

Datos Generales

- Nombre del autor o autora del trabajo : Josefa Guerra, Ramón Barreras, Deyanira Henríquez
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador(Turmero, Venezuela)/ Universidad Carlos Rafael Rodríguez (Cienfuegos, Cuba) Instituto Zuliano de investigaciones Tecnológicas.
- Licenciados en Comunicación Social
- E-mail :rravelas@yahoo.es rravelas@yahoo.es
- Título del trabajo: La Invisibilidad Mediática del Hambre y La Pobreza

LA INVISIBILIDAD MEDIATICA DEL HAMBRE Y LA POBREZA

Resumen

La investigación es una aproximación crítica al tema de la pobreza como insumo noticioso dentro de la massmediática continental y global. Se plantea la invisibilidad de temas como la exclusión, el hambre, la inequidad, la pobreza y del proceso de empobrecimiento mundial dentro del espacio de negociación de mensajes a través de los medios de comunicación tradicionales. Se reflexiona sobre distintas posturas frente a la importancia de la solidaridad mediática así como en el rol del periodista frente a este tema.

Palabras clave: invisibilidad, hambre, pobreza, mediática

Ponencia Completa

LA INVISIBILIDAD MEDIATICA DEL HAMBRE Y LA POBREZA

El periodista indiano Palagummi Sainath¹ divulgó hace unos años la siguiente pregunta: ¿Por qué los periódicos del sudeste asiático no publican en primera plana casos de

¹ Sainath Palagummi (2001). *No hay peor ciego que el que no quiere ver*. Junio. el correo UNESCO Disponible en : http://www.unesco.org/courier/2001_06/sp/medias.htm

gente que se muere de hambre o la falta de agua potable? Y explicó a continuación que “la Suprema Corte india tuvo que intervenir para que el hambre pudiera regresar a la primera plana de la prensa. Este es un caso sorprendente. ¿Quién habría imaginado que una publicación necesita que la justicia le diga que el hambre sigue siendo un tema importante en este país y en el resto del sudeste asiático?”.

También es contradictorio, pues en otra parte del texto recuerda, con acertado tino, que las hamburguesas Mac Donald, los refrescos Coca Cola y Pepsi, los pollos y muchos otros tipos de alimentos, tienen las páginas de publicidad abiertas en los medios de comunicación en cualquier sitio del mundo, ya sea impresos, televisivos, radiales o digitales, sin considerar en este caso las grandes vallas o pancartas que hacen visualmente insoportables a las ciudades.

Sólo en publicidad en el mundo de hoy se gastan mil millones de dólares cada año (¿FUENTE?), igual cantidad que en la carrera armamentista, suficiente para alimentar a millones de hambrientos y para resolver un sinnúmero de problemas sociales diversos. Pero esto último, a los ricos y a su vez poderosos, no les interesa.

Esa interrogante hecha en el continente asiático es perfectamente aplicable a América Latina y el Caribe. Nuestra área geográfica tiene hoy una cifra indeterminada de pobres y hambrientos. Se habla de indeterminada porque unos estudios (¿FUENTE?), aseguran que son 54 millones, o sea, el 10 por ciento de la población total, otros afirman que gracias a las ¿políticas?, estrategias, programas e iniciativas han disminuido en los últimos años a 50 millones. La realidad es que hablamos de millones, no de miles, ni de cientos, ni de decenas. ¡De millones!

Resulta imperativo utilizar una imagen gráfica elocuente para ilustrar el hambre y la pobreza. En una populosa urbe de América del Sur, un indigente busca entre los depósitos de basura de manera afanosa algo que llevarse al estómago. Anda, como todos, sucio, harapiento, despeinado... Es el rostro de la pobreza, de la desigualdad, de la tragedia... Por su lado pasa veloz un Mercedes de color negro, flamante, lujoso, con mucho brillo, y sus neumáticos salpican completamente de lodo al pobre indigente. Ni siquiera el conductor detiene la marcha y expresa una frase de disculpa. Le era imposible. Ese hombre que buscaba entre la basura algún alimento, no es un ser humando para él..., y por, tanto, no merece detener la marcha y al menos, disculparse por lo hecho. El aire acondicionado acumulado en el interior vale más para él que la dignidad del ultrajado.

Pero de eso no tratan los medios de comunicación. Nos atrevemos a afirmar que ni siquiera los llamados medios alternativos (confesamos que el calificativo no nos gusta para nada) lo hacen con acierto. ¿Por qué? Porque el mundo de los massmedia o de las massmediaciones --palabra en inglés que tiene, sin embargo, su traducción clara en nuestro idioma-- son tan poderosos y tan poderosas que promueven golpes de estado, golpes petroleros, quitan y ponen presidentes, gobernadores y alcaldes, tildan de terroristas a simples luchadores por la igualdad, provocan manifestaciones con personas que ni siquiera saben bien lo que reclaman.... Los massmedia y las massmediaciones responden con exactitud meridiana a los intereses de sus dueños, y en la inmensa mayoría de los casos, no son otros que quienes también dominan el poder financiero, el poder económico. A esos “barrigas llenas”, como les llamaron en una telenovela brasileña recientemente difundida en la TV Cubana, no les conviene para nada incluir a la pobreza y el hambre en la agenda mediática, en las líneas editoriales y mucho menos, denunciar que mientras unos pocos se enriquecen cada día más, una mayoría inmensa es cada vez más pobre en este mundo que gira sobre su propio eje, pero “patas arriba”, como lo definió Fidel Castro.

Una reciente información, suscrita en Roma, difundida por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2001)², señala que el interés de los medios de comunicación occidentales por los temas del desarrollo es mínimo y que los profesionales de la información no abordan en profundidad cuestiones como el hambre y la pobreza en el mundo. Esta investigación publicada por la Echo Research, empresa de análisis de medios, con sede en Londres, en base al análisis de 54 periódicos relevantes en 11 países occidentales.

El estudio realizado por iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), enfatiza que en aquellos casos en los que el desarrollo o las cuestiones afines fueron noticia, fue gracias a un evento concreto: una conferencia, una campaña de solidaridad u otro. Asimismo plantea que los medios de comunicación informan sobre iniciativas específicas y no tanto sobre problemas de larga duración. Esto explicaría lo que se denomina como ‘tono positivo de la cobertura’, o sea, una recepción positiva de las iniciativas que aparecen para paliar o mejorar la situación. De igual modo el informe constata un mayor número de noticias sobre soluciones potenciales que sobre análisis de las causas de los problemas.

² Comunicados de la Prensa FAO (2001)
http://www.fao.org/WAICENT/ois/PRESS_NE/PRESSSPA/2001/prsp0197.htm

La investigación asegura que sin embargo, la cobertura dada a los problemas del hambre en el mundo fue más bien negativa en su tono, ya que la amenaza o la existencia de hambre se asoció con el fracaso de las políticas de los países pobres y de los propios países donantes.

De la misma manera advierte que los medios transmitieron claramente el mensaje de que 'los países ricos se interesan por la suerte de los países pobres' (¿REFERENCIA?), no fue tan claro si el modo en que estos países se interesan es el más adecuado. De hecho, fueron pocos los mensajes que informaron sobre avances reales o potenciales en la reducción del hambre, la pobreza o las diferencias entre países ricos y países pobres.

"El estudio llama la atención también sobre las diferencias de cobertura entre países occidentales. Por ejemplo, los países escandinavos, cuyos porcentajes de ayuda al desarrollo son los más elevadas entre los países seleccionados, mostraron una cobertura mediática más positiva que negativa. Por el contrario, los diarios estadounidenses, ingleses, franceses y españoles tuvieron una actitud más crítica o negativa al respecto.

"Hoy en día, la necesidad de informar a la gente, a los ciudadanos y a los gobernantes, sobre la tragedia del hambre y la pobreza en el mundo y sobre la necesidad de hacer algo para cambiar este panorama, es clara, explica la Directora de Información de la FAO, Christina Engfeldt. "Lo que no es tan claro es cuál es el papel que pueden y quieren jugar los informadores al respecto. Este estudio nos ha dado muchas claves para entender cuál es el tratamiento que en la actualidad reciben estas cuestiones y cuáles son los caminos a explorar para una mayor y mejor colaboración con los profesionales de la información". (Fin de la nota). (¿FUENTE?)

La problemática está clara. La vida anda por un lado, el discurso político y mediático por ese mismo lado, y los medios de comunicación por otro. Es como una dicotomía en la prensa contemporánea.

La comunicación de masas tiene, como algunos deben conocer, sus teóricas y paradigmas bien definidos, gracias a los estudios iniciados en los años 40 en los Estados Unidos por Shannon, Laswell y compañía, enriquecidos por los investigadores de la Escuela de Frankfurt, en Alemania, ampliados por los Estudios Culturales ingleses y franceses, y sobre todo, enriquecidos en los últimos tiempos por los especialistas latinoamericanos. Conocemos en ese sentido, la Teoría de la Persuasión, tan socorrida por su elevada concepción psicológica e influencia en los receptores, la Teoría Crítica, sobre la base de los conceptos marxistas y también, las que toman en

cuenta el papel de la cultura en los procesos comunicativos. Todas, de un modo u otro, tienen como fin esencial formar conciencia de determinados asuntos. Algunos concedores de la materia se han aventurado a afirmar que la asimilación de mensajes en los receptores ocurre de manera acumulativa, o sea, gradualmente. No les falta razón. Los teóricos de la guerra se atreven a afirmar que “una mentira dicha cien veces se convierte en una verdad”. Valga tal aberración comunicativa como vía para ilustrar la idea.

Si problemas tan acuciantes como la pobreza y el hambre no tienen espacio en los medios, difícil resultará que la conciencia al respecto crezca en la sociedad y mucho menos en los políticos y gobernantes que son quienes pueden establecer políticas sociales de elevado alcance en aras de disminuir los efectos de tanta desigualdad.

Es difícil encontrar, incluso hasta en los medios más radicales y pragmáticos, comentarios de opinión sobre las causas que provocan esos problemas, que no son otras que las desigualdades sociales, la diferente distribución de las riquezas, el predominio de los monopolios financieros, el desinterés de los gobiernos por ejecutar programas sociales y muchos otros que harían bastante extensa estas líneas. Ausentes están también los reportajes de investigación, caracterizados por la indagación profunda allí, donde late el dolor o donde se adoptan las grandes decisiones, o sea, de lo particular a lo general, del fondo a la luz.

Recientemente un material periodístico de investigación, hecho en Tegucigalpa, (**¿FUENTE?**) sobre el grave problema de los niños de la calle destaca que dos jóvenes periodistas se hicieron pasar por ellos y convivieron en sus sitios durante varios días. En las páginas del diario aparecieron, de manera seriada, reportajes sobre los vejámenes que sufren esos infantes. Es un mundo al revés. Pero les faltó, en nuestra modesta opinión, emplazar a los culpables, denunciarlos, atacarlos, exponerlos ante la opinión pública... ¿Por qué no lo hicieron? No lo sabemos, pero lo inferimos. El dueño del periódico no quiere buscarse problemas con los círculos de poder. Así, sencillamente. Entonces, las buenas intenciones quedaron trucas en una relatoría interesante, novedosa, poco usada, pero vana, insulsa y de escasa valía.

Y el problema es mucho más agudo que el dolor atenazante en el estómago por las largas horas sin alimentarse. Está vinculado también —no puede dudarse— a las enfermedades y epidemias, a la elevadísima mortalidad infantil de los países de la región, a la droga, a la prostitución, a la delincuencia organizada, al analfabetismo, a la marginalidad... Los pobres y hambrientos viven sin futuro, sin esperanzas, sin hoy y

sin mañana. ¿Quién lo dice en los medios? ¿Quién cuenta esas historias? Jamás lo hará la CNN, ni el New York Times, ni BBC Mundo, ni el País... Los soportes hay que buscarlos mucho más cerca de nosotros mismos. Los pobres tienen dignidad y vergüenza, aunque muchos piensen lo contrario.

Pero de eso no se escribe ni se publica. Los rostros de dolor sólo están presentes acompañando informaciones de reuniones grandilocuentes, casi siempre llamadas Cumbres, en las que los mandatarios aseguran que lucharán contra la pobreza y el hambre, pero pasados 10 años el panorama sigue igual o peor.

Los comunicadores y los periodistas tenemos un compromiso social ineludible. Nos debemos a los receptores, ajustándonos siempre a la verdad objetiva. Faltan políticas gubernamentales, es cierto. Pero también falta voluntad de quienes podemos tratar en los medios de comunicación esos temas y no lo hacemos, o lo hacemos sin profundidad, sin objetividad.

Los dueños nunca romperán las barreras. Rompámoslas nosotros, o la vida —y sobre todo las futuras generaciones— nos pasarán la cuenta. Internet tiene ventanas abiertas para el acceso, con páginas y blog personales. Esa puede ser una vía eficaz. La otra está en los crecientes medios comunitarios o territoriales que están cada vez más cerca de la población. Los grandes medios lo serán siempre y por un tiempo que nos superará seguirán en manos de los poderosos. Pretender contar con espacios en ellos para denunciar es, sencillamente, un idilio.

La FAO, por ejemplo, ha puesto en práctica la Iniciativa América Latina y el Caribe sin Hambre -2025, la cual cuenta con una página en Internet, boletines y un blog interesante, al cual todos los que lo deseen pueden acceder y también escribir. Con tal propósito, crearon además, la Red de Editorialistas contra el Hambre. Ahí existe un camino abierto que puede ser utilizado y ampliado, independientemente de cualquier iniciativa. Recientemente se propuso a los directivos de la FAO en la región la creación de un sitio Web, con todas las de la ley desde el punto de vista profesional, y de una revista mensual que circularía en las naciones latinoamericanas y caribeñas, con un equipo pequeño de redactores, fotorreporteros y diseñadores. La respuesta fue tajante: “Magnífica propuesta, pero hay que encontrar el financiamiento necesario”. Al menos, las ideas están presentadas.

Vale preguntarse por otra parte: ¿los sistemas de enseñanza de nuestro continente, desde el preescolar hasta la universidad, incluye en alguno de los programas el tratamiento a tan complejos problemas? Me atrevo a decir que no en la inmensa

mayoría. No olvidemos que las conciencias se forman desde las edades tempranas, para despertar el interés por el conocimiento. El asunto es tema para otra conferencia.

Mientras haya una persona pobre y hambrienta en este planeta, los medios –y todas las instituciones-- no pueden permanecer ajenos, ni insensibles. El problema es demasiado grande. Parece como una maldición a gran escala.

No es digno ni humano formar parte en el bando del dueño del Mercedes que enlodó al indigente. Y como las personas de bien no queremos, ¡Enlodemos entonces al señor del Mercedes con el fango de su propia riqueza material! Los medios de comunicación no son el cuarto poder, como se afirma eufemísticamente, pero sí encausan pensamientos, concepciones, conciencias y denuncias.

Desatemos la ofensiva y dejemos a un lado la actitud simplemente defensiva de la convivencia con esos males que parecen ser hereditarios, pero no lo son.

EL HAMBRE COMO ARGUMENTO INFORMATIVO: CAMPAÑAS E INICIATIVAS NOTICIOSAS

En una investigación de Beth Alves³ se muestra como un problema social tan fundamental como el hambre, capitalizó las esperanzas del pueblo brasileño, para seguir a un candidato y convertirlo en su presidente.

Brasil es un país enorme y sus problemas son tan grandes como su territorio y su población. El equipo de gobierno de Lula Da Silva, convirtió a su programa Hambre Cero, en una marca (FOME ZERO), que logró conquistar la esperanza del pueblo brasileiro, pues era y es el problema más apremiante. De modo que el hambre no conoce de treguas, sólo aspira una salida y Fome Zero, pareció vislumbrar lo que la mayoría brasileña esperaba.

Es válido señalar, en este sentido, que en Latinoamérica el discurso del poder se ha ido agotando paulatinamente, y así como en Brasil la pobreza resultó un válido argumento para conquistar el Gobierno, en Venezuela también permitió fraguar una esperanza y canalizar una tendencia. Tal como lo dice Toro⁴, citado por el laboratorio Transdisciplinario de Espacio público, el triunfo del candidato venezolano en el año 99 se obtuvo en función de los niveles de pobreza cada vez mayores, en una depauperada

³ Alves, Beth (2007) Del hambre Cero a la Beca Familia. Compañía de noticias Brasil. Taller de comunicación. Iniciativa América Latina sin hambre 2025

⁴ Laboratorio de Investigación Transdisciplinario del Espacio Público (LITEP) (1993). La Universidad del Zulia-Venezuela la Nueva Dinámica de Poder En Venezuela. Disponible en: http://clio.rediris.es/articulos/poder_venezuela.htm

economía que hizo crisis en 1983 y en una progresiva matriz de opinión que sostenía el descontento con el sistema democrático.

Más allá del hambre como discurso electoral, están las motivaciones de ambas partes. Por un lado la razón misma de subsistencia y el reclamo humanitario del derecho a la vida, y por otro, la responsabilidad de las autoridades de cumplir sus ofertas y de atender las necesidades más apremiantes de la ciudadanía. De esa misma que lo ubicó en la cúspide del poder para solventar sus problemas.

Precisamente allí donde median las razones de uno y otro lado, está la labor del comunicador, cuyo oficio es por una parte el de escuchar las voces necesitadas y traducirlas a noticia (“vocear” lo apremiante) y por otra el de buscar que el receptor Estado/Gobierno ponga oídos y consecuentes actuaciones que se conviertan en soluciones reales en pro del bienestar de las mayorías. El rol nuestro ante la sociedad, como comunicadores, es agenciar con la palabra (escrita, hablada, hipertextualizada), la acción, los hechos, los acontecimientos que favorezcan a los actores.

En el caso de la campaña Hambre Cero la prensa brasileña la calificó de asistencialista, quizás como respuesta a una tradición política que no admitía los nuevos rumbos de un gobierno socialista moderado guiado por un presidente que emergía de la clase obrera. Juan De la Puente⁵, periodista adscrito a la FAO en un análisis de las políticas comunicacionales contra el hambre en Perú, cita la importancia de precisar conceptos y sus intersecciones en relación al tema de los medios y la pobreza. Hace una confrontación de dificultades conceptuales, junto con las huellas de la tecnocracia, cifradas por el discurso político, que a su juicio derivan del populismo, la hegemonía de los ministerios de economía y la intervención de las multilaterales

Plantea cinco desafíos políticos en la lucha contra el hambre que parten de la identificación del crecimiento y redistribución como política única, la diferenciación de la pobreza del hambre, con establecimiento de ámbitos en función de atención para la infraestructura, el empleo temporal, la seguridad alimentaria y la salud. Asimismo incluye en estos retos la propuesta de alianzas, pactos, participación, cogestión y vigilancia social, el planeamiento estratégico, en cuanto a reforma y optimización de políticas públicas, descentralización, indicadores y autoridad social. Por último cita al discurso político, basado en: hambre cero, guerra al hambre y movilización de la ciudadanía. La estrategia cruza igualmente las acciones públicas y privadas,

⁵ De La Puente, Juan. (2007) Pobreza y Hambre en la Comunicación desde el Estado. Taller de comunicación. Iniciativa América Latina sin hambre 2025

establecimiento de objetivos a corto y largo plazo, la participación social con coaliciones e incentivos, la interacción también participativa con los medios y generando una comunicación proactiva.

Dorian Vaz⁶ al exponer el caso comunicacional brasilero, acusa la ausencia de posturas críticas debido a la hegemonía política y el monopolio de los medios, tal como se percibía en Venezuela hasta hace unos años⁷ cuando los medios de comunicación se concentraban en pocas manos y se erigían como jueces y verdugos, además de ser todopoderosos en la toma de las decisiones políticas. Actualmente la situación ha cambiado, pero existe ahora el riesgo de concentración hacia el Estado, pues se multiplican las instancias comunicacionales oficialistas y los llamados medios alternativos, aupados en muchos casos también por el oficialismo

De la misma manera la citada autora acusa situaciones convergentes con la de Venezuela, exponiendo las dificultades del asistencialismo y la consecuente resistencia opositora; de modo que el bloqueo de los medios, parece ser causa común en toda Latinoamérica. Es conocido que en nuestro país existe una guerra mediática, que paulatinamente pulsa las tendencias sociales mayormente generalizadas. Los medios forman parte de la contienda política, pero el empoderamiento, al parecer, tropezó con una resistencia que ahora se transforma y reformula. La periodista Vaz propone tratar el tema del hambre como problema continental para así superar las tensiones que demarcan los linderos nacionales. A nuestro juicio, es una sabia propuesta.

Cocca⁸ plantea el inicio de una campaña de sensibilización de los gobiernos y audiencias, con exhibiciones itinerantes que promuevan debates. Propone la muestra de acciones contra el hambre, por parte de los gobiernos y encomienda a la FAO la tarea de convencimiento a los líderes y la generación de talleres para el sector privado. De igual modo propone campañas acordes con las políticas centrales contra el hambre y la pobreza. En el caso venezolano no existen campañas centralizadas de amplio espectro contra la pobreza y el hambre, pero si misiones que de manera particular proyectan asistencia social y capacitación

COMUNICADORES SOLIDARIOS PARA UN MUNDO DE EXCLUSIONES

⁶ Dorian Vaz (2007) Los Medios y la Lucha contra el Hambre Taller de comunicación. Iniciativa América Latina sin hambre 2025

⁷ García Britto, Luis(2002) .Los medios por encima de toda sospecha (¿FUENTE?)

⁸ Cocca Patricia. La experiencia de Proyectos de Desarrollo. Ruta Costa Rica. Taller de comunicación. Iniciativa América Latina sin hambre 2025

Pasarán días, años y las prácticas de la información siempre estarán mediadas por intereses propios y ajenos. En tal sentido, consideramos que el ejercicio de la profesión periodística presenta cinco obstáculos fundamentales que mutilan la vocación solidaria de esta labor. Estos son: la autocensura, la censura, el palangre, la presión de una página en blanco y el afán de protagonismo o fama por parte de quienes escriben o narran el hecho noticioso. Todos éstos atentan de manera eficiente en contra de la solidaridad.

Según Martínez Salanova (2000)⁹ la solidaridad, el respeto, la intersubjetividad, la fijación de posiciones ideológicas son productos elaborados del pensamiento y la voluntad, que cada vez se supeditan más a la percepción mosaico que estimulan los medios de comunicación social. Estos, a su juicio, han flanqueado los límites de lo ético apoyados en las nuevas tecnologías, en la inmediatez de la imagen, convirtiendo, entre otras cosas, la realidad en virtualidad.

La figura de Kevin Carter no se borrará de nuestras frentes como bien simbólico del compromiso ético, ¿quien lo puede juzgar? Su “delito” nunca será mayor al nuestro, pues todos hemos sido cómplices de la ausencia de solidaridad. ¿quién olvida a Kevin , a la niña o al buitres? ¿ Quien olvida a Omaira, la niña de Armero? ¿Quien Olvida? La parcelación de la noticia, la inequidad informativa, la construcción de hiperrealidades, el problema de la escasa profundización ante el tratamiento mosaico del texto de prensa; son obstáculos que sólo se salvan con el fortalecimiento de la ética, la comprensión de la intersubjetividad y con el fomento, desde nuestros centros de formación, de la sensibilidad y de la verdadera esencia del rol del periodista como centro de la denuncia y de la dinámica transformadora para la promoción de las libertades y el crecimiento humano.

Tal como lo señala De La Puente¹⁰, un cambio en el interés y en el enfoque del tema de la pobreza y el hambre debe surgir a partir del ejercicio mismo del rol de los comunicadores sociales. De manera cierta nos señala que la transformación difícilmente surgirá del interior de los medios, debido a que éstos ejercen el papel dual de actores de mercado y de sociedad civil, prevaleciendo, por supuesto, el primero.

⁹ Martínez Salanova, Enrique e Ilda Peralta (2000). Un Análisis sobre los medios de Comunicación y la Solidaridad. Comunicar: Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación. Grupo Comunicar. Colectivo Andaluz para la Comunicación

¹⁰ De la Puente, Juan (2007) Cómo Romper el Silencio desde Adentro. La Comunicación en la Lucha Contra el Hambre. Curso a Distancia Comunicadores Sociales. Fodepal

El autor por otro lado postula nuevas acciones por parte de las organizaciones involucradas en estos dos problemas carenciales, tales como instituciones públicas, las ONG, la Responsabilidad Social Empresarial y las agencias de cooperación. Éstas, a su juicio deben buscar formas distintas de aproximación a los medios, con apelación a la agenda pública como instrumento de gestión de la información

Compartimos la idea de centrar la responsabilidad de los comunicadores que no podrá ser alcanzada con la participación y la voluntad de quienes gobiernan las empresas y gestionan la transmisión de la noticia. Básicamente la ruptura del silencio implica por un lado la recuperación de la temática del hambre y la pobreza extrema en la agenda pública; y por otro la ruptura del silencio propiamente dicho. De la Puente al exponer el redimensionamiento de estos temas explica que el VIH Sida ha logrado sensibilizar más a los medios que la Pobreza y el Hambre, por ser más abarcante, pues su padecimiento arropa a los distintos estratos sociales. Por supuesto los desposeídos representan a la ciudadanía negada simbólicamente, y por tanto parece haber un mayor compromiso político frente al síndrome de inmunodeficiencia adquirida.

Indudablemente los medios influyen decisivamente en la agenda pública, visualizada desde la llamada teoría de la agenda setting, que colinda de algún modo con la teoría de la bala mágica o aguja hipodérmica que supone que los medios marcan la pauta del libreto social, aunque este sea un debate interminable y de gran fuerza. En este sentido podemos mencionar que mientras para Baudrillard¹¹, la Sociedad significaba un Paisaje construido por los medios. Para Giovanni Sartori¹², la propiedad de los medios marca la inequidad informativa en el contexto planetario y la visibilidad de los problemas. África en su criterio aparece invisible en el panorama noticioso, dada la geografía de la massmediación del poder postulada por Martín Barbero¹³, entre otros variados enfoques de la investigación comunicacional. Este último autor opina que los medios tienen en sí “una puesta en discurso y una puesta en escena”, pero a nuestro criterio innegablemente el escenario público se ve fragmentado por otras mediaciones, entre éstas la resistencia de las audiencias.

En consonancia con la investigación de De la Puente, podemos asumir la dicotomía del marcaje del pensamiento social por parte de los medios en función de la

¹¹ Baudrillard, Jean (1991). La transparencia del mal. Anagrama. Barcelona,

¹² Sartori, Giovanni. (1988) Homo Videns: La Sociedad Teledirigida. Santillana Taurus. Madrid

¹³ Martín Barbero. (2002) Oficio de Cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la Comunicación en la Cultura. Fondo de Cultura Económica

a) temática (lo que se habla) y b) temporalidad (permanencia temática). Al referenciar a Habermas nos muestra tres formas de imposición de la agenda pública. 1. Desde las elites y todos la replican (modelo de acceso desde adentro) 2. Desde el gobierno, con posterior reelaboración y relanzamiento (modelo movilizador) y 3. Desde la sociedad civil o de la informalidad (modelo desde afuera). La conjunción positiva de los tres modelos pudiera dar pie a una construcción que sume los mejores esfuerzos. En la propuesta definida en Rompiendo el Silencio vemos como altamente positiva la concatenación de elementos proactivos para una agenda pública tales como: la sana economía, el emprendimiento, la creación de empleos, la distribución de los beneficios del desarrollo, la seguridad ciudadana y la reforma del Estado. Asimismo la conjunción de los elementos resistentes de la agenda, como la erradicación de la pobreza, la preservación medioambiental y el fortalecimiento de la democracia.

La inclusión de la pobreza y el hambre en el programa de la agenda pública en la mirada de De la Puente, que nos pasea por el enfoque de Shaw y Combs, nos remite a temas que son realmente necesarios y que muchas veces son relegados en el ejercicio del diarismo por la apatía personal y el entreguismo. Bien vale recuperar la selección de la noticia con iniciativas originales, la jerarquización en función de la sensibilidad humana, la siembra de valores a largo plazo, la lucha por la especialización en fuentes específicas. (En Venezuela el diarismo de provincia ausenta el cultivo de la fuente), el aprovechamiento del discurso de la imagen y la expresión de la opinión (el periodista nuestro se resiste a asumir este género, y lo delega a profesionales de otras disciplinas). A nuestro juicio la estrategia propuesta por De La Puente se ajusta a la necesidad de sensibilización de los medios y es un buen inicio para ensayar nuevos sentidos dentro de la comunicación en Latinoamérica y la aproximación al tema del Hambre y la Pobreza.

La estrategia de Comunicación a cinco años permitiría llevar el tema a la agenda pública y establecer métodos de participación nuevos. Podría ser viabilizada en nuestro país a través del gremio colegiado en vinculación con el parlamento nacional y regional. El trabajo con indicadores ameritaría, concatenar los esfuerzos investigativos de las unidades y líneas de investigación de la comunicación con los organismos interventores en la agenda pública (los de mayor peso). La escogencia de la Escucha nos invita a transitar por distintos discursos adaptados a las audiencias. Allí podríamos explorar nuevos espacios mediante campañas de concientización establecidas en alianza gremial, representantes de medios y autoridades (locales y nacionales).

El tema de la inequidad, al igual que el del hambre y la exclusión son parte de la injusticia planetaria, de un proceso de empobrecimiento con razones históricas bien definidas, pero bien hay que asomar alternativas para que de una vez por todas podamos asumir un rol comprometido con los negados por los medios.

REFERENCIAS

- Alves, Beth** (2007) Del hambre Cero a la Beca Familia. Compañía de noticias Brasil. Taller de comunicación. Iniciativa América Latina sin Hambre 2025
- Baudrillard, Jean** (1991). La transparencia del mal. Anagrama. Barcelona
- Cocca Patricia.** La experiencia de Proyectos de Desarrollo. Ruta Costa Rica. Taller de comunicación. Iniciativa América Latina sin hambre 2025
- De la Puente, Juan** (2007) Cómo Romper el Silencio desde Adentro. La Comunicación en la Lucha Contra el Hambre. Curso a Distancia Comunicadores Sociales. Fodepal
- Dorian Vaz** (2007) Los Medios y la Lucha contra el Hambre Taller de comunicación. Iniciativa América Latina sin hambre 2025
- García Britto, Luis**(2002) .Los medios por encima de toda sospecha Laboratorio de Investigación Transdisciplinario del Espacio Público (LITEP) (1993). La Universidad del Zulia-Venezuela la Nueva Dinámica de Poder En Venezuela. Disponible en: http://clio.rediris.es/articulos/poder_venezuela.htmDe La Puente, Juan. (2007) Pobreza y Hambre en la Comunicación desde el Estado. Taller de comunicación. Iniciativa América Latina sin hambre 2025
- Martínez Salanova, Enrique e Ilda Peralta** (2000). Un Análisis sobre los medios de Comunicación y la Solidaridad. Comunicar: Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación. Grupo Comunicar. Colectivo Andaluz para la Comunicación
- Martín Barbero.** (2002) Oficio de Cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la Comunicación en la Cultura. Fondo de Cultura Económica
- Sainath Palagummi** (2001). No hay peor ciego que el que no quiere ver. Junio. el correo UNESCO Disponible en : http://www.unesco.org/courier/2001_06/sp/medias.htm
- Comunicados de la Prensa FAO (2001) http://www.fao.org/WAICENT/ois/PRESS_NE/PRESSSPA/2001/prsp0197.htm
- Sartori, Giovanni.** (1988) Homo Videns: La Sociedad Teledirigida. Santillana Taurus. Madrid