



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Guía para periodistas freelance que cubren los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible o ODS son 17 objetivos globales dirigidos a llevar "paz y prosperidad" a las personas y al planeta. Estos se enfocan en las mayores crisis y desigualdades a las que se enfrenta la sociedad. Los 193 estados miembros de las Naciones Unidas se han comprometido con ellos y cada objetivo incluye una serie de indicadores para ayudar a medir su progreso hacia la fecha límite en el año 2030.

Para periodistas freelance, las diferentes áreas temáticas cubiertas por los objetivos, la tasa de progreso en sus indicadores, la forma en que las comunidades y los gobiernos están trabajando en alcanzarlos, y los desafíos en el camino hacia el 2030 presentan una fuente abundante de ideas para reportar. Especializarse en un objetivo o una serie de objetivos interconectados podría convertirse en una nueva trayectoria profesional, mientras que **los objetivos subrepresentados pueden ofrecer historias frescas para presentarlas a redacciones enfocadas en temas de desarrollo y organizaciones de noticias.**



¿Por qué es importante informar sobre los ODS?



Una cobertura rigurosa de los ODS puede ayudar a la ciudadanía a comprender problemas globales urgentes e importantes desde una perspectiva cotidiana, y **alentar la participación cívica en el progreso para alcanzar los objetivos.**



Los y las periodistas pueden encontrar historias contundentes al monitorear el progreso de los países y las comunidades hacia los objetivos, **hacer que quienes toman decisiones rindan cuentas** e influir en el trabajo para alcanzar los objetivos.



Se está gastando una cantidad significativa de dinero en la consecución de los ODS. Las y los periodistas pueden asegurarse de que el público sea consciente de esto, **fomentar la discusión acerca de cómo se gasta ese dinero** y hacer que las personas involucradas rindan cuentas.

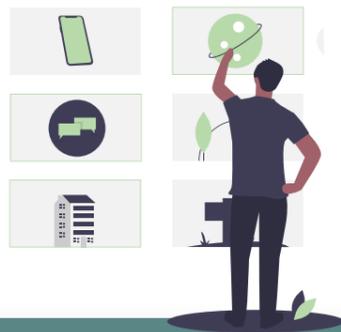


EL ODS 16 es un compromiso con sociedades justas, pacíficas e inclusivas, y con instituciones eficaces, responsables e inclusivas. **El buen periodismo es a la vez un indicador de éxito para este objetivo y es crucial para lograrlo**, ya sea haciendo que el poder rinda cuentas o desafiando las leyes restrictivas de la libertad de prensa.

Lo que todo periodista freelance necesita saber

Encontrar historias

El alcance global de los objetivos y la variedad de temas que estos y sus indicadores cubren significa que hay múltiples historias para ser descubiertas por periodistas freelance. Pero esa amplitud puede ser abrumadora si no se tiene familiaridad con los objetivos y sus finalidades: ¿cómo pueden obtener ideas originales?, ¿qué puede facilitar la reportería previa y dónde pueden acceder a las comunidades afectadas o que están trabajando en estos objetivos?



Toma Nota

Los medios locales pueden ser un buen lugar para encontrar ideas porque a menudo reportan historias que los medios internacionales no han descubierto, dice Jessica Abrahams, periodista freelance y editora de la plataforma de desarrollo global Devex.

Suscríbete a los boletines de noticias de las ONG y organizaciones internacionales de desarrollo para ver a qué temas prestan atención. Por ejemplo, la ONU envía mensualmente a los periodistas una hoja de consejos con los temas a los que hay que revisar cada mes. Desde la ONU hasta el Instituto de Desarrollo de Ultramar y el Centro para el Desarrollo Global, hay una gran industria y un calendario de conferencias sobre desarrollo global, muchas de las cuales ofrecen acceso en línea. Estas pueden ser una fuente rica de ideas y contactos.

Construye relaciones sólidas con fuentes dentro de las comunidades sobre las que informa, dice Abrahams: “Los reporteros locales o quienes tienen conexiones locales pueden plantear un tema que ha estado completamente fuera del radar para mí como editora”. Reportar sobre los ODS también puede proporcionar una vía para informar sobre los gobiernos y sus mandatos. Cubrir la forma en que las instituciones trabajan para alcanzar los objetivos, o no, también puede dar pie a un reportaje, añade Will Worley, corresponsal de Devex en el Reino Unido. Examina los documentos de política pública y presta atención a los detalles del “papeleo aburrido”.

Informa sobre las soluciones



Los ODS abarcan temas importantes y serios -la pobreza, el hambre, la desigualdad, el cambio climático- e implican informar sobre personas en “situaciones difíciles”, indica Abrahams.

Informar sobre soluciones relacionadas con los objetivos puede ofrecer a las publicaciones y los/as editores/as algo diferente para sus audiencias.

“Los lectores llevan décadas recibiendo las mismas historias sobre el hambre, la pobreza y la falta de acceso al agua en ciertas partes del mundo. Cuando continúas repitiendo las mismas historias, hay una sensación de que “nada va a cambiar” y la gente se desentiende”, dice. En términos generales, reportar las soluciones de los ODS puede ayudar a combatir el “catastrofismo” y a crear conciencia sobre cualquier solución o barrera concreta que exista, añade Worley.

Toma Nota

Busca ángulos centrados en soluciones para las historias o considera la posibilidad de presentar propuestas a publicaciones especializadas en periodismo de soluciones. Los editores y editoras pueden querer conocer historias exitosas sobre desarrollo o personas que hacen la diferencia en su comunidad, dice Abrahams.

“Las soluciones a menudo desafían el statu quo o se enfrentan a algún tipo de lucha que en sí misma es digna de ser contada”, añade Worley. La “crisis de confianza” en torno a la conferencia de la ONU sobre el cambio climático, COP26, es “una historia muy significativa (y poco cubierta)” relacionada con una solución crucial para la crisis climática.

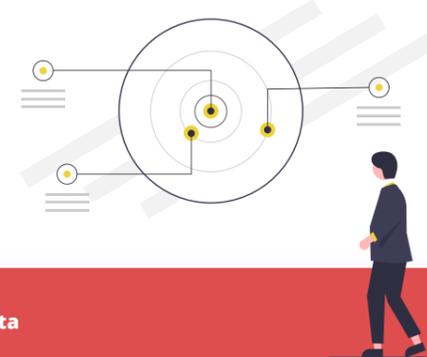
Cubrir los ODS desde la perspectiva de las soluciones es importante, dice la periodista freelance y fundadora de Periodismo de Soluciones Sin Fronteras (*Solutions Journalism Without Borders*), Stephanie Capper, quien suele informar sobre los objetivos uno a seis en Asia y América Central: “Demuestra las respuestas y las soluciones potenciales a los problemas que pueden no sólo estar funcionando en un área específica con una comunidad en particular, sino que podrían beneficiar a la comunidad global a una escala mucho mayor o aplicarse a las comunidades que se enfrentan a desafíos similares.”

Convierte un objetivo en tu especialidad

Aunque los objetivos en sí mismos son amplios, los temas a los que se refieren pueden proporcionar un plan de carrera útil para periodistas freelance. Si estás buscando una nueva especialidad, considera qué objetivos tienen menor cobertura o cuáles se ajustan a tus intereses o habilidades y conviértelos en tu especialidad. Acércate a las fuentes, lee documentos de política pública e investiga para convertirte en un experto o experta en un objetivo específico.

“Hay muchas áreas diferentes en las que va a haber un vacío en el mercado periodístico”, dice Worley.

Un conocimiento más detallado de un ODS o de un área política específica también significa que podrás identificar más claramente los problemas, las soluciones y las cuestiones que rodean estos asuntos, e informar sobre ellos, añade.



Toma Nota

Hay mucha investigación disponible acerca de las diferentes áreas de los ODS y muchos think tanks, expertos y expertas para comenzar a investigar. Dice Worley: “Hay demasiado conocimiento allí y debería estar mucho mejor comunicado. Es nuestro trabajo hacer que estas cosas sean interesantes y atractivas para un público más amplio”.

El Objetivo 7 (Energía asequible y no contaminante) y el Objetivo 14 (Vida submarina), le parecen a Worley objetivos que no son demasiado nebulosos en el enfoque y son “propicios para que periodistas jóvenes y entusiastas, o experimentados y apasionados les pongan la lupa” y los vuelvan accesibles a una audiencia más amplia.

“La transición energética es la gran historia industrial de nuestro tiempo”, explica. “Los periodistas freelancers que puedan empezar a entender la política energética -es extremadamente complicada- y contar historias sobre ella de forma atractiva podrán hacerlo con regularidad. Entonces se convertirán en la persona de referencia sobre ese tema”.

“Una vez que tienes una historia en la bandeja puedes convencer a la gente de que un “corresponsal de la transición energética” es una valiosa adición al mundo periodístico”.

Conoce los datos



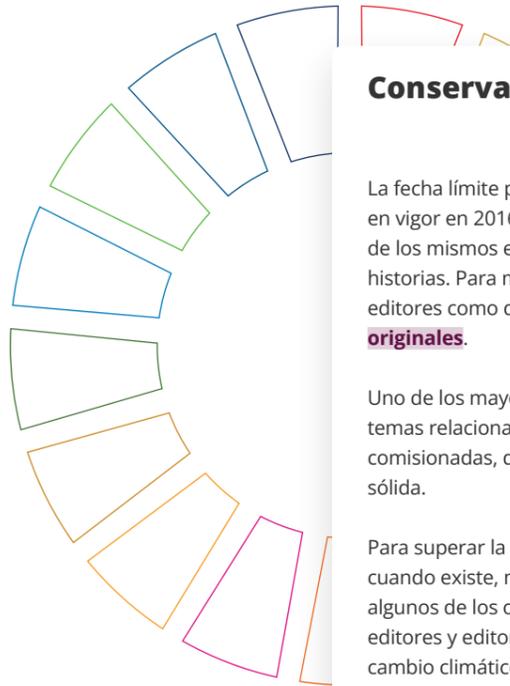
Tanto si se informa sobre la rendición de cuentas de la financiación de los ODS como sobre el progreso de las iniciativas relacionadas con los mismos, se pueden encontrar historias en los datos que rodean a los objetivos. Saber dónde buscar y adquirir las habilidades analíticas necesarias para analizar estos datos, así como la capacidad de traducirlos en forma visual o narrativa, podría ayudarte a destacarte.

Maneja cuidadosamente los datos relacionados con los objetivos: el proceso de recopilación a menudo puede llevar mucho tiempo, especialmente en el caso de los conjuntos de datos regionales o globales, lo que significa que las cifras aparentemente actualizadas ya tienen varios años cuando se publican. Los datos también pueden ser dispares, lo que dificulta la comparación directa entre comunidades o países.

Toma Nota

Para empezar, hay muchos recursos y bases de datos disponibles de forma gratuita. Las Naciones Unidas y el Banco Mundial disponen de datos sobre indicadores relacionados con el progreso de los objetivos, mientras que los datos de los gobiernos nacionales sobre los ODS también pueden estar disponibles públicamente. Nuestro Mundo en Datos también recopila y visualiza datos de múltiples fuentes. Busca tendencias en los datos, dónde se ha progresado, dónde se ha superado las metas o cuáles son los objetivos que no están en regla.

En un campo tan cargado de datos, la familiaridad con herramientas como Tableau o Flourish podría ser una ventaja para periodistas freelance.



Conserva la frescura

La fecha límite para los ODS es 2030, estos entraron oficialmente en vigor en 2016; es mucho tiempo para mantener la cobertura de los mismos en la opinión pública, y para encontrar nuevas historias. Para mantener la atención tanto de las editoras y editores como de las audiencias, es crucial **hacer tus propuestas originales**.

Uno de los mayores retos para periodistas freelance que cubren temas relacionados con los ODS es conseguir buenas historias comisionadas, dice Worley, inclusive si se trata de una propuesta sólida.

Para superar la antipatía hacia las historias de desarrollo global, cuando existe, muestra cómo su historia se interconecta con algunos de los objetivos que están atrayendo el interés de los editores y editoras y el público en este momento, por ejemplo, el cambio climático o la salud global. La pandemia del COVID-19 es un ejemplo oportuno para los medios de comunicación acerca de lo interconectados que están algunos de estos temas, dice, así que aprovecha esta nueva conciencia.

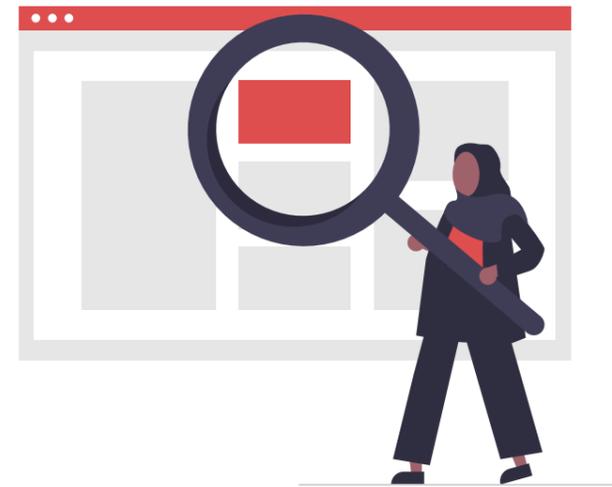
Toma Nota

Los ángulos que rebaten el conocimiento aceptado sobre el desarrollo, o las narrativas predominantes, pueden ser interesantes para los editores. Trata de descifrar las causas de un problema, dice Abrahams de Devex, quien recibe muchas propuestas que se limitan a describir un problema: "Dame historias originales y prácticas, díme algo nuevo o cuéntame una historia de una manera que no hayamos oído antes. Céntrate en lo que podemos y estamos haciendo sobre estos temas, en lugar de limitarse al problema en sí mismo". Es importante contar con una introducción sólida que enganche a quien lee, y cuanto más oportuna y única sea la historia, más probabilidades habrá de ganarse el interés del editor o editora, dice la periodista freelance Capper. Si estás escribiendo sobre un país o comunidad que no se consideran de interés en los medios de comunicación en ese momento, por la razón que sea, presentar un ángulo narrativo es una forma eficaz de conseguir un reportaje, dice: "Con un personaje principal en la historia tendrás mucho más éxito que con una noticia dura que explique lo que está pasando".

Los editores y editoras deben dar una oportunidad a freelancers que escriben historias narrativas sobre estos temas, añade: "Puede que no sea una historia tradicional para ellos, pero al asumir ese riesgo pueden ver el interés que estas historias pueden generar, especialmente entre el público más joven, como la generación Z, que tiende a ser bastante progresista en lo que quiere leer".

Ve más allá de los sospechosos habituales a la hora de buscar personas para entrevistar, si es que la publicación a la que se dirige lo permite. Las personas de alto nivel a las que se les da frecuentemente una plataforma para hablar de temas relacionados con los objetivos son más propensas a tener que ceñirse a ciertos puntos de conversación o presentar una perspectiva oficial. Piensa en quién está más cerca del trabajo sobre el terreno o de la comunidad sobre la que está informando y deja claro en tu propuesta de reportaje, a los editores o editoras, que escucharán estas voces en la historia.

Encuentra historias de rendición de cuentas



Cada año, una enorme cantidad de **dinero público** se destina a los ODS, a las iniciativas para cumplirlos y a las políticas y proyectos gubernamentales relacionados. Los y las periodistas deben fomentar la toma de conciencia y la discusión pública acerca de cómo se gasta ese dinero, dice Abrahams.

Cómo se mide el progreso de los objetivos, quién decide lo que importa en términos de los objetivos y cómo se pide a las comunidades que hagan un seguimiento de esto, son algunas de las áreas que las y los periodistas pueden interrogar y sobre las cuales pueden arrojar luz.

Toma Nota

Manten el escepticismo. Al reportar acerca del desarrollo, estarás cubriendo las obras de caridad y las organizaciones que están intentando hacer una diferencia en el mundo. "Esas son cosas buenas, pero es importante que pidamos cuentas a esas organizaciones e interroguemos sobre lo que hacen, si está funcionando, y cómo podemos mejorar el sistema", dice Abrahams.

Las ONG, las agencias de desarrollo y las organizaciones benéficas pueden tener muchos datos o acceso a fuentes relevantes para informar sobre los ODS. Esto puede ser increíblemente valioso, pero también es necesario cuestionar los datos o la narrativa presentada y no tomarlos al pie de la letra.

"Si dicen, este proyecto ha tenido un gran éxito, pregúnteles ¿qué significa ese éxito?, ¿qué pruebas hay?, ¿dónde están los datos? y ¿cómo definen el éxito?", dice.

Encuentra formas de colaborar

Acercarse a las historias, especialmente en tiempos de restricciones de viaje por la pandemia, puede ser un reto para freelancers que trabajan de forma independiente, pero las **voces locales** son cruciales para informar sobre las cuestiones planteadas por los ODS. Trabajar con expertos/as y periodistas locales en una historia puede proporcionar un contexto y un conocimiento vital que garantiza que una comunidad está representada de forma justa, a través de las voces correctas, y que la historia está bien reportada.

También puede ser beneficioso crear una red de periodistas freelance que cubran objetivos relacionados o que también trabajen en este ámbito. Los objetivos a menudo se solapan y de esa comunidad de pares puede derivarse el intercambio de contactos, información o formas de resolver los problemas que surjan en la reportería. El enfoque que se requiere para informar y conseguir reportajes sobre ODS específicos significa que tal vez no puedas seguir otras pistas de reportajes que encuentres, pero podrías compartirlas con tus colegas.



Toma Nota

Las colaboraciones son algo que Devex hace con regularidad, dice Abrahams, quien también ha trabajado de esta manera en artículos independientes: "Tenemos un reportero para cubrir un tema y luego conseguimos un periodista freelance en el país local para que aporte color y citas, y se asegure de que estamos obteniendo el ángulo local".

Considera la posibilidad de colaborar con periodistas locales para asegurarte de que tu propuesta y tu reportería cuentan la historia de las personas más afectadas y se basan en la experiencia local. Si ese es tu plan de acción, indícalo en tu propuesta para mostrar a los editores y editoras que eres consciente de la importancia de este aspecto y de lo que aportará a la historia. Si estás en el terreno, considera la posibilidad de asociarte con periodistas basados en los países de las publicaciones a las que te estás presentando, o convierte su ubicación en un punto central de tu propuesta.



Ve más allá de la jerga

La información sobre los objetivos, especialmente la proporcionada por la ONU y otros organismos internacionales que participan en su establecimiento, suele incluir un lenguaje técnico y político, y a veces una jerga.

Para las y los periodistas, ser conscientes de cómo una historia se vincula con los objetivos puede fortalecer una propuesta o añadir otro ángulo, pero, para el público en general, es más probable que el marco técnico de los objetivos sea el contexto de su reportaje, en lugar del aspecto central. Es posible que el público no sepa qué son los ODS y aunque no pueda relacionarse con la meta 6.1, el acceso al agua potable, segura y asequible, es algo con lo que cualquier persona puede sentirse conectada.



Toma Nota

Si se trata de un reportaje para un público no especializado, **olvida el lenguaje técnico** y céntrate en la relación de los objetivos con algunos de los problemas más urgentes e importantes de nuestro tiempo. Desde la igualdad de género y el acceso a la salud hasta el cambio climático, el hambre y la pobreza, son temas que deberían importar al público y a los editores y editoras. Por lo general, evita empezar con el ODS correspondiente en tu propuesta de reportaje; en su lugar, empieza con el tema que se relaciona con una audiencia más amplia.

Encuentra la relevancia global en las historias locales. Los problemas que abarcan los ODS son a menudo más pronunciados en los países de bajos ingresos, pero puede haber menos apetito en las publicaciones del Norte Global para informar sobre estas regiones, dice Abrahams. Si estás encontrando esto en tus propuestas de historias, intenta reformularlas: “Trata de conectar una historia local con problemas globales o piensa cómo el público para el que escribirías podría conectar con este tema”.

Busca publicaciones y grants especializados

No te limites a presentar historias relacionadas con los ODS a publicaciones tradicionales o a redacciones internacionales. Hay un número creciente de **secciones especializadas** en las redacciones, y una red de publicaciones dedicadas a objetivos específicos a la que se puede recurrir.

“Si eres nuevo en la cobertura de esta área, familiarízate con el panorama de las publicaciones que se interesan por estos temas”, dice Abrahams. “Entiende lo que hace cada una ya que suelen abordar estos temas de forma diferente y se interesan por asuntos distintos”.

Entender y cubrir los ODS puede ser una ventaja para periodistas freelance a la hora de solicitar grants. Hay una serie de programas de subvenciones en los que los fundadores o el proceso de solicitud se centran en los objetivos o en campos relacionados, como la [salud global](#) o la [innovación en la reportería sobre el desarrollo](#).



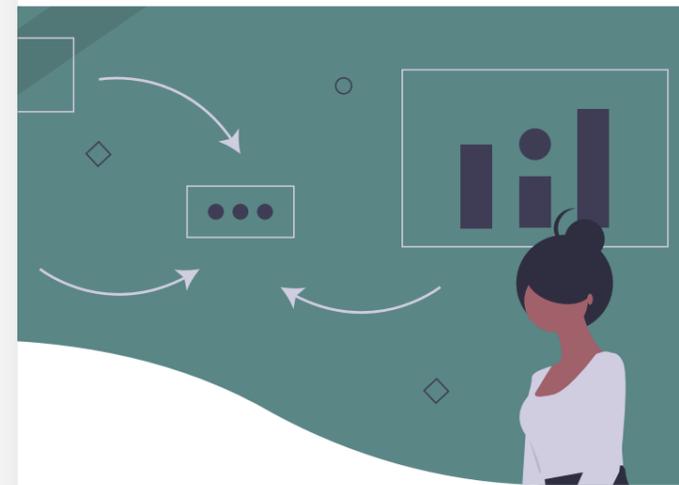
Toma Nota

Pocas de estas publicaciones cubrirán todos los ODS, así que asegúrate de saber para cuál de los objetivos es más relevante tu historia y haz coincidir tu propuesta de reportaje con las publicaciones más interesadas en ese punto de vista. Recuerda que estás informando a una audiencia especializada y refleja esto en tu propuesta y en el reportaje final.

Tips de un periodista local

“Los Objetivos de Desarrollo Sostenible serán de interés siempre y cuando estén ligados a las historias de conflicto y superación de las personas en los distintos ámbitos”, explica Katiana Murillo, periodista, editora y Directora de la Red de Comunicación en Cambio Climático para América Latina llamada LatinClima. Según Murillo, siempre hay que ponerles imágenes y voces y

Considera nuevos formatos



Las historias relacionadas con los ODS se prestan a una serie de formatos porque pueden ser muy **complejas** y, en el fondo, muy **humanas**.

Los informes y las visualizaciones basadas en datos que ayudan a contar una historia a lo largo del tiempo y muestran cómo han cambiado las cosas pueden funcionar bien, especialmente en el caso de objetivos o crisis en los que la percepción es que no ha habido muchos cambios en 20 años.

Toma Nota

La periodista freelance Capper sugiere explorar los formatos multimedia como forma de “refrescar” la información sobre los ODS y llevar la cobertura de estos problemas de larga data a las audiencias más jóvenes y al público en las redes sociales.

“Aprovecha la popularidad de los Reels y de TikTok. Piensa en más formatos de redes sociales y en formas creativas de abordar problemas y conflictos que, de otro modo, podrían parecer agotados desde el punto de vista de un editor”, dice.

contar lo que aún no se ha dicho. “Esto hará que los datos que se muestren no sean solo números, sino que también tengan rostro humano”.

Desde su percepción, Asimismo, su valor está en función de un periodismo de soluciones, que haga trascender estos objetivos más allá de la problemática que buscan solucionar y muestre nuevas formas de hacer las cosas, de abordar la realidad, que sirvan incluso de inspiración.

Recursos y bases de datos

[Los 17 ODS](#) – ONU >

[Base de datos global de los indicadores de ODS](#) – ONU >

[Datos de los ODS](#) – Banco Mundial >

[Rastreador de ODS](#) – Global Change Data Lab >

[El Atlas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2020](#) – Banco Mundial >

[ODS: repositorio de conocimiento abierto](#) – Banco Mundial >

[Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible](#) – ONU >

[Informar sobre el desarrollo: guía para periodistas africanos](#) – Centro para el Periodismo Europeo >

[Del periodismo tradicional al periodismo sostenible](#) – Red Global de Periodismo Investigativo (GIJN) >

[Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y una nueva era del periodismo de desarrollo en África](#) – CIMA >

[¿Cómo pueden los periodistas escribir historias convincentes sobre los ODS?](#) – Eco-Business >

[El papel de los medios de comunicación en la consecución del Objetivo 16 y de los ODS en general](#) – Red Global de Mujeres Constructoras de Paz (Global Network of Women Peacebuilders - GNWP) >

[Portal Naciones Unidas sobre Objetivos de Desarrollo Sostenible](#) – UN >

[Cinco claves para impulsar el periodismo en desarrollo sostenible](#) – Universidad de los Andes >

[Curso Periodismo de datos para el desarrollo sostenible](#) – Data República >