becker, 1982, citado por Espinar y Hernández, 2012:186). El periodismo de paz como paradigma va mucho más allá de lo meramente informativo pues buscaría incorporar cuestiones fundamentales sobre el funcionamiento mismo de la sociedad, la relación de ésta con los medios de comunicación que «la cobertura actual de los conflictos refleja un modo particular de entenderlos, abordarlos y resolverlos». (Espinar y Hernández, 2012:186)

2. Metodología.

Con el fin de intentar establecer un mapa de lo que se mueve en el ámbito de la información internacional en el contexto de la realidad digital, hemos empleado la herramienta de la entrevista cualitativa con once¹⁰ periodistas en activo en España.

Las entrevistas fueron realizadas entre octubre de 2015 y mayo de 2016 a una muestra de doce periodistas: cuatro periodistas *free-lance*, tres contratados por medios convencionales que han viajado con ONG's y cuatro periodistas trabajando en la comunicación de diversas ONG's.

Las entrevistas, con una duración media de 30-40 min, ser realizaron por teléfono, *skype* y presencialmente. Se elaboraron de

¹⁰ Periodistas/Medio para el que trabaja/Fecha realización entrevista/Fórmula empleada: Raquel González Juárez (periodista Médicos Sin Fronteras, Madrid, 18/03/2016. Presencial), Myriam Redondo Escudero, (periodista y analista, 09/03/2016, presencial), Ricard García Vilanova (fotoperiodista free-lance. 22/10/2015. Teléfono.), Gervasio Sánchez (fotoperiodista free-lance. 28/10/2016. Teléfono.), Lluís Miquel Hurtado (periodista free-lance. 27/1/2016), Xavier Aldekoa (periodista free-lance. 09/3/2016. Presencial), Anna Surinyach (fotoperiodista Médicos Sin Fronteras, Barcelona, 09/03/2016. Presencial), Rosa Menenses (periodista diario El Mundo, 26/01/2016. Teléfono), Carla Fibla (periodista Euronews, 26/05/2016, presencial), Alfonso Armada (periodista ABC, 26/05/2016, presencial), Marcela Ospina (responsable de comunicación Oxfam-Intermon, Barcelona, 26/05/2016, presencial), Pablo Tosco, (fotoperiodista y realizador en Oxfam-Intermon, 25/01/2016. Teléfono).

manera semi-estructurada, con una serie definida de preguntas no directivas, estandarizadas y abiertas y en ellas se abordaba fundamentalmente el objeto de estudio del presente estudio: las relaciones entre periodismo y ONG´s. Este asunto fue definido en varias líneas concretas, a saber:

- las ONG´s y sus acciones como noticias en sí mismas
- la utilización de las ONG´s como fuentes informativas
- las ONG´s como facilitadores logísticos en los desplazamientos de periodistas a zonas de conflicto
- ONG´s y periodistas, colaboración en beneficio mutuo.

Se buscaba información a partir de conversaciones en las que el propio investigador es un instrumento de investigación, en su calidad de observador participante. Los entrevistados actúan como ojos y oídos del investigador, en tanto que trasladan su experiencia en el campo periodístico y de desarrollo de la profesión. Los datos que se recogieron forman parte de la reflexión que se comparte a continuación

3. Desarrollo de la investigación.

3. 1. Las ONG´s y sus acciones como noticias en sí mismas

Desde los años ochenta se aprecia la irrupción de un nuevo modelo social representado en las ONG´s que expresan «las inquietudes y pensamientos de los individuos de una sociedad, presentándose como expresión de la comunidad civil, a través de agrupaciones que defienden un ideal común a una serie de personas. [...] Los medios de comunicación son decisivos para encuadrar, situar y delimitar a las asociaciones, así como explicitar sus objetivos y pretensiones» (Castillo Esparcia, 2007). Desde esta perspectiva, los medios de comunicación vienen dando cuenta de las actividades de las ONG´s. La relevancia que los medios han venido dando a las actividades de las organizaciones no gubernamentales ha ido creciendo. En este artículo, la cuestión se ha centrado en el cambio que se está produciendo con

respecto al papel que éstas juegan en el trabajo de los periodistas y en el periodismo mismo.

3.2. Las ONG como fuentes confiables para los periodistas.

Las principales ONG´s cuentan con sus propios Gabinetes de Comunicación, guiados por periodistas en su gran mayoría, desde donde se define su política comunicativa (sus objetivos) y se establece un plan de comunicación necesario para crear, coordinar, analizar, desarrollar y difundir los mensajes internos y externos, así como para asumir la responsabilidad final de la imagen corporativa de la organización ante sus públicos internos y externos. De esta comunicación va a depender en gran medida la imagen que adquieren dichos públicos y de la lectura pública que se hace por parte de la ciudadanía. Muchas de estas organizaciones se sostienen exclusiva o mayoritariamente con las aportaciones económicas que realizan los ciudadanos, por lo cual su imagen pública es un bien muy preciado que debe ser exquisitamente tratado.

La gran mayoría de los periodistas entrevistados para la elaboración de este artículo coinciden en señalar a las ONG´s con las que han trabajado son fuentes muy fiables: otorgan mucha credibilidad a las informaciones que reciben de ellos.

Myriam Redondo afirma que

[...] las ONG´s empiezan a ganar peso en el mundo del periodismo internacional porque operan en lugares donde los medios no tienen manera de llegar, ni logística ni económica porque no se destinan recursos para enviar a periodistas ni hacer coberturas que duren el tiempo suficiente. Ocurre que las ONG´s están donde no hay nadie.

Rosa Meneses, periodista de internacional en plantilla del periódico El Mundo, ha desarrollado muchos proyectos con ONG, sostiene que las ONG´s

[...] hacen investigaciones sobre el terreno y llegan con su logística a tratar con trabajadores locales para desarrollar sus

proyectos. Esto les otorga una gran credibilidad. Abren muchas puertas a los periodistas, al tiempo que trabajan con enorme seriedad. Contar con las ONG como fuentes es muy útil cuando, como periodista, no puedes desplazarte hasta el terreno. Ellos conocen de primera mano lo que está sucediendo y son testigos directos.

Lluís Miquel Hurtado es un periodista *free-lance*, establecido en Turquía, que vende sus crónicas a diversos medios, entre ellos El Mundo, HispanTV, Deutsche Welle, Eldiario.es, MSur, etc., afirma, sin embargo, que las ONG pueden sesgar en cierto modo la información hacia una vertiente puramente humanitaria,

[...] dado que ellos defienden un espacio de neutralidad e independencia. Pero por su parte, los periodistas tienen una misión un poco diferente. Si bien las ONG´s favorecen en muchas ocasiones el trabajo de los periodistas, creo que éstos no deberían perder, al menos yo no lo quiero hacer, la libertad para poder entrar en cuestiones políticas que sirven para contextualizar la información. Temo que se despolitice la noticia y se incida demasiado en la información humanitaria.

Gervasio Sánchez, fotoperiodista que trabaja como autónomo desde hace más de treinta años, colabora con diversos medios de comunicación y reconoce igualmente que el trabajo de las ONG´s puede facilitar en muchos casos el de los periodistas:

Es posible trabajar y apoyarse en su experiencia e infraestructura sobre el terreno porque su logística puede favorecer el acceso a muchos lugares. No puede generalizarse, no obstante. Yo he trabajado con ONG´s que merecen todo mi respeto, pero por ser una organización no gubernamental no significa que se les pueda otorgar un cheque en blanco. Ellos también tienen sus intereses que defender, y creo que los periodistas deberían siempre trabajar autónomos de los intereses de cualquier organización.

Xavier Aldekoa ha trabajado para La Vanguardia y es uno de los fundadores de la revista digital 5Ws, una de las escasas revistas de periodismo internacional en España. Sostiene que

Cada vez las ONG´s tienen más espacio para publicar a través de espacios digitales como los blogs, que habilitan los propios medios. Se impone ampliar el foco sobre los temas que se tratan si no se les quiere otorgar un sesgo excesivamente humanitario. Por ejemplo, el caso de l'Ebola en Sierra Leona: el tratamiento fue mayoritariamente sanitario, pero ésta es tan sólo una parte del problema; también era una crisis económica, social y política. Centrándonos únicamente en la parte humanitaria, se corre el peligro de reproducir la imagen del “blanco salvador”.

3.3. Las ONG´s como facilitadores logísticos en los desplazamientos de periodistas a zonas de conflicto.

En los últimos años la degradación de las redacciones de internacional ha conducido a que muchos medios hayan sacado el foco de conflictos importantes que han estado aconteciendo sin que se diera cuenta de ellos a la ciudadanía. Sea por falta de recursos, sea por otras razones, el hecho es que las ONGd están pasando a ser agentes mediadores que ayudan a muchos periodistas a acceder a territorios donde se producen los conflictos.

Pablo Tosco es videoperiodista y trabaja en plantilla para Oxfam Intermon. Declara:

En los últimos años (las ONG´s) nos hemos convertido en fuentes y productores de información, y hemos tomado partido por un periodismo comprometido que dote de humanidad a las noticias.

Raquel González, responsable de comunicación de MSF en Madrid, Castilla-León y Castilla- La Mancha

La acción humanitaria es un gesto de la sociedad civil a la sociedad civil y las ONG´s de acción humanitaria como MSF

vinculan sus acciones a la comunicación para dar testimonio de lo que hacen sus trabajadores sobre el terreno. Dado que el silencio mata, nosotros somos conscientes de la necesidad de dar cobertura mediática a los conflictos, aunque nosotros no pagamos a periodistas y separamos el marketing de la comunicación. Los periodistas de las ONG´s no queremos asumir el papel que debe hacer el periodista.

Los periodistas *free-lance* pueden trabajar con las ONG´s estableciendo acuerdos para viajes concretos. **Ricard García Vilanova**, foto-videoperiodista *free-lance* relata su experiencia en uno de los barcos que Médicos Sin Fronteras ha dispuesto en el Mediterráneo a finales del verano de 2015 para el rescate de las pateras en las miles de refugiados pretendían alcanzar las costas italianas desde Libia.

Colaborar con MSF me ha permitido llegar a obtener imágenes de los rescates a las que no podría haber accedido de otro modo. También me ha permitido viajar a diversos países de África, como República Centroafricana o Chad y acceder gracias a las infraestructuras que ellos tienen ya desplegadas en esos territorios para llevar a cabo sus propios proyectos.

Reflexiona también sobre el papel de las ONG´s y los vínculos con el periodismo:

Me he vuelto bastante escéptico, y creo que el periodismo, como tal, no tiene la capacidad de cambiar un conflicto. Siria es el ejemplo; ha sido un conflicto en el que ha habido mucha información (no ahora, te hablo de hace unos años), y ello no ha generado ese cambio o esa ayuda por parte de la comunidad internacional. Yo creo que el periodismo tiene que existir, porque tiene una función social, y realiza un registro de lo que está sucediendo. Pero a estas alturas de mi vida, creo mucho más en la actividad que realizan las grandes ONGs que trabajan de forma directa e inciden en la vida de las personas con las que trabajan. Y como tal, creo mucho más en la labor de estas ONG´s. Por supuesto, muchas de ellas se dotan de fondos privados y les tienes que enseñar el trabajo que realizan sobre el terreno; si no hay imagen o vídeo, la gente no conoce

su actividad. Y yo creo que es mucho más importante la labor que realiza, por ejemplo, un hospital de campaña de MSF y su labor con los pacientes. Los medios se centran ahora en la crisis de refugiados y el Daesh, pero han dejado de contar el conflicto y los muertos. El fin del periodismo, que era crear esa conciencia social y ese cambio, pues francamente, yo no lo he visto, al menos en este conflicto, ni siquiera cuando Assad sobrepasó todas las líneas rojas y utilizó armas químicas contra su población, y al final no pasó absolutamente nada.

Reconoce **Rosa Meneses** que los periodistas se benefician de trabajar con ONG's.

Viajar con ellos te abre puertas que son difíciles, te ahorra tiempo y dinero porque te permite acceder a fuentes que a ti, como periodista, te costaría más trabajo si tuvieras que encontrarlas por tu cuenta. La parte menos útil de viajar con ellos es que, quizá por la logística, tengas que supeditarte a su organización y eso te limite el tiempo que puedes dedicar a hacer otro tipo de historias

Sin embargo, esta periodista le da mucho valor al hecho de que la precarización profesional que ha conducido cada vez a más profesionales fuera del *staffy* hacia terrenos de *free-lance*.

Esto hace que inevitablemente, en las redacciones de internacional dependamos un poco más de este tipo de cosas. Esto hace que si no tienes dinero para viajar, tires de tus fuentes en las ONG's, con el consecuente riesgo de pérdida de visión. Una buena red de fuentes puede suplirlo, pero no siempre.

Sin embargo, **para Xavier Aldekoa**,

[...] cada vez más se viaja de la mano de las ONG's . Se debe mostrar el trabajo de las organizaciones, pero no solamente, ya que se debe evitar aportar una visión sesgada.

Gervasio Sánchez recalca esta idea

[...] se puede trabajar y apoyarse en su experiencia e infraestructura sobre el terreno, siempre que se tenga cuidado a la

hora de seleccionar los temas y no supeditar el trabajo a lo que las ONG´s quieran, pues no hay que olvidar que la comunicación de una Organización No Gubernamental es distinto del periodismo. Su trabajo facilita el acceso a lugares y fuentes y luego el periodista es el que debe contar la noticia.

3. 4. ONG´s y periodistas, colaboración en beneficio mutuo.

No siempre esta mutua colaboración es vista con buenos ojos por los periodistas entrevistados, así **Alfonso Armada**, periodista del diario ABC, afirma

La relación que se establece entre el periodismo y las ONG´s es mutuamente beneficiosa y bastante perversa. Las invitaciones que estas organizaciones hacen a los periodistas a viajar sobre el terreno, buscan promoción y publicidad de sus actividades. Es imprescindible establecer una línea roja entre lo que es información y lo que es propaganda.

Esta misma opinión la corrobora **Carla Fibla**, periodista de Euronews, con dilatada experiencia en colaboraciones con ONG´s sobre el terreno

Los periodistas de plantilla no viajan a zonas de conflicto si no están invitados por ONG´s, otro es el caso de los *free-lances*, que deben hacerlo en situaciones muy precarias económicas y de seguridad. Sin embargo, sigue existiendo la necesidad de que la información internacional sea ejercida por profesionales del periodismo.

Las ONG´s tienen en plantilla periodistas que trabajan al servicio de la comunicación de sus intereses. Desde esta perspectiva, **Pablo Tosco** está convencido que las ONG´s han pasado de ser agentes sobre el terreno a servir de mediadores para hacer llegar esas informaciones a los periodistas.

Se trata de dotar de humanidad a lo que sucede en lugares remotos y olvidados porque desde los medios convencionales no se alcanza.

Anna Surinyach que ha trabajado como fotoperiodista en Médicos Sin Fronteras,

a los medios de comunicación que tienen cada vez una tendencia creciente a cubrir información sobre conflictos con lo que las ONG's pagan. Si los medios sólo pagan a sus reporteros para que vayan dos o tres días al terreno, es imposible que la información sea buena. Por eso, muchos periodistas que trabajamos para ONG's nos vemos obligados a hacer un esfuerzo suplementario para contar lo que de otra manera quedaría sin contar.

Marcela Ospina, miembro del equipo de prensa de Intermon Oxfam declara

Es importante apelar a la responsabilidad social que tienen que tener los periodistas que trabajan en las ONG's para ser capaces de contar aquello a lo que los periodistas de medios convencionales no sean capaces de llegar.

Las organizaciones pueden contribuir a introducir la interdependencia y romper las barreras entre lo global y lo local. Existe por otro lado la idea de que los medios de comunicación se han ocupado poco de los ciudadanos y que se hallan alejados de lo que verdaderamente son los asuntos que les afectan. Y esto, es compartido por los periodistas que no pueden eludir que la crisis interna que viven los medios provoca que cada vez mayor número de ellos opten por convertirse en autónomos y *free-lance*. Pero lo reconoce **Rosa Meneses**,

Sin embargo, las empresas piensan que pueden seguir haciendo el mismo trabajo que antes, aunque hayan recortado a la plantilla y reducido el número de profesionales que tienen en sus secciones se tira de *free-lances* que están sobre el terreno o de las fuentes que se tienen en las ONG's. Para

muchos periodistas en paro una de las salidas puede ser trabajar con estas Organizaciones No Gubernamentales como redactores de informes especializados. Son producciones de calidad para las que se contrata a periodistas especializados en determinados conflictos internacionales.

La colaboración favorece tanto a los periodistas como a las ONG's. Los primeros parecen beneficiarse de diversas maneras, como hemos visto y las segundas visibilizan sus proyectos y acciones gracias al trabajo que los reporteros publican en distintos medios o en sus propios canales de comunicación. Así lo comenta **Ricard García Vilanova**

A veces te compran las fotos y otras tú puedes ceder un parte del material y hacer tu trabajo para otros medios. No ha implicado una relación de exclusividad los viajes que yo he hecho con las organizaciones humanitarias.

La periodista de El Mundo, **Rosa Meneses** sostiene:

Las ONG's me han llevado a ver cosas sobre el terreno sobre las que cualquier periodista quisiera informar, porque aunque parezca interesada su colaboración, yo creo que enriquece a ambas partes. Se merecen que se cuente lo que están haciendo, lo que ellos hacen cumple una labor social. Esta colaboración beneficia a ambos, periodistas y ONG's, pero sobre todo beneficia a la ciudadanía.

Muchas veces los periodistas, y en especial los *free-lance* según **Gervasio Sánchez**,

[...] tienen fuerza, ganas y actitud, pero carecen de medios económicos para poder sostenerse sobre el terreno y hacer su trabajo con libertad, por lo que muchas veces este tipo de colaboración facilita su labor. Siempre que no se sacrifique la independencia, se pueden obtener beneficios de esa colaboración.

Los periodistas y las ONG's comparten, en cierto modo un propósito: el de acceder a contar, los unos y a ayudar, los otros, a aquellos

sectores más desfavorecidos que no tienen *lobbies* que los defiendan y que se encuentran en situaciones de injusticia, violencia y dolor. En este sentido, es general la idea de todos los entrevistados, tanto periodistas como trabajadores de la comunicación y periodistas de ONG's, que esta colaboración puede resultar simbiótica, pues produce beneficios a ambas partes y favorece la visibilización de asuntos olvidados o desconocidos, así como la toma de conciencia para una ciudadanía con recursos y posibilidades para alcanzar a paliarlos. Siempre quedan alertas como la que lanza **Lluis Miquel Hurtado**

[...] a pesar de que es útil en muchos casos, los periodistas tienen una misión un poco diferente que las ONGd. Si bien ellas no toman partido en los conflictos y suelen atender a todas las partes, no así el periodista que yo creo que sí que está obligado a tomar partido.

Conclusiones

Los periodistas y las ONG's comparten, en cierto modo, un mismo propósito: el acceso a zonas de conflicto. Unos para contar lo que ocurre y para ayudar los otros, a aquellos sectores más desfavorecidos que no tienen *lobbies* que los defiendan y que se encuentran en situaciones de injusticia, violencia y dolor. En este sentido, es general la idea de todos los profesionales entrevistados, tanto periodistas como activistas de ONG's, destaca que esta colaboración entre ambos colectivos puede resultar simbiótica, pues produce beneficios a ambas partes y da visibilidad a asuntos olvidados o desconocidos sobre los que es necesario trabajar.

La información internacional es muy cara y los medios tradicionales han dejado de invertir en ella bien por limitaciones económicas, bien por intereses de otra naturaleza y los nuevos medios aún no disponen de recursos para abordarla. El periodismo se abre paso para llegar a la noticia y, lo cierto es que las ONG's se encuentran muchas veces en el epicentro de las mismas, por lo cual son actores muy a tener en cuenta por los informadores.

Al mismo tiempo, las ONG´s que quieran mantener su independencia precisan de una ciudadanía que les brinde su apoyo económico. Parar a conocer su trabajo necesitan del trabajo de informadores y comunicadores y de los ámbitos en donde tradicionalmente la ciudadanía todavía busca la información.

La producción audiovisual (fotografías, vídeos, documentales...) se constituye como la herramienta más eficaz para hacer llegar mensajes a la población interconectada, y las ONG´s no sólo los utilizan cada vez más profusamente, sino que han empezado a producir sus propios contenidos.

Las dos últimas décadas han sido prolíficas en la colaboración entre comunicadores y ONG´s, evolucionando desde experiencias aisladas a colaboraciones más frecuentes y estables. Esta nueva realidad mediática debe ser atendida no sólo por los propios medios convencionales sino por las investigaciones académicas, pues dan cuenta de una comunicación cambiante que debe seguir siendo estudiada.

Los periodistas siguen apostando por mantener su independencia para contar los hechos sin servir a intereses institucionales, ni siquiera los de las ONG´s, que también han de quedar bajo su mirada vigilante, como garantes de las libertades de la ciudadanía.

A este respecto, se hace destacable el hecho de que, en los últimos meses, cada vez con mayor frecuencia los dirigentes de diversas ONG´s hayan alzado sus voces en los medios de Comunicación para alertar sobre la situación que atraviesa nuestro mundo. Sin ir más lejos, aportamos tres ejemplos que hemos encontrado en las últimas semanas: Kenneth Roth, director ejecutivo de *Human Rights Watch*, ha declarado que «el miedo a los ataques terroristas y las corrientes masivas de refugiados están provocando que muchos gobiernos occidentales estén restringiendo las protecciones de derechos humanos»¹¹. Por su parte, José Antonio Bastos, presidente de *Médicos Sin Fronteras de España* alertaba en el mismo sentido:

¹¹ En la presentación del Informe anual de HRW Disponible en [<https://www.hrw.org/es/news/2016/01/27/informe-mundial-2016-la-politica-del-miedo-amenaza-los-derechos>] Consultado enero 2016.

«El valor del ser humano está en cuestión»¹². Y el *CEA(R), Comité Español de Ayuda al Refugiado* habla de «grave retroceso de la política de Europa hacia los refugiados».¹³

Referencias bibliográficas

- Arévalo Salinas, A.I. (2014): Periodismo y comunicación para la paz. indicadores y marco regulatorio, en *Commons. Revista de comunicación y ciudadanía digital*, vol.3, núm. 1, 129-159
<http://reuredc.uca.es/index.php/cayp/article/viewfile/554/556>
- Arditi, B. (ed.) (2005): *¿Democracia post-liberal? El espacio político de las asociaciones*, Rubí (Barcelona), Editorial Anthropos; UNAM, Fac. Ciencias Políticas y Sociales.
- Balas Lara, M. (2011): *La gestión de la comunicación en el tercer sector. Cómo mejorar la imagen de las ONG*, Madrid, Fundación ONCE, ESIC Editorial.
- Castillo Esparcia, A. (2007): Relaciones públicas en las organizaciones no gubernamentales *Sphera publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación*, N^o. 7, 2007, pp. 193-210.
- Cytrynblum, A. (2004): *Periodismo Social. una nueva disciplina*. Buenos Aires, La Crujía, 2004.
- Durán Bravo, P. y Fernández Fuentes, M. B. (2010): "La comunicación en las organizaciones del tercer sector", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 595 a 603 recuperado el 20 de enero de 2016, de http://www.revistalatinacs.org/10/art3/921_Puebla/43_Duran.html.
- Espinar, E. y Hernández, M.I. (2012): El periodismo de paz como paradigma para el cambio social: características, dimensiones y obstáculos, *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 2012, vol.17, pp.175-189.

¹² Entrevista en el diario El Mundo 24/01/2016. Disponible en [<http://www.el-mundo.es/internacional/2016/01/24/56a3748c268e3e71138b457e.html>] Consultado 30 enero 2016.

¹³ En su en su informe de 26 /01/2016. Disponible en [<http://www.cear.es/cear-alerta-de-graves-retrocesos-en-la-politica-de-europa-hacia-los-refugiados/>] Consultado 30 enero 2016.

- García Orosa, B. (2006): Aproximación teórica a la comunicación en el Tercer Sector. La necesaria reclasificación de la comunicación organizacional, *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, n°. 69, 2006, págs. 51-59.
- Gumucio, A. (2004). “El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social”, en *Investigación y Desarrollo*, [en línea] vol. 12, número 1, págs. 2-23. Santiago de Chile (Chile). disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26800101> [consulta: enero 2016].
- Kovach, B. y Rosensteil, T. (2001): *Los elementos del periodismo*, Madrid, Aguilar, 2003.
- Martínez Carazo, P.C. (2006): El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de investigación científica, *Pensamiento y Gestión*, N°20, Universidad del Norte, Perú, pp.165-193.
- Martínez Nicolás, M. y Saperas, E. (2011): La investigación sobre comunicación en España (1998-2007) Análisis de los artículos publicados en revistas científicas, *Revista Latina de Comunicación Social*, n°. 66 .
- Martínez Sánchez, J.L. (1998): *La imagen de las ONG de desarrollo*, Madrid, IEPALA Ed.
- Murciano, M. (dir.) (2010): *La prensa y la cooperación internacional. Cobertura de la cooperación para el desarrollo en nueve diarios europeos*, Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. <http://www.comunicacionsocial.es/catalogo/colecciones/tiempos/la-prensa-y-la-cooperacion-internacional>
- Ramonet, I. (2014): *La explosión del periodismo: de los medios de masas a la masa de medios*, Guadalajara, México, Editorial Universitaria, Universidad de Guadalajara.
- Redondo Escudero, M. (2016): Otro periodismo para las nuevas olas migratorias. *Cuadernos de periodistas*, vol. 31, febrero 2016, pp. 57-67. Disponible en <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/otro-periodismo-para-las-nuevas-olas-migratorias/>, consultado 20/03/2016.
- San Pablo Moreno, P. (2011): Cuando la información se viraliza. Nuevas perspectivas para el periodismo. estudio de caso en torno al

movimiento 15-m en España, *La información audiovisual en la sociedad digital*, Coord. por Javier Sierra Sánchez, 2011, págs. 215-229.

- Taylor, S.J. y Bogdan R. (1987): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Editorial Paidós Básica. pp. 100-132

Otros textos de referencia:

- *Periodismo comprometido*, (VV.AA.), editado por Oxfam Intermon en 2014. disponible en [<http://www.oxfamintermon.org/es/campanas/proyectos/pcomprometido>].
- *Informe anual de la profesión periodística 2015*, Palacios, L. (dir.), editado por Asociación de la Prensa de Madrid, 2015.
- *Informe Mundial 2016 de Human Rights Watch*, 26ª edición. [disponible en <https://www.hrw.org/es/news/2016/01/27/informe-mundial-2016-la-politica-del-miedo-amenaza-los-derechos>], consultado 29/01/2016.
- *Informe Anual del Wordlwacht Institute. La situación del mundo 2015. Un mundo frágil. Hacer frente a las amenazas a la sostenibilidad*. Madrid, Fuhem Ecosocial, Icaria Ed.