

Periodismo al revés y al derecho

Manual de Derechos Humanos para Comunicadores y Comunicadoras
INDH-Museo Violeta Parra-Junio 2016
Benito Baranda, América Solidaria

Agradezco la posibilidad que se me ha brindado de estar hoy aquí, de tomar conocimiento del Manual Derechos Humanos para comunicadores y comunicadoras con anterioridad y de poder ‘masticarlo’ con tiempo para compartir mis reflexiones. Primero comentar brevemente –y felicitar a los autores- ya que la metodología utilizada es didáctica y amigable, considera nueve grupos sociales cotidianamente vulnerados en sus derechos, contextualiza lo que le ocurre a las personas en cada uno de ellos, luego demuestra con casos lo que ha ocurrido en ese ámbito y finalmente nos da orientaciones.

Quisiera partir esta conversación haciendo esta misma pregunta al revés: ¿es posible un buen periodismo, asertivo, punzante... sin respeto a los derechos humanos?

¿Es posible que el periodismo no respete la dignidad de las personas?, ¿Es posible un periodismo sin enfoque de derechos? Claro que sí, es posible, lo vemos, leemos, escuchamos, y compartimos en redes sociales a cada rato.

Pero, es posible un **buen periodismo, un periodismo de excelencia**, sin enfoque de derechos?

Me devoré el manual de derechos humanos para comunicadores y comunicadoras, donde aparecen retratados nueve grupos de la población a quienes más vulneramos como sociedad sus derechos: personas privadas de libertad, pueblos indígenas, diversidad sexual, mujeres, infancia y adolescencia; migrantes; personas con discapacidad; adultos mayores; personas en situación de pobreza. No sólo estos grupos viven a menudo la vulneración de sus derechos, sino que volvemos a vulnerar sus derechos cada vez que se hace un retrato de estos grupos que no corresponde a la realidad. Cada vez que dejamos que nuestros prejuicios se metan en el lenguaje, cada vez que dejamos que la desigualdad, la estigmatización, los estereotipos sean los protagonistas de los relatos, de las cuñas, de las fotografías, del punto de partida desde el cual comunicamos un hecho, un contexto, una situación.

¿Cuántas veces las personas que viven en un campamento deben aguantar salir a dar una cuña en el barro porque una casa se ve muy limpia y “no parece de campamento”?

¿Cuántas veces las personas en situación de pobreza deben mostrar historias de esfuerzo para salir de ella, dando a entender que quienes no salen de la pobreza es porque no se esfuerzan lo suficiente?

¿Cuántas veces los niños, niñas y adolescentes que no son parte del sistema escolar son llamados desertores, cargando en ellos un sistema que los expulsa?

Todas estas **son decisiones periodísticas y editoriales**, decisiones de cómo contar una historia, de cómo vemos y cómo queremos que sean vistos grupos de nuestra sociedad, de nuestras sociedades. A través de **América Solidaria**, estoy en contacto y permanentemente informándome

de muchas historias que afectan a grupos de nuestro continente y me atrevería a decir que estos nueve grupos (¡y tantos otros más!) son doblemente vulnerados en sus derechos a lo largo de todo el territorio. Doblemente porque al comunicar sobre ellos sin respetar sus derechos, los volvemos a vulnerar. También aquí entran las agencias de publicidad, tanto en las campañas empresariales, como en aquellas estatales y las de las organizaciones de la sociedad civil, ellas pueden ser un factor determinante en la edificación de una sociedad ‘con enfoque de derechos’ o, por el contrario, alimentar un debilitamiento de este enfoque y contribuir a la propagación de un trato indigno, en efecto la construcción de imágenes por parte de la publicidad es una potente comunicación que forma a su vez ‘realidades interiores y exteriores’.

¿Cuál es la imagen que tiene Estados Unidos de las personas migrantes?, ¿cuál es la imagen que hay detrás de los discursos de Trump y Clinton? En ese caso, parece una caricatura, pero no ejerce esa caricatura también República Dominicana al expulsar a las familias haitianas que viven desde hace varias generaciones en su país?, ¿no estigmatizamos y comunicamos con sensacionalismo (tal como Donald Trump) también en Chile? Porque si se detienen en las noticias, verán que hay noticias sobre extranjeros y extranjeras en Chile (cuando se habla de europeos o norteamericanos) y migrantes (cuando se habla de peruanos y bolivianos).

No, no hay un buen periodismo, un periodismo de excelencia, sin enfoque de derechos. Los y las periodistas, fotógrafos, diseñadores, editores, los medios tienen mucho poder. Por supuesto que un o una periodista que debe cubrir tres temas diferentes al día, sin tiempo para investigar, elegir fuentes ni profundizar, encontrará dificultades para hacer un periodismo de calidad. Pero esos profesionales tienen a editores que van tomando decisiones, y aquí cada parte tiene responsabilidad; como también las universidades y centros de estudios, los formadores.

Qué importante y esencial formar a periodistas para hacer comunicación para el desarrollo y ampliar el acceso a nuevas oportunidades, realizar un proceso social que fomente el diálogo entre las comunidades y grupos vulnerables y los responsables de las decisiones locales o nacionales. La comunicación para el desarrollo es un fomento a la dignidad y calidad de vida de las personas en todo el mundo. Los y las periodistas y comunicadores deben tener claridad que están al servicio de estos grupos con derechos a informarse para tomar con libertad sus decisiones.

La comunicación para el desarrollo y su enfoque está basado en los derechos humanos, afecta positivamente la construcción y ejecución de la política social, finalmente permite reconocer acabadamente la dignidad de las personas derribando las barreras de la exclusión. De manera opuesta, también por intermedio de la comunicación se puede construir exclusión, aumentar los prejuicios y horada las políticas sociales de promoción humana.

Tal como dice el manual y tal como han ido impulsando agrupaciones como la **Alianza Comunicación y Pobreza que ya tiene más de 10 años de trayectoria**, el lenguaje no es inocuo, las decisiones editoriales tampoco lo son y el trabajo periodístico entrega herramientas para tomar decisiones con libertad. Cada persona involucrada en el diseño de una nota aporta su punto de vista, su mirada de la realidad, y cada una de esas personas influye en cómo el público de esa nota percibe la realidad y puede decidir de manera informada.

Dado pues que los comunicadores sociales, el periodista y la periodista, nunca son neutrales, su lenguaje verbal y aquel no verbal, el uso de determinadas imágenes y la edición de titulares, ‘bajadas’, delatan sus preferencias o aquellas del medio en que trabaja, inducen a comentarios,

análisis y juicios, modifican o construyen percepciones de la realidad...etc....recordemos lo que ustedes llaman como la 'interpretación periodística' o lo que muchas veces detectamos acerca de la 'pobreza de la investigación previa a la entrevista' o simplemente lo que habitualmente sucede que es un 'fragmentado análisis de los hechos'... ante todo ello este manual es un buen instrumento que puede colaborar en el discernimiento periodístico y de todas y todos que nos involucramos en el área social, particularmente de la exclusión.

Gracias por la oportunidad de leerlo y compartirlo, su utilidad no se vincula solo a la profesión de periodista sino que es un buen material para todos aquellos y aquellas que trabajamos con personas y comunidades excluidas, y que nos relacionamos permanentemente con los medios de comunicación.