

PONENCIA PRESENTADA POR EL CENTRO DE REPORTE
INFORMATIVOS SOBRE GUATEMALA - CERIGUA- en el
panel -foro- "EL DESAFÍO DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN, ANTE LA COMPLEJIDAD DE LA SOCIEDAD
GUATEMALTECA"

Guatemala, 24 mayo 2003

TEMA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS.

Hasta hace algunos años, la llamada "comunicación" en América latina era aceptada sin reflexión o cuestionamientos, sin embargo, ante el silencio, la tergiversación, la manipulación y la invisibilización de temas que constituían la noticia, nos empezamos a preguntar quien define que se informa sobre nosotros y nuestros países, quien posee los medios, como se genera la noticia, quien produce los programas de radio y televisión y las películas, en fin, quien decide que se ve y como se nos informa.

Interrogantes que, entre otras, nos llevaron a descubrir que en América Latina y ahora con la globalización, aún en países desarrollados, éramos simplemente receptores de lo que otros decidían.

Llegamos a darnos cuenta que los sistema de comunicación son parte de un todo y que cuando se iniciaba un proceso de cambio en nuestros países, inmediatamente los sectores interesados en mantener la situación por convenir así a sus intereses, tomaban el control de sus propiedades (los medios de comunicación) para utilizarlos según su conveniencia.

Los propietarios de los medios de comunicación están estrechamente vinculados con los sectores de poder, son parte de ellos y a su vez mantienen una relación de dependencia, en muchos casos, con un centro transnacional, por lo cual la comunicación se constituye en un canal de esa dominación de la que se depende.

No es un secreto que existe un monopolio de la información, tanto de parte de los gobiernos, como de intereses privados, lo que permite un uso arbitrario de los medios de información que da lugar a la manipulación de los mensajes, de acuerdo a intereses sectoriales.

Hay numerosos mecanismos, públicos y privados, mediante los cuales la información lleva una influencia y un mensaje ajeno a los intereses y necesidades de nuestros países. Uno de los mas importantes son las Agencias de Noticias. Esto sin hablar del Internet, por el momento.

En América Latina, por lo menos dos terceras partes del tráfico de noticias referidas a la región, son transmitidas por las grandes agencias, entiéndase, AP , REUTERS, DPA, AFP EFE entre otras.

No pretendemos restar credibilidad o descalificar el trabajo de los colegas periodistas que laboran en esas agencias, lo que reivindicamos es el derecho de trabajar con los hechos noticiosos de nuestras realidades, nosotros que somos quienes mejor las conocemos y que vamos construyendo nuestra historia, pues no nos concebimos solo como relatores de hechos sino como parte de los y las actores y actoras de las noticias

Y sobre todo que esta información comprende tanto lo referido a la región y que se transmite al resto del mundo, como la que sobre lo que sucede en el globo y que circula en cada país latinoamericano.

Durante la segunda guerra mundial más del 75% de las noticias sobre este fenómeno que llegaba a América Latina, fue originada en Washington y preparada por el Departamento de Estado. Este porcentaje probablemente aumentó en el caso de la guerra del Golfo, en la cual, desde un hotel, los corresponsales recibieron la información del Pentágono, sin que pudieran constatar la veracidad de lo aseverado.

Ya desde 1961 el analista norteamericano James W Markham comprobó que América Latina era únicamente receptora de información y que ésta se refería a otros países del mundo.

En Centroamérica también se comprobó que la información del área que se conoce dentro y fuera, está determinada por lo que las grandes Agencias deciden.

Esta información contiene varios sesgos. El analista Juan Samarría destaca algunos de ellos:

- a) Se enfatiza en acontecimientos insignificantes, pintorescos y grotescos;**
- b) Se arreglan y presentan los hechos de tal forma que se lleva al lector a conclusiones negativas para los países en desarrollo y favorables a los intereses financieros y a las políticas transnacionales;**
- c) Se conjugan hechos aislados para hacerlos aparecer como si fuera verdad;**
- d) Se construye o maquilan las noticias.**

Al analizar el papel de las Agencias de Noticias en la prensa se han descubierto numerosos casos de distorsión y manipulación, principalmente porque la información se maneja con criterios comerciales y también políticos e ideológicos.

No podemos dejar de mencionar que estudios en el terreno teórico muestran que la información y la comunicación, conciben a la sociedad como un sistema donde existe y

evoluciona la comunicación que ella misma genera y que no puede dejar de producir.

Esto implica que la sociedad por su naturaleza, tiene derecho a la comunicación y por lo tanto forma parte de los preceptos humanos universalmente reconocidos, lo cual requiere necesariamente el derecho a la información, que incluye la garantía de expresión, de réplica, de conformación de un aparato u organismo para informar.

La comunicación, por lo tanto juega un papel estratégico en los procesos evolutivos, es un derecho social y debe ejercerse socialmente.

La prensa forma parte de ese proceso comunicacional en que interviene tanto el emisor como el receptor y que tiene códigos establecidos y formas de desclasificación, símbolos propios, generalmente aceptados y una coyuntura o momento determinado en un contexto social, en la que se emiten dichos mensajes.

El ejercicio periodístico constituye parte de la actividad ideológica de los seres humanos, integra la superestructura y ha jugado un papel estratégico en momentos determinantes de la historia.

El periodismo no es algo abstracto, es producto de la actividad humana, responde a intereses y muchas veces no refleja los propios de la colectividad.

El periodista, como parte del tejido social, supuestamente debe representar el derecho del pueblo a la información, aunque lo realiza en condiciones adversas, mientras que el empresario o dueño del medio no solo tiene sus propios intereses bien definidos, sino que cuenta con todas las condiciones para hacerlos efectivos.

Ahora bien, el derecho a la información tiene dos dimensiones. Es un derecho humano, el derecho irrestricto de

difundir ideas, informaciones pensamientos propios. Por lo general está consagrado en todas las constituciones.

Por otro lado, tiene una dimensión social o colectiva, que conlleva el derecho del público a conocer el pensamiento ajeno y a recibir información de terceros.

Esto significa que la información tiene una doble vía: derecho a informar y a ser informado, lo que se ha denominado “lo bidireccional de la información”, en donde hay un ámbito de participación del emisor-receptor del mensaje.

La sociedad, que debe ser el objetivo central y final de esta función, con frecuencia no se ve reflejada en la misma. Puede verse manipulada con ideas y conceptos ajenos a su realidad y asumir como propios intereses y objetivos inalcanzables.

Por eso, desde nuestro concepto, la verdadera razón del periodismo, es la función social que desempeña. Esa es su esencia y su razón de ser. Muchos autores han afirmado que el derecho a la información, al igual que el derecho a la educación, a la salud, al trabajo y a la vivienda, no pueden subordinarse a los imperativos del mercado.

Este, es un derecho fundamental que debe ser ejercido socialmente. El estado debe garantizarlo a todas las esferas sociales.

Sin embargo, en la mayoría de países, el derecho a la información y a la comunicación es un privilegio de minorías. Esto también forma parte del proceso de globalización.

De acuerdo con datos proporcionados por la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) de la cual Cerigua es Miembro Asociado, el 0.01% de la población mundial INFORMA al resto, también controla y difunde publicidad.

Una sola empresa periodística llega a 3 mil millones de personas. Esto producto de la gran concentración de la propiedad de los medios y obviamente de la globalización neoliberal que privilegia el libre mercado, que en concreto significa privilegiar a los monopolios y oligopolios.

Esta concentración se convierte en un obstáculo para el ejercicio libre y equilibrado del derecho de informar y ser informado.

Debemos también mencionar que, aunque los medios de comunicación aparentemente son libres, en muchos países mundo, la violencia, la censura, la autocensura y los intereses económicos, impiden que los periodistas, principales actores e intermediarios en los procesos comunicativos, desempeñen su trabajo en completa libertad.

Hay una serie de limitaciones al libre ejercicio periodístico, entre estas, la que mas ha denigrado al gremio es la autocensura a la que se ha tenido que recurrir como protección a la integridad física del periodista.

En la actualidad los intereses económicos han sustituido los mecanismos tradicionales de control del estado y en este sentido, la censura incluye este aspecto, pues las empresas la aplican por razones publicitarias, ya que afectar a sus anunciantes es afectar a quien les garantiza su existencia y circulación.

Usualmente cuando se habla de libertad de prensa, realmente a lo que se está refiriendo es la libertad de empresa, y quienes tienen posibilidad de ejercerla son los propietarios de los medios, el periodista únicamente se limita a generar la materia prima pues entre los tamices por los que pasa su trabajo, está la política informativa y editorial del medio.

El trabajador de la información no tiene posibilidades reales de definición y tampoco participa en la toma de

decisiones, lo cual está reservado para los dueños del medio y para la planta de dirección y editores, sus trabajadores de confianza.

El aspecto de la publicidad como limitante al libre ejercicio periodístico nos lleva a reflexionar sobre la venta de espacios, que no debería significar, ni la venta del periodista, ni de su conciencia.

Otro aspecto importante de mencionar es que existen grupos de poder que funcionan como condicionantes del ejercicio profesional.

El proceso de la información ha conformado grandes monopolios en la comunicación a distintos niveles, unas veces nacionales, pero sobre todo a nivel mundial.

Los grandes medios, las cadenas televisivas, la prensa, la radio y más recientemente el internet, continúan creciendo desmesuradamente, al tiempo que conforman grandes monopolios, mientras los medios pequeños luchan por sobrevivir, muchas veces sin lograrlo.

Estos pulpos imponen sus políticas informativas dando como resultado la falta de una información veraz y equilibrada, sobre los procesos económicos, políticos, sociales y culturales de los distintos países.

Todas estas apreciaciones se vinculan íntimamente con la tecnología, su uso y destino. Y aunque la comunicación no es un fenómeno tecnológico sino humano, la modernidad exige su uso.

Tenemos que tener siempre presente que lo que está en juego es nuestra naturaleza y recordar que los medios por si mismos no son nada, es el aspecto humano el que los genera, da vida, aplica y dinamiza. Sin embargo, la tecnología obedece a una lógica de mercado. No atiende intereses culturales, humanos o sociales.

Es a través de la tecnología que se nos están tratando de imponer conductas para deshumanizarnos, despersonalizarnos y despojarnos de nuestros valores, principios y patrimonio. Nos están colonizando también a través de la mente.

Se nos quiere imponer la indiferencia, buscan evitar el fomento a la abstracción, hacer que cada vez pensemos menos, que nos preocupemos menos de NUESTRO ENTORNO. Que nos alejemos de nosotros mismos y sobre todo, que no tratemos de incidir o modificar nuestra realidad social. Que nos metamos en lo técnico y que ahí nos quedemos.

Irónicamente, aunque los medios locales se ufanen de poseer tecnologías modernas, en nuestros países siempre vamos a la cola de la tecnología, nunca alcanzaremos la “punta”, se nos ha condenado también al subdesarrollo tecnológico, tenemos que usar lo que otros han desechado.

La tendencia actual es formar técnicos, sin compromiso social, por lo que quienes ejercemos el periodismo desde otro plano, debemos reflexionar como los avances tecnológicos pueden permitirnos potenciar lo que hacemos, sin sustituir nuestros valores y convicciones.

Todas estas reflexiones nos llevan a concluir en que para que exista una información con contenido, que responda a las realidades y necesidades sociales, es necesario trabajar por la democratización de las comunicaciones.

Entender que la información es materia prima de la democracia. Que es impensable un proceso participativo si no se cuenta con información adecuada. Que no puede existir democracia sin libertad de prensa, entendida como un derecho de informar y ser informado de manera equilibrada.

Que la libre circulación de las ideas, por cualesquiera de los medios que existen para expresarse, ya sea a través de la palabra, la imagen, la escritura o el internet, constituyen un patrimonio social. Que necesitamos y tenemos derecho a la pluralidad en la información.

La democratización informativa es sinónimo de pluralismo en el contenido informativo y en la formulación y ejecución de las políticas de los propios medios de comunicación

Nosotros sostenemos que la democratización de la sociedad pasa por la democratización de las comunicaciones y de la información y viceversa, un pueblo informado de manera libre y equilibrada, tiene mayores y mejores posibilidades de discernir, reflexionar y participar en la toma de decisiones.

En nuestros países, por lo general, no nos vemos en los medios, no nos oímos, no vemos reflejada nuestra cultura, los distintos idiomas, nuestros intereses, las formas de organización social, las tradiciones, los problemas sociales, económicos y políticos enfocados desde la perspectiva de las mayorías.

Los medios de información alternativa han surgido debido a todas estas limitaciones en el libre y equilibrado flujo de la información, a las dificultades e acceso a los medios por parte de actores sociales tradicionalmente marginados, así como a la creciente y desproporcionada concentración de la propiedad de los medios.

Su importancia radica en su aporte específico a la recuperación democráticas, es un adelanto histórico, un ejemplo renovador, en donde la noticia y el análisis se reencuentran con los contextos en los que ocurrieron los hechos. Lleva implícitos objetivos de recuperación de valores.

CARACTERÍSTICAS:

- ✚ No tienen fines comerciales**
- ✚ No constituyen monopolios ni defienden el mercado ni el sistema**
- ✚ Actitud critica**
- ✚ Dan voz y acceso a los sectores tradicionalmente marginados**
- ✚ Transmiten la otra cara de la moneda**
- ✚ Trabajan información de contenido social**
- ✚ Buscan la democratización de las comunicaciones.**
- ✚ Para CERIGUA lo alternativo no implica marginalidad.**
- ✚ Lo alternativo está dado por el contenido del mensaje periodístico , por los objetivos que se persiguen con el mismo.**
- ✚ CERIGUA pretende contribuir a las necesarias transformaciones sociales, económicas, políticas y se suma a los esfuerzos por la construcción de una nueva nación, realizados por distintos sectores sociales.**
- ✚ Como proyecto de información alternativa hemos asumido un compromiso social desde la fundación en 1983.**
- ✚ La ética periodística y la contribución a la paz con justicia social, desde el ámbito de la información, son principios básicos de nuestro trabajo.**

Fin. CERIGUA

GUATEMALA, 6 MAYO DE 2003