



O internacional nos medios CORTE E CONFECCIÓN

Description

En que medida os medios de comunicación son un espello fiel do mundo? Quen se fai esta pregunta é o escritor e reporteiro polaco Ryszard Kapunscinsky nun momento do discurso co que agradeceu en Estocolmo a concesión do premio Stora Journalistpriset. A resposta tamén é a mesma: os medios de comunicación reflectan o mundo dun modo moi superficial e fragmentario.

De ser así, estaríase dando unha grande contradición: lonxe de afrontar con recursos e con modelos de produción xornalística que sexan quen de abarcar a complexidade na que se manifesta un mundo sen fronteiras, os medios subordinan o xornalismo ao negocio, e informan baixo criterios de rendibilidade económica, non de rendibilidade social. Non importa tanto a verdade dos feitos -para acceder a ela é imprescindible botar man de procesos interpretativos que encarecen a produción de información- como a súa acomodación aos estándares comunicacionais que facilitan o consumo rápido (xornalismo fast food).

As consecuencias para o chamado xornalismo internacional son demoledoras. Porque todo iso leva a que os medios de comunicación asuman na práctica das redaccións estratexias e técnicas profesionais certamente perversas. Entre elas:

- buscar o ámbito de negocio máis seguro, o nacional e o local, envorcando recursos humanos e técnicos nas distancias curtas, adaptando a oferta informativa de cada día ás necesidades e demandas máis inmediatas das audiencias locais

A combinación desas circunstancias, que teñen na progresiva supresión de correspondentes propios nos lugares máis significativos do mundo unha das súas máis explícitas constatacións, é a que induce de entrada a unha gradual

desapariÃ³n das novas de internacional nas axendas dos grandes e medianos medios de comunicaciÃ³n, por unha banda, e a producir as informaciÃ³ns que pasan ese filtro descargadas de sentido e significado, pola outra. QuÃ©rese dicir, sometidas a canons de adelgazamento e consumo fÃcil. A iso se debe o alto grao de superficialidade (ou simplificaciÃ³n) a que se referÃa o sempre admirado Kapunscinsky. Hai excepciÃ³ns, naturalmente, pero aÃnda confirmarÃan mÃis a realidade dese outro comÃn denominador.

E que dicir a respecto do mÃis popular dos medios audiovisuais, a televisiÃ³n? Ã certo que as televisiÃ³ns xogan de maneira mÃis flexible coa cobertura dos acontecementos internacionais -bastante menos que os de natureza transnacional e global-. PorÃn, fano baixo parÃmetros que serven mÃis ao soporte -por mor da sÃa propia natureza, a televisiÃ³n demanda produtos/entretenemento, ou que vaian dirixidos mÃis Ãs sensaciÃ³ns que ao coÃecemento- que aos receptores que buscan nos seus programas informativos as claves do que estÃ sucedendo a milleiros de quilÃmetros de distancia. Tan Ã asÃ, que as televisiÃ³ns apenas dedican o 5% das noticias ao que por deformaciÃ³n seguen considerando estranxeiro, termo que se xa estÃ sendo cuestionado cada vez mÃis enfrontado ao global, non ten xustificaciÃ³n algunha cando, por caso, as novas ou os acontecementos que se narran teÃen o seu centro de referencia xeopolÃtica no territorio UE. Nesa porcentaxe, ademais, estÃn integradas as historias contadas baixo a ditadura da imaxe, que se recrea forzando a miÃdo unha versiÃ³n da realidade telefalsificada do mundo.

A selecciÃ³n dos feitos de actualidade para a axenda internacional ten por todo o dito un amarre previo que favorece a preferencia polos acontecementos visualmente mÃis conflictivos ou explosivos, silenciando ou relegando outros que, malia teren un grande potencial informativo ou comportar consecuencias de grande calado polÃtico, econÃmico, social ou cultural, non garanten o impacto (e as audiencias) desexado.

A experiencia nos medios

Ã polo que desde finais dos anos 90 do sÃculo pasado primaron e seguen primando nas axendas dos medios, nos audiovisuais pero tamÃn nos escritos, os acontecementos internacionais relacionados coa alta polÃtica (cumios de xefes de Estado, sinatura de acordos entre grandes potencias, elecciÃ³ns norteamericanas, cumios de Davos, etc.), cos atentados terroristas e coas guerras. Con outras realidades menos ligadas Ã confrontaciÃ³n directa de poderes (polÃticos, militares, econÃmicos, relixiosos...) e a canto desencadea procesos que levan ao lÃmite a capacidade de resistencia e de subsistencia de millÃns de persoas, os grandes medios de comunicaciÃ³n veÃen mantendo un comportamento ambivalente. Podemos englobar neste apartado as crises humanitarias. Por caso, a que representan os movementos migratorios, ou os movementos de refuxiados.

Esa ambivalencia queda ao descuberto en canto eses movementos tocan de cheo polÃticas e Ãmbitos de responsabilidade nos paÃses do Norte (occidentais) ou do Sur. Cando, ao contrario do que sucede actualmente cos refuxiados que buscan seguridade en Europa, esas crises teÃen o seu foco en paÃses do "arrabalde" mundial, o habitual Ã o seu silenciamento (a subliÃar o silencio informativo ao que estÃ sometida Ãfrica, como estamos comprobando, alarmados, a respecto dos dramÃticos efectos que sobre ese continente estÃ producindo a pandemia sanitaria da Covid-19).

A lonxanÃa do que sucede non facilita precisamente o contraste das noticias que maioritariamente chegan aos medios a travÃs das catro grandes axencias internacionais. O oligopolio que esas axencias representan xa comporta un alto grao de induciÃ³n que lle deixa escaso marxe de manobra ao xornalista que recibe os seus servizos a diario. As novas xa chegan seleccionadas, e tamÃn chegan co enfoque que esas axencias lle quixeran dar, sempre tan condicionadas polas estratexias dos gobernos (o estadounidense polo que respecta Ã Associated Press (AP) e United Press International (UPI), e os europeos inglÃs (Reuters) e francÃs (France Press) que en grande maneira contribÃen a sostelas.

Por outra parte, as noticias proceden de paÃses afastados aos que xulgamos desde a nosa propia perspectiva sociocultural, moitas veces sobrecargada de prexuzos, e sen podermos botar man dun contexto que nos permita acabar formando acadados xuzos de valor. Nesas circunstancias, non Ã aventurado dicir que estamos mÃis indefensos fronte Ãs estratexias de comunicaciÃ³n inzadas de desinformaciÃ³n e manipulaciÃ³n.

VelaÃ os desaxustes observados nos medios en relaciÃ³n, por caso, coa cobertura durante tantos anos do conflito palestino-israelÃ. Ou coa cobertura de canto ten no Islam e no islamismo un foco permanente de atenciÃ³n por parte da comunidade internacional. A destacar a mistura de conceptos utilizando unha linguaxe que identifica realidades diferentes: eis a confusiÃ³n entre tÃrminos que aÃnda que derivados do Islam, non teÃen o mesmo significado -islÃmico,

islamismo e islamista-, ou entre tópicos que son utilizados indistintamente polos medios obviando as grandes diferenzas que hai entre eles -terrorismo, integrismo, yihadismo, fundamentalismo-.

Tamén podemos situar nos sucesos terroristas esa observancia crítica, e decatarnos igualmente dos déficits que son presentados nos medios, en boa medida debido a fortes condicionantes externos. Os medios e os xornalistas corren sempre o perigo de deixarse envolver polos efectos do que o filósofo Jean Baudrillard chamou “exceso de realidade”. Os efectos dunha estratexia ideada e planificada polos servizos policiais e de intelixencia que empeza por redimensionar o suceso ata xerar un estado de emerxencia social e emocional, e remata coa Action Patriot, ou o enrolamento de medios e xornalistas no proceso vingativo contra os supostos autores da masacre. Sucedeu tras os atentados do 11-S contra o Pentágono e as Torres Xemelgas de Nova Iorque. Os medios asumiron como un deber patriótico alinearse coa cruzada armada pola administración Bush, e acabaron alimentando o exceso de realidade -a dramatización da traxedia-, facendo moi difícil que os receptores foran quen de conectar os atentados e o seu entendemento.

As técnicas de manipulación e propaganda

Os reporteiros que relatan a súa experiencia na cobertura de grandes eventos internacionais deron conta de como evolucionaron esas técnicas de control utilizadas por fontes investidas de poder. Aluden en concreto a como a censura de antes ten agora unha aplicación menos visible, pero non menos eficaz, mediante as técnicas de propaganda e manipulación coas que ese tipo de fontes fan chegar as súas informacións a medios e reporteiros.

As técnicas de manipulación máis habituais son as seguintes: silenciamentos, frivolidade, desvío da atención cara asuntos menores, mentiras, utilización de falsos expertos. Porén, existe a convicción de que para exercer a censura os actores do conflito nin sequera botan xa man das técnicas de manipulación habituais, porque teñen moi ben organizados os aparatos de propaganda, con xente que está especializada en producir información sesgada: amosan a súa eficacia censora cos recortes da realidade que ofrecen como única verdade, e gratis, a medios e reporteiros.

A propaganda forma parte dos procesos de comunicación internacional e constitúe un importante instrumento da política exterior dos países. Unha definición de propaganda, entre as moitas que se teñen dado, podería ser a seguinte: deliberado intento por parte de algún individuo ou grupo para formar ou alterar as actitudes de outros individuos ou grupos mediante o uso de instrumentos de comunicación, coa intención de que, nunha situación determinada, a reacción dos afectados sexa a desexada polo protagonista.

Aplicando esa definición ao ámbito concreto da información xornalística, comportaríase a existencia dunha manipulación deliberada da información destinada a influir nas actitudes e opinións de certos públicos e, de maneira indirecta, a condicionar as súas condutas co obxecto de adecualas aos obxetivos ou fins pretendidos polo protagonista.

Catro características da propaganda: é deliberada, parcial, selectiva (dos medios aos que se dirixe, das mensaxes e dos públicos aos que vai destinada), e condicionante para os públicos (porque facilita unha información incompleta ou deformada que dificulta o proceso de conformación das propias opinións, valores e actos)

No tempo da globalización, conséntase a existencia dunha verdadeira explosión propagandística realizada principalmente por organismos internacionais e gubernamentais, empresas multinacionais, organizacións non gubernamentais e os exércitos en tempos de guerra.

Son actores que recurren habitualmente ás técnicas propagandísticas (cada vez máis sofisticadas grazas ao potencial das novas tecnoloxías da comunicación e da información) como un instrumento decisivo para as súas estratexias internacionais, co obxectivo de: a) vencer as resistencias que suscitan as súas actuacións; b) acadar adhesións que reforen o seu protagonismo internacional

O profesor Alejandro Pizarroso, un dos teóricos da evolución dos procesos de propaganda, aporta unha completa clasificación dos tipos nos que os podemos identificar. Reproduzo o seu esquema por completo e esclarecedor:

1. Segundo sexa o grao de exposición da fonte propagandística:

- propaganda branca (o emisor está perfectamente identificado)
- propaganda gris (aínda que o emisor non está de entrada correctamente identificado, pode chegar a estalo)

c) propaganda negra (a fonte propagandística está deliberadamente falsificada para evitar ser recoñecida ou identificada)

2. Segundo a orixe da fonte propagandística:

- a) propaganda oficial
- b) propaganda privada

3. Segundo o obxectivo perseguido pola fonte propagandística:

- a) propaganda lexitimadora (co obxectivo de manter o statu quo internacional)
- b) propaganda transformadora (co obxectivo de propiciar cambios nun sistema, estrutura ou actor internacional)

A propaganda de guerra pode acoller todos e cada un dos tipos descritos polo profesor Pizarroso. Ademais da que se coñece tecnicamente como guerra psicolóxica, cos seus elementos de distorsión, manipulación e desinformación.

Non falamos de memoria. Escollo como un caso paradigmático o sucedido coa suposta heroicidade da soldado Lynch en Doha (Qatar), da que o The Washington Post informou a partir do titular en portada “Ela combateu ata a morte”. O relato oficial facía a protagonista dun combate corpo a corpo cos “fedayin”, as famosas forzas paramilitares de Sadam, recibindo múltiples feridas de bala, sendo apuñalada no momento da súa captura. Un reporteiro da BBC desconfiou da fonte oficial que exerceu de portavoz da coalición anglo-norteamericana (en rolda de prensa convocada ás 4,30 da madrugada) e viaxou ata o hospital do que finalmente, segundo esa fonte oficial, tería sido rescatada por un comando do exército aliado. Confirmáronlle os médicos que non tiña ningunha ferida de bala nin feridas cortopunzantes, e que as contusións eran produto dun accidente nunha estrada.

Como concluíu a BBC, a historia da soldado Lynch presentada polo exército e polo Pentágono foi “un dos casos máis sorprendentes de administración das noticias nunca executadas”. Manipulación en sentido puro. (Hai un documental sobre o caso: War Spin, traducido como Efecto de guerra).

O traxe co que os medios revisten os feitos que protagonizan cada día o acontecer do mundo segue a ter nos vellos patróns dos obradoiros tradicionais de corte e confección informativa que idearon os Murdoch de cada época o molde unisex que mellor responde ás esixencias do superficial, fragmentario e simplificador que describimos. Sen que os abandeirados do chamado novo xornalismo -de antes e despois da revolución tecnolóxica- conseguiran renovaos.

Sobre o autor: Luás Álvarez Pousa, nado en Viladerrei, Ourense foi profesor titular de Xornalismo Especializado na Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago. É licenciado en Xornalismo pola Universidade Complutense de Madrid e doutor en Historia Contemporánea pola Universidade de Santiago.

Tamén colaborou durante 23 anos como xornalista en La Voz de Galicia, o seu paso por este xornal foi significativo pois foi o primeiro cronista político da transición e creou e dirixiu en 1984 o primeiro Suplemento de Cultura deste. Na década dos 90, neste mesmo diario, redactaba xunto co debuxante Miguelanxo Prado a sección de opinión “A contratepo”.

Entre as súas obras principais destacan Prensa Ameazada. Desde a transición á fraguismo, A identidade fronte á rede. O reto mediático de Galicia na Sociedade da Información, A contrapelo e Figuracións. Mais tamén foi coautor dos libros Periodismo de Fuente e Periodismo especializado, entre outros.

Foi galardoado con numerosos premios, entre eles destacan o premio da Crítica-2000 á ensaio pola súa obra A identidade fronte á rede, o Café del Bolengo (1985) ao mellor labor de opinión en Galicia e o Atlántida-2003 pola súa trayectoria como promotor e xornalista cultural. Este último concedido polo Gremi d'Editors de Catalunya.

Foi fundador das revistas Teima e Tempos Novos. É asemade membro do consello asesor do IGADI (Instituto Galego de Análise e Documentación internacional) e participa nos consellos de redacción das revistas Tempo Exterior e Criterios. Tamén realizou traballos no medio audiovisual: sempre destacamos ás súas achegas na TVG dirixindo e presentando Encontros e o programa semanal Extramuros.

Durante o 1983 e o 1985 foi Director Xeral de Cultura, na Xunta de Galicia, e entre as súas propostas destacan a creación do Centro Dramático Galego e o Arquito da Imaxe. Na Xunta de Goberno correspondente ao período 2004-2008 exerceu como vogal e o director do Observatorio Galego dos Medios (OM).

APARTADO TEMÁTICO GEOGRÁFICOS

Outros

ETIQUETAS

Galicia internacional comunicación

IDIOMA

Galego

INVESTIGACION

Relacións Internacionais

Date Created

Marzo 12, 2022

Meta Fields

Autoria : 3968

Data publicación : 20220312

Subtítulo : Artigo extraído do Libro Homenaxe a Xulio Ríos Paredes "Unha vida de compromiso para unha Galicia universal"