

Guía para periodistas freelance que informan sobre pobreza

Informar sobre la pobreza centrándose en las voces y saberes de quienes la experimentan, requiere tiempo, compromiso y una comprensión profunda de sus causas. Muchas personas todavía piensan que la pobreza y las dificultades económicas son los resultados del fracaso personal, la falta de trabajo duro o la falta de motivación para cambiar la propia situación. **Precisamente, informar sobre la pobreza puede contrarrestar estas ideas, estereotipos y mitos, empoderar a quienes la experimentan y ofrecer una nueva esperanza a la sociedad.**



¿Por qué es importante?

Los periodistas freelancers pueden ayudar a mejorar la cobertura sobre la reducción de la pobreza presentando historias que ofrezcan nuevos ángulos sobre este tema o interpelar a propuestas de solución. Abrazar un enfoque multidimensional para informar sobre experiencias de pobreza y dificultades económicas puede:



Conducir a una mejor representación de las personas que experimentan formas de pobreza y sus vidas.



Informar a la opinión pública, abrir el debate sobre formas de reducir la pobreza y ayudar a elevar la voces y puntos de vista de aquellos que la viven.



Apoyar las soluciones o respuestas a la pobreza y sus efectos, incluyendo las que van más allá de las respuestas puramente económicas o políticas.



Interpelar a los sistemas y estructuras que generan, sostienen o abordan la pobreza y pedir cuentas a los involucrados.

Con dimensiones tan complejas y arraigadas, informar sobre la pobreza puede sentirse desesperanzador o agotador y las audiencias pueden acostumbrarse al problema si no hay un sentido de gestión o progreso. Un enfoque en soluciones al informar sobre esta, es una forma de contrarrestar dicho efecto y permite a los periodistas freelance encontrar nuevas historias, crear espacios para la esperanza y tener un impacto positivo en la sociedad a través de su tarea periodística.

¿Cómo entender la pobreza o conceptos de pobreza?

La forma en que se define o mide la pobreza puede variar – cada país tiene su manera propia de medir las necesidades básicas de su población y en qué manera estas se cumplen. El concepto de pobreza y necesidades básicas en Colombia será muy diferente al del Reino Unido, por ejemplo. Comprender los conceptos básicos es muy útil. Estos a menudo se pueden adaptar a diferentes geografías y comunidades para ayudar a comprender qué factores están en juego:

Pobreza monetaria

La pobreza monetaria generalmente se refiere a cuando un individuo u hogar vive por debajo de la línea de pobreza – **un umbral basado en el ingreso familiar promedio de una población**. En el Reino Unido, por ejemplo, si el ingreso de un hogar es menos del 60% de la media de ingresos familiares de ese país, se considera que vive por debajo del nivel de pobreza. La ubicación de esta línea diferirá de un país a otro. El Banco Mundial ha calculado Líneas Internacionales de Pobreza separadas para los países, de ingresos medianos bajos y medianos altos, además de una Línea Internacional de Pobreza de \$1.90 por día. Medir la pobreza en términos monetarios puede ayudarnos a entender qué progreso se ha hecho en términos de reducción de la misma a nivel global.

Pobreza multidimensional

La pobreza no debe medirse o entenderse simplemente en términos de ingresos. Aumentar los ingresos de alguien o tener un trabajo no termina automáticamente con la pobreza de un individuo. Es multidimensional y aquellos que viven en la pobreza pueden experimentar diferentes formas de ella al mismo tiempo. **Salud deficiente y acceso a la atención médica, desigualdades en el lugar de trabajo o la educación o la vida amenazada por condiciones del clima** pueden ser parte de la experiencia de un individuo o de una comunidad. Explorar cómo estos factores y los sistemas detrás de ellos se vinculan será crucial para el contexto de tu informe y puede proporcionar una rica fuente de ideas para reportajes e investigaciones.

Pobreza extrema

Más del 10% de la población mundial vive aún en condiciones de **extrema pobreza**, que generalmente se clasifica como **vivir con menos de \$ 1.90 por día**. Poner fin a la pobreza extrema sigue siendo uno de los mayores desafíos y el progreso hacia este objetivo se ve amenazado por conflictos, el cambio climático y otros factores sociales y políticos.

Lo que todo periodista freelance debe saber

Familiarízate con los datos

Existen **diferentes métodos e índices** utilizados para evaluar y medir la desigualdad económica y la pobreza. Estos pueden variar por país, organismo informante o el propósito de la medida. Es crucial entender de dónde proceden los datos relevantes para tu historia, cómo se han obtenido y qué indicadores están siendo considerados. El Banco Mundial, por ejemplo, estima que **entre 88 y 115 millones** de personas han sido empujadas a la pobreza extrema en el 2020. El Banco Mundial utiliza la metodología para calcular dos “líneas de pobreza” basadas en el valor diario de consumo de los hogares, pero recientemente ha introducido medidas de pobreza multidimensional para ampliar sus reportes.



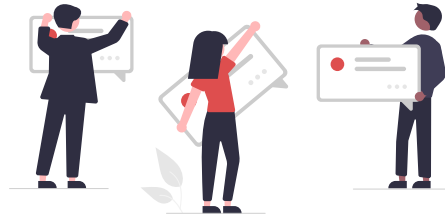
Toma Nota

Si estás informando sobre países que carecen de legislación de libertad de información o datos sobre diferentes dimensiones de la pobreza, busca maneras en que puedas **investigar, construir o complementar conjuntos de datos**. La Red Global de Periodismo de Investigación (GIJN) ofrece ideas de diferentes variables que pueden ayudarte a comprender múltiples indicadores de pobreza que incluyen por ejemplo las tasas de encarcelación, la economía informal y la asistencia escolar. Construir contactos dentro los departamentos gubernamentales, las ONG's y los grupos comunitarios puede ayudarte a acceder a datos útiles para tus informes. Si el país sobre el que estás informando ha recibido donaciones internacionales, verifica si esos países donantes ponen a disposición datos sobre esos fondos.

La periodista freelance y autora **Kavitha Iyer** investiga datos sobre diferentes indicadores de salud, educación, ingresos y pobreza antes de viajar a una región o comunidad, pero siempre verifica si la experiencia humana que ella encuentra en el terreno, corrobora esos datos o no. También sabe dónde se oponen los datos de las diferentes variables y lo que no pueden decirle sobre la desigualdad en la India, donde está ubicada.

“Las estadísticas y los datos son importantes elementos estructurales o herramientas en mi escritura, pero la experiencia de la pobreza va más allá. Me gusta tener preguntas abiertas e invertir tiempo y energía en dejar que la comunidad hable sobre las circunstancias que dan cuenta de su experiencia de la pobreza en lugar de utilizar un conjunto de preguntas que se relacionan estrictamente con los indicadores [de datos de pobreza]”, explica.

Desarrolla ideas para historias a partir de la comunidad



Cuando generes ideas para historias, observa tu área o comunidad. ¿Quién está experimentando o está en riesgo de dificultades económicas? ¿Quién está beneficiándose con ello? ¿Cuáles son los problemas sistémicos y estructurales en juego? ¿Qué organizaciones o individuos están respondiendo a estos retos? ¿Qué otras comunidades han superado problemas similares y cómo lo han hecho? Recuerda que la pobreza y el empobrecimiento no son conceptos monolíticos sino dinámicos y difieren entre regiones y contextos, dice Iyer.

Desafía las narrativas dominantes sobre la pobreza. Preguntar a las fuentes que están experimentando dificultades económicas qué cambios o soluciones les gustaría ver. Esto podría generar una nueva idea para una historia y validará tu informe, mientras te aseguras de que se dirija a los más afectados por los temas que cubres. También empoderarás a las personas que viven en la pobreza en lugar de victimizarlas. Iyer ha pasado muchos años de su carrera informando sobre agricultura en la India. Esto implicó informar sobre comunidades en áreas rurales que enfrentan diversos desafíos. Hablar con personas que han sido marginadas me mostró una imagen diferente de lo que estaba sucediendo en la India en ese momento: “Tenían una experiencia muy diferente de la historia de la India, de la liberalización económica, del último boom de los 90 y lo que siguió. Dondequiera que viajaba aprendí nuevas cosas”.

Toma Nota

Sarah Gustavus Lim, Gerente de Iniciativa de Movilidad Económica en la Red de Periodismo de Soluciones (SIN), recomienda preguntar a los miembros de la comunidad cómo definen el problema en el centro de su historia: “Esto puede ayudar a reflejar una conversación diferente que sucede en la comunidad y es ignorada y que puede nutrir tus reportajes o aportar un nuevo ángulo a un tema”. Cuando produce un programa de televisión pública sobre el embarazo adolescente, por ejemplo, expertos, definieron el problema como padres adolescentes, dice, mientras que la comunidad lo vio como una falta de apoyo para todos los padres respecto al cuidado de los niños y la educación sin importar la edad.

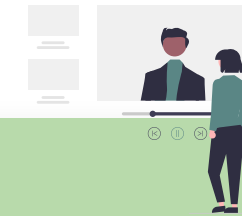
Considera presentar una serie de historias que cubran una variedad de respuestas a un problema o hacer referencia a ellas en una historia individual. Esto enfatizará que no hay una sola respuesta que pueda solucionar todos problemas relacionados con las dificultades económicas y la pobreza.

Gustavus Lim dice que preguntar **cómo la comunidad mide el éxito de sus acciones** o respuestas puede ser particularmente útil si hay una falta de datos relevantes sobre el área o problema en el corazón de su informe. También puede abordar situaciones en las que las comunidades puedan desconfiar de los datos oficiales o de las organizaciones que los poseen.

Ten en cuenta la complejidad de la persona

Informar sobre cuestiones relacionadas con las dificultades económicas o la pobreza puede a menudo originar datos a expensas de la experiencia humana o traer historias de individuos como estudios de caso unidimensionales de carencias o lucha. La guía **Reportando la pobreza**, de la Fundación Joseph Rowntree, el Sindicato Nacional de Periodistas del Reino Unido y otros asesores, nos recuerda que las estadísticas pueden ayudar a proporcionar un sentido de dimensión, cuestionar la información errónea y llamar la atención del público: “Sin embargo, es poco probable que los datos por sí solos, cambien la opinión del público”.

No te limites a centrar tus reportajes en los problemas de las personas o las comunidades, muestra las personalidades, sus esperanzas y aspiraciones así como los desafíos enfrentados. Debes **reflejar la experiencia completa** que están teniendo, dice **Tony Inglis**, editor de la **Red Internacional de Periódicos Callejeros**. Esto incluye presentar a personas superando desafíos o haciendo cambios positivos, así como informar sobre las soluciones comunitarias. “Es muy importante ir más allá de las estadísticas y las cifras para mostrar a los lectores que las comunidades [que experimentan o se ven afectadas por dificultades] están haciendo cosas innovadoras para cambiar el mundo y la vida de las personas”, dice Inglis.



Toma Nota

Piensa en cómo estás presentando a las personas en una historia, dice Gustavus Lim: “¿Son enmarcados como víctimas o participan activamente tanto en la solución de sus problemas como en ayudar a resolver problemas de la comunidad? “Las personas que viven en la pobreza son tan polifacéticas como todos”, dice Iyer. “Si estoy escribiendo sobre la sequía en un pueblo, entonces la persona con la que estoy hablando no es solo un agricultor que ha perdido su cultivo. Es un padre, un hermano, tal vez un hijo incapaz de cuidar de su madre enferma. Podría ser acreedor o tener pasatiempos que son llamativos.

“Reconocer eso siempre me ha ayudado a escribir mejores historias, porque se trata de construir una relación con un tema. Esto permite ver otras facetas de la personalidad de esa persona y experiencias que serán útiles para tu historia.”

Muestra a diferentes personas y experiencias de pobreza en las fuentes que incluyes en los resúmenes para los editores.

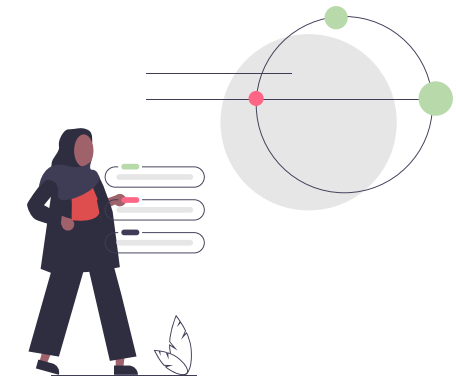
“Tal vez quieras hablar con alguien que tenga un doctorado y está desempleado o alguien que tiene varios trabajos. Estás posicionando a esa persona de manera diferente, en lugar de poner su pobreza en primer plano”, dice la **Dra. Rachel Broady, periodista, conferencista y activista que desafía los estereotipos de las personas en los medios experimentando la pobreza**. Permite transmitir la dignidad de las personas, así como potencialmente proporcionar un ángulo o enfoque diferente a un informe sobre experiencias de la pobreza. También puedes ayudar a resaltar problemas o experiencias compartidas, en lugar de posicionar la pobreza como “un problema de otra persona”.

Evita estereotipar y estigmatizar

Piensa cuidadosamente en el **texto y el lenguaje visual** de tus informes. Evita frases o imágenes que puedan avergonzar, estigmatizar o disminuir la amplitud de la experiencia de alguien. Fotos de banco de imágenes, representaciones extremas de “pornografía de pobreza” o de reporteros rodeados por personas que viven en la pobreza, a menudo niños, puede ser problemático, por ejemplo. **Unicef ofrece consejos para informar sobre los niños que viven en la pobreza**. Preguntar a los entrevistados y fuentes qué creen que podrías incluir en términos de contenido o imágenes.

Trata de poner a la persona como centro incluso en las frases que usas; considera la diferencia entre decir que algunos “viven en la pobreza” versus una “persona pobre”. “El idioma es importante. No necesariamente decir una persona sin hogar sino más bien una persona que experimenta falta de vivienda”, dice Inglis.

Verifica que tu trabajo no refuerce los estereotipos, especialmente aquellos que sugieren que los individuos son víctimas pasivas, carentes de iniciativa o representaciones que son otredad: piensa en cómo las personas se describirían a sí mismas en su lugar. Trata de no hacer comparaciones con el pasado. Esto puede animar a las audiencias a descartar tu artículo porque sugiere que estas experiencias o situaciones no son posibles en la sociedad moderna.



Toma Nota

“Algunos periodistas podrían pensar que la falta de contexto de las experiencias de las personas que afrontan dificultades [centrarse en lo que está mal] no tiene ningún impacto”, dice Gustavus Lim. “Sin embargo, esto puede reforzar la idea de que no hay manera de que estos problemas puedan ser solucionados.”

La forma en que describas la situación de alguien puede ser crucial para la manera como la audiencia comprende los problemas estructurales y sistémicos en juego. **Investigaciones sugieren** que presentar a alguien como si no tuviera alternativas de respuesta a su situación es poco convincente para el público. En su lugar, intenta explicar por qué esas opciones están restringidas o no están disponibles.

Transmite experiencias compartidas



Mientras pones al ser humano en el centro de tus informes, muestra las **estructuras o sistemas** que condujeron a esa persona o a esa comunidad a vivir esa experiencia y cuántas personas han sido afectadas. Esto hace que la historia sea más efectiva y agrega contexto.

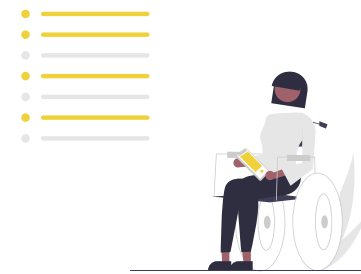
“Cuando se informa sobre la pobreza, la individualización puede ser una preocupación – hace que el problema de la pobreza sea únicamente de esa persona y que lo que está experimentando no sea compartido por otras personas”, dice Broady. También sugiere que el individuo “puede salir de esto” si hace cosas particulares, en lugar de reconocer que el sistema a menudo está en contra de las personas, dice, y donde hay una experiencia compartida con otras personas, comunidades y el público de tu trabajo periodístico.

Toma Nota

Explorar y explicar los sistemas y estructuras en tu trabajo periodístico muestra dónde pueden estar las soluciones potenciales, e identificar los responsables de esos sistemas. Una representación completa de un individuo o comunidad puede ayudar a transmitir la realidad cotidiana de vivir en la pobreza o enfrentar dificultades económicas; combinarla con un cuestionamiento a los sistemas, estructuras y posibles respuestas puede mostrar a tus audiencias el contexto más amplio y el cambio que podría ayudar a otros en esta situación.

La guía de informes de JRF proporciona este útil resumen: “Algunas historias sobre la pobreza se centran en las estadísticas. Otras se enfocan en personas individuales. Otras se enfocan en los sistemas (...) la mejor cobertura incluye y equilibra las tres.”

Enfócate en soluciones e innovación social



Mira las historias de dificultades económicas y pobreza a través del lente de periodismo de soluciones. Esto puede generar nuevos ángulos e ideas y hacer que los informes sobre la pobreza vayan más allá de las simples narrativas de privación para reflejar mejor el contexto histórico, social y sistémico, así como dar a las audiencias y sujetos un mayor sentido de poder, e incluso de esperanza.

“Los periodistas todavía necesitan recordarle a la gente lo que está en juego y el alcance del problema, pero lo que la gente necesita desesperadamente ahora es información sobre formas de imaginar algo mejor”, dice Gustavus Lim de SJNI.

Tus audiencias puede haber experimentado la pobreza y un enfoque en las soluciones puede equiparlos, así como a los que están en riesgo, con información valiosa, conocimientos prácticos para resolver o mitigar un problema e incluso acciones potenciales que pueden tomar. Muestra que estás pensando en las personas que son lectores, televidentes o también oyentes que viven en la pobreza y enfrentan dificultades económicas.

Toma Nota

No te acerques a una historia de dificultades económicas tratando de encontrar la solución que arreglará todo, dice Gustavus Lim: “Demuestra que hay lugares donde la gente está haciendo las cosas de manera diferente y se están logrando así resultados diferentes.”

Un idea para una historia podría centrarse en algo a pequeña escala si muestras cómo es relevante para un contexto más amplio, un problema o comunidad más grande. Como ejemplo, los destacados en el rastreador de historias de SJNI sobre [inquilinos que se organizan después del huracán Katrina en EE. UU.](#), que ofrece lecciones aprendidas sobre viviendas asequibles que son aplicables ahora.

“Estos pueden ser problemas profundamente arraigados. Busca a la gente en el terreno que está realizando un trabajo reconocido por la comunidad, pero aún no por los medios de comunicación. Ponlos en el centro de la historia”, ella dice. No disminuyas el detalle de cómo están abordando un problema: otros que enfrentan desafíos similares encontrarán esos detalles más útiles que un reporte centrado en el problema.

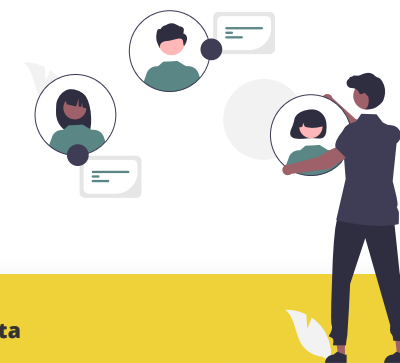
Informar sobre ejemplos de personas o comunidades que están haciendo las cosas de manera diferente para abordar un problema y generar un cambio, también incrementará el sentido de responsabilidad de quienes ocupan puestos de poder, demostrando que algo se puede hacer, especialmente cuando un problema ha sido retratado como intratable.

Construye relaciones

Como con la mayoría de los temas, invertir tiempo en sus informes y construir relaciones con las comunidades destacadas o afectadas es probable que conduzca a historias y fuentes mejores y más originales. Cuando informes sobre problemas de dificultades económicas o los impulsores y consecuencias del empobrecimiento, este tiempo puede ser crucial para construir una **relación y confianza** con las fuentes.

Inglis del INSP es testigo de esto en los periódicos con los que trabaja: “Muchas de nuestras salas de redacción están situadas en los mismos lugares en los que se encuentran los vendedores, que compran y venden periódicos, van y vienen. Ellos tienen una relación de trabajo con el tipo de personas sobre quienes y para quien escriben las historias.

“Como periodistas y público, podemos estar bastante alejados de ese sentido de comunidad. Interactuar diariamente con personas que están luchando puede dar forma a toda tu perspectiva, tu historia sobre un problema y las preguntas que tu haces.”



Toma Nota

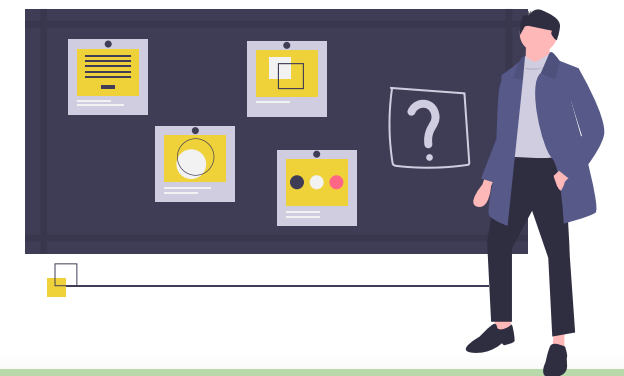
Si tu reportaje involucra a alguien que vive o está durmiendo en las calles, recuerda que son ignorados casi constantemente por la gente, dice Inglis. Un acercamiento amistoso con una actitud abierta ayudará: “Asegúrate de que haya un sentido de igualdad desde el principio. Hay mucha información hablando sobre las personas sin que se les dé la palabra. Permíteles ser tomadores de decisiones como lo eres tú.”

Siempre que sea posible, pasa tiempo en su entorno, en la medida que te lo permitan, agrega Inglis: “No tiene que ser donde están viviendo en ese momento, sino cómo están viviendo e interactuando con las mismas organizaciones que los ayudan a diario”. Dedicar tiempo para este trabajo y tratar de construir un campo de juego nivelado en tus relaciones con personas que atraviesan dificultades económicas o la pobreza te ayudará a informar, te conducirá a nuevas fuentes e incluso te ayudará a verificar los hechos. Iyer da el ejemplo de ser invitado a los hogares de las personas en la India rural, lo que le permitirá ver qué tipo de arreglos para dormir, agua y saneamiento y alimentos, almacenamiento tiene una familia - todos los diferentes indicadores de cómo viven - así ahorra tiempo para hacer preguntas más complicadas.

Haz que estas historias formen parte de tu ritmo y ofrece seguimiento regularmente, sugiere Iyer. Esto te ayudará a construir relaciones con estas comunidades como periodista freelance y a retratar las experiencias de pobreza como dinámicas e individuales y da una sentido más claro del impacto de las respuestas a largo plazo.

No simplifiques demasiado, mira a largo plazo

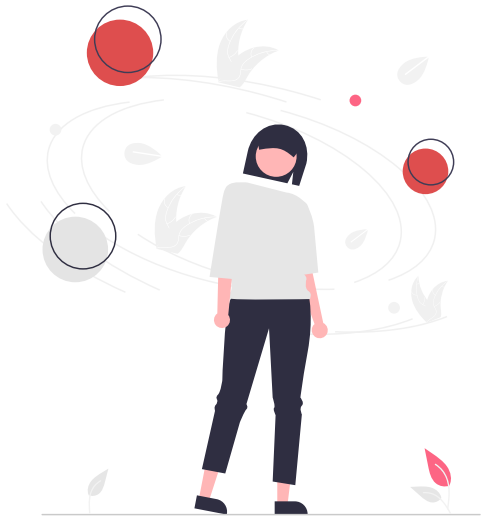
Busca las respuestas y **soluciones** que “tardan un poco más” en establecerse pero es probable que entreguen resultados o cambien con el tiempo, dice Gustavus Lim de SJNI. “Necesitamos esforzarnos como periodistas e ir más allá de las respuestas que son demasiado simples”, dice, por ejemplo cubriendo historias de jardines comunitarios como solución a problemas de pobreza alimentaria o casas pequeñas como una solución asequible a la escasez de viviendas. “Todas esas cosas son ciertas, pero no son **una respuesta sistémica a un problema sistémico**,” dice. “Céntrate solo en respuestas simples podría proporcionar información a corto plazo, que es insuficiente para lo que la gente necesita”.



Toma Nota

Para los periodistas freelance, esta puede ser una forma de diferenciar sus historias. Se explícito y señala dónde se ha centrado la cobertura hasta la fecha y por qué es importante mirar más allá. Muestra que más hay en el problema y que nuevas historias están aún por ser contadas. Cuando se trata de periodismo de soluciones, revisa los datos para comprender el tamaño de necesidad con respecto a un problema particular, por ejemplo, el número de personas que necesitan una vivienda asequible y el impacto que la respuesta podría tener. Tu historia podría sobresalir si puedes mostrar que una solución tiene potencial para abordar un problema a gran escala.

Refleja la complejidad



Muestra la **naturaleza interseccional** de la experiencia de alguien en tus historias en lugar de reducir su experiencia a un factor. Por ejemplo, es probable que una persona sin hogar esté enfrentando muchos problemas diferentes, no solo la falta de ingresos o alojamiento. Falta de acceso a sistemas e infraestructura, también será parte de su experiencia.

Del mismo modo, las causas o impulsores de las dificultades económicas o la pobreza que alguien está experimentando puede implicar una variedad de factores más amplios que deben explorarse, desde el racismo sistémico y la desigualdad de género al acceso desigual a la educación o a los impactos económicos del cambio climático.

Toma Nota

El reportaje de Kavitha Iyer sobre los trabajadores migrantes en las ciudades de la India y el impacto de los bloqueos generados por COVID-19 en sus vidas muestra los diferentes factores que están en juego para quienes experimentan dificultades económicas. El encierro amenazó su trabajo típicamente informal. Sin salarios y sin acceso al transporte, muchos se vieron obligados a caminar cientos de kilómetros hasta sus pueblos de origen.

“En India, la pobreza en sí misma no es noticia, que alguien esté en situación de pobreza o que una comunidad, pueblo, región o distrito federal sea pobre tampoco es noticia. Por el contrario, los procesos que rodean esta experiencia de ser pobre o experimentar dificultades económicas si son noticias”, dice Iyer. “Procesos dirigidos a una narrativa de crecimiento o el desarrollo podría resultar en el empobrecimiento de un gran número de personas. El contexto lo es todo”.

Utiliza la visualización de datos para revelar desigualdades



Comprender y **explicar las brechas** que sustentan experiencias de pobreza: género, brechas de ingresos familiares, desigualdades en el acceso a la salud o la educación, diferentes impactos para hombres, mujeres y niños – es crucial para informar sobre este tema. Datos relacionados con estos factores multidimensionales pueden ser difíciles de encontrar o estar llenos de matices. Como tal, las herramientas de visualización de datos, **incluyendo DataWrapper y TwoTone**, que convierten los datos en formatos sonoros y visuales, como gráficos de movilidad fluida, puede proporcionar formas innovadoras de revelar las desigualdades en tu narración.

Toma Nota

[DataJournalism.com](https://datajournalism.com) ofrece consejos para reportar sobre el impacto del COVID-19 en las experiencias de pobreza de las comunidades, incluyendo cómo la creación de visualizaciones de datos interactivos ayuda a descubrir nuevas historias. [GIJN](https://gijn.org) también ofrece **inspiración sobre cómo estas herramientas y formatos visuales** como drone y fotografía aérea se están utilizando para informar sobre la pobreza, sugiriendo cómo el impacto visual puede ser reforzado con contexto y datos.

Cuestiona lo que le dices a la gente con las imágenes que eliges, dice Broady: “¿Qué estereotipos estás reforzando con tus imágenes y descripciones?”

Tips de una periodista local

“Nos dice la maestra Mónica González que ‘el buen periodismo es esperanza’ y yo lo creo cuando con esa convicción llegamos a cubrir un tema como la pobreza”, explica Gina Morelo, periodista de investigación colombiana.

Para sacar esta cobertura de los lugares comunes ella propone: “La pobreza no es pobreza, es un problema transversal en la sociedad que nos exige como periodistas ponernos los lentes para encontrar a los responsables de esa miseria que golpea a tantas personas, los cuales están en el poder”.

Enfatiza la experiencia vivida

Eleva la **experiencia de individuos, locales y comunidades** para resaltar el trabajo que ya se está haciendo y que nos puede mostrar cómo podemos llegar a un lugar o una respuesta diferente a la dificultad económica. “Pregunta por qué lo estás enmarcando de cierta manera. ¿Ya se ha contado esa historia? ¿Existe la oportunidad para contar una historia diferente que empodere a las personas y dé a la audiencia nueva información?”, dice Gustavus Lim de SJN.

Algunos de los grandes proyectos que están sucediendo para ayudar a las personas que experimentan pobreza o dificultades económicas no son necesariamente dirigidos por personas que han experimentado la pobreza, agrega Inglis. Si este es el caso para soluciones, iniciativas o voces expertas que aparecen en los informes, encuentra formas de presentar aportes o las voces de aquellos que si han experimentado los distintos tipo de pobreza para equilibrar la historia. Cuestiona tu propio sesgo y reconoce que hay mucho que aprender de las personas que viven en la pobreza si le damos el mismo tiempo, respeto y espacio que a otras fuentes.

Toma Nota

“Habla con las personas involucradas en lugar de observar”, dice Broady. “Habla con varias personas con experiencia y no solo políticos u organizaciones. Trátalos y respétalos como fuente de tus noticias. No son un estudio de caso para probar tus argumentos”.

Deja que tus fuentes sepan lo que estás haciendo, mientras lo haces - cuál es la historia, cómo podría desarrollarse y dónde es probable que sea publicada. Si van a necesitar viajar a una entrevista, asegúrese que sea un lugar seguro, donde se sientan cómodos para ir y tengan un acceso asequible. “Háblales apropiadamente. No los utilices como una manera de poner emoción a tu historia. Ellos aportan conocimiento”, dice Broady.

Tratar a las personas con experiencia de pobreza como fuentes, no como estudios de casos, puede ayudar a generar confianza incluso si no puede pasar mucho tiempo en una comunidad, dice Broady. También da a las personas un derecho de respuesta más fácil que si hubieran sido contactadas a través de una organización.

Y agrega: “Reportea con corazón y cabeza. Rodéate de expertos, sabios, de señores de los documentos, no solo de protagonistas”. “Ocúpate del fondo de la reportería y luego del formato de la historia. En los fuegos artificiales podría estar el impacto, pero en tu trabajo de investigación seguramente conectado con el de otros, podría haber incidencia, y eso es clave”, añade Morelo.

La periodista nos sugiere investigar con las organizaciones de la sociedad civil que tienen datos pero también iniciativas que intentan brindar caminos de solución a un problema estructural que deriva en desigualdad. “Escribir sobre pobreza implica trascender el ejercicio lastimero, no dejarnos tentar por la ‘pornomiseria’ que carga de adjetivos las historias, en ausencia de los datos”.

Recursos

- Cubrir la pobreza: qué evitar y cómo hacerlo bien** >
– The Journalist’s Resource
- Cómo informar sobre la pobreza de manera ética, precisa y Responsable** >
– Journo Resources
- Informar sobre la pobreza: una guía para profesionales de los medios** >
– JRF y asesores
- Los medios, la pobreza y la opinión pública en el Reino Unido** >
– JRF
- Guía para reportar la pobreza** >
– Sindicato Nacional de Periodistas (NUJ), Reino Unido
- <https://www.jrf.org.uk/report/framing-toolkit-talking-about-poverty>** >
– Fundación Joseph Rowntree
- Prensa justa para inquilinos** >
– See the Person
- Ayudando a las fuentes a prepararse para las entrevistas** >
– On Road Media
- Política - un enfoque multidimensional** >
– Iniciativa de Pobreza y Desarrollo Humano de Oxford (OPHI)
- Informar sobre la justicia económica: una guía de lenguaje** >
– Broke in Philly
- Haciendo de la pobreza la historia: Es hora de involucrar a los medios en Reducción de la Pobreza** >
– Instituto Panos
- Guía de movilidad económica** >
– Solutions Journalism Network
- El Proyecto de Informe de Dificultades Económicas** >
- Foco en la oportunidad de la pobreza** >
- Fuentes de datos - pobreza** >
– GIJN
- El Índice Global de Pobreza Multidimensional (IPM) de 2020** >
– UNO
- Consejos para cubrir la pobreza** >
– ijnet