

DERECHOS HUMANOS Y MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

Una matriz negativa de opinión pública, relativa al tema de los derechos humanos, se está formando en Venezuela. Solapadamente —y en algunos casos de manera muy directa, como ocurre con el programa “A Puerta Cerrada” de Marietta Santana— se señala a los grupos de derechos humanos como defensores de delinquentes, mientras el país vive una situación verdaderamente difícil en torno al tema de la inseguridad.

La agudización de la crisis y el incremento de la violencia, unida a la actitud del gobierno de aumentar la represión —tanto de las expresiones de protesta, como de las acciones delictivas— está generando el caldo de cultivo adecuado para que se multipliquen tanto las violaciones a los derechos humanos, como la necesidad de algunos sectores de no hacerlas evidentes.

Paralelamente a esta situación, está imperando el “sálvese quien pueda”, y así como se multiplican calles cerradas, espacios privados y protegidos, reservas de agua en grandes tanques para la escasez, se destierra de la mente de muchos venezolanos —sobre todo de la clase media— conceptos como la solidaridad y la cooperación. Pensar en colectivo no es ya posible, cuando todo se resuelve individualmente.

Se respalda la Ley de Vagos y Maleantes, sin importar si es o no constitucional. Lo importante es castigar a los otros, los malos, los pobres, los posibles maleantes. Ya no resulta extraño que la mayoría de las personas encuestadas en la calle —como ocurrió recientemente en un noticiero— dé la razón al llamado “vengador anónimo de Maracaibo” en su “tarea de devolver la justicia y limpiar de delinquentes a la ciudad”, como afirmó un televidente. Proclamar la pena de muerte es una consigna que algunos repiten, y nadie reflexiona sobre la peligrosa serie de linchamientos ocurridos en barrios de Caracas. ¿Será que se impone la anarquía sobre la razón? ¿La fuerza sobre el diálogo?

LOS MEDIOS DE COMUNICACION TAMBIEN SE CIERRAN

Los medios de comunicación social juegan un papel fundamental en la tarea de sensibilizar y educar a las grandes mayorías en favor de los derechos humanos, y, en estos difíciles momentos, tienen el deber de promover la reflexión y hacer posible que regrese la cordura. Es el deber, porque, más allá del papel de informar, los medios tienen la obligación social de educar y moldear el ambiente “comunicacional” sano, para que la democracia sea posible.

Pero la realidad es otra. Cuando más se necesita discutir sobre el tema de derechos humanos, los medios de comunicación optan por suavizar sus contenidos, banalizar sus reportajes y restarle jerarquía al tema. Si bien en nuestro país se trata de un área nueva de trabajo —por lo que se comprende que cueste el “entrar” a los medios como una fuente fija e importante—, ya se había logrado tener un espacio más o menos digno en algunos medios de comunicación social. Esta pequeña batalla ganada, hoy parece perdida.

Desde dos puntos de vista, he podido confirmar directamente esta realidad. La primera, como reportera de un diario de circulación nacional; la segunda, como coordinadora de prensa de un grupo de derechos humanos. Desde ambas posiciones, he visto cómo aumenta la indiferencia de los medios de comunicación social ante las informaciones relacionadas con los derechos humanos.

Como reportera, conseguir la publicación de una información sobre derechos humanos, suponía “venderla”, buscarle el ángulo más atractivo, convencer al jefe de información y aprovechar guardias con escaso material informativo —como la Semana Santa, el Carnaval o la Navidad— para publicarlas. Suponía, además, no siempre jerarquizar la información (al titularla, o extenderse en informaciones) desde aquel punto de vista más favorable a los derechos humanos, o a la educación en este sentido de las mayorías. Significaba, por tanto, “darle la vuelta”, desde

Aliana González

el punto de vista político —si sería publicada en Política—, o destacar el lado menos político, si se trataba de publicarla en Ciudad, o el más impactante, si la publicábamos en Sucesos. Esta tendencia fue endureciéndose cada vez más, y al final el reportero que se empeñara en darle importancia a estas informaciones era calificado de “fastidioso”, o sospechoso de recibir algún pago extra, o palangre, por su publicación.

Como coordinadora de prensa de Co-favio, Organización No Gubernamental para la Defensa y Promoción de los Derechos Humanos, la tarea ha sido aún más difícil. Desde preparar boletines hasta organizar ruedas de prensa, visitar a los medios uno por uno y darles “exclusivas” a otros, hemos pasado por todas las estrategias posibles, no siempre con éxito. Nuestros boletines se estrellan contra la indiferencia de quienes los reciben, o simplemente se pierden en la montaña de faxes que llegan a los medios. Sin embargo, hemos comprobado que la perseverancia es la clave, así como la identificación y cercanía con aquellos colegas “sensibles” que trabajan en los medios.

¿UNA LINEA EDITORIAL?

En los medios de comunicación social está decretado el silencio de los pobres.

La ausencia de democracia que existe hacia lo interno de la estructura que genera la información permite que un grupo pequeño de personas se dirija a las mayorías a propósito de sus necesidades y sus problemas. Pero los mensajes son concebidos desde el punto de vista de este reducido grupo de personas, y el resto, la inmensa mayoría, pocas veces tiene acceso a los medios de comunicación social.

No se trata, ni si quiera, de que la gente acceda “directamente” a los medios. Sino de que los tópicos o aspectos abordados desde los medios, sean realmente del interés de las grandes mayorías. O, por lo menos, permitan su educación en beneficio del colectivo.

La mejor manera de hacer llegar un mensaje que fomente la solidaridad, y rescate la idea de colectividad que debe manejar una sociedad, es haciendo que el lector se ponga “en el lugar del otro”. Acercándolo a otras realidades que probablemente no imagina, por medio de testimonios reales, contando anécdotas desde la visión del otro, “humanizando” la información y permitiéndole hablar a los que no tienen voz, es decir, a los pobres.

Sin embargo, ésta no es una prioridad de los medios de comunicación social.

Allí se venden noticias, y éstas son, por tanto, mercancías. Valdría preguntarse: ¿vende la solidaridad? ¿El sentirnos del género humano sirve a los intereses de los comerciantes de mercancías?

El silencio obligado de los pobres en los medios de comunicación social, lo vemos en detalles tan sutiles como la importancia que se le otorga al asesinato de un médico o un ingeniero, en comparación con la que se le da al de un obrero, habitante de un barrio caraqueño. Y en otros asuntos más evidentes, como el que se le dé mayor prioridad a la divulgación de una información que relata cómo viajar a Sant Martín, que a una información sobre la situación de los indígenas en la frontera.

LA “LOTERIA” DE PUBLICAR EN UN MEDIO

Por qué sale o no publicada una información en un medio de comunicación social, es un verdadero misterio. Que no sean prioridad los temas relacionados con los derechos humanos no es parte de un plan maquiavélico, o que este tipo de asuntos formen parte de una “lista negra”. A veces, enviamos a los medios una información importantísima, y no es publicada. En otras, se entrega una menos importante, y es destacada.

Todo depende del “estómago” del jefe de guardia, pero, sobre todo, de la sensibilidad del periodista que reciba la información, y del conocimiento que éste tenga del grupo que la envía. En ocasiones, la publicación o no de una información tiene más que ver con las rencillas internas que ocurren en los diarios que de la importancia que tenga la información para la colectividad.

También tiene que ver con la suerte que corra la información cuando llegue al medio en cuestión. Si se pierde o no en el cerro de informaciones que llegan vía fax, si cae o no en las manos correctas. Si el periodista al que se la envía tiene o no el día libre, si hay poca o mucha información.

Los medios están viviendo una fuerte crisis, tanto financiera como estructural.



La crisis económica afecta la producción, desmejora la calidad de las informaciones, crea conflictos laborales y malestar interno. Muchos periódicos están a la deriva y no consiguen su horizonte. Así, vemos casos como el cierre del Diario de Caracas, que elimina una posibilidad más de publicar informaciones. Otros, desmejoran su calidad informativa "ahorrando" en reporteros.

Finalmente, los periodistas no escapan al síndrome del "sálvese quien pueda", que acompaña a la época —sobre todo a la clase media, de la que forman parte— y pueden tender a señalar a los pobres, los marginales, como los posibles delincuentes que en cualquier momento los pueden agredir, a defender la Ley de Vagos y Maleantes, porque probablemente les brinde mayor seguridad en su entorno privado, y a jerarquizar aquellas informaciones que les interesan a ellos, que las que pueden ser del interés de las mayorías.

HA CAMBIADO EL PANORAMA

Tras una época de muchas denuncias en los medios —denuncias en su mayoría sin el resultado esperado del castigo a los culpables— se produjo un embotamiento. Las encuestas de mercadeo, aparentemente, revelan el escaso interés del lector por saber de más denuncias o problemas, así como su necesidad de "olvidar" su propia crisis, viviendo a ilusión de otras realidades. El incremento alarmante de los juegos de lotería es un reflejo de ello.

A nivel mundial se observa también un deterioro de los medios de comunicación social y un exagerado amarillismo. Algunos programas de televisión se han dedicado a explotar el dolor humano, como un asunto que sólo produce curiosidad, y no precisamente solidaridad. La actitud es "menos mal que eso le pasa a otro, y no a mí".

Probablemente en este camino ande la tendencia de los medios de banalizar sus contenidos —aunque no podemos dejar de señalar algunos casos, como El Universal, en el que se observa por el contrario

un incipiente ahondamiento en temas del interés colectivo, o programas como "José Vicente Hoy", y otros que probablemente dejemos fuera—. Además, no hemos abordado el tema de la radio, que en estos momentos es un campo abierto al que podemos acudir, porque son múltiples las emisoras y los programas en los que temas sobre derechos humanos pueden tener acogida. No olvidemos la tendencia actual de muchos jóvenes y adultos, que escuchan radio y que no leen la prensa.

COMO ROMPER LA BARRERA

Ser persistentes es la clave, aun cuando sea cada vez más difícil el acceso a los medios. Ahora, cuando más hace falta educar en derechos humanos a los venezolanos, es fundamental intentar ganar la batalla por el espacio en los medios para estos temas. Para ello, los grupos de derechos humanos deben trazarse como estrategia la lucha por cambiar esta realidad informativa, como parte de su trabajo de divulgación, educación y promoción.

Algunos mecanismos para empezar a romper la barrera pueden ser el trabajar la solidaridad de los periodistas "sensi-

bles" que existen en bastante número en nuestros medios; mantener gran seriedad al divulgar informaciones y no dejarse deslumbrar por la posibilidad de publicar, si la información que poseemos no es del todo confirmada; no olvidar a los medios regionales, las radios, y los periódicos locales e incluso, comunitarios. Pero sobre todo, ser persistentes en el envío de informaciones a los medios, para ir labrando siendo lentamente referencia para los periodistas sobre el tema.

Tampoco podemos desechar nuevas vías que se abren a la comunicación, como el correo electrónico, o los foros de Internet, e ,incluso, ¿por qué no crear nuestros propios medios o espacios? Tener un programa de radio sobre derechos humanos no es una realidad difícil de alcanzar. El trabajo en los medios de comunicación social es parte del abanico que deben abarcar los grupos de derechos humanos en Venezuela, y en estos momentos, es terreno urgente por ocupar. ■

Aliana González es periodista, coordinadora de prensa de COFAVIC



Audio-Video Misión
Av. Varsovia.
La California Sur.
Caracas
Teléfono 22 72 54
Fax 22 42 46

**Conversiones
electrónicas
de videos
europeos
y viceversa**

**Copiados y pases
de U-Matic, Beta
y VHS**