

## ? ES NOTICIA LA POBREZA?

Las personas en riesgo de exclusión social en los Medios de Comunicación

21 de octubre. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Santiago de Compostela

- Para saber si es o no noticia la pobreza, habrá que preguntarse primero qué es noticia: la RAE dice que es el contenido de una comunicación antes desconocida. Ya solo por esta definición tan básica, podemos empezar a intuir una respuesta a la pregunta original de si es noticia la pobreza. La pobreza no es algo desconocido ni nuevo. Es una realidad latente que está ahí, con la que nos hemos acostumbrado a vivir y frente a la que nos hemos vuelto en buena medida insensibles. No ya los medios, sino la sociedad en general. Se asume, se da por supuesto, que en toda sociedad existe una bolsa de población marginal, que lo pasa mal y frente a la que nos sacudimos cualquier responsabilidad o cargo de conciencia queriendo pensar que es pobre el holgazán o el que no se esfuerza por salir adelante.

- Una noticia es una comunicación de algo antes desconocido, pero influyen otros factores en la decisión de un medio de cubrirla o no. Sin eufemismos: en una sociedad monetarizada como la actual, NOTICIA ES AQUELLO QUE VENDE, que interesa a la audiencia, y lo que interesa es la actualidad, el impacto, la proximidad, la participación de personas conocidas, la excepcionalidad, el morbo... Factores todos que tampoco son predicables, en general, de la pobreza. LA POBREZA NO VENDE.

- En efecto, la pobreza no suele estar protagonizada por 'famosos' o personajes de la actualidad. Es gente anónima, en absoluto poderosa o influyente. No interesa a los medios ni a la audiencia. De hecho, cuando la pobreza la protagoniza un famoso, si se convierte en noticia de portada. Recordemos el caso de Terele Pávez: la actriz fue grabada en la calle, durmiendo entre cartones junto a un indigente. Todos los medios se hicieron eco, se debatió en televisión. Fue objeto de tertulias. Saber que un actor está arruinado o en dificultades

económicas si vende, si es noticia. Levanta expectación. Las fortunas matrechas de artistas como Concha Velasco, Rocio Jurado o demás artistas si que merecen titulares.

○ Las propias organizaciones de lucha contra la pobreza buscan con frecuencia el respaldo de un rostro conocido, un padrino famoso, que consiga convencer a los ciudadanos de que hay que ayudar a los niños que viven descalzos en la calle. Ver al niño en semejante situación de indigencia no nos conmueve. Ver a Alejandro Sanz pidiendo ayuda, si nos hace reaccionar. Es triste pero es cierto.

○ La pobreza tampoco impacta. Es conocida, nos hemos acostumbrado a vivir con ella. Genera pocas novedades, más allá de decir que aumenta o disminuye. 'Cada 15 segundos, un niño muere de sed'. El titular debería, cuando menos, estremecernos. Sin embargo, la mayor parte de los periódicos españoles la dimos en su día en un breve o en media columna. Los que la publicamos. Ahora bien, cuando hay morbo de por medio, excepcionalidad, un hecho insólito, entonces si nos interesa la noticia: cuando se encuentra a una familia viviendo en su casa entre toneladas de basura, cuando un parado se quema a lo bonzo en la sede de CCOO de Baleares... El propio desempleado sabe que tiene que cometer una acción impactante para ser noticia.

○ La pobreza tampoco se percibe próxima. Puede estar en Burkina Faso o a dos calles de nuestra casa, pero la separa un abismo intelectual y social, genera rechazo, nos alejamos naturalmente de ella. De hecho, la crisis económica, que ha conducido a la ruina a familias hasta ahora de clase media, si ha hecho que la pobreza vuelva a cobrar cierta actualidad y se valore como noticia. Pero es porque, ahora si, empieza a ser un problema que nos puede tocar a nosotros, al mundo desarrollado y a las clases consumidoras de medios y, sobre toda, consumidoras de productos.

▪ ABC dedicó en julio una amplia información en este sentido. 'Un millón más de pobres por la crisis', rezaba el titular. Y añadía: 'La crisis ha provocado que en España haya un millón más de personas que viven en situación de pobreza. Las cifras engloban ya a más de nueve millones de personas que sufren condiciones de vida precarias. El 22,7 por ciento de la población en España tiene unos ingresos anuales de menos de 6.000 euros.'

- Mas allá de coadyuvantes objetivos que influyen en que un hecho sea noticia o no, existe otro factor fundamental, que es **el mercado y, en particular, los anunciantes**. Todavía más antes de la crisis, hemos querido vivir en un mundo idílico, que los medios de comunicación nos hemos encargado de reforzar y de amplificar, cuando no de inventar. En los medios, sobre todo en la televisión, nos gusta hablar de los ricos, de fortunas, enseñar belleza y prosperidad. La pobreza genera rechazo. Los anunciantes de marcas de lujo, tanto de moda como de alimentación como de viajes, buscan publicitarse en soportes amables, que inciten al consumo sin remordimientos, que hagan creer al lector que lo normal es gastarse una fortuna en un bolso y, desde luego, que no recuerden que con lo que cuesta esa botella de vino se podría alimentar a veinte niños durante una semana.

- La pobreza la protagonizan las clases marginales. En buena medida, son inmigrantes, colectivo que registra un bajo nivel de aceptación social y que genera menos compasión que los nacionales, los compatriotas. **La realidad es que vivimos en una sociedad quizá más racista que clasista**. No es lo mismo que una familia de españoles viva en la indigencia, a que lo haga un grupo de inmigrantes. Si encuentran a siete niños durmiendo en el suelo en una casa de veinte metros, será más noticia si son españoles, si sus padres eran conocidos en el barrio y buena gente, que si son niños inmigrantes. Semejante reflexión dice bastante poco de nuestra humanidad, pero es tan real como cruda.

- En determinados momentos, ya sea por iniciativa propia o por presión social, los medios recuerdan su responsabilidad social y asumen que han de dar espacio a la pobreza. Pero lo hacen por obligación, por cumplir con lo políticamente correcto, no porque consideren que están dando una noticia de interés general o contenidos de calidad. Lo hacen por salvar la papeleta y tampoco se esfuerzan por que esas noticias queden visibles, bien presentadas y correctas en su elaboración. Los sistemas de cuotas rara vez resultan eficaces. Ante la proximidad del Día Internacional de la Pobreza, celebrado el 17 de octubre, TVF ha llevado a cabo este mes una campaña 'Convencidos contra la pobreza' y El País dedicó la apertura de Vida y Artes al tema el domingo 10 de octubre.
  
  - Algunas conductas poco ejemplares de ciertas asociaciones benéficas han mermado la credibilidad y consideración social del conjunto, que en general desarrollan una labor encomiable.
  
  - En determinados momentos, ya sea por iniciativa propia o por presión social, los medios recuerdan su responsabilidad social y asumen que han de dar espacio a la pobreza. Pero lo hacen por obligación, por cumplir con lo políticamente correcto, no porque consideren que están dando una noticia de interés general o contenidos de calidad. Lo hacen por salvar la papeleta y tampoco se esfuerzan por que esas noticias queden visibles, bien presentadas y correctas en su elaboración. Los sistemas de cuotas rara vez resultan eficaces. Ante la proximidad del Día Internacional de la Pobreza, celebrado el 17 de octubre, TVF ha llevado a cabo este mes una campaña 'Convencidos contra la pobreza' y El País dedicó la apertura de Vida y Artes al tema el domingo 10 de octubre.
- 
- Los inmigrantes, las minorías, tienen peor acceso a los medios de comunicación. Ni conocen los medios de comunicación españoles, ni tienen a menudo la formación y el bagaje suficientes para denunciar la situación en la que se encuentran. No se encuentran integrados en la sociedad, a menudo mantienen sus costumbres y centros de reunión, su particular socialización, lo que los hace quedar también al margen de los medios de comunicación nacionales.
  - También los indígenas nacionales, por su propia situación de precariedad, se alejan de los medios de comunicación. Preocupados en su supervivencia y excluidos de la sociedad, es difícil que acudan a los medios o que, en caso de hacerlo, sean escuchados y tomados en consideración.
  - Son las ONG o asociaciones las que con frecuencia asumen la representación y tutela de los derechos de estos colectivos extranjeros o de las personas que se encuentran en la indigencia. Estos grupos lo tienen más fácil para acceder a los medios regionales, que tienden a ser más sensibles a las penurias o problemáticas de su sociedad. Y que disponen de más espacio que llenar con temas locales. Más complejo les resulta hacerse un hueco en los medios de ámbito nacional. Varios son los handicaps:

- Los grupos más vulnerables a la pobreza, los inmigrantes, los drogadictos, los gitanos, aparecen también a menudo relacionados con actividades delictivas. Y los medios nos encargamos de resaltarlo en los titulares: 'Detienen a tres africanos cuando intentaban asaltar un banco'. No diremos que
- La pobreza se asocia a menudo con la delincuencia. Es en los barrios pobres donde se acumulan los atracos, los crímenes, la violencia de género. ¿A qué asociamos Vallecas? ¿O el barrio del Raval en Barcelona? ¿O las Cortes en Bilbao? Hemos empujado la pobreza a determinadas zonas y asumimos que las miserias que allí suceden son normales, inevitables. No es lo mismo a efectos de considerarlo noticia que atraquen a cinco personas en el centro de la ciudad a que lo hagan en el barrio chino.
- Con frecuencia nos limitamos a contar la pobreza en cifras, '20.000 familias están en riesgo de exclusión'. Un titular, un número, sin nombre ni apellido, no los vemos como una realidad cercana.

### deshumanizado la pobreza:

- Los propios medios de comunicación nos hemos encargado de alejar la pobreza del foco de la noticia y del interés ciudadano. Hemos
- De igual modo en que cabe hablar de la dejadez e insensibilidad de los medios, cabe apuntar la falta de habilidad de algunas ONG para atraer a los medios. La política de comunicación no se antoja siempre la más idónea. Llevadas a veces más por la voluntad que por la profesionalización, hay personas que asumen la encomiable labor de hacer llegar la situación de los pobres a los medios, pero no cuentan con los conocimientos ni manejan las rutinas profesionales necesarias. Celebrar 'el día de' tiene poco tirón informativo, es rutinario, lo de siempre. Una cifra. Falta originalidad en las iniciativas de comunicación a la prensa, búsqueda de historias humanas, acciones diferenciadas, trabajar a los medios. No se entiende como crítica, sino como consejo. Hoy en día, los gabinetes de prensa copan y dirigen la comunicación de cualquier empresa o institución, son profesionales en seducción a los medios, y los portavoces de la pobreza están en desventaja frente a ello.

detienen a tres españoles. La raza nos parece un elemento noticioso al extremo de llevarlo al titular.

○ De hecho, las noticias sobre pobreza se publican habitualmente junto a las de sucesos. Comparan página los robos y crímenes con el número de ciudadanos que percibe el salario de emergencia o que precisa ayuda de Caritas.

○ La reacción que buscamos provocar con las noticias sobre pobreza es de lástima, compasión. Pero nada más. Ningún intento de revulsivo. Cuanto más penosa y dramática sea la historia, más noticiable nos parecerá. Los medios no asumimos el papel de activar a la sociedad, de hacerla sentir responsable de las miserias de su entorno, patrocinamos desfiles de moda, seminarios o competiciones deportivas, pero no comedores sociales o escuelas para analfabetos en barrios marginales. No nos gusta asociarnos a la pobreza, a ese mundo de fracasados y excluidos que no compra periódicos y que toca las conciencias.

○ Los periódicos piden cuentas a los gobernantes por las penurias que hacen pasar a los comerciantes de Serrano durante dos años de obras, por no construir un polideportivo en tal barrio, por no llevar el AVB a Santander, pero no por invertir poco en pobreza o por no levantar escuelas para los gitanos de tal chabola. No lo hacemos porque no tiene rentabilidad. No sacamos nada teniendo contentos a los indigentes. Al contrario, quizá molestemos a nuestros lectores menos sensibles al dolor ajeno, máxime cuando no lo padecen ciudadanos de su raza o nacionalidad.