

MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ

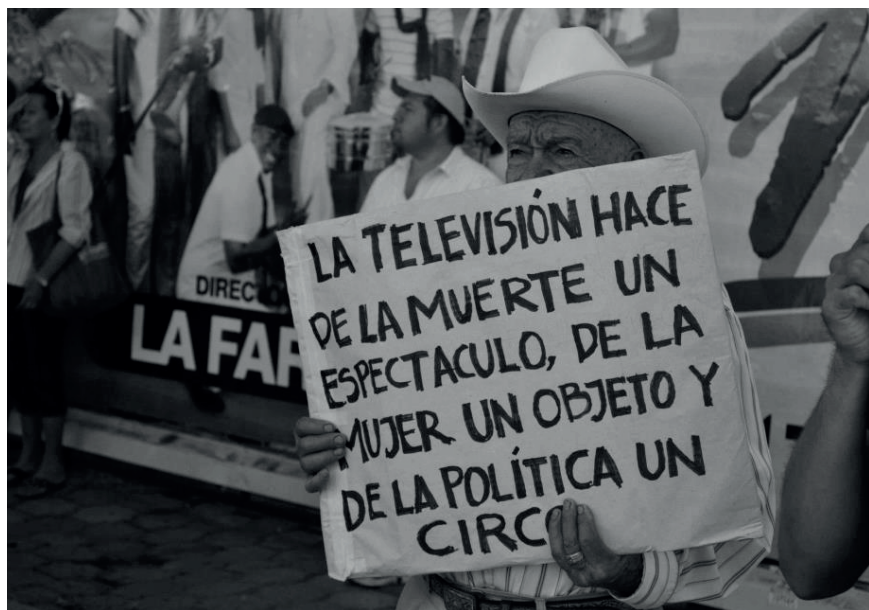
Juanita Gómez Londoño
juanis.gomez889@hotmail.com

Resumen

La idea central de este texto es hablar de la manera en la que se maneja la construcción de paz en los diversos medios de comunicación. Centrada en el texto de Manuel Castells sobre Comunicación y poder, y también en el Observatorio de Construcción de Paz de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, en su edición N° 2 de Cuadernos Paz a la Carta —además de otros documentos que tratan el tema—, se hace un paralelo entre el contenido de los escritos y la realidad social del país en relación a los actuales diálogos de paz.

Se debe hacer especial énfasis en el papel que juega la comunicación, entendiendo esta como ente formador de opinión pública y concibiendo el gran impacto que tienen los medios en la construcción de paz.

Palabras clave: paz en Colombia, construcción de paz, medios de comunicación, diálogos de paz, sociedad y opinión pública.



Tomada Google de Imágenes

La manera en la que los medios de comunicación brindan la información es de gran impacto, puesto que sus tendencias aportan, o no, a la construcción de paz. No se trata solo de mostrar la violencia y los hechos que ocurren en el día a día de manera cruda y objetiva, sino del cómo deben mostrarse los acontecimientos para que estos, por su naturaleza, no transmitan más violencia. Por el contrario los medios también tienen que generar conciencia u otro tipo de impacto en la sociedad. Un efecto más sano, por así decirlo.

Vivimos en una sociedad que consume los medios amarillistas que se les ofrecen, es una colectividad acrítica y sin filtros al momento de recibir una información, pues se consume lo que el espectáculo ofrece y es de esta manera que individuos acríticos dejan que su opinión pública esté basada en lo que los diferentes medios les puedan decir.

Debo decir que los medios de comunicación se deben caracterizar por contribuir a la contextualización y clasificación de los temas que se desarrollan en el diario vivir de los públicos, y más aún en un país como Colombia que lleva más de cincuenta años inmerso en un conflicto armado que hoy en día, mediante diálogos y acuerdos, se está tratando de solucionar.

El poder que estas entidades tiene es de tan grandes dimensiones que puede incidir incluso en las decisiones que toman las diversas instancias políticas. De acuerdo a esto, la tarea de un periodista al momento de informar, consiste también en trazar una línea entre ofrecer al público noticias ciertas y objetivas o registrarlas simplemente como lo crea conveniente.

De acuerdo a una afirmación hecha por Castells en su texto Comunicación y poder, “el poder se basa en el control de la información”, haciendo referencia a la manera en la que todas las comunicaciones tienen el poder de informar y de crear una opinión generalizada en la sociedad, partiendo desde las estrategias utilizadas en la transmisión de los mensajes que se desean expresar y con un objetivo en específico “que la sociedad acepte o rechace esa información”. Si se tiene un control sobre este fenómeno, las masas van a ser más fáciles de moldear y de dirigir.

De esta manera se empiezan a cruzar paralelos entre lo que se debe hacer o no al momento de comunicar algo, ya sea en cualquiera de los medios de comunicación con los que contamos en la actualidad. En una sociedad donde las mentalidades violentas abundan y donde se vive en un entorno que de por sí está inmerso en un conflicto,



se debe hacer el respectivo cubrimiento no solo de los acontecimientos que la guerra cause, sino que se debe además hacer un periodismo por la paz y en pro de esta.

Es necesario recuperar el sentido de la información, que se recuperen los valores de la cultura mediática y su enfoque objetivo. Aunque se entiende que la objetividad está sobrevalorada, no se puede dejar de buscarla o pasarla por alto, ignorándola a favor de la subjetividad. Esta cultura no se puede desviar de su enfoque y su relación directa con la paz. Los medios de comunicación no se pueden aprovechar de manera negativa de la audiencia que tienen, utilizándolo para retrasar y evitar el progreso social de paz al que Colombia quiere llegar.

Otro punto de vista importante, y que se debe abordar, es el de por qué centrarse en la ta-

rea del periodismo y la comunicación así, si el conflicto armado tiene que ver con un sinnúmero de situaciones y entidades. Esto se debe a que los periodistas se han visto afectados por esta violencia. Hay periodistas que han sido amenazados, sesgados, secuestrados e incluso

asesinados; todo esto por querer mostrar lo que en realidad está pasando en el país y sin el ánimo de favorecer o no a algunas de las oposiciones que se enfrentan en esta discusión.

En el ejercicio del periodismo en Colombia, sobre todo a nivel regional, el periodista tiene que lidiar con el cubrimiento de una gran cantidad de noticias de diversa índole, lo que no deja espacio a la investigación a fondo de temas particulares. Esto tiene como consecuencia que se brinde una serie de información incompleta y sin profundidad, que poca claridad puede dar en los temas.

Es en ese momento y por la situación que enfrentan los medios colombianos que buscan cubrir todo lo que pasa en el territorio, pero lo hacen de una manera tan superficial que en vez de informar a la audiencia

la están desinformando con “información” que no se sabe si es verídica, y si sí lo es deja demasiados vacíos por llenar, vacíos que se llenan de comentarios poco críticos que en nada ayudan a la construcción de paz.

Es necesario aclarar el término de “opinión pública” y el peso que tiene en la sociedad.

Algunos entienden la opinión pública como la opinión de la gente, como la sumatoria de lo que los individuos que conforman una población opinan acerca de un tema en particular. Otros, en cambio, la conciben como la opinión de unos pocos, la opinión de una minoría o de las élites dentro de la sociedad. También existen quienes definen la opinión pública como aquella que se emite desde los medios de comunicación de masas, equiparando de esta manera el concepto al de opinión publicada y hay quienes la entienden como los espacios donde se forman las opiniones de los ciudadanos y, por tanto, no son privados ni secretos. (Adamo, 1)

Esa idea generalizada hace que los individuos en colectividad se vuelvan agentes de acción en contra o en pro de la idea que se les vende. Y es ahí donde se hace preciso hablar del término de agenda setting.

Cada agenda consiste en un conjunto de objetos. A la vez,

cada uno de esos objetos posee un conjunto de atributos [...] Entre los atributos de un tema –o de cualquier objeto en las noticias– están las perspectivas que los periodistas y el público emplean al pensar sobre ese tema. Agenda setting es sobre algo más que un tema o la saliencia de un objeto. Las noticias no solo nos dicen sobre qué pensar sino cómo pensarlo. Tanto la selección de temas para la agenda informativa y la selección de marcos sobre esos temas son potentes roles de la AS y estremecedoras responsabilidades éticas. (McCombs, 1992)

Esta es una manera errónea en la que los medios de comunicación televisivos buscan clasificar la información de acuerdo a unos niveles de importancia, dándole relevancia a los que, a criterio de ellos, se deben mostrar, y dejando a un lado y sin casi información a los que consideran que se pueden pasar por encima. Este es un grave error, pues no se sabe con qué criterio sesgan otro tipo de noticias, ya sea por intereses privados, públicos o económicos.

“Los medios son más efectivos en decir a la gente sobre qué es importante pensar, en lugar de decir qué o cómo pensar” (Cohen, 1963. En: Valbuena de la Fuente, Teoría de general de la información, 1997). Se tiene

un control para manejar lo que la gente piensa, y si se utiliza este modelo de manera equivocada hacen que un proceso de construcción de paz se vea retrasado y estropeado.

Los medios de comunicación no se pueden convertir en entidades propiamente lucrativas, porque cuando pierden el objetivo principal de cualquier medio, que es el de informar, crean una sociedad mal informada y sin conocimientos sobre los asuntos públicos y con una opinión pública débil. No se debe basar solamente en un ranking al momento de comunicar algo, pues esto ha causado que en los últimos tiempos la desinformación tenga límites insospechables y que la gente, hoy por hoy, crea que decir sí o no a un plebiscito sea apoyar a un dirigente político en específico.

En la actualidad existen varias asociaciones que buscan apoyar a los periodistas que deciden contar la verdad y las cosas como son, brindándoles protección y respaldo al momento de la información, que puede o no ser conveniente para personajes en específico con poder,

que no les beneficiaría el hecho de que una noticia salga o no al aire.

No solo el apoyo a los periodistas, sino también a las entidades que buscan construir paz abordando los diferentes escenarios y especialidades para que cada periodista, reportero, etcétera, contribuya por medio de su información a la sociedad y a la paz en general.

Alguna de estas asociaciones son medios para la paz “que tienen como objetivo que los periodistas, fuentes, audiencias y empresarios de medios ejerzan el derecho a la información con el fin de contribuir a la consecución de la paz y la consolidación de la democracia”. O Reporteros Colombia, asociación que reúne a periodistas de diferentes medios (prensa, radio, televisión e internet) con la finalidad de cubrir de manera responsable el conflicto armado y los esfuerzos de construcción de paz en nuestro país. O la Fundación para la Libertad de Prensa que “impul-



Foto tomada de Google images

sa y defiende la libertad de expresión y el derecho al acceso a la información en Colombia, denunciando las violaciones a la libertad de prensa, haciendo seguimiento a estas violaciones, promoviendo la protección de periodistas y facilitando las condiciones legales y políticas para el ejercicio de estos derechos”.

Hacer un buen periodismo y que los medios de comunicación brinden la información como es, no es tan difícil, pues si se genera una gran colectividad de comunicadores y periodistas que busque entablar una paz y un buen manejo de la información, se tendrá una sociedad más culta y exigente. Es una labor ardua y que lleva años, pues no se dará de un día para otro. En últimas, estamos hablando de unos modelos comunicativos que tenemos tan arraigados que resulta muy difícil que se cambien.

Manuel Castells dice que “en las comunicaciones se da una articulación entre lo global y lo local y está organizado en redes, no en unidades individuales. A esto lo llamamos una sociedad-red” (Castells, 2009). Cada uno de nosotros hace parte de esta red en la cual nos relacionamos, y en cada punto de esta red, desde lo local hasta lo

global hay una conglomeración de un cierto tipo de comunidad, que, dependiendo del tamaño, se configura como centro. Como esta red es infinita y hay interconexión entre cada uno de los nodos que la componen, la comunicación se vuelve infinita, como también se vuelve infinita la interpretación y la forma de narrar un hecho sucedido.

“Los límites territoriales se reemplazan por redes de poder socio-espaciales (Locales, nacionales y globales), un espacio multidimensional de interacción social las redes no tienen límites fijos, están abiertas” (Castells, 2009).

El problema de que esto pase es que como cada individuo que conforma la sociedad de hoy está enterado de lo que pasa en cualquier parte del mundo, la información pierde credibilidad o fuerza, pues no se sabe qué tan segura y cierta sea la fuente que la transmite.



Foto tomada de Google images

Aterrizando este concepto de comunicación que nos brinda Castells a lo que es una sociedad red, en la actualidad, con las nuevas tecnologías, nos encontramos más interconectados y cualquier información que se dé, logra mayores dimensiones de propagación, se hace viral en cuestión de minutos. Todos tenemos acceso a la información y es allí donde radica la delicadeza que se debe tener con su manejo y expresión. Si la información siempre tiene un efecto en los individuos, ahora se hace más poderoso y general.

Si en las manos de los medios de comunicación está la construcción de paz, se debe empezar a hacer un análisis de cómo se debe manejar el tema. También se debe hacer un análisis sobre el comportamiento de las personas, para determinar cómo se puede llegar a tener una alto rating de visualización de noticias culturales y sociales que ayuden a fomentar la paz que se necesita, y no que solo sea la violencia la que más llame la atención. He querido hacer este documento porque me parece muy importante estar analizando, interpretando, conociendo sobre cómo se está ejerciendo mi profesión en estos momentos en los que pasamos por diferentes coyunturas políticas y sociales.

La comunicación y el pe-

riodismo de hoy han recibido muchas críticas de parte de la sociedad y de las instituciones públicas. Las califican como profesiones de “chismosos”, de “vendidos”, hasta de “terroristas” y muchos más calificativos despectivos que las denigran.

Por eso es necesario construir una mirada crítica que permita evidenciar por qué los medios masivos de comunicación son tan importantes en los asuntos por los que está pasando el país y el buen papel que pueden desarrollar dentro de este proceso. Hay muchos periodistas que no se han dejado sesgar por las grandes elites políticas que manejan los medios de información, y esto ha tenido como consecuencia el riesgo mismo de muerte en el que van cayendo por cuenta de sus posiciones. Si se quiere construir paz se debe hacer desde todos los ámbitos y no solo en los que, por conveniencias, los personajes que manejan el poder lo deseen.

Por lo mismo, en esta nueva época se debe cambiar en el lenguaje en el que se está comunicando, pues la manera en la que se hace causa que en cierta parte el conflicto aún no se haya solucionado. Los medios no se pueden convertir en portavoces de lo que las grandes elites quieren hacer o, como se diría vulgarmente, los

que “llevan y traen” el chisme. Se debe hacer un periodismo informado y con profundidad y sentido, que no esté informando por informar y sólo por intereses lucrativos, sino que al momento de decir qué está pasando con la sociedad lo digan de manera fundamentada, para que de esta manera sean portadores y voceros de la verdad.

Este escrito tiene una mirada que busca encarar la manera en que se comunican los eventos de guerra y de violencia que han afectado a la sociedad en sí. Por ello, no pretendo decir que todos los aspectos de los medios de comunicación sean negativos, pues también busco resaltar ese trabajo positivo de los periodistas que han decidido hablar y contar la verdad de las cosas. Tristemente, algunos de ellos se han visto callados de manera violenta, reiterando, así, que es muy poco cierto que en Colombia se haya conseguido la libertad de expresión y sobre todo la libertad de prensa.

Un aspecto muy importante que quise tocar es el de la agenda setting y en el criterio que los medios periodísticos le dan importancia o mayor relevancia a una noticia sobre otra con criterios poco claros y convincentes, dejando temas importantes por fuera, temas que ayudarían a mejorar la realidad social en la



Foto tomada de Google images

que nos encontramos. Gracias a ello, nos acostumbramos a las cortinas de humo que nos alejan de los verdaderos problemas que la sociedad está enfrentando y nos hacen ser una audiencia poco informada sobre los asuntos del país.

Lo primordial para cambiar esta realidad periodística en la que nos encontramos parte de algo tan básico como lo es la educación. Desde los niveles más inferiores de la enseñanza como lo es el colegio, hasta la universidad, se les debe enseñar a las personas a cambiar esa mentalidad tan arraigada e inconsciente de no tener criterio o conocimiento para recibir una información.

Necesitamos gente más “culturizada” que le exija a los medios masivos de comunicación tener conocimiento profundo de los hechos que ocurren, y que esta información no se entregue sin criterios ni bases sólidas argumentadas.

Se debe cambiar el lenguaje con el que se está comunicando

y se debe hacer un periodismo de paz, que mediante su transmisión no genere más violencia y que, por el contrario, cambie la perspectiva de lo que se está viviendo hoy en día como una oportunidad de transformación y mejora para la sociedad.

Es necesario reconocer, estudiar y profundizar en el gran poder que la comunicación tiene, y su impacto, pues este debe beneficiar a la sociedad y no solo a las grandes elites del poder que pretenden manejar la información a conveniencias y con fines lucrativos. Se necesita una comunicación consciente y proactiva que genere cambios y una evolución de lo que se hace llamar periodismo.

Bibliografía

Castells Olivan, Manuel (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial, Madrid. Traducción de María Hernández. Tomado de: <http://edgutierrez.com/usb/wp-content/uploads/2014/05/Manuel-Castells-Comunicacion-y-Poder.pdf>

D'Adamo, Orlando; García Beaudoux, Virginia; Freidenberg, Flavia (2007). Medios de comunicación y opinión pública. Madrid: McGraw-Hill.

Observatorio de Construcción de Paz de la Universidad Jorge Tadeo Lozano [Blanca Inés Arteaga Morales, Diego Andrés Walteros Rangel, Lina Dayana Álvarez Montoya, Oscar David Andrade Becerra, Juleine Puentes Orjuela, Angélica María Cortés Bernal, Laura Carolina Baños López] (2012). Cuadernos Paz a la Carta No. 2. En: (http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/cuaderno2.pdf)

McCOMBS, M. (1992), "Explorers and surveyors: expanding strategies for agenda-setting research", Journalism Quarterly, n°. 69, p. 813 – 825. Tomado de: "Teorías: agenda-setting vs auto-comunicación de las masas". En: https://aleeferman.wordpress.com/2015/11/23/teorias-agenda-setting-vs-auto-comunicacion-de-las-masas/#_ftn1

Valbuena de la Fuente, Felicísimo (1997). Teoría general de la información. Noesis, Madrid. Tomado de: <http://www.fgbueno.es/edi/val/fvtgi40.pdf>