

MEDIOS DE COMUNICACION: ¿Sensacionalismo o Doctrina?

Angela Zelada Vereau
PREDES



VI. medio

Una aproximación con el trabajo de los medios de comunicación durante la emergencia, nos permite esbozar esta reflexión sobre el singular rol que cumplen en eventos tan críticos como el de El Niño. El balance involucra también, de alguna manera, a otros actores como el Estado, los organismos no gubernamentales y la comunidad. Si bien es cierto, los medios hicieron más de lo que se esperaba, cierto también es que no atinaron a desarrollar en el periodo de calma que precedió al evento, y considerando el grado de responsabilidad social que como agentes informativos les compete, campañas de prevención para encarar el devastador fenómeno. Aún así el balance les resulta favorable.

Todo medio de comunicación es una empresa y como tal, necesita obtener ganancias para mantener rentable el negocio. Comprendemos racionalmente esta realidad económica, sin embargo, ¿Cuál es el sentido del periodismo en situaciones tan desgraciadas como las que hemos atravesado? Sin temor a equivocarnos, consideramos que su aporte debe contribuir al desarrollo social.

Definitivamente hubieron medios interesados en el problema, a quienes hay que elogiar por su labor informativa, por su afán en la búsqueda de información en diversos organismos de carácter educativo. Otros en cambio, se lanzaron independientemente a realizar campañas de ayuda a los damnificados, buscando además realzar su imagen y presencia. También están los que se comprometieron a medias, limitándose a informar de las calamidades, sin dar lugar a propuestas de solución.

A pesar de todo, reconocemos el gran valor del trabajo de los medios informativos. Sin sus intervenciones como soportes de dramáticas comunicaciones radiales provenientes de zonas arrasadas por El Niño, sin sus secciones especializadas, o los bloques que propalaron los noticieros locales en afán de contribuir a predecir los movimientos del fenómeno, la información oportuna y solidaria hubiera tardado en producirse.

Cabe resaltar que también fueron adaptándose a diversas etapas. En un primer momento, alertaron sobre las posibles consecuencias que ocasionaría el fenómeno, contribuyendo de este modo a sensibilizar a la población en relación al problema. Después enfocaron su trabajo hacia un público más ciudadano, resaltando que la ciudad no estaba preparada para enfrentar fuertes y prolongadas lluvias. Este enfoque motivó a que se difundiera gran cantidad de información sobre protección de techos. Finalmente se abocaron a las denuncias y malas

administraciones que influyeron en el manejo de la emergencia.

Sobre el aspecto negativo podemos decir que no se promovieron respuestas locales para enfrentar el problema, dejando de lado la participación. También es cuestionable la importancia que tuvieron en el mes de enero, los encuentros y desencuentros de una popular pareja de la farándula local -de la cual todos los medios sin excepción, dieron cuenta- mientras las lluvias ya arreciaban en algunos puntos del país, como fatal anuncio de las calamidades que se producirían posteriormente.

Sabemos que los fines de la comunicación masiva son informar, educar y entretener, sin embargo éstos son transformados muchas veces rigiéndose por los intereses privados de un grupo minoritario al que sólo le importa obtener el ansiado rating y por consiguiente la provechosa publicidad.

Todos somos parte de este juego, todos de alguna manera nos convertimos en consumidores de los productos ofertados, y el círculo vicioso no tiene cuando ni donde acabar. Pero reconozcamos que algo se está haciendo mal, que cuando se deja de hacer lo más importante por lo más conveniente, se termina perdiendo el sentido primigenio de las cosas, porque en lo relacionado a desastres, existe una dimensión social que va más allá de ciertas temporadas.

MIRANDO LA PAJA EN EL OJO AJENO

En la hora de las tribulaciones, del desconcierto y los reclamos, surgen desde los medios de comunicación, interrogantes dirigidas a los organismos responsables en las tareas de prevención. Cuestionamientos perfectamente válidos en la medida que los medios se comprometieron a informar y señalar las deficiencias. Pero no olvidemos que ellos tampoco escapan del problema,

aún en un nivel secundario, también forman parte de él.

Sin embargo, y es oportuno señalarlo, los medios no son responsables de toda la imprevisión, el caos y las pérdidas humanas que generó el devastador Niño. El problema de fondo puede estar en la carencia de una política nacional de prevención, que se diseñe con la



contribución de entes gubernamentales y privados para trabajar sobre aspectos de la prevención y que considere también la experiencia de organismos afines al problema, así como la participación activa y anticipada de los medios de comunicación, quienes de este modo, podrían *identificar plenamente sus necesidades para contribuir al desarrollo del país mediante la difusión de conocimientos que logren poseer una cultura de prevención.*

Los distintos programas de corte educativo cuentan con un público muy limitado, casi no tienen financiamiento y por consiguiente, les es difícil subsistir.

LA EXCEPCION QUE CONFIRMA LA REGLA

Hay que reconocer también que dejando de lado todo su trabajo de imagen y prestigio, los medios dejaron de ser entes meramente informativos para pasar a la acción, a participar en la ayuda más directa. Ciertamente que su fin primordial no es recabar fondos o viveres, pero el hecho es muy loable y no puede dejar de mencionarse.

Como tampoco podemos dejar de mencionar las 50 radioemisoras de cobertura nacional (20 locales y 30 de provincias) que apoyaron la *"Campaña Educativa para Enfrentar los Estragos Ocasionados por el Fenómeno El Niño"*, ofreciendo en forma gratuita sus espacios para la difusión de spots que propalaron mensajes de prevención y atención a la emergencia durante su programación. También nuestro reconocimiento para artistas, periodistas, futbolistas, cantantes y otros, que se solidarizaron con la Campaña Radial. Mención aparte merece el diario La República que nos permitió publicar el suplemento *"Organizándose para la Emergencia"* mediante el cual pudimos alcanzar a la población algunas recomendaciones que les puedan servir de ayuda para enfrentar a El Niño. Otros diarios nos apoyaron a difundir cartillas de atención a la emergencia.

No permitamos que pasen tantos años de gestión estéril antes que un nuevo Niño nos sobrevenga. Alguna semilla deberíamos sembrar ahora. Como funesta experiencia, basta esta última una vez. Que los errores no se repitan.