

El Comunicador Social del siglo XXI como «contrapoder» del Estado.

I. INTRODUCCION

Es indiscutible, la información constituye en nuestros tiempos, el máspreciado valor que posee el hombre para su desarrollo. Vivimos en la era del conocimiento, de la transmisión de saberes en contados segundos, sin límites de tiempo, ni distancias, pues el avance tecnológico permita la comunicación interpersonal, aun cuando los protagonistas estén en lados opuestos del orbe.

Paradójicamente, en medio de esta vorágine de científica y tecnocrática, el hombre cada vez encuentra mayores dificultades para hacer prevalecer su humanismo. Complejos problemas políticos, sociales, económicos y culturales caracterizan y agobian a la actual civilización tecnológica que nos ha tocado vivir, y en la que los principios éticos y morales colisionan frecuentemente con intereses ajenos a la integración humana y el bienestar general.

En el campo de la comunicación social, el nuevo milenio plantea a los periodistas una serie de enormes desafíos y grandes interrogantes sobre el futuro de la humanidad.

Los comunicadores sociales ya no estamos ante públicos ignorantes. Hoy, con el avance de los medios de comunicación masivos, la sociedad tiene un conocimiento más amplio de sus derechos, y la forma cómo defenderlos.

Y aun cuando gran parte de las desinformaciones y aberraciones que se difunden por prensa, radio y televisión, tienen su origen en la clamorosa falta de principios morales, en el permanente desprecio por la verdad y en el sistemático culto a la manipulación, la arbitrariedad y la mentira en que incurren algunos propietarios de medios de comunicación, la opinión pública sigue creyendo en el periodismo, unas veces como que es el 4to poder del Estado y en otras como que encarna el «contrapoder» frente a los abusos de los gobernantes.

II. INFORMACION Y SOCIEDAD

La sociedad moderna se caracteriza por la circulación, a un ritmo vertiginoso, de la información requerida para el funcionamiento del sistema económico, político y cultural.

La información se ha convertido quizá en el asunto más importante y de crecimiento más rápido en el mundo, a tal punto que muchos investigadores sostienen que hemos ingresado a la sociedad de la información o sociedad del conocimiento.

Alvin Toffler sostiene que la humanidad se ha desarrollado en tres etapas evolutivas, llamadas «olas»:

La primera ola fue la civilización agrícola, surgida hace aproximadamente diez mil años y que duró hasta 1660, comprendiendo la etapa primitiva, antigua y medieval de la humanidad.

La segunda ola, de la civilización industrial; surgió con las revoluciones industriales europeas, entre 1660 y 1760 y se prolongó hasta mediados del siglo XX.

A partir de los años 50, aparece la tercera ola, cuya característica fundamental es el manejo vertiginoso de la información y el conocimiento. Se inicia un nuevo poder en la sociedad: el de la información. Quien tiene información puede alcanzar metas, doblegar enemigos y ejercitar un mando sobre los desposeídos de esta información. (Jorge Lazo, 1995)

La necesidad manejar información, sin embargo, no es reciente. Nace en los albores mismos de la humanidad, hace diez millones de años en algún lugar del África.

La información surge como el elemento distintivo entre la vida animal y la creación de cultura en el hombre. La invención del habla y el lenguaje posibilitó al género humano su evolución hasta nuestros días. El habla y el lenguaje es de una trascendental importancia para la creación y transmisión de información y ésta a su vez es vital en el establecimiento de las relaciones sociales.

Es fácil apreciar como un pequeño cambio en el sistema nervioso y el aparato fonador de los protohombres, pero que afecta la capacidad de hablar, pudo producir un gran cambio en su conducta. Contando con el lenguaje, sólo llevó unos pocos segundos al hombre de las cavernas transmitir la siguiente información a sus congéneres: «Vete por detrás del árbol y espanta el antílope hacia la roca, donde yo estaré escondido para lanzarle». Sin lenguaje es completamente imposible transmitir ese mensaje. Fue el lenguaje y el manejo de la información lo que nos hizo superiores.

Gracias a estos elementos el hombre alcanzó el estadio del pensamiento lógico reflexivo que habrían de permitir la separación total del hombre y del animal, el nacimiento de la verdadera cultura humana.

Las sociedades humanas aparecen entonces como agrupaciones de seres inteligentes que han aprendido a perfeccionar su comportamiento e inventando una manera colectiva de pensar individualmente.

Se idearon entonces los medios de comunicación como mecanismo colectivo de pensar individualmente, a través de la transmisión de mensajes, un almacén de imágenes visuales, auditivas y táctiles que configuran nuestra representación del mundo, y red de relaciones personales que nos rodean.

II. LA INFORMACION Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

En las postrimerías del presente siglo, nadie puede dudar de la importancia e influencia de los medios de comunicación de masas; es más, nadie puede prescindir de ellos, aún en los poblados más apartados.

Ya no es posible imaginar, por ejemplo, al personaje «Emilio» de J.J. Rousseau, viviendo entre nosotros, a ese niño ha que nacido sano, sin prejuicios ni maldades, y que es aislado de la sociedad para no contaminarse ideológicamente ni corromperse. Tampoco es posible imaginar al ermitaño sin información, porque éste, seguramente hoy poseería una radio.

El mundo moderno depende de un continuo flujo de información que posibilite la interacción entre las personas, aun cuando estas se hallen muy separadas entre sí.

El poder de los medios de comunicación de masas es decisivo, porque son ellos los que impulsan el comercio, dado que los productos no tendrían mercado si no fuera por la medicación de la publicidad que transmiten. La exaltación de un político, artista, deportista, escritor, etc. es resultado de su obra, que surge en la obra de un ente emisor que transmite datos y un receptor ávido de información.

Con la impresión de la Biblia de Gutenberg, en 1455, se inició ciertamente en el mundo, una revolución en las comunicaciones que hoy nos llevan por caminos imprevisibles.

La comunicación se industrializó a través de los periódicos, los cuales sirvieron como difusores de ideas para movimientos independentistas y revolucionarios, que acabaron con el oscurantismo medieval.

Hasta ese entonces, la mayor parte del conocimiento consistía en el conocimiento local. Las tradiciones se transmitían a través de la comunidad local, y aunque ciertas ideas culturales generales se difundían gradualmente a través de áreas extensas, los procesos de difusión cultural eran lentísimos y discontinuos.

Pero de la transmisión de la información, los medios de comunicación pasaron a ejercer nuevas influencias en la sociedad. Las revoluciones habían descubierto el poder orientador de la prensa. Unos cuantos hombres, poseedores de imprenta, podían manipular la conciencia ciudadana a través de sus escritos en periódicos y panfletos.

Incluso en nuestro medio, cuando Simón Bolívar desarrolla sus campañas libertarias, lo hace acompañado de un impresor, y una vez instalado en el poder de la nación, funda el diario oficial «El Peruano».

La influencia orientadora de los primeros diarios sería canalizada luego en la década de los 50, en la denominada página editorial, y en nuestros días, en el tratamiento de las noticias, en la forma de presentarlas o manipularlas.

Durante medio siglo los periódicos fueron el modo principal de transmitir la información de forma rápida y extensa a un público de masas, y luego tuvo un valioso aliado, que incluso cambiaría su concepción inicial del diario como transmisor de información. Este aliado es la publicidad, que a

inicios del siglo, con el apoyo de la psicología, emerge como fuerza persuasiva para incrementar la venta de bienes y servicios.

La influencia del periódico se fue debilitando a medida que aparecieron los medios electrónicos como la radio, el cine y la televisión, pero aún así mantiene una marcada influencia en lo económico, político, social y hasta educativo.

Por ejemplo, en Lima se publican diariamente veintidós diarios, algunos para cobertura nacional y otros especializados para grupos minoritarios, como los hinchas de determinado club deportivo.

El surgimiento de la televisión ha influido mucho en las pautas de la vida cotidiana, pues muchas personas organizan el horario de sus actividades en torno a ciertos programas.

En nuestro medio, en promedio, dentro de las ciudades más importantes del país, un escolar ve televisión unas 1,400 horas al año, en tanto concurre a la escuela sólo 900. Si las tendencias continúan como hasta ahora, a los 18 años el niño medio nacido hoy habrá pasado más tiempo viendo la televisión que desarrollando cualquier otra actividad a excepción del sueño. (Lazo 1995)

Hay que reconocer que los espectaculares avances tecnológicos, que se han dado como nunca sólo en el último tercio del presente siglo, brindan enormes posibilidades de integración y un conocimiento inmediato de lo que ocurre en otras latitudes; posibilitan el intercambio de información de uno al otro lado del mundo, pero al mismo tiempo esa globalización o mundialización de la sociedad despierta justificados temores, principalmente en materia de la persona humana, cuando la información puede ser utilizada para coactar la libertad o manipular a la audiencia.

Por ello vemos con preocupación las dimensiones que ha alcanzado cierta prensa escrita basadas en el desnudismo, el sexismo y la violencia, que se prestan como caja de resonancia para consignas y campañas sico-sociales que manipulan al lector, deseoso de información y orientación fiable,

En la televisión, ocurre algo similar con algunos programas presuntamente familiares, como los «Talk show», que propagandizan modelos de conducta, basados en la exhibición de la miseria humana, y que en todo caso obedecen a un desmedido afán comercial e ideológico.

III. EL COMUNICADOR SOCIAL COMO «CONTRAPODER» DEL ESTADO.

Tradicionalmente, al periodismo se le asignan cuatro funciones fundamentales: informar, orientar, entretener y educar.

Todas ellas nacen de la esencia misma del periódico como medio de comunicación, para el tratamiento de aquello que trasciende e interesa a un número significativo de personas, llamado noticia.

En la búsqueda de la noticia, el periodismo trabaja con la verdad. El principio axiológico de respeto a la verdad y a los intereses del público deben estar por encima de cualquier necesidad coyuntural de información «arreglada» para «limpiar imagen». El periodista es transmisor y servidor de la verdad, formador de la opinión pública y responsables de elevar la calidad moral y cívica de nuestro pueblo.

Lo contrario, es el ejercicio informal y deshonesto del periodismo por «persuasores ocultos» que subrepticamente buscan influir en la gente a favor de causas de dudoso mérito con informaciones falsas, trucadas que sólo buscan la manipulación de la conciencia ciudadana.

Fue Edmundo Burke, estadista y político inglés, quien ante los excesos de la Revolución Francesa, acuñó la expresión del periodismo como 4º poder del Estado.

Esta metáfora se sustenta en la idea de quien opera sobre la información no sólo tiene un poder, sino un poder excepcional. Los medios de comunicación no sólo son instrumentos de información, sino también instrumentos políticos, tantopor lo que dicen, como por lo que callan.

Gracias al 4º Poder, los medios de comunicación social se colocan como garantes de la vida democrática. El poder informativo actúa como contrapeso de los otros poderes del Estado.

Sin embargo, el gobierno puede controlar ese poder informativo en su beneficio. Como ocurre en las democracias frágiles y con gobiernos dictatoriales, se recurre a la intimidación o a la dádiva para someter al periodismo, y una vez logrado, los periodistas sometidos aparecen en una

situación de dominación, cercana al privilegio, lindante con la inmunidad y la arrogancia; el poder entonces, legitima sus actos ante la opinión pública a la sombra de una mal llamada «libertad de prensa».

Pero en esta situación, el público es sólo un espectador, un simple consumidor de la información que el gobierno le brinda según sus intereses; el periodismo se trastoca en instrumento para mediatizar las demandas sociales.

El poder de la prensa se vuelve entonces contra la comunidad que recibe sensacionalismo, violencia y sexismo como únicas reseñas del acontecer cotidiano de la sociedad. Para este tipo de periodismo nada más importante acontece en el mundo; tampoco interesa el rol educador que deben asumir los medios de comunicación. Para eso -dirán como justificación- existen las escuelas, y en todo caso sólo «publicamos lo que el público quiere».

Sin embargo, las aspiraciones de un pueblo respecto a lo que esperan de los medios de comunicación social están más allá que la sangre o el sexismo.

Los medios de comunicación son la principal fuente de información de lo que sucede al interior del gobierno y son también la fuente principal del Gobierno para enterarse de lo que sucede al interior de la ciudadanía.

Ante los abusos del poder, el otro periodismo, aquel que no ha sido sometido ni encandilado, es el que se yerque como el «contrapoder» del Estado.

Un contrapoder controlador de la actividad estatal desde los medios de comunicación, para investigar, denunciar, airear los trapos sucios de los gobernantes, dar a conocer lo que esos poderes no quieren que se conozca por razones no del todo lícitas; hurgar en los puntos dolorosos o en las zonas sensibles del poder, asegurar que no hay fraude en el juego democrático ni en el funcionamiento de las instituciones; hacer más difíciles los abusos del Poder; hacer el seguimiento de las promesas políticas; promover causas públicas desatendidas; denunciar las violaciones de los derechos humanos por la acción política, policial o judicial; resistir y protestar frente a las presiones injustas del Poder o los intentos de mediatizar la acción crítica de las empresas informativas... (Soria, 1994)

Esta es una experiencia conocida en nuestro medio. La domesticación informativa de muchos medios con medidas duras o blandas de control y la práctica de un periodismo digno que no sucumbe pese a las presiones y cantos de sirena.

En medio de esta lucha permanente la opción para los estudiantes de ciencias de la comunicación es la que dicten sus principios morales y su formación integral sobre una carrera que está comprometida con el logro del bien común, pues la relación existente entre información y el desarrollo de los pueblos es cada vez más estrecha en un mundo donde los medios de comunicación han hecho realidad la «aldea global» de Marshall Macluhan.

Si los estudiantes de ciencias de la comunicación no adoptamos el compromiso de nuestros poner nuestros conocimientos y esfuerzos personales en un nuevo rol de «Contrapoder» del Estado, para dar nuevos contenidos y roles a los medios de comunicación, todo lo señalado en esta ponencia, como deficiencias del ejercicio libertino e irresponsable de la libertad de expresión, seguirá afectando los valores humanos con la consiguiente degradación en los mensajes.

En este esfuerzo de «Contrapoder», también deberemos persuadir a los empresarios y anunciantes para que autorregulen y reorienten sus inversiones, respetando a la persona humana; y al público en general para que hagan el esfuerzo de discernir los contenidos, eligiendo aquellos que sean de provecho personal y familiar.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. GIDDENS, Anthony: Sociología. Madrid. Alianza Editorial, 1992
2. LAZO, Jorge: Las dos piedras. Lima. Edit. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. 1995
3. MOORE, Frazier y Bertrand CANFIELD: Relaciones Públicas. México. Compañía. editorial Continental. 1982
4. PRADO, Carlos. Las informaciones y el rol del Comunicador del nuevo milenio. Lima. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. 1999
5. SORIA, Carlos: Las relaciones entre la información y el poder político. Revista Dia.Logos de la Comunicación. Lima. FELAFACS. 1994
6. SIMON, Raymond y Víctor SORIA: Relaciones Públicas. México: Grupo Noriega Editores. 1991.