

Estrategias comunicativas e impacto mediático de las ONGD

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
Historia y desafíos de las ONGDs en el siglo XXI	15
1.1 Origen e historia de las ONGDs	16
1.1.1 Origen y transformación internacional de las ONGDs.....	16
1.1.2 Origen e historia de las ONGDs en España	25
1.1.3 Origen e historia de las ONGDs analizadas	29
1.2 Definición y rasgos básicos de las ONGDs	38
1.2.1 Organizaciones no gubernamentales	40
1.2.2 Organizaciones no lucrativas	44
1.2.3 Movimiento de la sociedad civil	51
1.3 Funciones de las ONGDs en los PDs	55
1.3.1 La promoción del desarrollo	
a través de las ‘prácticas sobre el terreno’	58
1.3.2 La educación para el desarrollo	64
1.3.3 La función de sensibilización	70
1.3.4 La función de captación de donaciones	75

II *Estrategias comunicativas e impacto mediático de las ONGDs*

1.3.5 La función como grupo de presión	84
1.3.6 La función informativa	89
1.4 La autoridad de las ONGDs	94
1.4.1 Reconocimiento de los organismos internacionales y nacionales de cooperación al desarrollo.....	95
1.4.2 Reconocimiento de los medios de comunicación	100

CAPÍTULO 2

Estrategias comunicativas de las ONGDs españolas . 109

2.1 Origen y evolución de las estrategias de comunicación de las ONGDs españolas	110
2.1.1 Rasgos que los caracterizan al conjunto	111
2.1.2 Evolución particular de las ONGDs analizadas	118
2.2 La comunicación en la funciones de las ONGDs	142
2.2.1 La comunicación en la educación para el desarrollo	143
2.2.2 La comunicación que pretende sensibilizar	144
2.2.3 La comunicación orientada a la captación de donaciones	146
2.2.4 La comunicación como herramienta de presión	153
2.3 La función informativa. Intereses y riesgos de la presencia en los medios	155
2.3.1 Presentación de las ONGDs como instituciones: lo que son y lo que demandan de la sociedad	159
2.3.2 Informar sobre las situaciones de subdesarrollo	167
2.3.3 Riesgos que conlleva la presencia mediática	175

2.3.4 Posibles causas de las deficiencias comunicativas de las ONGDs	183
---	-----

CAPÍTULO 3

Marco teórico y metodología 191

3.1 Fundamentación teórica 191

3.2. Metodologías del caso de estudio..... 195

3.2.1 Selección y justificación de las muestras de estudio..... 195

3.2.2 Selección y justificación de las técnicas de análisis 208

a) Análisis de contenido cuantitativo 208

- *Código utilizado en el análisis
de los comunicados de prensa* 209

- *Código utilizado en el análisis las noticias*..... 211

b) Análisis de contenido cualitativo..... 215

c) Entrevistas en profundidad 217

- *Guión de las entrevistas a
los directores de departamento* 219

- *Guión de las entrevistas
a los directores de gabinete* 219

d) Cuestionario..... 220

CAPÍTULO 4

Presencia e imagen de

las ONGDs en los medios impresos 223

4.1 Presencia y visibilidad de

las ONGDs en los medios de comunicación.....	223
4.1.1 Cantidad y frecuencia en la emisión de comunicados.....	224
4.1.2 Cantidad y frecuencia de noticias sobre las ONGDs en la prensa	230
4.1.3 Eficacia de la iniciativa de las ONGDs	234
4.1.4 Visibilidad de las ONGDs en la prensa	237
4.2 Imagen de las ONGDs en los comunicados de prensa....	247
4.2.1 Temas prioritarios	248
4.2.2 Funciones más destacadas de las ONGDs	255
4.2.3 Presencia de otros protagonistas	262
4.2.4 Acciones colectivas de las ONGDs	268
4.2.5 Rasgos significativos de los comunicados: primeras conclusiones	272
4.3 Imagen de las ONGDs en las noticias	275
4.3.1 Rasgos formales de la información	276
4.3.2 Contenidos informativos sobre las ONGDs	280
a) Temas prioritarios	280
b) Funciones más destacadas	286
c) Presencia de otros protagonistas	291
4.3.3 Las ONGDs como fuentes de información	297
4.3.4 Valoración de las ONGDs en los medios	304
4.3.5 Configuración de la imagen de las ONGDs en las noticias: primeras conclusiones	308
4.4 Coincidencias, diferencias e influencia sobre la imagen de las ONGDs.....	312

CAPÍTULO 5

Imagen de los PVDs: efectos de la mediación.....	319
5.1 Representación e imagen de los PVDs	320
5.1.1 Imagen que reflejan los comunicados	320
a) Imagen de la ciudadanía	321
b) Imagen de las autoridades	332
5.1.2 Imagen que reflejan los periódicos	336
a) Imagen de la ciudadanía	336
b) Imagen de las autoridades	352
5.2 Coincidencias, diferencias	
e influencia sobre las imágenes de los PVDs	358
a) Coincidencias	358
b) Diferencias	359
c) Influencias	360
Conclusiones	363
Anexos	373
Anexo 1 Datos sobre ONGDs	373
Anexo 2 Código cuantitativo para	
los comunicados de las ONGDs	375
Anexo 3 Código cuantitativo para las noticias publicadas.....	379
Anexo 4 Guión de entrevista en	
profundidad para los directores de departamentos..	385
Anexo 5 Guión de entrevista en	
profundidad para los directores de gabinete	389

VI *Estrategias comunicativas e impacto mediático de las ONGDs*

Anexo 6 Cuestionario para periodistas	393
Bibliografía	399

INTRODUCCIÓN

La pobreza mundial constituye uno de los problemas más graves que la humanidad padece actualmente. Diversos organismos internacionales constatan cada año esta afirmación.

Según cálculos reflejados en el *Informe sobre el desarrollo mundial 2005* del Banco Mundial, casi la mitad de las personas que actualmente habita nuestro planeta viven con menos de dos dólares al día y 1.100 millones con menos de un dólar¹. En los países más pobres, un 50% de los niños menores de cinco años sufre malnutrición y una quinta parte de este segmento de población muere antes de alcanzar esa edad². Este organismo denuncia también que existen 113 millones de niños que no tienen la oportunidad de ir a la escuela y que 1.500 millones de personas no pueden acceder al agua potable³. La Organización para la Agricultura y la Alimentación de Naciones Unidas (F.A.O.) advierte de la existencia de más de 850 millones de personas con insuficiencia alimentaria⁴.

Desde el final de la Segunda Guerra Mundial, la ayuda externa al desarrollo se ha presentado como una de las medidas principales que puede reducir la pobreza. A partir de ese momento, muchos organismos

¹ Cfr. BANCO MUNDIAL, *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2005: un mejor clima para la inversión en beneficio de todos*, Mundi Prensa, Washington, 2004.

² Cfr. BANCO MUNDIAL, *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2001/2002: lucha contra la pobreza*, Mundi Prensa, Washington, 2001.

³ Cfr. Página web del Banco Mundial: <http://www.worldbank.org> (Consultado el 23 de diciembre de 2004).

⁴ Cfr. FAO, *El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo. Seguimiento de los avances en la consecución de los objetivos de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación y de los Objetivos De desarrollo del Milenio*, FAO, Italia, 2004.

públicos y privados, internacionales y nacionales han trabajado para alcanzar ese objetivo⁵.

En ese intento, tanto el concepto de desarrollo como el modo de lograrlo ha ido evolucionando⁶. A pesar de los diversos enfoques asumidos por cada uno de los organismos, en este momento existe un consenso casi unánime sobre la necesidad de que el desarrollo responda a los calificativos de humano⁷ y sostenible⁸, si realmente quiere ser una solución eficaz para reducir la pobreza.

Las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo (O.N.G.D.) han sido unas de las instituciones que más se han implicado y más han trabajado para conseguir que el desarrollo cumpla esas

⁵ Cfr. PODESTÀ AIRALDI, Bruno, 'Los agentes de la cooperación para el desarrollo', en: ALONSO, José Antonio; Et al., *La cooperación internacional para el desarrollo: ámbito y configuración*, CIDEAL, Madrid, 1995.

⁶ Sirva como ejemplo la transformación que en el seno de las Naciones Unidas ha experimentado el concepto de desarrollo desde la década de los sesenta. "A partir de 1960 la Asamblea General proclamó los 'Decenios de las Naciones Unidas para el desarrollo'. El primero de ellos (1961-1971) insistió en el logro de altas tasas de crecimiento económico en los países en desarrollo, con el objetivo de reducir las disparidades Norte-Sur. El Segundo Decenio de las Naciones Unidas para el Desarrollo (1971-1980) dio más énfasis al progreso social y la satisfacción de las necesidades básicas de los grupos más pobres. El Tercer Decenio (1981-1990) planteó la necesidad de negociaciones Norte-Sur para la cooperación al desarrollo y la reactivación del crecimiento económico en los países del Sur. El Cuarto Decenio (1991-2000) abogó por la estrategia del 'desarrollo humano y sostenible' impulsada por otras instancias de las Naciones Unidas, como el PNUD", SANAHUJA, José Antonio; GÓMEZ GALÁN, Manuel, *El sistema internacional de cooperación al desarrollo: una aproximación a sus actores e instrumentos*, Cideal, Madrid, 1999, pp. 76-77.

⁷ Este concepto incide en que el factor económico es un elemento necesario, pero en ningún caso suficiente para conseguir el desarrollo. Destaca que el ser humano es el auténtico motor y receptor del proceso. Cfr. PNUD, *Informe sobre el desarrollo humano*, Mundi Prensa, 1994; SAMPEDRO, José Luis; BERZOSA, Carlos, *Conciencia de subdesarrollo veinticinco años después*, Taurus, Madrid, 1996, pp. 201-202.

⁸ El carácter sostenible del desarrollo se refiere a su capacidad para mantenerse en el tiempo de forma armónica con el sistema ecológico. Cfr. *Informe Nuestro Futuro Común*, Comisión Internacional sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, 1986; BRUNA, Fernando, *La encrucijada del desarrollo humano. Una visión económica de los cambios pendientes sobre la ayuda al desarrollo y el 0'7% del PIB*, Catarata, Madrid, 1997, p. 109.

condiciones. Su naturaleza es no gubernamental, no lucrativa y se apoya en la acción de la sociedad civil⁹. Trabajan simultáneamente en dos campos de acción distintos: por un lado, ejecutan prácticas de desarrollo sobre el terreno; por otro, han asumido las labores de sensibilizar, educar para el desarrollo (E.P.D.), presionar e informar a la ciudadanía de los PDs.

La ciudadanía es para estos movimientos un valioso instrumento. De ella obtienen, fundamentalmente, parte de su financiación, sus voluntarios, su autoridad y la capacidad de presión que pueden ejercer.

La opinión pública mundial, y la española en particular, está sensibilizada ante el problema del subdesarrollo, sobre todo en momentos puntuales¹⁰, pero desconoce casi completamente aquello sobre lo que afirma estar sensibilizada¹¹. La ignorancia o la ingenuidad suelen, con frecuencia, producir contradicciones en las respuestas de los estudios de opinión pública que se realizan al respecto¹². Las encuestas muestran que la sociedad se considera solidaria¹³ porque cree que las

⁹ Cfr. MARTÍNEZ SÁNCHEZ, Juan Luis, *La imagen de las ONG de desarrollo. (Para ir dimensionando el Tercer Sector)*, IEPALA, Madrid, 1998.

¹⁰ Cfr. CALLE COLLADO, Ángel, *Ciudadanía y solidaridad: las ONG de solidaridad internacional como movimiento social*, IEPALA, Madrid, 2000, p. 84.

¹¹ Cfr. DÍAZ-SALAZAR, Rafael, *La cultura de la solidaridad internacional en España*, Cristianisme y Justicia, Barcelona, 1995; EDWARDS, Michael, *Un futuro en positivo: la cooperación internacional en el siglo XXI*, Intermon - Oxfam, Barcelona, 2002, p. 356.

¹² “La ayuda al desarrollo de otros países sigue suscitando opiniones mayoritariamente favorables sobre todo cuando se vincula con la cifra del 0,7% del PIB, pero menos cuando se la relaciona con las asignaciones presupuestarias que se necesitan para cumplimentarla. De esta contradicción resulta una postura general ambigua [...]”, DEL CAMPO, Salustiano, *La Opinión Pública española y la Política Exterior. Informe INCIPE 1998*, INCIPE, Madrid, 1998, p. 12-13.

¹³ “Si nos centramos en las actitudes personales de los encuestados, surgen contradicciones difícilmente conciliables. Así, aunque el 84% nos consideramos solidarios, sólo un 20% colaboramos (como voluntario y/o como socio económico) con alguna ONG. Y sólo un 6% participa como voluntario en alguna de ellas, dedicando parte de su tiempo a trabajar desinteresadamente por los demás”, *Consumer*, Nº17, 1998, ‘Sólo el 20% de la población colabora con alguna ONG’, [Http//revista.consumer.es](http://revista.consumer.es), (Consultado el 2 de diciembre de 2004).

galas benéficas o las aportaciones económicas esporádicas que realizan son suficientes para solucionar el problema del subdesarrollo¹⁴.

El desconocimiento y las contradicciones de la opinión pública en esta materia han generado un debate en el seno de las ONGDs¹⁵. A pesar de que estas organizaciones surgieron en el mundo de la cooperación principalmente para ejecutar proyectos sobre el terreno y buscar financiación para los mismos, en la actualidad, su misión incluye también el deber y la responsabilidad de informar a los ciudadanos de los PDs en los temas relacionados con la cooperación y con las realidades que acontecen en los PVDs.

Aunque las ONGDs están trabajando en el campo de la comunicación, los efectos que obtienen no son siempre positivos. Por ejemplo, para conseguir y conservar el apoyo - principalmente económico - de la opinión pública, las ONGDs basaron su estrategia comunicativa esencialmente en la creación de anuncios publicitarios que mostraban las carencias de las poblaciones de las regiones más pobres, apelando a la sensibilidad para conseguir aportaciones monetarias inmediatas. Las consecuencias negativas que se han derivado de esta opción - fatiga de la compasión, reducción de responsabilidades y desconfianza hacia ellas - también han contribuido a la apertura del debate sobre su labor comunicativa.

Las preguntas sobre cómo están desarrollando las ONGDs la función de informar sobre sus acciones en el ámbito de la cooperación y sobre las realidades que acontecen en los PVDs y su eficacia en la

¹⁴ “ [...] las galas benéficas organizadas por las cadenas de TV. La mitad de la población considera que, si bien son instrumentos más de estas empresas de comunicación para imponerse a la 'guerra' de audiencias, estos espectáculos contribuyen a solucionar problemas reales”, *Consumer*, N°17, 1998, ‘Sólo el 20% ...’

¹⁵ La encuesta cofinanciada por la Comisión de las Comunidades de Europa ‘*Los europeos y la ayuda al desarrollo en 1987*’ y los resultados del trabajo realizado por varias ONGDs en el marco del proyecto ‘*Imágenes de África*’, alertaron a estas instituciones sobre la necesidad de replantearse la comunicación que estaban desarrollando

difusión del conocimiento sobre esas realidades están sobre la mesa de discusión.

Las hipótesis de las que parte esta tesis doctoral pueden resumirse del siguiente modo. En primer lugar, se considera que las ONGDs tienen la naturaleza adecuada para comunicar a la opinión pública las funciones que ellas desempeñan y cuáles son las realidades de los PVDs. En segundo lugar, se estima que los esfuerzos dedicados a esta función han incrementado considerablemente desde mediados de la década de los noventa, aumentando su impacto. A pesar de ello, se cree que la influencia que las ONGDs tienen sobre los contenidos publicados es todavía limitada. Consideramos que, aunque se ha avanzado mucho en este ámbito durante los últimos años, éste requiere todavía un mayor grado de desarrollo y profesionalización.

El trabajo se sustenta en la premisa de que la comunicación para el desarrollo desempeña un papel clave en la resolución progresiva del problema de la pobreza¹⁶.

El objeto concreto de esta investigación consiste en conocer si las ONGDs tienen las condiciones necesarias para mejorar el conocimiento sobre las labores que ellas desempeñan y de las realidades que acontecen en los países pobres. Tras ello, el trabajo analizará la forma en que estas instituciones comunican ambas temáticas en la actualidad. Por último, se procederá a valorar la influencia que tiene la información que las ONGDs envían a los medios.

El interés del objeto del estudio se explica por la relevancia que han adquirido en el marco de la cooperación¹⁷. En segundo lugar, por las

¹⁶ Cfr. BERNABÉ, Javier, 'Las áreas de comunicación de las ONGD y el trabajo periodístico', *Revista española de Cooperación y Desarrollo*, N° 7, 2001, pp. 127-145.

¹⁷ "Las ONG se han transformado en actores importantes, tanto en cuanto al tamaño como en cuanto a efectos. En los Estados Unidos, el empleo en el sector de las ONG llega casi a 9 millones, en la Unión Europea, casi a 6 millones, en Japón, a más de dos millones, y en Brasil, a un millón, en la Argentina, a 350 mil, y en Colombia, a 270 mil. La parte de los recursos que absorben las ONG ha aumentado constantemente, aunque las transferencias de ayuda oficial han ido en constante declinación. Los ingresos de las

posibilidades que tiene la comunicación pública de maximizar la acción de las ONGDs en la cooperación al desarrollo.

Las ONGDs cuentan con un importante respaldo social que se aprecia, sobre todo, por el constante incremento anual de socios, donantes y voluntarios que, de un modo u otro, apoyan a estas organizaciones¹⁸. Además, estos organismos han adquirido una significativa autoridad. Se han convertido en expertos en temas de desarrollo¹⁹. Su número ha crecido y el volumen económico que gestionan se ha multiplicado²⁰. También, se puede afirmar que los periodistas las consideran fuentes de autoridad al utilizar con frecuencia sus documentos y testimonios.

Aunque se ha estudiado con profundidad su labor de diseñar y ejecutar proyectos de desarrollo, existen grandes lagunas de conocimiento - teórico y práctico - sobre las actividades en el ámbito de la comunicación. Apenas se ha analizado su posible responsabilidad informativa en la labor de incrementar el conocimiento que la opinión pública tiene sobre las funciones que ellas realizan en el ámbito de la cooperación y sobre las realidades de los PVDs.

ONG en los Estados Unidos llegaron a un total de 566 mil millones de dólares, en Japón, a 264 mil millones de dólares, y en el Reino Unido, a 78 mil millones de dólares. [...] Eso demuestra que las ONG constituyen una fuerza, tanto en cuanto a defensores como en cuanto a encargados de prestar servicios”, PNUD, *Informe sobre el Desarrollo Humano*, Mundi Prensa, Madrid, 1999, p. 95.

¹⁸ “Un cálculo aproximado situaría en unas treinta mil las personas que trabajan en las ONGD españolas, de las cuales una quinta parte lo hacen con contrato laboral”, BAIGES, Siscu, *ONGD: Historia, aciertos y fracasos de quienes quieren ayudar al Tercer Mundo*, Plaza & Janés, Barcelona, 2002, p. 108.

¹⁹ Cfr. ORTEGA, María Luz, *Las ONGD y la crisis del desarrollo. Un análisis de la cooperación con Centroamérica*, IEPALA, Madrid, 1994, p. 31.

²⁰ “Se estima que los fondos canalizados por las ONGD ascienden a casi el 10% de la AOD total. Según la OCDE, entre 1975 y 1993 los recursos que las ONGD transfieren al Sur se han cuadruplicado, pasando de 1.300 a 5.700 millones de dólares. En 1996, ya se elevaron a 6.000 millones”, SANAHUJA, José Antonio; GÓMEZ GALÁN, Manuel, *El sistema internacional...* p. 218.

La tesis doctoral se enmarca dentro de la teoría de la mediación. El trabajo sigue la línea de investigación centrada en el análisis del proceso de elaboración y publicación de los mensajes informativos analizando, principalmente, la influencia que ejercen los departamentos de comunicación de las instituciones en dicho procedimiento. Concretamente, se investiga la repercusión que un tipo de fuentes, las ONGDs, tienen sobre la información que los medios publican sobre ellas y sobre las realidades que acontecen en los países pobres.

El caso de estudio seleccionado en esta investigación son las ONGDs que disponen de sede en España y que invirtieron en 1999 una cantidad significativa en comunicación. Este criterio, unido a otros que se detallan en el tercer capítulo de esta investigación, determinaron una muestra compuesta por las siguientes instituciones: *Intermon - Oxfam*, *Médicos Sin Fronteras*, *Manos Unidas*, *Médicos del Mundo Ayuda en Acción*, *Acción Contra el Hambre*, *Codespa* y *el MPDL*. Los resultados obtenidos en el análisis permiten obtener conclusiones válidas también para las grandes ONGDs europeas, puesto que sus características actuales son muy similares a las de las instituciones investigadas.

En cuanto a las fuentes utilizadas, se consultó diversa bibliografía, informes y documentos principalmente de organismos internacionales y nacionales dedicados a la cooperación que profundizan en los conceptos y variables que definen el desarrollo y el subdesarrollo²¹. La complejidad del problema y la necesidad de una respuesta conjunta por parte de los actores que se dedican a la cooperación al desarrollo son notas constantes en todas las obras consultadas.

Dentro de esa bibliografía básica se incluyeron publicaciones relativas al papel que juega la comunicación pública en la cooperación al desarrollo y cuál es la situación actual de los PVDs. Todos los autores examinados coinciden en destacar el desequilibrio comunicativo

²¹ Se consultaron informes y publicaciones realizadas, principalmente por diversas agencias y programas de la ONU como FAO, UNICEF, PNUD, etc.; y por otros organismos como el Banco Mundial, el FMI, la AECI, CONGDE, etc.

existente, el difícil acceso de esas regiones a los medios de comunicación de los países industrializados, y la función clave que la comunicación para el desarrollo desempeña en la cooperación internacional.

Se revisaron también las obras que hasta el momento se han encontrado editadas sobre las ONGDs. La mayoría de ellas relatan la historia de estas organizaciones, su labor como promotores de proyectos de desarrollo, el respaldo social que han obtenido y la autoridad que han adquirido en el plano internacional²². Sólo un número escaso - las de publicación más reciente - plantean algunos de los debates y los retos, entre ellos el comunicativo²³, a los que se enfrentan las ONGDs en este nuevo milenio. La gran mayoría de los libros y artículos resaltan el valor positivo de la actuación de estas organizaciones.

También se ha trabajado con el material que describe y analiza la variedad de funciones, estructuras, recursos, estrategias comunicativas existentes, herramientas más habituales que se emplean, funciones de los profesionales que se dedican a esta labor, etc., propio de los departamentos de comunicación en diversidad de instituciones. A pesar de que las obras de esta temática que aludían de manera específica a las ONGDs eran escasas, las experiencias adquiridas por otras organizaciones con unos criterios comunicativos más asentados han sido de gran utilidad para delimitar, analizar y valorar el estado de la cuestión en el caso específico de las instituciones investigadas en esta tesis.

Los documentos generados por las ONGDs que son objeto de estudio han constituido otra fuente primordial de información. Los planes de comunicación, las notas de prensa, los dossieres informativos,

²² Para conocer mejor cuál es su cometido en el ámbito internacional, se revisaron varios libros del campo de las Relaciones Internacionales. De estas lecturas se dedujo que estas instituciones ocupan un espacio creciente en este campo de estudio, concentrando páginas, e incluso capítulos, en los últimos libros publicados. La valoración que se realiza de ellas no es unánime. Hay autores que resaltan su actuación en el plano internacional y otros que la reprochan.

²³ Cfr. DEACON, David, 'The voluntary sector in changing communication environment: a case study of non-official news sources', *European Journal of Communication*, Vol. 11, N° 2, 1996.

las memorias anuales, las revistas, los anuncios y campañas publicitarias, los informes internos, etc. son los que más se han utilizado. En el caso de los medios de comunicación, se examinaron principalmente las noticias en las que se menciona a las ONGDs publicadas durante el periodo investigado.

Por último, merece la pena reseñar que también se ha trabajado con bibliografía sobre cuestiones vinculadas a los códigos de conducta, a la comunicación persuasiva, a la historia y línea editorial de los medios de comunicación españoles y a la metodología de análisis de contenido, entrevistas en profundidad, cuestionarios, etc. Toda ella ha sido de gran utilidad para la elaboración de esta investigación.

La diversidad de objetivos presentes en esta tesis²⁴ y la escasa bibliografía específica existente al respecto recomendaron el uso de diversas metodologías. Los análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, las entrevistas en profundidad y los cuestionarios son las que se han empleado en esta investigación. Con los resultados obtenidos de todas ellas, y mediante la técnica de la triangulación, se han obtenido conclusiones interesantes que responden, en gran parte, a los interrogantes que originaron este trabajo.

Las ONGDs que componen la muestra de este estudio, como ya se ha mencionado, son ocho. Su selección responde a los siguientes criterios: se eligieron instituciones miembros de la Coordinadora de ONGDs española, (C.O.N.G.D.E.), que en 1999 había invertido en comunicación más de quince millones de pesetas²⁵, y conservaban la mayoría de los materiales - notas de prensa, anuncios, memorias, etc. - que el caso de estudio pretendía analizar.

²⁴ La pretensión de conocer cómo comunican y cuál es la presencia real de las ONGDs en los medios de comunicación españoles; el cómo, es decir el modo en el que estas instituciones intentan aparecer en ellos; el cómo realmente las presentan los medios en sus páginas; y cuál es la eficacia real de una de sus herramientas comunicativas - las notas de prensa - requirieron el uso de tres técnicas de análisis.

²⁵ Los datos más actuales sobre los recursos que las ONGDs agrupadas en CONGDE han invertido en comunicación datan de ese año.

Los periódicos que configuran la muestra son cinco: *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *Expansión* y *Cinco Días*. Fueron seleccionados porque en ellos se publica un porcentaje considerable de las apariciones de las ONGDs en los medios, porque pertenecen al grupo de los más reflexivos y menos apremiados por la inmediatez, y porque son los diarios de referencia que engloban a la mayoría de los lectores españoles. La selección de las muestras y de las técnicas empleadas en esta investigación será justificada con mayor profundidad en el tercer capítulo de esta tesis.

El trabajo se ha estructurado en cinco capítulos. El primero está dedicado principalmente a definir la naturaleza de las ONGDs y a describir y valorar su panorama actual. Para ello, se considera, en primer lugar, el origen y la evolución histórica de estas organizaciones en el ámbito internacional y en el español. A continuación, se aporta una definición que refleja su naturaleza y características actuales. En relación con las funciones que desempeñan, se describen aquellas que requieren, de modo directo o indirecto, de la comunicación, y se explican las controversias existentes sobre su modo de ejercerlas. Por último, se aborda la candente cuestión de si las ONGDs tienen, o no, autoridad frente a los diversos actores que también cooperan en el desarrollo internacional y ante los medios de comunicación.

El segundo capítulo analiza la evolución y el estado actual de la comunicación desarrollada por las ONGDs españolas. En un primer apartado, se delimitan los rasgos que caracterizan los departamentos de comunicación y las estrategias y se determina la evolución que han experimentado desde sus inicios hasta la actualidad. Después, se abordan los principales problemas comunicativos y se describen las consecuencias que generan. Por último, se describe y argumenta la evolución de los principales intereses y los posibles riesgos que conlleva la presencia de las ONGDs en los medios de comunicación.

El tercer capítulo de la tesis recopila la fundamentación teórica en la que se basa esta investigación y describe y justifica las diversas metodologías que se han utilizado en este trabajo.

El cuarto capítulo investiga, partiendo de un caso de estudio, la presencia y la imagen de las ONGDs en los medios de comunicación. En el primer apartado, se analiza la presencia y la visibilidad de las ONGDs en los periódicos durante el periodo analizado. A continuación, se enumeran los rasgos básicos que definen el contenido de los mensajes que las ONGDs remiten a los periodistas a través de los comunicados de prensa. Después, se ponen de manifiesto las principales características informativas presentes en las noticias que se publican sobre estas instituciones en los diarios españoles. Todo ello permite concluir cómo los periodistas informan sobre estas instituciones y cuál es la influencia que las ONGDs logran ejercer sobre la imagen que los medios de comunicación difunden.

El quinto capítulo de la tesis está compuesto por dos apartados. En el primero, se describe y analiza cuál es la imagen que estas organizaciones y los medios de comunicación difunden de los habitantes de los PVDs y las consecuencias que pueden derivarse de ello. En el segundo apartado se valora si el contenido de los comunicados influye en la representación que los medios realizan de esas poblaciones. Todo ello permite determinar si las ONGDs influyen en el proceso de mediación que se produce cuando los periodistas informan sobre las realidades que acontecen en las regiones más pobres.

La principal contribución que realiza esta tesis es la constatación de que la labor informativa que las ONGDs desempeñan puede influir en los contenidos que los medios de comunicación difunden sobre ellas y sobre las realidades que acontecen en los PVDs. Es decir, estas instituciones pueden incidir porque influyen en el proceso de mediación de estos mensajes. El trabajo ha dejado abiertas futuras líneas de investigación en la materia. También aporta conclusiones y sugerencias que pueden servir para que algunas de estas instituciones reflexionen sobre su labor e inicien cambios en la actividad comunicativa que realizan.

Constituye un deber agradecer a todos aquellos que han posibilitado este trabajo.

XVIII *Estrategias comunicativas e impacto mediático de las ONGDs*

En primer lugar a la Asociación de Amigos de la Universidad de Navarra, al Gobierno Foral y al Banco Santander por su inestimable ayuda económica a lo largo de estos cinco años.

Mi agradecimiento más sincero a los directores de los departamentos y de los gabinetes de las ONGDs investigadas y a los periodistas de los diarios analizados que han colaborado en esta tesis. Su conocimiento práctico de una realidad tan poco estudiada desde el ámbito académico ha sido fundamental para la elaboración de este trabajo. Además, su buen hacer, su cercanía y su plena disposición a colaborar han cerciorado que los valores que mueven a las ONGDs también motivan el trabajo diario de quienes gestionan la comunicación de estas instituciones y de los periodistas que habitualmente informan sobre ellas.

También debo gran parte de este estudio a la profesionalidad de las personas que trabajan en la Universidad de Navarra, sobre todo, a las secretarías de la Facultad de Comunicación y del Departamento de Comunicación Pública, y al personal de la Biblioteca.

Quiero agradecer también al claustro de profesores de la Facultad de Comunicación y, muy especialmente, a los profesores y ayudantes de mi Departamento, el de Comunicación Pública. Ellos me han inculcado los hábitos necesarios para investigar y su ejemplo ha incrementado mi amor por el saber. La amistad de todos y cada uno de ellos ha hecho que durante estos años me haya sentido siempre acompañada. Me resulta imposible detallar en estas páginas mi agradecimiento a cada una de estas personas. Debo tanto a tantas, que si entro en ello, este apartado sería el grueso de la tesis. A todas mi eterno gracias, porque todas saben el porqué de este reconocimiento a cada una de ellas.

Los alumnos, sobre todo mis alumnas internas, el equipo de *ACTUAS?*, y los que han cursado la asignatura de Comunicación para el Desarrollo, han sido un motor insustituible que me ha animado a investigar. Saber yo más, para hacerles saber más a ellos, ha sido una máxima sin la cual esta tesis seguramente no hubiera llegado a su fin.

Gracias a todos los que desde fuera de este ámbito académico, sabiéndolo, o sin saberlo, han contribuido a la elaboración de esta tesis.

A la Dra. María Teresa La Porte Fernández - Alfaro le agradezco sobre todo su ejemplo como investigadora y como profesora. Nada de lo que me ha enseñado hubiera quedado impreso en mí con la fuerza que ha calado si no lo hubiera visto materializado en su persona.

Y por último, mi más sincero agradecimiento a toda mi familia. No habría podido realizar esta investigación sin su apoyo, respaldo y afecto.