

**E**ntiende el periodismo como un servicio esencial y su ejercicio una responsabilidad social y como un vehículo para dar voz a quienes carecen de altavoz. Muestra de su compromiso es su pertenencia a tres asociaciones significativas: la de Periodistas de Información Ambiental (APIA), la de Comunicación Científica (AECC) y la de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE), de la que es vocal de la junta directiva. En esta entrevista habla con sinceridad de periodismo y medio rural, de ética profesional y compromiso, de la necesidad de informar para empatizar y lograr un consumo responsable que mantenga el territorio y los pueblos vivos.

**Pregunta:** ¿Considera más valioso el periodismo especializado frente al periodismo generalista?

**Sandra Sutherland:** El periodismo especializado es básico, pero requiere de conocimiento. Solamente así vas a fuentes concretas, dedicas tiempo a conocer a cada uno de los actores y sus problemas, es decir, a profundizar, lo que hace que la información tenga mucho más valor. Si no vas más allá de la nota de prensa, te conviertes en un portavoz de las declaraciones de otros. Pero no siempre te toca trabajar en lo que quieres. En TVE era necesario cubrir muchas informaciones diferentes a diario. Por eso, hay que ser

capaz de ser un periodista generalista y especializado al mismo tiempo.

**P:** ¿Qué importancia tiene para un sector profesional y económico que existan medios de comunicación o programas informativos especializados en ese sector?

**SS:** Para ellos es básico que existan periodistas especializados porque saben de lo que hablan, tienen la sensibilidad para atender a los detalles, más facilidad para hacer informaciones de calidad. Para comunicar bien tienes que entenderlo bien, si no sabes de algo es muy difícil que informes correctamente, a no ser que te dediques a repetir la nota de prensa cambiando palabras y párrafos para que no se note.

**P:** ¿Es prueba de esa importancia que el sector agroalimentario pidiera por carta a la directora general de RTVE la reposición del programa *Agrosfera*, calificándolo de imprescindible?

**SS:** El sector, en toda su cadena, siempre ha admirado mucho que hubiese un programa como *Agrosfera*. En las televisiones generalistas no hay ninguno que aborde de forma seria el sector agroalimentario. Me duele mucho cuando en los informativos de televisión cogen solo la anécdota que convierte al sector agroalimentario en el colorín del informativo; que cuando ofreces algo más profundo los mismos editores no lo quieran,

**EN PRIMERA PERSONA**

Texto: Ismael Muñoz / Fotografías: Sandra Sutherland

**“La mujer es básica en las zonas rurales, pero también debe haber hombres implicados en la evolución social”**

Sandra Sutherland es una de esas personas que, sin conocerla, nos ha acompañado en nuestra vida, casi podríamos decir que la hemos visto crecer y hacerse adulta en la pantalla del televisor. Como periodista ha hecho de todo en Televisión Española, de presentadora de un programa juvenil a redactora y editora en espacios informativos, cubriendo desde información local hasta la especializada en medio ambiente, ciencia y tecnología. Pero de lo que más orgullosa se siente es de haber dirigido y presentado, entre 2012 y 2019, el programa *Agrosfera*, una experiencia que le permite hablar con conocimiento de causa del sector agroalimentario y del rural en general.



## **SANDRA SUTHERLAND**

### **Periodista de TVE especializada en el mundo rural**

porque ya tienen otras cuestiones para darles profundidad y necesitan algo más ligero. He peleado mucho por conseguir promociones y más redacción para *Agrosfera* dentro de la empresa, para que se potenciara un programa que informa sobre un sector fundamental.

**P: ¿Cree que TVE entiende la necesidad de mantener un programa como *Agrosfera*?**

**SS:** Tuve que utilizar una carta del Consejo de Administración para conseguir que los contenidos de *Agrosfera* se difundieran en el resto de canales del grupo. Para el sector es un programa de referencia y te lo dicen así: "Necesitamos *Agrosfera* porque no salimos en ningún otro sitio, necesitamos que la sociedad visibilice al sector".

**P: ¿Qué le aporta a la sociedad esa información especializada?**

**SS:** La gente ve los productos en los lineales y le importa muy poco de dónde vienen, quién los elabora y qué efecto tienen en el mundo rural. Mientras los tengan baratos, seguros y a mano les basta. La potencia de las ciudades es brutal y tiene una influencia enorme en el medio rural. El conocimiento te da la posibilidad de ser empático; no amas nada que no conozcas. Dar información sobre los agricultores, los ganaderos, los pescadores, el sector en su conjunto, hace que la gente lo conozca, lo valore y quiera defenderlo.

**P: ¿Qué es necesario para que el consumidor valore algo más que el precio y su fácil disponibilidad cuando elige un producto?**

**SS:** La cadena se puede cambiar cuando el consumidor final mire las etiquetas, vea su procedencia, cómo se han elaborado y apueste por un producto de aquí que mitigue la despoblación y mantenga vivo el territorio; cambiará cuando valore la importancia de los productores locales, de los circuitos cortos, de potenciar lo nuestro. Solo los consumidores, y meto aquí a los restauradores porque son consumidores con reputación que recomiendan productos, pueden cambiar las tendencias.

**P:** ¿Cómo condiciona el trabajo del periodista el acceso a fuentes especializadas cuando son grupos de interés económico, social o territorial?

**SS:** Te puede condicionar, pero mi discurso no siempre ha gustado al sector, incluyo también al Ministerio. Cuando me pongo a escribir pienso exclusivamente en lo que quiero contar, a veces gusta más y otras menos, pero, en general, no soy yo quien dice determinadas cosas; las dicen las fuentes.

**P:** ¿Y si se trata de intereses de productores

más pequeños con reivindicaciones que consideramos justas, cómo condiciona al periodista su empatía?

**SS:** Es una lucha que tenemos los periodistas con nosotros mismos. En un medio público la ética pe-

riodística es fundamental. Te puede condicionar, pero debes tener clara tu responsabilidad en tu trabajo. Me ha preocupado siempre dar voz a quien menos la tiene. Las grandes corporaciones y cadenas de distribución tienen sus propios canales de comunicación para llegar a la sociedad.

**P:** ¿Se refiere a los pequeños productores?

**SS:** Por ejemplo, al sector pesquero, con el que la sociedad tiene una enorme deuda y que es el gran olvidado, a pesar de que nuestro país es una potencia pesquera. Y dentro de este sector, lo de las mujeres raya en olvido total. Nuestro trabajo nos permite entrar en contacto con personas, actividades y circunstancias que de otra forma no conoceríamos. Cuando voy a los sitios intento hablar poco y ser una oreja enorme, empármeme de lo que te cuentan siempre fuera de cámara, para aprender y después contarlo. A este trabajo le debo todo.

**P:** ¿Es transparente informativamente el sector agroalimentario?

**SS:** Cuando un político tiene algo que contar son abiertísimos. Cuando no les gusta la pregunta siguen todos la misma táctica: intentan llevar la respuesta hacia aquello que les interesa. Sucede lo mismo con los sectores, cuando hay un problema de estafa alimentaria

“*Me preocupa siempre dar voz a quien no la tiene. Las corporaciones y cadenas de distribución ya tienen sus propios canales de comunicación.*”



hay muchísima opacidad. Tienen miedo a que los consumidores reduzcan el consumo. Me parece un error porque los consumidores saben discriminar un producto concreto del conjunto del sector y la opacidad acaba generando dudas, es mucho peor.

**P: ¿Cómo se puede interesar al gran público en temas especializados?**

**SS:** Creo que excede del tipo de información que hagamos, depende más de nuestras empresas. Los directores tienen que apostar por hacer programas que no se queden en la anécdota, no deberían dejarse llevar solo por las agendas políticas y echarle valor para apostar por otros temas. Reconozco que en *Agrosfera* he podido hacer lo que he querido. Estoy en tres asociaciones de periodistas, la de información científica, la de información agroalimentaria y la ambiental. Para mí son las tres patas en las que se tiene que basar la información para el cambio al que nos enfrentamos. Cómo se perciba la comida y cómo se produzca va a estar en el eje de toda la transformación que se quiere hacer.

**P: Esta crisis sanitaria que nos golpea, ¿puede ser una oportunidad para esa transformación?**

**SS:** Hay que coger las cosas al vuelo, tenemos una extraordinaria oportunidad porque la gente se ha dado cuenta de muchas de las cosas que ya decíamos antes: de la importancia de la biodiversidad, de gestionar correctamente el planeta, de la importancia del comercio local, de los servicios públicos, de los sectores fundamentales, de fijarse en otros discursos.

**P: ¿Cómo se percibe el mundo rural desde la ciudad?**

**SS:** Depende, creo que hay varias visiones: desde el lugar donde ir a pasar el fin de semana o las vacaciones a una especie de pulmón que nos redime de la contaminación y el modo de vida de la ciudad. La naturaleza y el mundo rural nos salvan de lo mal que lo hacemos en las ciudades.

**P: ¿Entiende la sociedad urbana las necesidades, circunstancias e idiosincrasias del mundo rural?**

**SS:** Falta un enfoque adecuado. No se conocen los problemas y no se siente empatía. Y lo que no se conoce no se valora adecuadamente.

**P: ¿Son dos mundos tan distintos?**

**SS:** Se han convertido en antagonicos por la política. ¿Quién ha quitado las líneas de autobuses, los centros médicos de Atención Primaria, etcétera? La dificultad para tener calidad de vida, servicios de educación, salud, transporte y un trabajo, hacen que se mire a la ciudad y se abandone el pueblo. Sin trabajo no hay nada. Curiosamente, ha sido la pandemia la que ha hecho que la gente valore la posibilidad de cambiar de vida, de fijarse en un medio rural más limpio, más sano, para "vivir mejor", aunque la realidad sea diferente porque faltan los servicios que pueden mantenerlo vivo.

**P: ¿Cómo ve el futuro del mundo rural y agrario?**

**SS:** El futuro no pinta bien cuando el sector primario en general cobra lo mismo por sus productos que hace treinta años, pero a ellos sí les suben los precios y su trabajo depende totalmente del resto de la cadena alimentaria, que es la que paga. La Política Agrícola Común compensa en parte las rentas que pierde el mundo rural, pero no es suficiente. Así es muy difícil que exista relevo generacional. La solución pasa por despoblar las ciudades y poblar el mundo rural.

**P: ¿Qué papel desempeñan las mujeres en este proceso?**

**SS:** Fundamental. La mujer es básica en las zonas rurales. Tiene que hacer de todo y luchar por desarrollarse como persona, pero nos pesa mucho ser madres. Es motivador ver los ejemplos de mujeres rurales emprendedoras y los proyectos innovadores que han puesto en marcha, pero también es necesario tener hombres implicados en la evolución social.

**P: Vemos cada día cómo el sector agrícola y ganadero incorpora la tecnología como herramienta de producción y calidad de vida. ¿Es una apuesta de futuro?**

**SS:** La tecnología está bien si es para mejorar la calidad de vida, pero, ¡cuidado!, que no sirva de excusa para quitar mano de obra en el medio rural.

**P: En países como Francia, el sector agroalimentario tiene mucho prestigio social y un importante peso económico ¿Por qué no tiene la misma consideración en España?**

**SS:** Nos falta el chovinismo que criticamos a otros. Nos falta conciencia como consumidores. Hemos salido a aplaudir a los sanitarios, lógicamente,

pero no lo hemos hecho con los agricultores que dejaron sus movilizaciones para darnos de comer.

Para mí, la comida no debería ser un negocio; el sector agroalimentario debería ser una cuestión de Estado.

**P: ¿Ha ayudado el confinamiento a que la sociedad reconozca al sector primario como un sector esencial?**

**SS:** El sector agroalimentario es un sector esencial, pero es que el sector periodístico también lo es. En la medida en que ninguno es considerado así, nosotros tenemos pocas posibilidades de contar lo esencial que es el sector agroalimentario.

Y no todo el sector primario es igual, cada vez hay más fondos de inversión que compran empresas familiares. Esa gente no empatiza con las personas que viven en el territorio, ni con los pueblos, ni con el futuro de la agricultura; solo les interesa la cuenta de resultados.

**P: ¿Qué se puede hacer para cambiar el enfoque?**

**SS:** Hay que centrarse en lo local, en el compromiso con el territorio y mostrar casos concretos. La gente se anima a seguir los buenos ejemplos para replicar los modelos que triunfan en el medio rural. Debemos contar sus historias. ■

“*La comida no debería ser un negocio; el sector agroalimentario debería ser una cuestión de Estado.*”