

# «Los medios no deben amputar nuestra capacidad»

FRANCISCO RAMOS



ROSA CASTRO

–'Comunicando Paz' es un buen título, y todo un propósito para los responsables de comunicación, donde parece que la violencia siempre tiene un espacio. Explique qué pretende con esta publicación y a quién se dirige.

–Este libro analiza el papel de los medios de comunicación en la cultura de la paz. Tiene una parte teórica y práctica, donde expongo mi visión personal de que todos vivimos en un mismo laberinto, donde habitan los Minotauros, unos seres monstruosos y a la par afectuosos, que son los medios de comunicación, porque nos seducen y nos atormentan al mismo tiempo. De ese laberinto que es el mundo nadie va a salir. Mi aportación es subirme a la atalaya e intentar ver cómo los medios de comunicación pueden llegar a potenciar la paz.

–El libro recoge ejemplos de organizaciones de periodistas, instituciones públicas o entidades interesadas en el periodismo y la comunicación como medios para fomentar la paz y prevenir la violencia. Un motivo de esperanza para que los medios cuiden el lenguaje o formatos.

–Sí, recojo más de 30 organizaciones internacionales y también algunas nacionales que trabajan para sembrar la paz a través de los medios de comunicación. Un ejemplo sería Common Ground, organización que potencia a los pequeños medios de comunicación, para que a pesar de tener menos soporte publicitario comuniquen desde su cultura. Así, esta entidad ha trabajado con Europa del Este, rompiendo los estereotipos entre las diferentes etnias, a través de telefilms, video clips. Otra organización sería la canadiense Media Aware-

## M<sup>a</sup> Carmen Gascón

ACABA DE PUBLICAR 'COMUNICANDO PAZ' (EDITORIAL POPULAR)

33 DOCTORA EN FILOSOFÍA Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HA ESCRITO O COLABORADO EN MÁS DE 20 LIBROS RELACIONADOS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS POTENCIALES EN LA PROMOCIÓN CULTURAL, LA PREVENCIÓN DE CONFLICTOS, LA INFORMACIÓN CREATIVA O EL DERECHO A LA DIVERSIDAD.

33 EL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA LA PAZ LE SOLICITÓ QUE INVESTIGASE SOBRE EL PAPEL DE LA PRENSA EN LA PREVENCIÓN DE CONFLICTOS, Y FRUTO DE ESTE ESTUDIO DE TRES AÑOS HA PUBLICADO 'COMUNICANDO PAZ', DONDE HA COLABORADO CON PROFESIONALES DE DIVERSOS PAÍSES CON INQUIETUD ANTE LA COMUNICACIÓN, QUE TRABAJAN PARA QUE NO SEA SOLO MERCANCÍA, SINO TAMBIÉN INTERACCIÓN, IMPULSO, CO-PARTICIPACIÓN Y PODER EFICAZ.

33 EN OTOÑO PUBLICARÁ 'HUELLAS EN EL PERIODISMO DE PAZ'

ness Network, que se centra en la alfabetización audiovisual, en dar formación sobre titulares, encuadre de la fotografía

–El lema de los medios de comunicación siempre ha sido informar, educar y entretener, pero ahora se invierten prioridades, como vemos en la televisión, que cada vez informa y educa menos. Parece que el principal objetivo es captar el tiempo de la audiencia.

–Sí, ahora el cometido es esencialmente *infoentretener*, mejor dicho, entretener. Y el ser humano es mucho más capaz que todo esto. Las personas saben las letras, pero no las imágenes, no interesa enseñarles, así se les manipula mejor. De ahí la importancia de la alfabetización audiovisual, para conocer la gramática de los medios.

–Este libro se dirige a profesionales o personas interesadas en la comunicación, invita a la reflexión sobre cómo tratar las fotos, los titulares, la redacción para invitar a la paz.

–Muestra la influencia de los medios en la realidad que comunican. A través de 23 fichas, que dan lugar a 75 actividades, el libro ofrece diferentes formas de presentar los actos violentos sin generar más violencia.

–Y la televisión dando cancha y tiempo a asuntos como el asesinato ocurrido esa semana en Murcia, de una mujer a manos de su hijo enfermo mental

–Sí, tenemos que ser sensibles, pensar que en España el Sistema Psiquiátrico deja mucho que desear, y que vivimos en una sociedad con una violencia estructural terrible. Vivimos atormentados por una hipoteca, y hay bancos incluso que imponen hipotecas abusivas a inmigrantes. Esto sí es violencia.

–De ahí que esa violencia se refleje en los

medios, en la publicidad, los programas

–Sí, por eso más que nunca es vital que los medios nos cuenten cosas interesantes, sin amputarnos que existe también una parte positiva en el ser humano. No deben ocultarnos ese positivismo que también existe en la sociedad civil.

–Los medios alegan que es el público el que demanda ciertos programas y determinados contenidos.

–No creo en la medición de audiencias, los medios nos dan lo que ellos quieren. Un estudio realizado por la BBC asegura que si a la gente le cuentas cosas interesantes, difíciles, estableciendo relaciones entre los diferentes acontecimientos y vinculándolos con acontecimientos de su vida privada, se muestra interesada por ese contenido.

Tiene una visión positiva del ser humano, lejos del materialismo o individualismo dominante en las sociedades avanzadas

Creo firmemente en el ser humano, en su posibilidad creativa de resolver los conflictos y buscar otros caminos.

–Asegura que el publicista es el mejor conocedor de las posibilidades comunicativas. En cambio, el periodista parece que está más marcado por la prisa y puede incluso descuidar más la intencionalidad de sus informaciones.

Sí, porque muchas veces en una información el periodista escribe el texto, la imagen la elige el fotógrafo, el titular original es cambiado. Y eso hace que ese profesional no tenga el control de todo ese proceso y de que el resultado pueda ser diferente, porque el encuadre por ejemplo es clave.

–Como conclusión de esta investigación, ¿cuál es su visión sobre la trayectoria de los medios de comunicación?

–Estoy preocupada porque hay medios de comunicación que no cuidan el lenguaje o la imagen, generan con ello violencia en las personas predisuestas a ello y ejercen gran influencia en las personas carentes de modelos de conducta. Me preocupan programas como *España directo* o los del corazón, porque influyen en la visión negativa y mediocre del ser humano. Si alguien ya tiene una vida miserable, con estos contenidos, la aumenta. Somos muchos los que estamos convencidos en que merece la pena confiar en los demás, trabajar generosamente. Y esta visión hace que el ser humano arriesgue, confíe. Es necesario que los medios de comunicación no sólo cuenten los desastres, también recojan los casos de personas con esta visión.

–¿Dónde le parece que la violencia está más presente en los medios a través de la palabra o la imagen?

–Las imágenes violentas son lo que menos me preocupa, me parece peor el tratamiento de la información, cómo los medios nos informan enlazando unas cosas con otras. No son conscientes de que están generando bombas de relojería. Están creando miedo, y ese sentimiento provoca en las personas pasividad o agresividad. Además, la publicidad puede llegar a ser muy violenta, en el caso de países en vías de desarrollo, porque se presenta un mundo al que jamás la persona tendrá acceso y una forma de resolver los problemas falsa. He analizado la publicidad rusa y la francófona de varios países africanos, y me ha parecido muy violenta. H