
CAPÍTULO 46

“Configuración de los medios de comunicación como condicionante de la imagen de los países del sur. Relaciones Norte-Sur”

Fernández Torres, María Jesús (Universidad de Málaga)
mariajesusfernandez@uma.es

Resumen.

Han sido muchos los debates que han existido sobre la forma de transmitir a la opinión pública las informaciones que trataban de la desigualdad entre países del Sur y del Norte. Tal labor de transmisión es llevada a cabo por los diferentes medios de comunicación que, en muchos casos, emiten este tipo de mensajes de forma descontextualizada provocando que la sociedad obtenga una imagen falsa de la realidad de los países del Sur.

Cabe plantearse: ¿Por qué los medios de comunicación de los países del Norte transmiten las realidades del Sur de forma sesgada? E incluso ¿por qué en muchos casos ni tan siquiera estos países forman parte de su agenda?

En la actualidad, los massmedia son instituciones con fin de lucro muy alejados del papel que les correspondería, el de ser objetivos e imparciales en las noticias que emiten debido a la gran repercusión social y a la importancia que tienen en la conformación de ideales y de estados de opinión de la población a la que se dirigen.

La información se ha convertido en mercancía generando su difusión enormes beneficios. Los intereses del mercado no apuestan por la verdad, por la ética o por una aproximación rigurosa a la realidad, sino principalmente por la audiencia. La pobreza y el Tercer Mundo no existen más que cuando generan espectáculo.

Palabras Clave: Medios de Comunicación, Deontología, Tercer Mundo, Imagen, Información.

Abstract: There have been many debates about the way of transmitting information about disparity among Southern and Northern countries to the public opinion. Such transfer work is carried out by different mass media which, in many cases, express these kind of messages in a decontextualized form, providing society with a false image of Southern countries reality.

One question should be made: Why mass media from Northern countries give a biased reality from Southern ones? and even, why in many cases Southern countries do not form part of Northern countries' agenda?

Nowadays, mass media are profit-making organisms and are too far of the role they should play: being objective and impartial when broadcasting news due to the great social repercussion and also because of the importance they have in conforming the aimed population ideals and opinions.

Information has become merchandise which generates huge benefits with its spreading. Market interest is not concerned with truth, ethics or a rigorous approximation to reality, but mainly for the audience. Poverty and the third world do not exist if they do not generate a profit.

This paper will deal with this topic not without mentioning the journalist deontological code and the way to put it into practice.

Keywords: Mass-media, Deontology, Third World, Image, Information.

1. Introducción

El término “deontología” procede del griego (deonthos, que significa deber; y logos, que significa tratado) y es traducido como el “Tratado de los deberes”. Al aplicarse a una profesión determinada se refiere al conocimiento que es justo y conveniente para el ejercicio de tal profesión. Lo justo y conveniente se describe en un texto que contiene un conjunto de reglas y normas que se denomina “Código Deontológico”. Por tanto, un código deontológico es un documento en el que se establecen un conjunto de normas y deberes dirigidos a un colectivo de profesionales para guiar el ejercicio de su profesión desde una perspectiva ética.

Por tanto, son muchos los profesionales que cuentan con Códigos Deontológicos que intentan guiar la práctica diaria de su profesión (médicos, economistas, abogados, docentes,...). El caso concreto que nos ocupa en esta comunicación hace referencia al campo profesional de los periodistas.

Los diferentes Códigos Deontológicos regulan el comportamiento de los informadores y tienen como máximas: el respeto a la verdad, perseguir la objetividad, contrastar los datos con fuentes precisas, diferenciar entre información y opinión, respetar la presunción de inocencia, rectificar informaciones erróneas, etc. Los códigos deontológicos son muy necesarios ya que: Implican un reconocimiento público de que su actividad conlleva una dimensión ética; ayudan a decidir sobre la forma más correcta de proceder a la hora de informar; suscitan un debate interno en la profesión; representan una garantía para la libertad de acción del periodista protegiendo y avalando su actuación individual frente a presiones políticas o económicas; Aumentan el prestigio de la profesión y la confianza de la ciudadanía en los periodistas por su compromiso de trabajo de acuerdo a principios morales y al servicio de la sociedad. Pero, ¿hasta qué punto estos códigos éticos profesionales se cumplen? Y, centrándome en la temática que aquí nos ocupa sobre las relaciones Norte-Sur, ¿cumplen los profesionales de la información con los deberes explicitados en estos códigos?

A continuación, se mostrará una panorámica del subdesarrollo para posteriormente realizar un análisis de cómo se configuran los mass-media como condicionantes de la imagen de los países del Sur.

2. Panorámica mundial del subdesarrollo. Relación norte-sur.

Los países del Tercer Mundo sufren un subdesarrollo crónico caracterizado por una serie de indicadores comunes como son: la escasa renta por habitante, subalimentación de gran parte de la población, elevado analfabetismo, fuerte índice de fecundidad y falta de medidas higiénicas, que provoca una elevada mortalidad infantil y

la aparición de epidemias.

Durante tiempo, ha sido mucha la dificultad encontrada a la hora de medir los índices de pobreza. Los indicadores más utilizados eran el PNB y el PIB per capita, pero ofrecían datos sobre la riqueza y la producción económica sin atender a la distribución de la misma. Fue en 1990 cuando la ONU ideó un baremo, el Índice de Desarrollo Humano (IDH). Mide el progreso técnico de un país en tres aspectos básicos del desarrollo humano: Disfrutar de una vida larga y saludable (esperanza de vida al nacer), disponer de educación (alfabetización) y tener un nivel de vida digna (PIB per capita ajustado al coste local de la vida, técnicamente denominado Poder Adquisitivo).

2.1. El panorama del subdesarrollo

Según Baiges et al. , en su libro *“Las ONG de desarrollo en España: dilemas de la cooperación”*, la panorámica del subdesarrollo es la siguiente:

La mitad de los pobres del mundo pertenecen a los países asiáticos y el 70% de todos los pobres son mujeres. Por áreas geográficas, el África subsahariana cuenta con 216 millones de pobres, el Sureste asiático con 562, Oriente Próximo y África del Norte con 73, Extremo Oriente y el Pacífico con 169 y Latinoamérica y el Caribe con 108. Alrededor de 15 países tienen más de un 50% de su población por debajo de la línea de pobreza, siendo Bangla Desh el caso más grave, con un 85%. La Organización mundial de la Salud (OMS), en su informe de mayo de 1995, no dudó en catalogar la pobreza extrema como la primera causa de mortalidad en el mundo. En los países menos desarrollados la expectativa vital es de 43 años y en los más desarrollados, de 78 años.

La malnutrición afecta a 700 millones de personas. El Chad, Etiopía, Somalia, Eritrea, Afganistán y Mozambique son los países que más insuficiencia alimentaria sufren donde no se cubre ni el 80% de las necesidades calóricas que requiere un ser humano para subsistir. Las hambrunas surgen por motivo de guerras, suministros insuficientes, sequía u otros desastres naturales, pero generalmente son raras, previsibles, están muy localizadas y tienen una duración limitada. Igual de letal resulta la carencia de agua potable o la ingestión de agua en malas condiciones, que provocan el 80% de las enfermedades de los países en desarrollo e inciden cada año directamente en la muerte de 10 millones de personas. Yibuti es el país que dispone de menos agua, con 23 litros por habitante cada año, realmente una situación extrema si se atiende a que menos de 1.000 litros ya se considera déficit de agua.

Malawi y Níger acreditan el triste récord de disponer de un médico por cada 50.000 habitantes. Los esfuerzos internacionales han servido para que 8 de cada 10 niños hayan sido vacunados contra las cinco enfermedades más mortíferas (difteria, sarampión, tétanos, tos ferina y tuberculosis), lo cual ha motivado que la mortalidad infantil bajase un 25% desde 1980.

La brecha educativa entre el Norte y el Sur tiende a reducirse según se recoge en los informes de la UNESCO. El porcentaje de analfabetos en el mundo decreció del 32% en 1980 al 25% en 1990.

La mujer, en el Tercer Mundo, sufre agravios en los ámbitos de nutrición, salud

y educación. El 70% de los pobres y dos terceras partes de los analfabetos del mundo son mujeres. En África, 6 millones de mujeres están infectadas por el SIDA. Y además, siguen siendo una víctima generalizada de la violencia, tanto en los conflictos bélicos – en los que la violación es utilizada como armas de guerra – como a nivel doméstico – en Perú los malos tratos a las esposas suponen el 70% de las denuncias policiales.

El reverso de la moneda del intercambio desigual corresponde al comercio de armas, uno de los factores que más ha contribuido al endeudamiento del Tercer Mundo. Entre 1978 y 1987 el continente africano gastó en armamento el equivalente a la mitad de su deuda externa, siendo los principales países productores (EEUU, Rusia, Alemania, Francia, China y Gran Bretaña) los más beneficiados. En 1995 todavía se encontraban esparcidas por 64 países un total de 110 millones de minas terrestres, que provocaron la muerte de 26.000 personas al año y torpedeaban la recuperación económica y social de los Estados que salen de largas guerras. Los delegados de las potencias occidentales llegaron a proponer sustituir la producción de las minas terrestres por otras minas elegantes, que se autodestruyen o neutralizan un tiempo después de ser colocadas. Al final no se alcanzó ningún compromiso y sigue sin haber algún protocolo que controle la fabricación, almacenamiento y transporte de las minas. La comercialización está regulada pero en casos de guerra civil se permite la venta, mientras la ONU invierte anualmente 48 millones de euros en desactivar minas. Existen 350 tipos diferentes y las hay del tamaño de cajetillas de tabaco y menos de 100 gramos de peso, y de plástico y madera que son casi indetectables. También se fabrican en forma de mariposas o juguetes pensadas especialmente para segar vidas de niños. Una mina cuesta entre 15 y 180 euros, pero desactivarla supone un gasto de entre 210 y 750 euros. En 1994 se desactivaron 80.000 minas mientras se plantaban dos millones más. Se necesitarían 2.000 años para desactivar Afganistán. España también es un país productor de estos artefactos (Explosivos Alaveses, vinculada a Ercros) y se han encontrado minas de fabricación española en Marruecos, Mauritania, las Islas Malvinas e Irak.

Otro denominador común de los países del Sur que señalan estos autores es su inestabilidad política. Sería imposible globalizar pues cada región tiene un rasgo característico definido. Latinoamérica y Centroamérica han sufrido ciclos de dictaduras militares alternados con democracias frágiles. Los países asiáticos oscilan entre democracias asentadas como la India y regímenes dictatoriales duros y duraderos como Tailandia o Indonesia. En el África se han probado muchas opciones y casi todas han fracasado. Pero en mayor o menor medida, la fragilidad de los Gobiernos es una constante.

Hablar del concepto Norte- Sur es hablar de la desigualdad entre dos mundos, uno rico y otro pobre, entre países desarrollados y Países en Vías de Desarrollo, entre el Primer Mundo y el Tercer Mundo. El Primer Mundo sería el industrializado y capitalista; el Segundo Mundo es el comunista y desarrollista y el Tercer Mundo es el empobrecido y anclado en el subdesarrollo.

El informe de la Comisión Brandt hace referencia a los países que integran el Sur y señala que en la pasada década la formaban África, Oriente Medio, Sudamérica, Centroamérica, y toda Asia excepto Japón, Australia y Nueva Zelanda. Desde entonces se han producido importantes cambios. Los nuevos países industrializados conocidos como los dragones asiáticos (Corea de Sur, Taiwán, Singapur y Hong Kong) se han

incorporado al Norte, mientras los regímenes excomunistas del Segundo Mundo intentan resituarse en él.

Según Baiges et al. (1996:57), al Sur se le ha vestido de víctima. Al Norte de culpable, a las ONGD de buenas y al resto de impotentes. Para ellos es necesario superar esa confrontación y huir de un cliché que a menudo ha provocado la culpa, la caridad, la dependencia, la inferioridad, el intrusismo y la pasividad, lejos de un modelo de cooperación y desarrollo más válido y constructivo. La racionalidad es una de las carencias que más ha sufrido la cooperación internacional. La cooperación, entendida como ayuda, se ha visto condicionada a menudo por la cantidad, en detrimento de una calidad real y efectiva.

3.La configuración de los medios de comunicación como condicionante de la imagen de los países del sur. Relaciones norte-sur.

Durante los últimos años han existido multitud de debates sobre la forma de transmitir a la opinión pública los mensajes que trataban de la desigualdad entre países del Sur y países del Norte. Esta labor de transmisión es llevada a cabo por los diferentes medios de comunicación que emiten este tipo de mensajes de forma descontextualizada o deformada provocando que la sociedad obtenga una imagen superficial e incluso falsa de la realidad de los países del Sur.

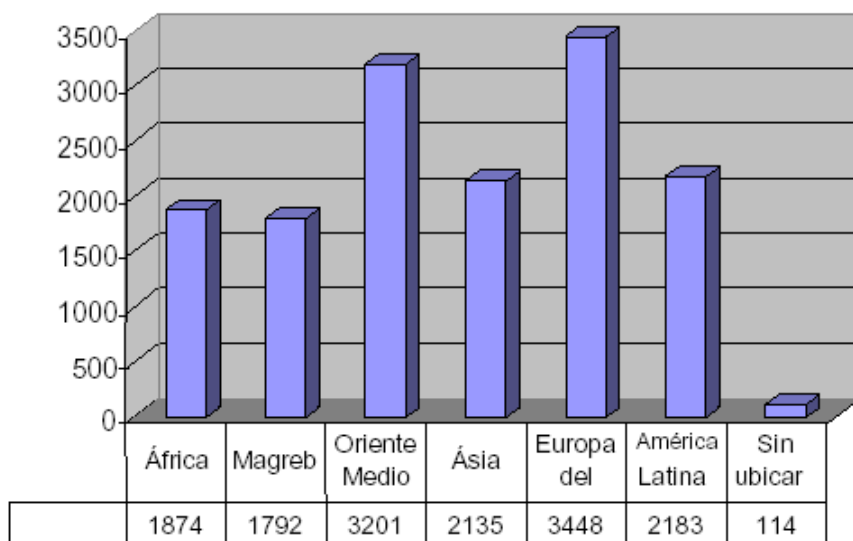
Cabe plantearse la siguiente pregunta: ¿Por qué los medios de comunicación de los países del Norte transmiten las realidades del Sur de forma sesgada? e incluso, ¿por qué en muchos casos ni tan siquiera estos países forman parte de su agenda?. Bien, un estudio^{xiii} llevado a cabo por dieciocho estudiantes de periodismo de la Universidad de Barcelona, intentó descubrir el porqué de esta forma de actuación de los medios de comunicación mediante la realización de un estudio cuantitativo de las piezas periodísticas aparecidas en periódicos a lo largo de seis meses (la muestra elegida estaba formada por piezas periodísticas aparecidas en el período comprendido entre octubre de 1995 y marzo de 1996) y que trataban sobre países del Sur.

DESARROLLO DEL ESTUDIO (Giró, 2002): Se recopilaron un total de 14.852 fichas correspondientes a piezas periodísticas publicadas en nueve diarios, a saber:

- Dos internacionales: El periódico francés “Le Monde” y el americano “Herald Tribune”.
- Cuatro de amplia circulación en Cataluña à El Periódico, La Vanguardia, El País y Avui.
- Tres de ámbito local catalán à Punt Diari, Día de Tarragona y El Segre.

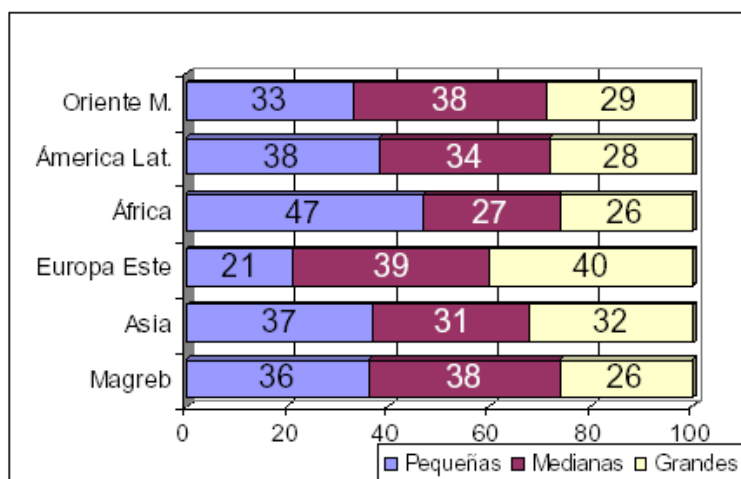
Las áreas que mayor atención recibieron considerando el estudio en su totalidad fueron Oriente Medio y Europa del Este.

AREAS DE MAYOR ATENCIÓN



Aunque durante el periodo estudiado tuvieron especial relevancia los acuerdos de Dayton y el asesinato del primer ministro israelí Isaac Rabin, llama la atención el relativamente bajo número de entradas dedicadas a África especialmente si se tiene en cuenta que casi la mitad de ellas son breves. En el gráfico siguiente se muestran los porcentajes de piezas clasificadas por tamaños (grandes, medianas y pequeñas) para cada área geográfica.

TAMAÑO DE LAS PIEZAS PERIODÍSTICAS



Resulta también interesante ver cómo se distribuye la atención a cada área geográfica en función de cada publicación. El estudio destaca en primer lugar el bajo número de piezas registradas en la prensa local (*El Punt Diari*, *Diari de Tarragona* y *El Segre*), lo cual no implica nada sobre la calidad de las piezas publicadas, pero sí sobre la escasa presencia del Sur en sus páginas. En segundo lugar, destaca la atención diferenciada que cada uno de los grandes periódicos dedican a zonas distintas. Por ejemplo, sobresale el número de piezas que *Le Monde* dedica a África Subsahariana; la atención del *Herald Tribune* a Oriente Medio, y la cantidad de cobertura que *El País* otorga a América Latina, a diferencia de *La Vanguardia* con una atención más repartida

entre las áreas del Sur.

Según Giró (2002), la muestra escogida deja medianamente claro que los intereses económicos (y los comerciales en particular) y políticos, ya sea por la relaciones con las antiguas colonias (*Le Monde*, *El País*) como por la importancia adjudicada a las zonas consideradas prioritarias estratégicamente (*Herald Tribune*) marcan las líneas generales de la distribución de la atención a los países del Sur.

Como señala el autor de este estudio, el recurso a las agencias de noticias para cubrir áreas donde los periódicos no disponen de corresponsal también resulta indicativo del punto de vista desde el que se elaboran las informaciones. Consideradas en su conjunto, la inmensa mayoría de las informaciones son de segunda mano, es decir, elaboradas a partir de despachos de agencias o de otros servicios informativos, pero no a partir de corresponsales o enviados especiales.

La cantidad de información elaborada directamente, es decir, de primera mano, es indicativa de la importancia que se le da a la zona en cuestión. En el caso de *El País* o *Le Monde*, considerados periódicos de referencia en sus estados respectivos, la cantidad y calidad de los corresponsales en el extranjero son un símbolo de su prestigio y la vez reflejan sus prioridades.

Por último, el estudio se detiene en los temas más tratados en la muestra. De un total de 45 temas registrados, destacan nueve^{xiii}: Deporte, elecciones, Conflictos armados internos, Paz, Economía, Militarismo, Cooperación Internacional, Política Interna y ONU.

Según Giró, se destaca lo siguiente:

En el caso de África, llama la atención que el deporte tenga el porcentaje más alto y a la vez es indicativo del poco interés que despierta en otros temas. El dato es aún más relevante cuando tras echar una ojeada a los titulares del período estudiado destacan los dedicados a deportistas africanos afincados en Europa, especialmente futbolistas. Otro de los temas destacados fue el rally París-Dakar.

Los países más asiduos son la República Sudafricana, los cuatro relacionados con el conflicto en los Grandes Lagos (Ruanda, Burundi, Zaire y Uganda) y Nigeria. Para el resto, el espacio es inapreciable.

Comparado con todo el África Subsahariana (1792 piezas encontradas), el Magreb (1874) recibe una considerable atención, en parte explicable por los ligámenes de Marruecos con España o de Francia con Argelia. La gran mayoría de las informaciones de este área tienen como protagonista a la violencia de los Conflictos Armados Internos y en particular el conflicto islamista-argelino. Destaca la relativamente poca atención que recibe el conflicto del Sahara occidental, entre Marruecos y la República Árabe Saharaui Democrática. Las elecciones son el segundo tema más tratado y quedan rezagados, aunque con cierta presencia, asuntos culturales (sobre todo de grupos que actúan en Europa), deportivos o educativos.

Con respecto al Oriente Medio, la inmensa mayoría de los textos tienen que ver

con el conflicto entre Israel y Palestina, que de hecho es arabo-israelí por las implicaciones que tiene en los países vecinos. El análisis de los titulares muestra que es un conflicto muy personalizado (Arafat, Rabin, Hussein, Netanyahu). Sobre Israel y Palestina hay una atención permanente de todos los medios centrada en la guerra, la paz y la política interna. El resto de países del área quedan absolutamente en segunda fila.

En el caso de Asia, China tiene el mayor protagonismo, seguida de los Tigres Asiáticos (Corea, Taiwan y Singapur) y coherentemente los temas más visitados son la economía y el militarismo. En el caso de China, el contencioso con Taiwan acarrea que haya más informaciones relacionadas con el militarismo (143) que con la economía (95). Las informaciones sobre conflictos armados internos corresponden a diversos países.

Con respecto a Europa del Este, la gran mayoría de las piezas periodísticas (86,2% de las 3447) tratan de la ex Yugoslavia y particularmente de Bosnia-Herzegovina. La abundancia de textos referentes a los acuerdos de Dayton se corresponde con la preeminencia del tema 'Paz' (25,5%) y la no despreciable cantidad del 9,1% relativa a cooperación internacional.

Según el estudio, la economía y la política interna alcanzan los porcentajes más altos en el caso de América Latina. El interés creciente de la Unión Europea por el mercado latinoamericano se hace patente en estas informaciones. En este caso vale la pena destacar que entre los cinco temas más destacados de América Latina, [Economía (con 329 piezas), criminalidad (180), cultura (173), corrupción (96) y accidentes (77)] a diferencia de lo que ocurre con otras áreas, los asuntos culturales merecen un cierto grado de atención.

Se calcula que alrededor del 90% de las noticias extranjeras que aparecen en los medios de comunicación proceden de las cuatro grandes agencias occidentales. El punto de vista es, por tanto, el occidental y la selección de las noticias se hará dependiendo de lo que para ellos sea o no importante. Hay diferente magnitud entre aquello que se considera importante si sucede en EEUU o Europa, o, por el contrario, en un país africano.

Por ello desde muchas partes del planeta se pide un nuevo orden informativo. Así, el Movimiento de los No Alineados reclamó en su VIII conferencia celebrada en 1976 en Nairobi, un Nuevo Orden Informativo como requisito urgente e imprescindible para mejorar y democratizar las relaciones internacionales, proteger los intereses de los países más pobres y garantizar su participación en la toma de decisiones.

Una comisión recibió de la UNESCO el encargo de estudiar el asunto, estudio que dio como fruto el conocido Informe Sean McBride, nombre del presidente irlandés de la comisión, publicado en España con el título de "*Un solo mundo, voces múltiples*". El Informe McBride se presentó a la Asamblea General en el año 1980. Este documento, asumido por la UNESCO, denuncia el control ejercido por las transnacionales sobre los medios de comunicación proponiendo "sustituir la comunicación en sentido único por un intercambio de mensajes en todas direcciones y completar la comunicación vertical por la horizontal".

La sugerencia no agradó a las transnacionales de la información ni a los países en los que estaban radicadas. Bajo la bandera de la libertad informativa, estos países no

sólo impidieron que el Informe McBride pasara del papel a los hechos. Poco después, el Gobierno estadounidense, encabezado por Reagan, retiró a su país de dicho organismo por interpretar que era una limitación al libre flujo de la información y la comunicación la reclamación de los países pobres del Tercer Mundo a disponer de sus propias fuentes de información y a producir los conocimientos y medios necesarios para satisfacer las necesidades de sus países. Se consideraba que este afán era lesivo para los intereses nacionales de los Estados Unidos, es decir, para los oligopolios de su industria de la comunicación. Aún hoy, un orden más democrático y participativo de las comunicaciones sigue pendiente.

En la actualidad, los medios de comunicación son instituciones con fin de lucro, están muy alejados del papel que les correspondería, el de ser objetivos e imparciales en las noticias que emiten debido a la gran repercusión social y a la importancia que tienen en la conformación de ideales y de estados de opinión de la población a la que se dirigen.

Supuestamente la persona que decide estudiar periodismo lo hace con la convicción de dar un testimonio real del mundo que le rodea. Sin embargo, la información ha traspasado la barrera ideológica para entrar de lleno en el mercado.

Como señala Vila-San Juan (1999), la información se ha convertido en mercancía generando su difusión enormes beneficios. Los intereses del mercado no apuestan por la verdad o la mentira, por la ética o por una aproximación rigurosa a la realidad, sino principalmente por la audiencia, de forma que cuanto mayor sea ésta, más valor tiene la noticia. La pobreza y el Tercer Mundo no existen más que cuando generan espectáculo.

Los medios han perdido la capacidad de acercarnos a la verdadera realidad del mundo pues su preocupación principal es transmitir antes que la competencia e incrementar los índices de audiencia. Esto hace que se pierda el rigor que se supone han de tener y que se olviden del principio básico de distinguir entre lo que es verdad y lo que no.

Según Giró (2002), los periodistas utilizan a la hora de escoger las noticias unos criterios de selección. Los más importantes para este autor son los siguientes:

- Novedad: Debe resultar nuevo para el lector, novedoso. Si algo sigue igual no se considera noticia porque no ha registrado modificación alguna.
- Proximidad: Si se trata de algo cercano, los lectores pueden verse afectados y por lo tanto será más de su interés. A veces, el criterio de proximidad se utiliza de tal forma que un conflicto en cualquier parte del mundo no se convierte en noticiable hasta que no hay un español en el suceso. La poca solidez de este criterio se pone de manifiesto porque los medios se preocupan sistemáticamente de países lejanos si son poderosos.
- Importancia: Entendido como algo que afecta a muchas personas. Pero, ¿qué determina si algo es o no importante? ¿Para quién lo es?

Estos criterios pueden considerarse relativos puesto que, al fin y al cabo, lo que es noticia es lo que las redacciones y los jefes consideran que es noticia.

Según Giró (2002), los conflictos son los reyes del espacio y del tiempo en los medios de comunicación ocupando las primeras páginas de los diarios y los primeros espacios en los telediarios. Pero no todos los conflictos tienen la misma cobertura informativa. Así, desde 1989 han sucedido más de medio centenar de conflictos armados y aún no hay una guía de estilo que determine por qué unas crisis merecen las portadas y los titulares y otras permanecen en el olvido.

La importancia de las imágenes es crucial pues el espectador tiene la sensación de asistir a los acontecimientos en directo, sin intermediarios. Pero el que haya imágenes tampoco es suficiente por sí mismo ya que tienen que poder ofrecerse de forma continuada para conseguir un efecto acumulativo para que la noticia no desaparezca, engullida por la ingente cantidad de información que se consume diariamente.

Según Vila-San Juan, no hay dos guerras al mismo tiempo, al menos en las pantallas de televisión. Según este autor un telediario no puede ocuparse de dos hambrunas ya que para la audiencia son insoportables y para el espectáculo es una repetición del mismo número. Se producen entonces los denominados silencios informativos: las hambrunas en Sudán, la guerra en Somalia, Liberia o Afganistán, los enfrentamientos entre India y Pakistán, ... En ese momento sólo había ojos para Kosovo. Como sigue apuntando Vila-San Juan, algunos conflictos se han agravado precisamente porque se sabía que los medios de comunicación no ofrecían testimonio de sus atrocidades. Un buen ejemplo que expone el autor podría ser el del Congo-Brazzaville donde, a la sombra del conflicto de los Balcanes, las milicias del presidente intensificaron sus matanzas y deportaciones de civiles no armados. En muy pocos días, hubo un total de 5.000 muertos y 200.000 deportados; mientras, los milicianos pintaban en sus coches la palabra “Kosovo” en agradecimiento a aquellos que les estaban dejando hacer su trabajo más libremente.

Muchos periodistas alegan que en los medios no se puede profundizar, que la información es superficial, descontextualizada y que no se explican las causas de los conflictos porque no hay ni tiempo ni espacio para hacerlo. La respuesta sería obvia: tener más periodistas trabajando y disponer de más espacio en prensa, radio y televisión. Pero esto comportaría más gasto a las empresas periodísticas. Además estas empresas necesitan ingresar dinero de la publicidad y ésta no se ubica en medios que no tengan suficiente audiencia, por lo tanto, deben luchar para conseguir tal audiencia, lo que significa capacidad para influir. En consecuencia, el panorama que se encuentra está formado por plantillas mínimas y el espacio conveniente para la publicidad y los programas de máxima audiencia.

En 1991, Andreas Freund (una de las figuras más conocidas de la prensa extranjera y que falleció en 1996) realizó un pequeño catálogo de los efectos que estos criterios tienen en la sustitución de los valores informativos, a saber:

1. Lo más nuevo, en lugar de lo más importante. Que acabe de pasar o que sea singular se prima aunque tenga una importancia ínfima.
2. Lo más fácil de mostrar, en lugar de lo que es difícil de ilustrar. Demasiado a menudo en la televisión, si no hay imágenes de un hecho no se lo considera

noticia.

3. La apariencia, en lugar de la sustancia. Se pone mayor atención a lo que dicen las personas o los políticos, en particular, que a lo que realmente hacen.
4. Lo que divierte o entretiene, en lugar de lo que es instructivo. Los informativos de televisión son una especie de circo en los que el presentador va dando entrada a los diferentes *shows* que alguien ha preparado en algún lugar del mundo.
5. Lo que sirve a la publicidad pasa por encima de lo que no la sirve. Por ejemplo, los numerosos acontecimientos deportivos que sirven para insertar publicidad como por ejemplo el rally París-Dakar.
6. Lo que es mercantil, en lugar de lo que no lo es. Y por tanto aquello que fomenta el consumo.
7. Por último, lo que es fútil y estúpido, en lugar de lo que está cargado de sentido y valor. El accidente de un famoso o famosa pasa por encima de muchísimas violaciones de los derechos humanos en otros tantos rincones del mundo.

Como señala Vila-San Juan (1999), las imágenes de televisión son mucho más eficaces cuando presentan consecuencias que cuando analizan causas. Así, en uno de sus artículos^{xiii} indica que los medios de comunicación afirman que el problema de Irak es Sadam, convenientemente demonizado, cuando unos años antes era el gran amigo de Occidente; al igual que el problema de Kosovo es Milosevic.

Así los problemas no se analizan en función de sus causas y tienen siempre una razón aceptada casi de forma espontánea. Como continúa Vila-San Juan el medio millón de niños muertos en Irak, como consecuencia del embargo decretado por la ONU no tiene la menor posibilidad de pasar el filtro de los medios ni tampoco las víctimas serbias de los albanos-kosovares.

Chomsky y Herman (1995) constatan la existencia de cinco filtros por los que pasa la información antes de ser publicada:

- En primer lugar, ninguna empresa periodística publicará información que perjudique a sus intereses económicos. Según estos autores, esto es tan obvio, como que si una empresa decide salir a bolsa, todos los espacios informativos disponibles serán aprovechados para anunciar la salida y para exponer continuamente los supuestos excelentes resultados de los ejercicios de sus múltiples empresas, tal como ocurrió y sigue ocurriendo con el conglomerado PRISA. Tampoco estas empresas van a ser proclives a publicar informaciones que perjudiquen a sus diversos accionistas o a otras empresas con las que comparte proyectos, inversiones, etc. Cuando los proyectos se comparten con grupos políticos, estos colectivos se benefician de un trato también favorable. Las alianzas explícitas o implícitas entre grandes grupos de comunicación y grandes partidos políticos están al orden del día.
- En segundo lugar, no pueden hacer un producto que no atraiga a los anunciantes. Según Chomsky y Herman, debe tener audiencia porque sin ella nadie tiene interés en insertar publicidad y sin publicidad, en esta economía, no es posible ser un gran grupo y ganar dinero. Tanto es así que los suplementos dominicales de los diarios

parecen especialmente diseñados como soportes para los anuncios. De aquí, los paraísos del Tercer Mundo.

Por otra parte, los anunciantes se convierten de este modo, con los ingresos que aportan a los medios, en amigos y, por lo tanto, reciben también un trato de favor.

- En tercer lugar, la inmensa mayoría de las fuentes de información son de poderosos, gubernamentales, políticos o económicos. Los autores señalan que esto no deja de ser lógico si se tiene en cuenta que las opiniones, decisiones y acciones de los poderosos van a tener previsiblemente mayor repercusión en las vidas de todos nosotros que las de los desposeídos. Por lo tanto, si la mayoría de voces que aparecen son de los que detentan el poder, qué visiones del mundo y de sus problemas y posibles soluciones van a transmitir si no las conservadoras.

- En cuarto lugar, los gobiernos y las grandes empresas tienen una respetable capacidad de presión sobre los medios y lo que publican, según estos autores, tanto por los pleitos a que los pueden someter, como por las fuentes de información que pueden cerrar, como por la numerosas presiones económicas y financieras que pueden ejercer sobre los grandes grupos mediáticos. Frente a esta capacidad de influencia-presión, las voces del Sur suenan débilmente.

- En quinto lugar, los periodistas son en general personas normales con la misma ideología que la mayoría de la sociedad y, como todo aquel que describe la realidad lo hace a través de su prisma. Como indican Chomsky y Herman, normalmente, existen 'fenómenos naturales' que acarrearán desastres humanos que en muchas ocasiones se podrían haber evitado si hubiese mediado una acción humana responsable. La discusión sobre los 'desastres naturales' se remonta al menos a Voltaire.

Asimismo, como indica Antón Valero (2002), el lenguaje de la televisión que tanto ha influido en los medios actuales se caracteriza por:

- Preeminencia de la imagen sobre la realidad. Lo que no tiene imagen "no existe". "Ver es comprender". Nuestra experiencia directa, sobre nosotros o nuestro alrededor apenas tiene valor.
- Crudeza (imágenes fuertes), reality.
- Simplificación, ligereza y levedad del mensaje.
- Esquemmatización. Noticias como arquetipo de lo simbólico, publicidad como espectáculo.
- No globalización
- Extensión de tópicos y estereotipos.
- No se dan explicaciones socio-políticas sino anecdóticas. Existe descontextualización.
- Ritmo acelerado, torbellino de imágenes e informaciones. Instantaneidad entre el acontecimiento y su exhibición, sin mediar reflexión sobre lo que se ve.
- Primacía de la circulación, saturación, triunfo del mercado y del rumor.

-
- “Olvido” rápido, por la abundancia y ritmo, “estado de distracción”. Imperio de la “moda”.
 - Lógica comercial del hecho informativo. Imposición de la “agenda” a los otros medios y al consumidor de información.

La noticia se convierte en un producto desde el mismo proceso de selección, pues sólo interesa si vende. El papel de la imagen, el escaso tiempo para la emisión y su complejidad, la necesidad de remontar las audiencias para así hacerle frente a unos costos cada vez mayores, generan una búsqueda más de la emotividad que de la racionalidad, una simplificación y una creación de “categorías mentales” (moldes en los que se colocan las noticias de “el gitano”, el “Tercer Mundo”, “el musulmán”...).

Según Antón Valera (2002), la forma en que las tensiones internacionales y sus conflictos aparecen en los medios de comunicación, tiene condicionantes importantes debido a la provisionalidad de los datos, la inaccesibilidad, en ocasiones, de las fuentes de información, la distancia o la falta de contacto con los protagonistas, la no presencia en el lugar de los acontecimientos, las dificultades diplomáticas, de censura y logísticas del viaje, el peligro que este tipo de información conlleva si se realiza en contacto con la realidad, el riesgo personal (como es el caso de los periodistas asesinados o presos como denuncian los informes anuales de Reporteros Sin Fronteras).

Con todo lo dicho, parece necesario una reconsideración de los principios éticos de los periodistas. El 20 de noviembre de 1983 se celebró en París la Cuarta Reunión Consultiva de Periodistas Internacionales y Regionales que congregó a las principales asociaciones internacionales del sector bajo los auspicios de la UNESCO. De las conversaciones resultó una declaración de diez principios éticos y el compromiso de los participantes de difundirlos en sus áreas de actuación de la manera más adecuada. Estos principios éticos son los siguientes:

- 1.- La gente tiene derecho a recibir una información objetiva de lo que pasa.
- 2.- Los periodistas deben responder al derecho de las personas a una información veraz y auténtica.
- 3.- Los periodistas deben considerar la información un bien social y no un producto.
- 4.- Los periodistas deben promover el acceso y la participación del público en los medios.
- 5.- Los periodistas deben respetar el derecho a la privacidad.
- 6.- Los periodistas deben defender los valores universales del humanismo, sobre todo la paz.
- 7.- Los periodistas deben respetar la comunidad nacional y los principios morales públicos.
- 8.- Los periodistas deben mantener unos altos niveles de integridad.
- 9.- Los periodistas no deben justificar ni incitar a guerras de agresión ni a carreras de armamento.
- 10.- Los periodistas deben promover un nuevo orden informativo y de comunicación en el mundo.

Con frecuencia, la selección de las imágenes o datos sobre el llamado Tercer Mundo o los conflictos mundiales, se realizan motivadas por creencias estereotipadas que se transmiten de informadores a público en general, y que tienden a interpretar el Sur en clave de imágenes ligadas a la miseria, el hambre, que son explicadas siempre a

partir de factores endógenos, suelo improductivo, factores climáticos, catástrofes naturales, tradiciones anticuadas, etc.

Se observa cómo el proceso de elaboración de la información se muestra muy vulnerable a la manipulación por parte de quien controla la cadena y aunque cada vez existan más medios, quienes manejan los entresijos de la comunicación internacional son cada vez menos. Las fuentes de información se están quedando en manos de unos pocos grupos mediáticos.

3. Bibliografía

ANTÓN VALERO, J.A. (2002) *Sur, Conflictos y Medios de Comunicación*, en “*Conclusiones encuentro Medios de comunicación, Cooperación para el Desarrollo y Tercer Mundo*”. Valencia.

BAIGES et al. (1996) *Las ONG de desarrollo en España: Dilemas de la cooperación*. Editorial Flor Viento. Barcelona.

BRAJNOVIC, L. (1978) *Deontología periodística*. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.

CODINA, M. (2001) *De la ética desprotegida: Ensayos sobre deontología de comunicación*. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.

CHOMSKY, N. y HERMAN, E., (1995) *Los Guardianes de la Libertad*. Grijalbo. Barcelona.

ESCOBAR ROCA, G. (2002) *El Estatuto de los Periodistas*. Editorial Tecnos. Madrid.

GIRÓ, X. (2002) *La información sobre los países del Sur en los medios del Norte. Información, retos y grietas*, en “*Conclusiones encuentro Medios de comunicación, Cooperación para el Desarrollo y Tercer Mundo*”. Valencia.

GONZÁLEZ BEDOYA, J. (1987) *Manual de deontología informativa: periodismo, medios audiovisuales, publicidad*. Alhambra. Madrid.

VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F. (1991) *Ética y deontología de la información*. Paraninfo. Madrid.

VILA-SAN JUAN, R. (1999) *¿Sabemos de qué hablamos cuando hablamos de guerra?*, en *Papeles de Cuestiones Internacionales*, nº 3, 1999.

“*Cooperación Internacional al Desarrollo (cuadernos informativos)*”. Centro regional de Información y documentación juvenil, Comunidad de Madrid, 1988.)