

EL MODELO INFORMATIVO, LAS ONG Y LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Juan Antonio Sacaluga
Periodista

El diagnóstico sobre el estado actual de la política pública de comunicación sobre el desarrollo no puede dissociarse mucho del diagnóstico más general sobre el modelo informativo imperante, aunque, lógicamente, presenta características específicas y, por tanto, aconsejan respuestas singularizadas. Hagamos referencia en primer lugar al marco general.

A finales de los ochenta y primeros de los noventa se consuma una evolución en el modelo informativo que venía gestándose desde el final de la guerra de Vietnam y se aceleró, a finales de los setenta, con la crisis del modelo económico y social imperante en Occidente desde la posguerra mundial.

Se ha pasado de una razonable preocupación por el mundo a una visión espectacular del mundo. En la persistencia de estos desequilibrios básicos encontramos las razones de que sea difícil introducir una visión de comunicación para el desarrollo:

- La primacía de los valores individuales sobre los colectivos. El triunfo de las visiones neoliberales propagadas desde las atalayas mediáticas y políticas anglosajonas que emprendieron una cruzada no sólo contra el debilitado y agonizante sistema soviético, sino también contra las expresiones políticas y sociales que defendían el compromiso, la equidad y la justicia sociales. El éxito individual, basado en la competitividad a ultranza, desplazó, también en los medios, a la solidaridad.
- La hegemonía de los hechos sobre las causas: el imperio del *evenement*, del acontecimiento. Tiene su lógica en esta última generación por los cambios “históricos” acontecidos; pero ese “empacho de historia” nos ha llevado a poner el

foco sobre lo que pasa, no sobre por qué pasa, a desdeñar la explicación de sus causas o a analizar la verdadera importancia de su alcance. Además, la televisión, al estar cada vez más presente exagera el tratamiento del presente. El pasado — las causas— tiene mala reputación: se considera, erróneamente, ya sabido. Las causas, por deformación o por la pereza de la cultura visual, se eluden.

- El dominio de la trivialidad sobre la seriedad. Es, en cierto modo, consecuencia de lo anterior. La presencia continua de los medios en el “acontecimiento” le confiere a la información —a la internacional, también— un rasgo deportivo. Lo que importa es lo que pasa. “Está pasando, lo estamos contando”, decía el slogan de una cadena de información en continuo. Un acontecimiento sólo es superado por otro que le sigue. No hay tiempo para pensar, porque otros acontecimientos están en la cola, aguardando sitio en la ventana electrónica. Lo que importa es la sucesión de hechos, no su comprensión. Peor aún, no ha sido raro escuchar cómo estas cadenas de información en continuo hacían gala de que mostraban la realidad tal y como es. La apariencia de la realidad se convierte en prueba de veracidad. Esto es compatible, aunque parezca contradictorio, con los interminables programas de análisis en torno a un macro-acontecimiento. En esos programas se opina más que se analiza. Y eso conecta con el siguiente rasgo.
- El predominio de la opinión sobre la información. O, más bien, la contaminación de los géneros netamente informativos con elementos editorializantes o de opinión. Esto es más patente en la radio, pero se empieza a observar en la prensa, no sólo en las crónicas, sino hasta en los titulares. En la televisión, los debates han sido sustituidos por tertulias polarizadas. Esta tendencia se apoya en la creencia de que las personas no acuden a los medios para informarse, sino para confirmar sus inclinaciones, para dotarse de argumentos mejor elaborados con que combatir en el campo de batalla del conflicto social.

Estos rasgos no pueden ser más contrarios a lo que exige una comunicación para el desarrollo, porque, a mi entender, ésta presenta tres exigencias fundamentales:

- La paciencia. El desarrollo es un conjunto de procesos lentos, dilatados en el tiempo, que exigen maduración y sostenimiento. El desarrollo no presenta logros rápidos, ni fáciles, ni habitualmente espectaculares en el corto plazo. El desarrollo no se presta a las condiciones del directo. Desarrollo significa construir un país, consolidar un cambio, fortalecer una sociedad, reforzar una cultura... El desarrollo necesita tiempo y una comunicación pausada y consciente.
- El desarrollo tiene un aspecto grave, entendiendo por tal, complejo. No se reduce a unas cuantas fórmulas, aunque de todo se quiere hacer un icono, una instantánea, una imagen. La trivialización es rigurosamente incompatible con la comunicación para el desarrollo, porque éste implica la conexión de numerosos factores. No es fácil el reduccionismo en este campo, salvo que se caiga en la anécdota o en el esperpento. Incluso, la galería de tópicos existentes con el desarrollo, o con su ausencia o su debilidad es de corto vuelo: se agota rápido. Por eso, desaparece pronto de los menús informativos.
- El desarrollo no es un buen terreno de confrontación partidaria, no resulta un asunto recurrente en tertulias radiofónicas o televisivas, en gran parte por su complejidad, pero sobre todo por otra razón más poderosa: no resulta políticamente correcto despreciar el esfuerzo que se hace en pos del desarrollo. El comportamiento polémico se centra en la naturaleza política de los países que reciben ayuda para su desarrollo, pero esto se presenta reducido a un puñado de ellos. Los más pobres no suscitan pasiones. En general, se adopta una posición paternalista. A veces, se desliza una cierta incredulidad sobre la eficacia del dinero público, pero, en general, sobre todo, cuando se trata de auxiliar en una catástrofe, nadie quiere aparecer como rácano. Por tanto, los temas apenas se mantienen en el guión de una tertulia y pasan a tratarse como “historias humanas”. En realidad,

como peripecias de individuos, y se desdeña su dimensión social, su significación colectiva.

En los últimos veinte años han proliferado en España las organizaciones no gubernamentales dedicadas a promover el desarrollo de las poblaciones de la periferia mundial, en sus muy diferentes y variadas formas. Las actividades de estas entidades han sido desigualmente conocidas por los ciudadanos más preocupados o concienciados con estos problemas, en gran medida por el distinto eco que los medios de comunicación se han ido haciendo de sus trabajos y planteamientos.

Pero si intentamos comprender el fenómeno no desde el lado del emisor, sino del receptor, nos encontraríamos, a mi modo de ver, con las siguientes percepciones:

- El mundo está desigualmente repartido, y parece conveniente reajustar esa “anomalía”: conviene a todos que se reparta mejor.
- La percepción de esa brecha enorme entre países o zonas ricas y pobres se limita a ciertas imágenes, clichés o iconos con fuerte carga emotiva, pero escaso conocimiento de fondo, o racional.
- Según lo anterior, los medios, en el mejor de los casos, han reproducido o se han centrado en contar o transmitir “hechos” y, por lo general, han abandonado o descuidado las causas de esa desigual distribución de la riqueza.
- Como consecuencia de ello, durante mucho tiempo se implantó la idea de que esos países, esas zonas, esas poblaciones precisaban de ayuda. De “nuestra ayuda”.

Por tanto, desde la dimensión ciudadana, la aproximación a las cuestiones relacionadas con el desequilibrio social y material del mundo tenía un sentido ético o religioso, dependiendo de la orientación ideológica y del sistema de valores de quienes se ocuparan del asunto. O de una combinación de ambas.

Las organizaciones cristianas más progresistas, en la mejor línea de defensa tradicional de las poblaciones indígenas, fueron de las primeras en llamar la atención sobre las consecuencias sociales y morales del atraso, la pobreza, etc. Y consiguieron extender el espíritu misionero desde una perspectiva exclusivamente religiosa, de evangelización de esas poblaciones, a otra más social, que se basaba en el empeño de que las sociedades opulentas comprendieran la necesidad moral de repartir nuestra abundancia.

Esta orientación religiosa, directa o indirectamente, consciente o inconscientemente, provocó que desde una perspectiva predominantemente laica o ciudadana, se forjara la conciencia de desarrollar políticas de “ayuda” a países o poblaciones más necesitadas; no por caridad, sino por solidaridad. Se apelaba a los derechos humanos y, en las lecturas más avanzadas o comprometidas, a los derechos sociales.

Este enfoque laico, por llamarlo así, era algo distinto, pero el fundamento del mensaje era similar: se trataba de aportar un esfuerzo para corregir una escandalosamente desigual distribución de la riqueza.

Esta visión de los problemas del desarrollo estaba dominada, por tanto, por el paradigma de la ayuda. El mensaje en los medios de comunicación era: “es solidario ayudar a los países pobres, es algo que merece la pena, nos hace mejores, la solidaridad es un valor positivo”, etc.

Ante este enfoque, surgieron, naturalmente, voces críticas o correctoras que trataron de colocar el debate público en una perspectiva política y situar los mensajes de comunicación no exclusivamente sobre los hechos, sino sobre las causas.

Este planteamiento penetró en muchas de las organizaciones no gubernamentales dedicadas al desarrollo e impulsó la creación de otras nuevas. Lenta pero sostenidamente, se pasó de una perspectiva de “ayuda” a otra de “desarrollo”.

La cuestión es si este cambio de paradigma que se ha venido produciendo a lo largo de estas décadas en el interior de las ONG, en sus perspectivas teóricas y en sus actuaciones prácticas, ha llegado con solidez a los medios.

Mi impresión es que la perspectiva de la ayuda sigue siendo dominante en los medios. Los hechos no dejan lugar a las causas.

El mundo es más curioso, pero no necesariamente está mejor informado. Los avances tecnológicos tienen efectos muy positivos —y su potencial lo es aún más— pero también han servido para profundizar en injusticias y desigualdades.

El “acontecimiento” nos llega rápidamente y muy visiblemente, como si lo tuviéramos en casa. Como si fuera algo nuestro. El impacto visual del acontecimiento, sobre todo si se trata de una catástrofe que tiene alto coste humano, tiene un efecto inmediato. A lomos de los avances de las telecomunicaciones, los medios descubrieron el “valor” noticioso del sufrimiento humano. Surgió la “catástrofe humanitaria” como “asunto temático”.

La formulación estaba clara: “alguien lo está pasando mal en algún sitio, nosotros se lo contamos, ustedes reaccionan poniendo todo lo que puedan de su parte para remediarlo o, al menos, aliviarlo”. El binomio catástrofe/solidaridad estaba servido.

La posibilidad de casi transmitir en directo las catástrofes o de llegar muy pronto obligó a las ONG a introducir nuevos elementos en su acción, pero también en su discurso. Surgieron las “emergencias”: sin renunciar a su tarea más a largo plazo, más profunda, sintieron la necesidad de elaborar estrategias para lo repentino, para lo inmediato. Para estar en los medios, para influir en el mensaje.

Estas políticas de comunicación se desarrollaron con especial intensidad en la catástrofe de finales de los años noventa (*el Niño, el Mitch*, etc.) y a principios de la presente década (hambrunas, terremotos, etc.). Los medios jugaron un papel de transmisor y acompañante. En realidad, se trataba de una doble influencia: las ONG trataban de definir el mensaje de los medios, pero estos, con su alcance, con su impacto, con la conformación de las mentalidades ciudadanas obligaban a las ONG a afinar y ajustar sus estrategias.

Pero el gran escenario de esta relación dialéctica entre ONG y medios fue el *tsunami* del año 2004. Sin entrar en asuntos más polémicos de cómo se estableció,

desarrolló y evaluó esa relación, lo que parece claro es que aquel “acontecimiento” confirmó la hegemonía de la lógica de los medios sobre la de la mayoría de las ONG. Se impuso el *evenement* sobre las causas, de forma aplastante.

Se nos dirá que la dimensión del “acontecimiento” fue tan descomunal, el impacto humano tan aplastante y la brutalidad de las imágenes tan cruda que resultó difícil introducir una línea de desarrollo comunicacional más profunda. Lo cierto es que la inmensa mayoría del espacio y tiempo dedicados por los medios al *tsunami* estuvo consagrada a describir los efectos del maremoto; muy poco margen se dejó a las razones por las que se ni se previó, ni se amortiguó, ni se gestionó adecuadamente la catástrofe.

De la misma forma que, ya *a posteriori* y con perspectiva suficiente, tampoco se ha efectuado un seguimiento serio y suficiente de cómo se han repartido, utilizado y gestionado el inmenso volumen de ayuda pública y privada que se movilizó en aquellas semanas.

En realidad, esta perspectiva dominante del “acontecimiento”, de los hechos sobre las causas, no es sólo una cuestión epistemológica, de dónde colocamos la clave del conocimiento, de la comprensión de lo que ocurre. Refleja una actitud política, entendida ésta como una visión del mundo en que vivimos.

Aunque es cierto que una buena parte de las ONG han evolucionado claramente hacia una posición crítica, en la que no se trata ya de ayudar sino de cambiar, de transformar la realidad para posibilitar el desarrollo y la superación de la pobreza, en el contenido de las políticas de comunicación de los medios esta noción no se ha consolidado. Peor aún, creo que existe una resistencia básica y, en ciertos casos, se combate conscientemente.

En los últimos años, la extensión y el fortalecimiento de los Foros sociales como alternativa crítica a las recetas de las grandes cumbres económicas sistémicas refleja esta evolución de la ONG del desarrollo hacia posiciones más comprometidas.

Pero lo que no está tan claro es que la conformación de esta mayoría crítica tenga un reflejo suficiente, y sobre todo adecuado, en los medios y que se haya conseguido establecer un catálogo de contenidos en las políticas públicas de cooperación y desarrollo.

No obstante, esta experiencia de los Foros sociales, como alternativa y posicionamiento político de rechazo a la doctrina dictada o proyectada desde las cumbres económicas de los grandes poderes sistémicos, permite ser optimista sobre la madurez de este movimiento crítico.

No soy muy optimista sobre la eficacia de una política pública de comunicación para el desarrollo. Por supuesto, es un esfuerzo que, por razones éticas y políticas, hay que emprender y mantener. Pero considero que ese esfuerzo no debe basarse simplemente en fomentar un cambio de mentalidades en las empresas informativas y en los profesionales de la comunicación. Creo que sería mucho más rentable en todos los sentidos promover, apoyar y colaborar con las iniciativas de comunicación comunitaria que están cobrando cada día más fuerza y sentido en el Sur y aquí mismo, entre nosotros. Esas iniciativas, hoy minoritarias, representan en estos momentos la mejor esperanza de que desde la comunicación pueda contribuirse a hacer realidad ese deseo de hacer posible otro mundo.

Madrid, marzo de 2008