

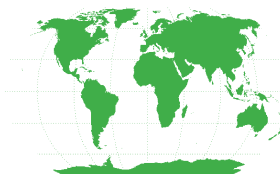
NUEVOS TIEMPOS EN LA INFORMACIÓN PARA EL DESARROLLO. LOS CASOS ESPAÑOLES DE 'PLANETA FUTURO' Y 'DESALAMBRE'

A NEW ERA IN THE INFORMATION FOR DEVELOPMENT. 'PLANETA FUTURO' AND 'DESALAMBRE' SPANISH CASES

Óscar Toro Peña, Ángel Hernando Gómez y Paloma Contreras Pulido

| otorofreelance@gmail.com | angel.hernando@dpsi.uhu.es | paloma.contreras.pulido@gmail.com |

Universidad de Huelva



Resumen: El artículo reflexiona sobre el momento actual de la información para el desarrollo a través de la experiencia de las secciones 'Planeta Futuro', del diario *El País*, y 'Desalambre', de *eldiario.es*. Secciones que nacen en un contexto de recorte en la ayuda española a la cooperación internacional al desarrollo sin precedentes. Una información especializada, joven en España, que ha venido evolucionando a la par que el movimiento vinculado a la solidaridad, la cooperación internacional y la lucha contra la pobreza. Los casos de estudio, por medio de entrevistas semiestructuradas a sus responsables, evidencian la importancia y el peso de un periodismo especializado, adaptado a los nuevos cambios discursivos, tecnológicos y de interés del público por los temas relacionados con el desarrollo como son refugiados, cambio climático, gobernanza, etc. y que marcan los actuales retos globales que contribuirán a que este tipo de periodismo se consolide. **Palabras clave:** información para el desarrollo; periodismo especializado; cooperación internacional.

Abstract: The article reflects on the current state of information for world development through the experiences of the news sections ‘Planeta Futuro’ from *El País*) and ‘Desalambre’ from *eldiario.es*. Sections that they are born in a context of cut in the Spanish help to the international cooperation to the development without precedents. This specialized type of reporting, new in Spain, has evolved alongside the movements linked to solidarity, international cooperation and the fight against poverty. The case studies, through means of semi-structured interviews, demonstrate the following: the importance and weight of specialized journalism adapted to new discursive, technological changes, and of public interest in topics such as refugees, climate change and governance etc. and that signify current global challenges which will ensure the development of this type of journalism. **Keywords:** Information for Development; Specialized Journalism; International Cooperation.

1. Introducción

La información periodística especializada sobre desarrollo en España es joven y casi incipiente. Hay que entender este tipo de información como aquella que divulga políticas y estrategias públicas y privadas encaminadas a luchar contra la pobreza, fomentar el desarrollo humano y garantiza los derechos universales, todo ello a través de iniciativas, proyectos y programas de cooperación internacional en el marco de los países empobrecidos del planeta. En buena medida, como se explica en este artículo, por tres razones: la primera porque España no juega un papel destacado en el ámbito de la cooperación internacional hasta la década de los años ochenta, cuando adquiere la condición de país donante de ayuda al desarrollo. La segunda, como recuerda Marí (2013), porque no será hasta la década de los años ochenta a los años noventa cuando se dé un auge y crecimiento del tejido de las organizaciones no gubernamentales al desarrollo (ONGD), según el experto, motivado por una creciente demanda ciudadana que reivindicaba un mundo más justo. Su máximo exponente lo tuvo en las acampadas ciudadanas que se produjeron exigiendo al Gobierno el 0,7% del Producto Interior Bruto (PIB) a la ayuda al desarrollo. Y la tercera, en la década que va de los años noventa al 2000, con el aumento de una ciudadanía comprometida e interesada en las causas y efectos de las desigualdades del planeta, cierta madurez del tejido asociativo y un escenario tecnológico que permite ofrecer nuevos productos informativos a los medios de comunicación. Sin embargo, será en un contexto de recortes y crisis en el sector de la cooperación española al desarrollo cuando aparecen las secciones especializadas de ‘Planeta Futuro’ (*El País*) y ‘Desalambre’ (*eldiario.es*).

Cabezas Valencia (2005) recuerda que el fundamento de la cooperación internacional al desarrollo se encuentra en la Constitución española de 1978, en cuyo preámbulo queda recogido lo siguiente: “Establecer una sociedad democrática avanzada, y colaborar en el fortalecimiento de unas relaciones pacíficas y de eficaz cooperación entre todos los pueblos de la Tierra”. Aunque el propio Cabezas (2005) reconoce, como anteriormente indicó Marí (2013), que no será hasta la década de los años ochenta cuando empieza a ganar presencia a partir de las primeras aportaciones económicas a los países del sur empobrecidos. Esto es posible porque España deja de ser receptor de las ayudas internacionales y puede sumarse a la lista de países donantes.

Por otro lado, el auge de las ONGD, en la etapa, etiquetada por Marí (2013) de eclosión a partir de las acampadas reivindicando el 0,7 por ciento del PIB a la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD), evidencia una muestra, sin precedentes, de compromiso de la ciudadanía española con la solidaridad y la cooperación internacional. Esta respuesta masiva, en el otoño de 1994, despierta el interés informativo de los medios de comunicación. E incluso, desde el ámbito de las organizaciones, se ven por primera vez acciones y estrategias pensadas para atraer la atención mediática como son la huelga de hambre de dos miembros de los movimientos sociales y las acampadas que empiezan a ocupar el Paseo de la Castellana (Madrid). Las acampadas, sin lugar a dudas, se convierten en el símbolo de la protesta y serán replicadas en numerosas ciudades españolas (hubo más de 4.000 tiendas de campaña plantadas en calles y plazas de todo el país). Como sostienen Jerez y Sampedro (2004: 50), “no obstante, esta inicial entrada por la puerta grande en los medios incide en la imagen pública del movimiento, incluso en su propia estrategia comunicativa y de movilización, subrayando determinados contenidos discursivos e ideológicos que lo llevan a ser percibido como un movimiento de consenso”. Y es que el objetivo era claro, generaba unidad y era fácil de entender y asumir por todos los actores implicados y por la ciudadanía: lograr que el Gobierno cumpliera las recomendaciones de Naciones Unidas de destinar el 0,7 por ciento del PIB a la cooperación con los países empobrecidos. Y este fin, a su vez, se visualizaba en un mensaje directo y en una imagen concreta: el 0,7%.

Esta estrategia de mensajes claros y aglutinadores se volvieron a dar, también con éxito, en el ‘No a la Guerra’ en 2003; en ‘Pobreza Cero’ en el marco de los Objetivos del Milenio en 2005 y, posteriormente, ocupando las calles –especialmente la Puerta de Sol de Madrid–. Esta plaza acabó siendo un símbolo de las protestas del movimiento de los indignados y el 15M en mayo del 2011.

El éxito de la movilización del 0,7 y la novedad de la misma no podía pasar desapercibida por los medios de comunicación. Los organizadores dise-

ñan las acciones y mensajes de movilización, de sensibilización y de información pensando en los medios generalistas de la época.

El diario *ABC* destaca por la amplia cobertura informativa que le da al citado acontecimiento. Algo que –sugieren Jerez y Sampedro (2004)– responde al doble sentido de, por un lado, mostrar su apoyo como causa “de contenido ético” y, por otro, como elemento para atacar al gobierno socialista de la época.

Es significativa la siguiente portada publicada el 28 de octubre de 1994.

Figura 1. Portada periódico *ABC* (28/10/1994). Fuente: hemeroteca *ABC*.



El diario abre su edición con el titular “Tienen razón”. Una clara y contundente declaración de apoyo a las reivindicaciones. Actitudes que luego no mantuvo cuando el Partido Popular (PP), bajo la presidencia de José María Aznar, estaba en el Gobierno y las ONGD reclamaron la aprobación de la Ley Española de Cooperación al Desarrollo entre marzo y junio de 1998 o el ‘No a la Guerra’ de Irak en el año 2003.

Por otro lado, el diario *El País*, el 14 de diciembre de 1996, publica: “La acampada en Madrid del 0,7% se duplica en tan sólo seis días”¹. Y en cuyo texto destaca que en menos de una semana “las 30 tiendas con las que arrancó la acampada protesta del 0,7% el domingo pasado son ahora 60. El número de solidarios ha pasado de 60 a 150”. La falta de referencias en este tipo de movilizaciones hace que el interés informativo de la noticia destaque el número de participantes y no tanto el objetivo de la acampada que se explica en un segundo lugar del texto. Las causas y motivaciones de las acampadas quedan relegadas al cierre de la noticia. Una estructura narrativa que se ha venido repitiendo mayoritariamente en las informaciones relacionadas con la solidaridad, la cooperación y el desarrollo, más interesadas en la espectacularidad que en las causas. Y que sigue siendo objeto del debate entre organizaciones y medios para mejorar las informaciones que hablan de estas temáticas. En esta línea Ramonet y Albiñana (1998) escribían en *La tiranía de la comunicación* que el mundo en desarrollo sólo aparecen en los medios en dos contextos opuestos: uno vinculado al universo publicitario mostrando vacaciones exóticas y territorios remotos destinados a la evasión de los ciudadanos de los países del Norte; y otro, a través de los informativos narrando los desastres naturales tales como huracanes, terremotos e inundaciones, o con noticias sobre golpes de Estado, actos terroristas o guerras civiles. Dos imágenes opuestas y distorsionadas de la realidad de los países empobrecidos que durante años se han proyectado en los medios de comunicación formando una opinión pública parcial de la realidad de los denominados países en desarrollo.

La demanda del 0,7 se convierte en el objetivo de las organizaciones sociales y sirve para conectar con una amplia mayoría de la sociedad española. Un objetivo que, 23 años después, sigue sin lograrse. La ONGD Intermón Oxfam, en el informe *La realidad de la ayuda*² publicado en marzo del 2017, sitúa la AOD en 2015 en un 0,13 % del PIB, lo que posiciona, según Oxfam, a España en el puesto 26 de 28 –el tercero por la cola– de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

En este periodo de eclosión, las ONGD entienden que la comunicación es esencial. Empiezan a incorporar en sus estructuras a gabinetes de prensa o personal para estas gestiones. Algunas vinculan sus competencias de comunicación con las áreas de sensibilización, movilización y educación para el desarrollo. También aparecen las primeras referencias sobre una comunicación para el desarrollo en la línea de lo que Rosa María Alfaro (1993), Servaes (1999) o Gumucio Drago (2001 y 2004) proponían: la de apostar por modelos

[01] Consultado en línea el 6 de junio de 2017 desde: <https://goo.gl/djGb1G>

[02] Consultado en línea el 2 de mayo de 2017 desde: <http://www.realidadayuda.org/>

comunicativos abiertos, participativos, alternativos que permitan un desarrollo equilibrado, justo y con capacidad de transformación social. En España estas propuestas comunicativas son una excepción. Pero todo ello abre un interesante debate en relación a la comunicación como instrumento para el desarrollo y el cambio social que servirá para marcar el camino de las futuras acciones y estrategias de comunicación e información, tanto a nivel nacional como en los países receptores de la ayuda. Lo que sí se da mayoritariamente es el convencimiento de la importancia de los medios de comunicación como altavoces de las acciones y mensajes de las organizaciones para conectar con la ciudadanía. Comienza de alguna manera el principio de una nueva y permanente relación entre el sector de la cooperación y el de profesionales y medios de comunicación. Romo (2005) critica que el interés, a costa de adoptar el discurso mediático de los medios generalistas, llevó a algunas ONGD a entender la comunicación como un canal de visualización y posicionamiento en vez de un medio para la transformación colectiva que diese lugar a sociedades más justas, sostenibles y solidarias. Una práctica que, como sostiene el autor, generó la erosión de la propia legitimidad de la entidad y que ha costado invertir, al menos en parte, en los años posteriores. Javier Erro (2003: 69) afirma que “entre todos hemos convertido la solidaridad en un objeto de consumo más, porque el modelo de comunicación mercadeada, así lo exige”.

En este periodo también es relevante citar algunos avances. Un buen ejemplo es la publicación en 1989 por la Coordinadora Estatal de ONGD del “Código de Conducta de Imágenes”³. Un texto que recogía, entre otros aspectos como regla básica, evitar que las entidades emplearan “las imágenes catastróficas o idílicas que incitan más a la caridad limitada a la buena conciencia que a la reflexión”. Y también convirtiéndose en un aviso a los medios de comunicación, especialmente acostumbrados a la información espectáculo, para empezar a proponer nuevas prácticas y discursos informativos más especializados. En esta línea, Obregón (1998) sugiere profundizar en la explicación de los fenómenos sociales actuales y nuevos, mejorar la calidad de la información para lograr una mejor transmisión de conocimientos y aumentar la credibilidad de medios y profesionales.

Marí (2013) sostiene que tras este periodo se da uno de consolidación sustentando en que la comunicación ya ocupa un papel relevante en las acciones de desarrollo. Las ONGD revisan sus áreas y estrategias de comunicación. Los planteamientos son más globales con especial importancia al impacto y potencialidad de las TIC y redes sociales como nuevos canales de difusión y concienciación. En paralelo, se especializa la información, se amplía el foco y

[03] Consultado en línea el 6 de junio de 2017 desde: <https://goo.gl/N90MmU>

el interés informativo, aumentan los actores (administraciones, universidades, fundaciones, etc.) y, por tanto, las fuentes.

Es interesante destacar los siguientes estudios porque ayudan a entender la evolución de la información al desarrollo y el papel de los medios periodísticos: el Grupo de Investigaciones sobre la Información del Observatorio Iberoamericano de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) realizó un análisis de las siguientes cabeceras europeas: *ABC*, *El País*, *La Vanguardia*, *Le Figaro*, *Le Mon*, *The Guardian* y *The Times* en el periodo de septiembre a diciembre 2009. El objetivo era analizar el tratamiento de la prensa europea sobre la cooperación internacional: espacio que le otorga, enfoques, actores, temas tratados, etc. El estudio concluye que la mayoría de los medios tratan regularmente temáticas relativas a la cooperación pero, en general, le dedican un espacio reducido. Según el estudio, un 3,5 por ciento de su contenido. Destacan entre los medios que más atención le otorga, los franceses. Y evidencian que la cobertura informativa aumenta cuando se producen acontecimientos relacionados con la agenda internacional de la cooperación al desarrollo (reuniones de organismos internacionales, cumbres y Objetivos de Desarrollo del Milenio, etc.). En relación a los temas, un 70 por ciento de las informaciones se reparten en tres ejes temáticos: la gobernabilidad y el fortalecimiento democrático, especialmente referidos a temas de derechos humanos y la protección del medio ambiente, sobre todo lo relacionado con el cambio climático y sus efectos. Y por último, el buen gobierno mundial. Contenidos como la lucha contra la pobreza, a pesar de ser uno de los principales intereses de la cooperación y centrar, incluso, la agenda de la cooperación de países como España, Francia y el Reino Unido, ocupa un 8,1 por ciento en la prensa analizada.

Los datos aportados por los investigadores de la Autónoma coinciden en parte con los resultados recogidos anteriormente por el Grupo de Comunicación de la CONGDE en un dossier publicado en el 2007 bajo el título *Los medios de comunicación y las ONGD: situación actual y retos*⁴. En este caso, el grupo realizó entre julio y agosto del 2006 un cuestionario que se envió a 161 periodistas de medios de difusión nacional. Sólo respondieron 73, lo que demuestra el bajo interés entre los profesionales sobre el ámbito de la cooperación internacional. La encuesta concluye, entre otros, los siguientes resultados:

→ Los temas de mayor interés son los relativos a los desastres humanos (en la línea que defendía anteriormente Ignacio Ramonet de esa visión catastrofistas de los países del sur y como respuesta a la máxima periodís-

[04] Consultado en línea el 6 de junio de 2017 desde: <https://goo.gl/Pw8hxz>

tica de poner el foco en los desastres) frente a los que tenían que ver con la lucha contra la pobreza.

→ Mayoritariamente los profesionales encuestados señalan que sí existe interés en su medio por estos temas, sin embargo, comparativamente con otras temáticas ocupan poco espacio.

Más recientemente, el Observatorio de Cooperación y Medios de Comunicación de la Fundación Instituto Sindical de Cooperación al Desarrollo publicaba el estudio *Observatorio de Cooperación y Medios*⁵, realizado entre enero y junio del 2014, el que ponía de manifiesto conclusiones como:

→ Sigue predominando un uso “instrumental” de los medios, en los que las ONGD están más preocupadas por informar sobre sus actividades, acciones y proyectos que en hacer pedagogía de las causas y consecuencia de la pobreza y las desigualdades.

→ Sigue siendo minoritaria las noticias que incluyen la “voz del sur”.

→ Sigue siendo deficitario el trabajo del periodista, en cuanto sigue siendo escaso el número de profesionales especializados.

Los tres informes evidencian que hay un déficit de información especializada y de calidad en temas de desarrollo, así como de profesionales formados. E incluso destacan que se incumplen, tanto por las entidades como por los medios, acuerdos, normas y propuestas que van en la línea de generar una información más diversa, más completa, más cercana a los hechos, a su contextualización y a sus protagonistas. Esto es debido, como explica Erro (2002), a que falta entre las organizaciones y los medios posicionamientos claros entre la solidaridad como proyecto social o la solidaridad como un producto de espectáculo y de consumo. Sierra (2004), citado por González Álvarez (2012: 248), sostiene que la solución pasa por “replantearse seriamente la comunicación como un problema no de medios o de uso instrumental de los mismos para un discurso político radical, sino como un espacio de diálogo, de consenso y de articulación de voces plurales y de voluntades divergentes y solidaridades precarias”. Los posicionamientos de Darnton y Kirk (2011) y de Chaparro (2012) reivindican la necesidad de repensar el modelo de desarrollo para repensar la información para el desarrollo. Para

[05] Consultado en línea el 6 de junio de 2017 desde: <https://goo.gl/Afgjv4>

los autores, el actual modelo de desarrollo ha contribuido a aumentar las desigualdades en nuestro planeta.

En estos momentos, aunque sea escasa la información especializada en este campo, sí se están ofreciendo contenidos de calidad que permite empoderar a la ciudadanía en el conocimiento de las causas de los retos actuales (pobreza, refugiados, cambio climático, etc.) para así generar una sociedad crítica, comprometida con el cambio y con nuevas propuestas de desarrollo equilibrado, sostenible y justo.

La especialización en los medios españoles llega en primer lugar a áreas como la de Economía, Política o Deportes. No se vislumbran casos estructurados de secciones específicas en materia de desarrollo hasta los ejemplos de estudio de ‘Planeta Futuro’ de *El País* –sección que nace en enero de 2014 tras presentar el proyecto a una convocatoria de la Fundación Bill & Melinda Gates⁶ destinada a apoyar a grandes medios que den información y generen debate político en temas de desarrollo– y ‘Desalambre’ de *eldiario.es* – que ve la luz en mayo de 2013 como sección alineada con la línea editorial del medio en defensa de los derechos humanos–.

Con anterioridad hay que citar el suplemento ‘Mestizaje’ publicado en las páginas del periódico *Diario 16* en el año 2000. Este suplemento vino a ocupar un espacio que demandaba una parte de la ciudadanía española. Su objetivo, como aparecía en el subtítulo de la cabecera, era ser un “suplemento de solidaridad y ecología”. En sus páginas tenían cabida información general sobre solidaridad, cooperación, ecología e inmigración. En este suplemento se encontraban, principalmente, noticias, reportajes y entrevistas cuyas principales fuentes informativas eran las entidades sociales. Otro caso, en el mismo periodo, fue el de la sección ‘Solidaridad’ publicada en la edición digital de *El Mundo*. Ambos son cajones informativos desde donde se abordan las noticias relacionadas con el mundo de la solidaridad y donde, de forma puntual, aparecen temas relacionados con la cooperación internacional y donde casi siempre se relacionan las informaciones con proyectos en terreno o las declaraciones ante un hecho puntual de los responsables de las ONGD.

Es relevante destacar la aparición del medio especializado *periodismohumano.com*. Una iniciativa personal del fotoperiodista, premio Pulitzer (1995), Javier Bauluz cuyas motivaciones fueron:

1. “Como actitud crítica a los medios generalistas ante las informaciones sobre derechos humanos, migraciones y desarrollo”. El propio Bauluz señalaba como origen de la iniciativa, en una entrevista publicada en el

[06] Consultado en línea el 6 de junio de 2017 desde: <http://www.gatesfoundation.org/es/>

diario *El País* (22 de marzo de 2010), el buscar “fórmulas alternativas para poder hacer el periodismo que cada vez quieren más periodistas y más ciudadanos” y criticaba que los medios estaban poniendo más el foco en el “negocio” que en la “información”.

2. Las posibilidades tecnológicas y de reducción de costes para afrontar, sin apoyos de grandes grupos empresariales, la puesta en marcha de un medio propio y especializado.

Javier Bauluz arranca esta nueva propuesta informativa el 23 de marzo del 2010 y se puede afirmar que se convierte en el primer medio especializado que aborda estas temáticas. El medio presta especial atención a los temas de derechos humanos, incluyendo informaciones de calidad, nuevos enfoques discursivos que combinan técnicas del periodismo tradicional y del periodismo digital y una amplitud de fuentes, con especial atención a los protagonistas de las noticias.

Este nuevo medio, así como las secciones de ‘Planeta Futuro’ y ‘Desalambre’ son posibles, como señalan Calvo Hernando (1990) y Ramírez de la Piscina (1999), gracias al acelerado avance de las TIC y la aparición de audiencias selectivas interesadas en temas concretos. La especialización periodística, según López Vila (1989), surge por la exigencia de una audiencia cada vez más sectorizada que quiere encontrar en los medios una mayor profundidad en los temas de su interés. Su aparición se da en los años cincuenta del siglo xx. En buena medida por una crisis del sector y la competencia de medios como la radio y la televisión. La prensa reacciona como respuesta a la mayor exigencia de sus lectores siendo en los años sesenta, y teniendo su epicentro del cambio en Estados Unidos, cuando se va consolidando este nuevo periodismo que según Obregón (1998: 3) es “más comprometido con la realidad, un periodismo que abandona la obsesión por la objetividad. Se adoptan nuevos estilos y nuevos lenguajes”. Además, la especialización necesariamente conlleva la aparición de nuevos profesionales o, al menos, profesionales con nuevas habilidades y conocimientos. Es decir, como sostiene Ortiz Somarro (1997), se pasa de un periodista todo terreno a un profesional conocedor de un tema en profundidad. El conocimiento, la especialización y el interés personal del profesional, como se verá a continuación, juegan un papel determinante en la aparición de esta oferta informativa especializada en España.

Los efectos de la crisis económica están latentes en el ámbito de la cooperación internacional al desarrollo. Durante el periodo del 2008 al 2015 el Gobierno español va uniendo recorte tras recorte hasta el punto de dejar las

cifras de la AOD en mínimos históricos. En el año 2016 se destinan 2.396 millones de euros, lo que supone un 0,21 por ciento del PIB frente al 0,40 por ciento de la mayoría de los socios europeos o el 0,71 por ciento de los británicos. A los datos se suma un claro debilitamiento del sector de la cooperación. Según la Coordinadora de ONGD, en el mismo periodo, se pasa de 6.200 proyectos en terreno a 2.200 y, en términos laborales, se pierden más de 2.000 empleos. En este contexto el diario de tirada nacional español, *El País*, anuncia la aparición de la sección especializada en información al desarrollo, 'Planeta Futuro'. Con anterioridad, el periódico digital *eldiario.es*, también de ámbito nacional, había empezado a ofertar a sus lectores la sección especializada en derechos humanos 'Desalambre'.

Ante el contexto anteriormente descrito y sin que España contara, como se ha explicado, con una tradición arraigada en secciones especializadas en información al desarrollo cabe preguntarse si estos medios crean estos espacios como respuesta a la crisis del sector. Y, si no, ¿por qué en ese momento?

De ahí que el objetivo de la investigación pasa por ver si existe una relación entre la situación generalizada de pérdida de peso del sector y la aparición de las secciones a modo de compromiso de los medios con la solidaridad en general y la cooperación al desarrollo en particular, así como entender las causas de su aparición en este momento concreto.

Igualmente la investigación brinda la oportunidad de buscar respuestas a los siguientes objetivos secundarios:

1. Conocer los fines y objetivos de estas secciones de la mano de sus creadores/impulsores.
2. Conocer la organización de la sección, los criterios en la selección del contenido y la capacidad de decisión con respecto al medio.
3. Reflexionar sobre el presente y futuro de la información al desarrollo en el ámbito de la prensa nacional.

2. Metodología

Es relevante destacar que la selección de estos medios responde, principalmente, por ser los únicos con secciones específicas en información al desarrollo y por las siguientes coincidencias:

1. Coincidencia temporal de aparición de estas secciones y los recortes en cooperación internacional al desarrollo.

2. Ambos medios tienen una difusión nacional.
3. Ambos medios se sitúan en un espectro ideológico de izquierda.
4. Ambas secciones están diseñadas para un público especializado o, al menos, con una fuerte motivación en la información al desarrollo y los derechos humanos.
5. Ambas secciones se diseñan, se construyen en un entorno digital.

Tabla 1. Cuestionario utilizado para las entrevistas de la investigación.

Bloque / Objetivo	Preguntas
Información General	¿Cuál es la finalidad del espacio?
Entender las razones por las que surge la sección, sus fines.	¿Por qué surge en un momento de recorte de la AOD? ¿Qué interés despierta la información al desarrollo?
Contenidos	¿Qué contenidos tienen cabida?
Analizar los temas que se priorizan: con qué criterio y con qué enfoque, sus fuentes principales, generación de opinión en el público.	¿Qué criterios marcan sus informaciones? ¿Por qué? ¿Qué conexión existe con las noticias dadas en el medio? ¿Cuáles son sus principales fuentes? ¿En qué medida sus informaciones generan opinión en la sociedad? ¿Hay mayor concienciación ciudadana ante los temas de desarrollo?
Organización	¿Cuál es el organigrama?
Analizar su estructura, la capacidad de decisión del equipo y la relación con el medio. Su financiación.	¿Qué capacidad de decisión tiene el equipo en contenidos? ¿Cómo se relaciona con la dirección del medio? ¿Cómo se financia?
Previsión	¿Hacia dónde va la solidaridad española en el ámbito de desarrollo?
Evaluar el estado de la cooperación internacional, la respuesta ciudadana a la solidaridad y el papel de los medios de comunicación en este campo.	¿Hacia dónde camina la información en este campo? ¿Qué espacio pretende ocupar con el suplemento? ¿Por qué motivo?

Fuente: elaboración propia

Para dar respuesta a los objetivos planteados se entrevistó a la periodista Lola Huete Machado, promotora y coordinadora de ‘Planeta Futuro’ y a la periodista Gabriela Sánchez, coordinadora de ‘Desalambre’. Las entrevistas se realizan en febrero del 2016 en las respectivas redacciones de *El País* y *eldiario.es* (ambas en Madrid). Para ello se optó por una metodología cualitativa basada en la entrevista semiestructurada. Se entiende, en la línea que apunta

Deslauriers (2004), que esta herramienta servirá para obtener datos descriptivos teniendo en cuenta el contexto en el que se produce y así poder entender la transformación que logra. Para la realización de las entrevistas se contó con el siguiente cuestionario (validado por profesionales de la comunicación y expertos académicos), aunque las preguntas se completaron o matizaron en el desarrollo de la entrevista entre el sujeto investigado y el investigador.

3. Resultados

A continuación se recogen los resultados más relevantes obtenidos a partir de las entrevistas.

1. Ninguna de las secciones surgen como respuesta crítica a los recortes en cooperación o como respuesta de los medios ante esta situación. ‘Planeta Futuro’ (*El País*) nace tras el recorrido del blog ‘África no es un país’ que desarrollaba Lola Huete y por el interés de esta periodista de que hubiera en España un portal especializado en información al desarrollo como ocurría en otras cabeceras europeas como por ejemplo *The Guardian*. ‘Desalambre’ (*eldiario.es*) se diseña desde el origen del periódico. Forma parte de la oferta con la que el medio se posiciona ante la sociedad. La defensa de los derechos humanos está en su línea editorial. La relación entre la aparición de las secciones y los recortes en cooperación es casualidad.

Entrevista Lola Huete (LH)

→ LH1: “Planeta Futuro no surgió de repente. Surgió muy ligado a un blog que tiene el diario (en referencia a *El País*). Blog que existía dos años antes, titulado ‘África no es un país’. Tengo que decir que es una cosa muy personal”.

→ LH2: “Primero hice cosas pequeñas con ellos (en relación a la Fundación Gates) como ir a Kenia para cubrir una historia de planificación familiar y luego, poco a poco, con la ayuda de otras personas, y por supuesto, de la redacción, donde se encargaron de montar todo el proyecto (que se presenta a la Fundación para su evaluación y aprobación). Allí fue el primer granito de arena. ¿Y por qué en castellano no hay otro portal de desarrollo como ocurre con *The Guardian* en Gran Bretaña? ¡Quizás habría que montar algo!”

Entrevista Gabriela Sánchez (GS)

→ GS1: “*eldiario.es* nace en septiembre del 2012 y en mayo del 2013, ‘Desalambre’. Antes hubo un blog que también se llamaba ‘Desalambre’ que lo coordinaban entre tres personas. Pero desde su inicio se planteó para ir creando la sección en igualdad con las del resto del periódico”.

2. Ambas secciones nacen por el compromiso personal y profesional de sus promotores. Lola Huete es una profesional con una larga trayectoria cubriendo informaciones de desarrollo y desigualdades en *El País*. Su implicación la lleva a organizar los trabajos en una sección que abordará de forma global los temas relacionados con este campo. ‘Desalambre’ es una apuesta de Juan Luis Sánchez, cofundador de *eldiario.es* quien, con anterioridad, había participado en la gestación y desarrollo del portal *periodismohumano.com*.

→ GS2: “El proyecto lo tenía en mente, desde el principio, Juan Luis Sánchez, que es el subdirector de *eldiario.es*. Y ya había sido fundador o cofundador de otros proyectos que apostaban por la información sobre derechos humanos como es *periodismohumano.com*. Él tenía en mente la necesidad de que un medio generalista tratara en una sección, como el resto de secciones, estos temas, pero de forma especializada”.

Esta situación no es nueva en el periodismo especializado en España. El compromiso individual del profesional por este tipo de informaciones es la causa principal de la aparición en los medios españoles. Ocurre en *periodismohumano.com*, ‘Planeta Futuro’ y ‘Desalambre’. Y en otros ejemplos más recientes como el de la *Revista 5W*⁷ impulsada por el corresponsal de *La Vanguardia* en África, Xavier Aldekoa, quien, junto a Mikel Ayestaran, Igor G. Barbero, Maribel Izcue, Agus Morales, Pablo R. Suanzes, Anna Surinyach y Quin Zudaire (todos corresponsales repartidos por los cinco continentes), han puesto en marcha esta propuesta informativa. *5W* comienza como un colectivo que, vía micromecenazgo, ponen en marcha la web del mismo nombre con el objetivo de dar respuesta a las preguntas tradicionales del periodismo –Who, What, When, Where y Why– ante los principales retos del siglo XXI. Tras el éxito de la web, se ha dado paso a la versión impresa. La publicación en papel *5W* ve la luz en febrero del 2016 con el especial titulado ‘¿Qué pasa después

[07] Consultado en línea desde: <https://www.revista5w.com/>

de la guerra?’ Lo interesante de esta propuesta es la apuesta por un periodismo riguroso, sosegado y en profundidad, con especial predilección por géneros periodísticos como las crónicas y los reportajes.

Otros casos anteriores son los de periodistas de referencia como Carmen Sarmiento (Madrid, 1944) que logró, a partir de los años ochenta desde la sección de Internacional de Televisión Española, introducir piezas televisivas con un enfoque muy personal para poner el foco en las causas de la pobreza, las desigualdades y con especial atención a los excluidos y marginados del Planeta. Y Gervasio Sánchez (Córdoba, 1959) quien, desde las páginas del *Heraldo de Aragón*, logró que la sociedad española se sensibilizará con las consecuencias de la guerra de la exYugoslavia (1991). Sánchez se ha adaptado a los nuevos escenarios convirtiéndose en un periodista multifacético y transmedia llevando sus historias a todos los formatos posibles: reportajes en prensa y blogs, exposiciones fotográficas, crónicas radiofónicas, activismo en redes sociales, etc. El concepto transmedia es presentado por Henry Jenkins (2009: 135, citado por Reno y Ruiz, 2012), como “una historia [que] se desarrolla a través de múltiples soportes mediáticos, con cada nuevo texto contribuyendo de manera distinta y valiosa para el todo. En la forma ideal de narrativa transmedia, cada medio hace lo que hace mejor”. Sánchez, además, ha hecho una apuesta clara por trabajos atemporales. Es decir, ha apostado por reportajes documentales, en profundidad, que han permitido conocer un hecho o una historia en un momento puntual y su evolución años después. En esta línea son sus trabajos ‘Vidas Minadas’⁸ y ‘Desaparecidos’⁹.

3. Ambas secciones cuentan con respaldo social. Sus lectores, públicos y seguidores son personas comprometidas y formadas. Es, por tanto, una audiencia selectiva, lo que obliga a las secciones a completar sus informaciones y noticias con piezas muy elaboradas como especiales y dossiers, además de contar con una amplia red de colaboradores expertos en diferentes materias.

→ LH4: “Hemos ido aumentando el número de piezas que publicamos por día. Empezamos con 3 ó 4. Luego han sido 5 ó 6 y ahora estamos entre 7 y 8 al día. Creamos, de hecho, una herramienta con la Universidad Complu-

[08] ‘Vidas Minadas’ es un trabajo de casi veinte años documentando con fotografías y entrevistas a víctimas de las minas antipersona, en países como Camboya, Mozambique, Bosnia-Herzegovina o Colombia.

[09] ‘Desaparecidos’ es un extenso proyecto desarrollado entre 1998 y 2010 para rescatar del olvido la memoria de personas desaparecidas en diez países de América Latina, Asia y Europa.

tense que se llama Linguo para medir exactamente el impacto que tiene ‘Planeta Futuro’ en los lectores en castellano. Y esa información se le pasa directamente, cada equis tiempo, a la Gates”.

→ GS3: “De hecho es la sección de Información, por lo menos en la última encuesta que hemos hecho a socios y usuarios de *eldiario.es*, de las más valoradas. La primera es Opinión y la segunda, ‘Desalambre’. Muchos socios dicen que son socios por ‘Desalambre’. Es una información valorada, pero es verdad que no tenemos tantas visitas como otras”.

4. Las ‘bondades’ y posibilidades de las nuevas tecnologías tienen que ver con la línea que apunta Federico Mayor Zaragoza (2011:14) en el prólogo de *Políticas, redes y tecnologías en la comunicación para el desarrollo* al señalar que “hoy, gracias a la moderna tecnología de la comunicación y la información no sólo podemos acceder a una información correcta, sino que además podemos prever fórmulas y diseños de soluciones distintas para el futuro común”. Ambas nacen de un blog previo: ‘Planeta Futuro’, como ya se ha indicado, del blog ‘África no es un país’ y ‘Desalambre’, del blog del mismo nombre. Además, en el caso de ‘Desalambre’, surge en un nuevo medio diseñado desde su origen en un formato digital, *eldiario.es*, que no cuenta con versión impresa.

El formato digital brinda un potencial para ofrecer contenidos más complejos, con nuevos discursos, en los que se mezclan noticias y piezas reportajeadas en terreno, con infografías, vídeos, fotos, etc., que permite al lector tener una información más completa y más activa. La comunicación digital abre un nuevo espacio y un nuevo tiempo en el que el consumidor/receptor/público quiere ser un sujeto activo –un prosumidor (Alvin Toffler, 1987)– que quiere apartarse como dice Islas Carmona (2008), citando a Noam Chomsky (1997), de “la pasividad dirigida” de los medios convencionales de masa. Ambas secciones usan constantemente las redes sociales como altavoces de sus noticias.

→ LH4: “El digital, aunque ha sido muy negativo para los medios tradicionales, también ha sido una pasada en sus potencialidades y su impacto. Gracias a la tecnología ‘Planeta Futuro’ es capaz de hibridar noticias con lo que denominan ‘formatos largos’ –piezas compuestas por varios reportajes– y especiales, como el realizado sobre la cooperación española, con

reportajes por países, experiencias en primera personas, datos, opinión de expertos, etc”.

5. En relación a la organización y decisión de temáticas, la responsable de ‘Planeta Futuro’ asegura disfrutar de plena libertad y presume de contar con una amplitud de temas, propuestas y colaboraciones, pero también apunta que esto añade un problema de gestión.

→ LH5: “Ahora tenemos un problema gordísimo para dar a todos salida. Aunque tengamos entre siete u ocho piezas al día... a veces la nevera es inmensa”.

Mientras que el caso de ‘Desalambre’ está sujeta, como explica su coordinadora, a una estructura más jerárquica que, en buena medida, responde al interés de que estos temas estén presentes de forma transversal en el medio y que formen parte de los pilares de su línea editorial.

→ GS4: “La pregunta llega en un proceso de cambios internos en *eldiario.es*. Somos ahora mismo en ‘Desalambre’, yo como coordinadora, Iñigo Sáenz de Ugarte como editor y Laura Díez como redactora dos días, y una becaria. Yo estoy en el día a día, pero bajo el amparo y supervisión de Sáenz. El vínculo con la dirección llega a través de él”.

En cuanto a la financiación, ‘Planeta Futuro’ está garantizado por el patrocinio de la Fundación Gates. Mientras que ‘Desalambre’ no cuenta con presupuestos extras, está sujeto al presupuesto de su medio.

6. Ambas profesionales coinciden al hablar de futuro en que exista una mejor información al desarrollo y un mayor interés por parte del público. Entre sus objetivos está el consolidar las sesiones y aumentar el número de seguidores.

→ GS5: “Los retos serían ampliar más el foco. Que tengamos medios suficientes para todos los frentes que están abiertos. El reto es ver las claves para lograr que a más gente le interese estos temas. Y creo que vamos en buen camino”.

→ LH6: “Mi apuesta es que el proyecto ‘Planeta Futuro’ se convierta en una cosa bien asentada y que tenga mayor número de periodistas y conver-

tirlo en una especie de escuela de formación de periodistas de desarrollo. Conseguir que venga gente a trabajar, que empiecen a hacer historias con estas temáticas para que después en las redacciones estos contenidos de los que estamos hablando –pobreza, desarrollo, desigualdad– se consideren como noticias igualmente importantes que el señor político que ha dicho no sé yo qué cosa”.

4. Discusión

El compromiso personal de profesionales, el respaldo social, el interés por trabajos de calidad que permitan conocer y abordar los grandes desafíos y retos del siglo XXI, junto a las facilidades tecnológicas, están logrando un escenario de información especializada muy interesante y de alto nivel, que, en estos momentos, brinda una atractiva oferta en el campo del desarrollo y defensa de los derechos humanos. Las grandes empresas periodísticas empiezan a darse cuenta de que en un mundo global interconectado es necesario aportar información detallada que vaya más allá de las noticias que ocupan las distintas secciones. Interesa la actualidad, el hecho en sí, pero también conocer sus causas, sus consecuencias presentes y futuras. Nuevos planteamientos y formatos informativos pueden ser los nuevos escenarios para salir de la crisis del periodismo, siempre y cuando haya una apuesta seria por la calidad, por la cualificación de los profesionales, la complementariedad con las voces de expertos y protagonistas directos e indirectos de las noticias. Y, por supuesto, atendiendo a un nuevo lector más exigente que quiere jugar un papel activo y participativo en el acceso y conocimiento de las informaciones.

El mundo y actores de la cooperación internacional al desarrollo y de la defensa de los derechos humanos, junto a los de la comunicación y sus profesionales, deben pasar del debate a la acción y ocupar un nuevo espacio, en el que ambos son complementarios, para lograr realmente una información y comunicación para el cambio social y favorecedora de un modelo de desarrollo más equilibrado y diverso.

En cuanto a los medios objetos de estudio, ‘Planeta Futuro’ ya ha ocupado el escenario nacional informativo especializado en desarrollo. Su reto pasa por consolidar el producto y convertirse en el referente informativo y formativo del periodismo especializado en la diversidad de campos que acoge las políticas de desarrollo.

Mientras que ‘Desalambre’ está integrado plenamente en la organización de su medio como ejemplo del compromiso ideológico de la empresa con la defensa de los derechos humanos. Posiblemente ha alcanzado altas cuotas de relevancia informativa en temas relacionados con las migraciones y ahora necesita consolidar recursos para afianzar su apuesta informativa.

Ambos, sin lugar a dudas, tienen el mismo reto: lograr mantener sus estándares de calidad, seguir apostando por la hibridación del viejo y nuevo periodismo para que las informaciones que hablan de solidaridad, cooperación, defensa de los derechos humanos, etc., tengan un peso proporcional en el medio al interés que han demostrado en sus lectores y seguidores. Saben que seguirán siendo de atención informativa los temas relacionados con las migraciones y que se incorporarán las consecuencias del crecimiento en los modelos actuales de ciudades y megaciudades, pero también saben que su talón de Aquiles será la financiación y sostenibilidad del medio.

Ambas secciones están demostrando que la información especializada para el desarrollo en España ha venido para quedarse si logran mantener niveles de calidad y diversidad en los contenidos y sus tratamientos –incluyendo para ello opiniones de expertos, dando voz a los protagonistas de las noticias, generando credibilidad, defendiendo su independencia de financiadores o directivos–; manteniendo y ampliando el interés del público –ofreciendo nuevos discursos, nuevos formatos, sin olvidar que la esencia está en los contenidos–; garantizando la solvencia económica –que permita invertir en profesionales y su continua formación y en la elaboración de buenos trabajos sin la premura del tiempo–, y, en definitiva, ejerciendo un periodismo al servicio de una ciudadanía global interconectada.

5. Bibliografía

- ALFARO MORENO, R. M. (1993): *Una comunicación para otro desarrollo: para el diálogo entre el norte y el sur*. Lima: Calandria, Asociación de Comunicadores Sociales.
- CABEZAS, V. J. (2005): ‘La cooperación internacional y los proyectos de comunicación para el desarrollo en España’, en *Faro. Revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, 1-2, 777-788.
- CALVO HERNANDO, M. (1990): *Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud*. Dirección General de Divulgación de la Ciencia, Universidad Autónoma de México.
- Coordinadora ONG para el Desarrollo-España (2007): *Los medios de comunicación y las ONGD: Situación actual y retos*. España Edita: CONGDE. Recuperado desde: http://wp.congde.org/old/962/original/20100322_170340_Comunicacion.pdf
- CHAPARRO, M. (2013): ‘La comunicación del desarrollo. Construcción de un imaginario perverso’, en *Telos*, 94, 2-10.
- DARNTON, A. y KIRK, M (2011): *Finding frames: New ways to engage the UK public in global poverty*. Londres: Oxfam. Department for International Development (DFID). Recuperado desde: www.findingframes.org.

- DESLAURIERS, J. P. (2004): *Investigación cualitativa: guía práctica*. Recuperado el 6 de junio de 2017 desde: <https://goo.gl/bkb2C4>
- ERRO, J. (2002): *Comunicación, desarrollo y ONGD*. Bilbao: Hegoa.
- FERNÁNDEZ OBREGÓN, F. J. (1998): 'Especialización, futuro del periodismo', en *Revista Latina de Comunicación Social*, 7. Tenerife: Universidad de La Laguna.
- FRAGUAS, A (2010): 'Nace 'Periodismohumano.com', portal de noticias con compromiso', en *El País* de 22 de marzo. Recuperado el 19 de abril de 2016 desde: <https://goo.gl/dCNfgU>
- FRANCÉS, J. (1996): 'La acampada en Madrid del 0,7% se duplica en tan sólo seis días', en *El País* de 14 de diciembre. Recuperado el 19 de abril de 2016 desde: <https://goo.gl/llSdWt>
- GONZÁLEZ ÁLVAREZ, M. I. (2012): 'La profesionalización de la Comunicación para la Solidaridad: diagnóstico y propuestas para el sector en España', en *Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 239-253.
- GUMUCIO DAGRON, A. (2004): 'El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social', en *Investigación y Desarrollo*, 12 (1), 2-7.
- GUMUCIO DAGRON, A. (2001): *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*. Nueva York: The Rockefeller Foundation.
- Instituto Sindical de Cooperación al Desarrollo (2014): *Observatorio de los Medios. Informe análisis de noticias Observatorio Cooperación y Medios de Comunicación*. Valencia: Instituto Sindical de Cooperación al Desarrollo. Recuperado el 6 de junio de 2017 desde: <https://goo.gl/XZdDhU>
- ISLAS-CARMONA, J.O. (2008): 'El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad ubicada', en *Palabra Clave*, 11 (1) 8-39.
- JEREZ, A. y SAMPEDRO, V. (2004): 'Visibilidad pública y tratamiento informativo del movimiento de cooperación al desarrollo (1992-2002)', en *Política y Sociedad*, 41(1) 50-63.
- LÓPEZ M. G. y LUBETKIN, M. (2011): *Políticas, redes y tecnologías en la comunicación para el desarrollo*. Sevilla-Zamora: Comunicación Social.
- LÓPEZ VILA, C. (1989): 'La especialización del periodismo', en *Periodistas*, 27, 6.
- MARÍ V. (2013): 'Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo', en *Revista Commons*, 3.
- MURCIANO, M. y MARTÍNEZ, M. M. (2010): *La prensa y la cooperación internacional. Cobertura de la cooperación para el desarrollo en nueve diarios europeos*. Sevilla-Zamora: Comunicación Social Ediciones.
- ORTIZ, S. P. (1997): 'La formación dual del periodista especializado', en *Estudios sobre Información Periodística Especializada*. Valencia: San Pablo.
- RAMONET, I. y ALBIÑANA, A. (1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.

- RAMÍREZ DE LA PISCINA, T. (1999): 'Realidad y utopía de la especialización', en *ZER*, 6, 274.
- RENÓ, D. y RUIZ, S. (2012): 'Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia', en CAMPALANS, C.; RENÓ, D. y GOSCIOLA, V. (2012): *Narrativas Transmedia. Entre teorías y prácticas*. Bogotá DC, Colombia: Universidad del Rosario.
- ROMO, D. F. (2005): 'Comunicación y ONGD. La necesidad de una mirada sobre lo comunicativo más allá de su dimensión instrumental', en *Revista española de desarrollo y cooperación*, (15), 21-32.
- SERVAES, J. (1999): *Development Communication: One world, Multiples Cultures*. Cresskill, N J: Hampton Press.
- TOFFLER, A. (1980): *La tercera ola*. Bogotá: Plaza&Janés S.A., editores.

Para citar este artículo:

Toro Peña, Hernando Gómez y Contreras Pulido (2017): 'Nuevos tiempos en la información para el desarrollo: Los casos españoles de 'Planeta Futuro' y 'Desalambre', en *index.comunicación*, 7(3), 51-72.

