

**UNIVERSIDAD-VERDAD**

**REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**N° 28**

**Octubre de 2002**

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**Dr. Mario Jaramillo Paredes**

RECTOR

**Ing. Francisco Salgado**

VICERRECTOR

DECANO GENERAL ADMINISTRATIVO

DECANO DE INVESTIGACIONES

**UNIVERSIDAD-VERDAD**

Revista de la Universidad del Azuay

Director

**Dr. Claudio Malo González**

Consejo Editorial

**Dr. Napoleón Almeida Durán**

**Dr. Oswaldo Encalada Vásquez**

**Arq. Diego Jaramillo Paredes**

responsabilidad por las ideas expuestas en esta revista corresponde exclusivamente a sus autores.

Se autoriza la reproducción del material de esta revista y se pide citar la fuente.

Canjes y donaciones: Biblioteca "Hernán Malo González" de la Universidad del Azuay

Av. 24 de Mayo 7-77 y Hernán Malo  
Apartado Postal 981  
Teléfono 881333  
Cuenca-Ecuador

PERIODISMO, ÉTICA,  
RESPONSABILIDAD Y PAZ



## CONTENIDO

NOTA DE LOS EDITORES	7
ÉTICA Y RESPONSABILIDAD EN EL PERIODISMO Antonio Cagua Prada	9
FALLAS ÉTICAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Alberto Hinostroza Llanos	25
ENTRE LA INFLUENCIA POLÍTICA Y LOS INTERESES COMERCIALES Frank Priess	33
LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS EN LOS PROCESOS DE PAZ Y DE CONFLICTO Héctor Salvatierra	67
ÉTICA DE LOS MEDIOS, UNA RESPONSABILIDAD SOCIAL Jaime González Parra	79
PRENSA, DEMOCRACIA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL Jorge Núñez	91
EL PERIODISTA: SU FORMACIÓN Y SU RESPONSABILIDAD Horacio Gómez Aristizábal	109
EL PERIODISMO PERUANO FRENTE AL CONFLICTO. FALLAS ESTRUCTURALES O PECADOS DE OMISIÓN Sandro Macassi Lavander	129

LÍMITES ÉTICOS Y LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN CON CÁMARA OCULTA` Gerado Prat	163
EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CRISIS POLÍTICA ARGENTINA Eduardo Zukernik	191
INFLUENCIA DE LOS PERIÓDICOS EN LA FORMACIÓN DOCTRINARIA DE LOS PARTIDOS Otto Morales Benitez	201
PERIODISMO Y CORRUPCIÓN Claudio Malo González	219
VIOLENCIA Y TELEVISIÓN O UN APRENDIZAJE DE MIEDO Joaquín Moreno Aguilar	241
MIOPIA ELITISTA VS. SUBLIMACIÓN POPULAR Análisis de Contenidos del diario "El Extra" María Caridad Vázquez Anna María Tripaldi	257

## NOTA DE LOS EDITORES

En los primeros meses de este año, se llevó a cabo en la Universidad del Azuay el Seminario Internacional Ética, Responsabilidad y Paz organizado por la Organización de Asociaciones de Periodistas Iberoamericanos (OAPI), con el auspicio de la Fundación Konrad Adenauer, al que concurren en calidad de ponentes importantes personalidades de esa organización.

Arriesgado es afirmar cual de las épocas del pasado en comparación con la que vivimos actualmente ha sido mejor o peor, o si nuestros tiempos se caracterizan por un incremento de la corrupción en relación a los anteriores. No es el propósito de esta entrega discutir “si todo tiempo pasado fue mejor” o si a medida que pasan los años se avanza en un mejoramiento de la sociedad global. Lo real es que nuestra época vive problemas difíciles que deben ser enfrentados con los medios que tengamos a disposición.

Se habla de un deterioro de los valores, en el sentido de que amplios sectores de la población organiza su vida buscando ante todo su bienestar individual centrado en la acumulación de riqueza contraviniendo normas morales que establecen que, en muchos casos, el bienestar de la colectividad debe tener prioridad sobre los egoístas intereses personales. La palabra corrupción se ha centrado en el abuso del poder político para conveniencias personales, fenómeno que ha dejado de ser algo excepcional y tiende a convertirse en la norma general.

Por otra parte, la tan anhelada paz que busca el ser humano con demasiada frecuencia se encuentra interrumpida por la violencia. No se ha llegado, para bien de la humanidad, a una guerra nuclear y

luego de 1944 no se ha arrojado bombas atómicas como parte de la guerra, pero otras formas de violencia provenientes de enfrentamientos entre estados, rebeliones internas, guerrillas, terrorismo, narcotráfico se han expandido peligrosamente.

Ante situaciones de esta índole los medios de comunicación colectiva que, dentro del sistema democrático algunos los llaman el “cuarto poder del estado”, tienen que jugar un papel trascendental. El mentado seminario abordó esta problemática desde diversos ángulos con la esperanza de que, en las democracias que respeta la libertad de expresión, las lacras de la corrupción y la violencia disminuyan hasta su extinción robusteciendo en la ciudadanía el respeto a los principios morales y la conciencia de paz.

La mayor parte de los artículos de esta entrega son ponencias de quienes participaron en el mencionado seminario, a las que se han añadido trabajos de profesores y egresadas de la Escuela de Comunicación de la Universidad del Azuay.



## **ÉTICA Y RESPONSABILIDAD EN EL PERIODISMO**

*Antonio Cacia Prada*

Presidente Mundial de la Organización de Asociaciones  
de periodistas Iberoamericanos, O.A.P.I.



En los últimos años los términos más populares y trajinados son “ética” y “moral”. Para el común de las gentes. “ética” y “moral: tienen igual significado. Etimológicamente, en cuanto a su origen su sentido es semejante. Etica viene de la palabra, griega Ethos. En su célebre “Llave del Griego”, el erudito filólogo colombiano padre Félix, Restrepo S.J., anotó: “Ethos’ quiere decir: “maneras, carácter, índole, costumbres, usos, hábitos”<sup>1</sup>.

El filósofo español don José Ortega y Gasset, escribió: “La ética representa la justificación ideológica de una moral y es, a la postre, una ciencia. La moral consiste en el conjunto de las normas ideales que tal vez aceptamos con la mente, pero que a menudo no cumplimos. Más o menos la moral es una utopía. El Ethos, por el contrario, vendría a ser como la moral auténtica, efectiva y espontánea, que de hecho informa cada vida”.

El tema sobre la responsabilidad del periodista está a la orden del día y es bueno que los del oficio incursionemos sobre materia tan trascendental o al menos meditemos sobre su aplicación personal. El expresidente de Colombia Dr. Carlos Lemos Simmosds, en reciente oportunidad con su criterio de profesional del diarismo, afirmó: “Los periodistas no podemos convertir la competencia por la información en algo tan irracional tan peligroso y tan letal como el guerro del centavo. El resorte que mueve nuestra actividad no es el acelerador sino la inteligencia”. “Al informar no se debe confundir la celeridad con la ligereza, ni el celo profesional con la temeridad o con la impertinencia”.

El periodista debe tener plena libertad para expresarse pero al mismo tiempo tiene la obligación de medir el alcance de su libertad,

porque esta no es ilimitada.

El catedrático universitario Dr. Alfonso López Quintás, de la Universidad Complutense de Madrid, en un artículo titulado “La libertad de expresión no es absoluta” afirmó “La libertad de expresión debe ser comprada al precio de una esforzada y responsable preparación y debe ejercitarse en función del bien de los demás”.

## **EL PERIODISTA NACE Y SE HACE**

El periodista nace, pero también se hace. Este segundo trabajo lo realizan las facultades universitarias que, con profesores académicos y también con periodistas profesionales, les transmiten sus enseñanzas y sus experiencias a los alumnos. El periodista requiere un gran nivel cultural, de conocimientos universales, de una conciencia social, de un saber todo sobre su patria, porque sin conocimiento profesional, sin formación intelectual, sin conciencia ética y sin patriotismo, el periodista no puede desarrollar su actividad que es de utilidad y de necesidad pública.

El periodismo impreso, la prensa, seguirá siendo el instrumento más eficaz para informar y más útil para la posteridad, así la radio y la televisión tengan aparentemente más receptividad frente a los niños, y los ancianos.

El periodismo moderno requiere más investigación por parte de los periodistas. El hombre experimenta la necesidad psicológica de leer lo que ha escuchado o ha visto. “La palabra escrita es algo tangible, algo que actúa en las profundidades de la mente” por eso el periódico diario le gana la batalla a la radio y a la televisión, es un “elemento insustituible, una necesidad sentida”. Pero para ello el periodista tiene que leer, escribir, investigar, acopiar conocimientos, consultar, documentarse, tener una metodología científica. El periodismo impreso debe ser interpretativo, de profundidad, investigativo y tener un gran contenido humano. Hoy se requiere el análisis de la noticia, su explicación, porque las gentes buscan el periódico para

leer lo que vieron en la televisión o escucharon por la radio, o en Internet. El periodismo es un arte que nace y muere todos los días.

Ahora los periódicos no se leen, se ven. De ahí la necesidad de una magnífica titulación, excelente presentación y buena selección de las informaciones. No más improvisación, superficialidad, o audacia.

El periodista, que es el historiador del presente, depende de su cultura, de su información general, de su formación y de su capacidad de síntesis.

## **EN ESPAÑA**

La Federación de Asociaciones de la Prensa de España, promulgó un completo “Código deontológico de la profesión periodística”, dividido en tres partes: Principios Generales. Estatuto. Principios de Actuación. Esta ley profesional la acogimos como norma para las Organización de Asociaciones de Periodistas Iberoamericanos, O.A.P.I., que tenemos el honor de presidir.

Estas disposiciones tratan sobre: el respeto a la verdad; a la libertad de investigar; a la libertad de difundir; a la libertad de comentario y de crítica; el respeto al derecho de intimidad e imagen; a la presunción de inocencia mientras no se demuestre lo contrario. Al sumo cuidado en las informaciones sobre menores de edad y al respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados.

Afirma el Estatuto que el periodista debe reclamar:

- a) El derecho a dignas condiciones de trabajo.
- b) El deber y el derecho de participación en la empresa periodística; y a una formación profesional actualizada y completa.
- c) El derecho al secreto profesional y al deber de garantizar la confidencialidad de las fuentes de información.

- d) El derecho a invocar la cláusula de conciencia, A vigilar la transparencia informativa de la administración pública y a respetar y hacer respetar los derechos de autor.

En cuanto a los principios de actuación señala una serie de pautas concretas entre las cuales se encuentran las relacionadas: a corregir los errores, facilitar las réplicas; establecer clara e inequívocamente entre la narración de hechos y las opiniones, interpretaciones o conjeturas; a realizar una distinción formal y rigurosa entre información y publicidad.

Éticamente es incompatible el ejercicio simultáneo de las profesiones periodísticas y publicitarias. Prohíbe aceptar retribuciones y gratificaciones y utilizar en beneficio propio informaciones privilegiadas obtenidas como consecuencia del ejercicio profesional.

Para garantizar la necesaria independencia el periodista tiene el derecho y el deber de oponerse a cualquier intento evidente de monopolio u oligopolio informativo.

## **LOS “CÁNCERES” DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA**

El periodista Alberto Saldarriaga Blanco quien ha sido un estudioso de los factores que atentan contra la ética periodística difundió diez puntos cancerígenos del ejercicio profesional del periodismo, anotando que los medios de comunicación "son de hecho los sentidos: ojos, oídos y boca, de la sociedad".

Estos Seminarios Internacionales de Periodismo tienen como objetivo hacer un alto en el camino profesional para estudiar y analizar nuestros propios problemas. Esa decena de “cánceres” de la profesión periodística, “recopilados pueden servir de punto de reflexión para nosotros los hombres y mujeres de la prensa, y para que la opinión pública y el lector, que son nuestros jueces cotidianos, nos midan en relación con nuestra ética profesional”:

- “1. Irresponsabilidad e Inconciencia:** En no pocas ocasiones

atropellamos el nombre, la honra y fama de las personas y no tenemos la debida conciencia de lo delicado que es ese tesoro intangible de la autoestima a la cual no se puede entrar a saco impunemente, sin pruebas y sin estar totalmente seguros de nuestras acusaciones o denuncias”.

¿”Cuándo incurrimos en errores, rectificamos, incluso sin que lo pida el afectado?”

“2. **Ligereza, superficialidad:** La ligereza y superficialidad se puede evitar yendo hasta el detalle en la confirmación de los hechos y de la noticia para no darle vuelo a la especulación y el rumor y para no echar a rodar bolas de nieve”.

“3. **Venalidad periodística:** Los periodistas venales son aquellos que reciben “sobres” o pagos subterráneos de las fuentes; matrimonios serviles, lacayazgo y obsecuencia con ellas, venta de publicidad mezclándola con el ejercicio de la información lo que mata la independencia, combinación indebida de periodismo con relaciones públicas, tráfico de influencias aprovechando la posición privilegiada del periodista, etc, etc”.

“4. **Sensacionalismo.** El sensacionalismo es la exageración de la noticia, agigantamiento sin fundamento de los hechos que solo busca vender más o llamar más la atención. Generalmente una información alharaquenta, inflada, desproporcionada”.

“5. **Tendenciosidad y manipulación.** No ser fieles al sentido, espíritu y letra de lo dicho por las fuentes y amañar sus declaraciones al arbitrio personal, se denomina manipulación y acción tendenciosa. De ahí nacen las noticias sesgadas, parciales, intencionadas, dirigidas e incompletas”.

“6. **Falsedad.** El pecado mortal del periodista es la falsedad porque convierte su información en mentira pública y asesina la credibilidad, que es el más importante activo del periodista y del medio, junto con su independencia”.

“El único compromiso del periodista debe ser con la verdad, con toda la verdad y sólo con la verdad”.

“7. **Politización.** La politización es al periodismo lo que las alas cortadas para el águila: impide el vuelo libre, la independencia. El medio, puede y debe tener sus posiciones políticas como tal, pero no puede estar a la orden de causas partidistas o proselitistas ni el periodista al servicio de los Políticos”.

“8. **Mezcla de opinión e información.** Cuando se mezcla la opinión y la información se atropella el derecho del público a estar objetivamente informado. Los comentarios personales y los hechos no se pueden revolver, son como el agua y el aceite. Sabiamente lo acuñaron los ingleses: “Los hechos son sagrados, las opiniones libres”.

“9. **Amarillismo.** El amarillismo es el irrespeto a la dignidad humana, a la vida privada, a la intimidad, al dolor humano. El tráfico informativo con la muerte, con la sangre, con el sexo, con la tragedia espectáculo”.

“10. **Vanidad y arrogancia.** En últimas, la vanidad y la arrogancia, son la soberbia del poder informativo, que nos lleva a pensar que nosotros somos periodistas o medios perfectos y no caemos en ninguno de los nueve puntos anteriores”<sup>2</sup>.

## LOS CÁNCERES DEL PERIODISMO PROFESIONAL

El periodista y catedrático Alberto Saldarriaga Blanco, complementó los cánceres de la ética con los siguientes diez cánceres que atentan contra un periodismo verdaderamente profesional:

“1) **Falta de credibilidad.** La confianza que el público deposita en el medio y en el periodista es la misma que el ahorrador coloca en las instituciones financieras. Tanto unos como otros viven de ella. Sin credibilidad o confianza están muertos profesionalmente”.



“2) **Falta de independencia.** Junto con la credibilidad, la independencia es el mayor activo del periodista. Un reportero matriculado, etiquetado, casado con las fuentes y sobre todo con las políticas, entrega su libertad y queda como un ave con las alas cortadas”.

“3) **Impreparación, superficialidad.** La definición de periodista según la cual es una persona con un océano de conocimientos y un centímetro de profundidad se convierte en la antítesis del reportero profesional y ha quedado totalmente revaluada por la necesidad de especialización. El periodista moderno debe ser a la vez un humanista y un experto en su materia”.

“4) **Saber el cómo y desconocer el qué.** Las Facultades de Comunicación enseñan la técnica periodística cómo redactar, cómo titular, cómo diagramar, cómo hacer locución, etc. Pero descuidan la profundidad de los contenidos que el profesional manejará: Política, Economía, Jurisprudencia, Deportes, Cultura, Ciencia, etc. Olvidan que es más fácil dominar la técnica que aprender a fondo esas materias que son el pan de cada día del periodista”.

“5) **Contenidos.** Los periodistas que no dominan a fondo los contenidos temen ser desplazados por los periodistas que los manejan con propiedad. La verdadera competencia profesional está en la preparación”.

“6) **Falta de criterio y de capacidad de discernimiento.** El grado de criterio va de la mano de la responsabilidad y determina la madurez profesional de una persona. Su habilidad para manejar con tino temas delicados y sensibles; saber captar la conveniencia o inconveniencia pública o ética de un tema; encontrar la presentación correcta; evitar la precipitación y caer en la tentación del síndrome de la chiva; saber cuándo una noticia está suficientemente madura para revelarla oportunamente”, todo ello se hace con criterio y capacidad de discernimiento.

“7) **Falta de objetividad.** Un ideal siempre difícil de asir pero que

se puede remplazar por la honestidad intelectual, con la cual el periodista sí puede medir el grado de adecuación de su información a la realidad de los hechos”, es la objetividad.

“8) **El subjetivismo.** Se cae en el subjetivismo cuando se abusa de los adjetivos, se involucran conceptos o inquietudes personales en la noticia y se mezcla en últimas, opinión con información”.

“9) **Monotonía, rutina, anquilosamiento.** El freno para avanzar en el diario profesionalismo, es aceptar la idea facilista de que todos los días son iguales, todas las ediciones la misma cosa y todas las noticias más o menos las mismas, sin darnos cuenta de que el reto diario es crecer en calidad haciendo todos los días lo mismo pero con mayor perfección y profesionalismo”.

“10) **Ingenuidad, carencia de sentido crítico.** Muchas veces la ingenuidad y la carencia de sentido crítico nos lleva a tragar entero, nos induce a tomar partido involuntariamente y a servir de buena fe a los intereses de terceros. La experiencia afila el sentido de perspicacia y de suspicacia, la incisividad y hasta el escepticismo sano, que es la mejor fuente para conseguir la verdad, único objetivo del periodismo”<sup>3</sup>.

## **LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS**

La evolución permanente de las técnicas de la información y la comunicación mediante la electrónica, la informática, el láser y los satélites, ha creado al instante un mayor alcance y difusión de los hechos.

En la actualidad es una realidad que el mundo es un pañuelo. Los diarios, periódicos y revistas del siglo XXI se podrán imprimir en la casa o en la oficina. No se necesitarán las grandes edificaciones, ni pesadas maquinarias.

El texto, la ilustración y el color, podrán ser tratados simultáneamente en pantalla.

Los “escáneres” convierten en puntos de imagen “todo rasgo o señal que conforme cualquier imagen, a la vez que distingue sus cromatismos, separándolos.

La “imagen en conserva”, digitalizada o informatizada se puede ampliar, reducir, cortar, retocar, es decir, manipular al gusto y transmitirla. Se puede pasar del ordenador a la plancha de impresión, sin necesidad de filmación previa de película o papel.

En un mismo ordenador se puede resolver: texto, dibujo y fotografía. Las nuevas filmadoras a color plasman en película o papel lo realizado en el ordenador, a la velocidad de 20 millones de “píxeles” o “bits”, puntos de impresión, por segundo.

Mediante las Telecomunicaciones, la fibra óptica, los satélites y la telefonía el periodismo va en un despegue de avanzada impredecible. El ciudadano de este siglo está impregnado de información y comunicación<sup>4</sup>.

Ingresamos a la tercera cultura, de que nos hablaron John Brakman y Arthur Koestler, que consiste en la comunicación de los científicos directamente con el público. Los intelectuales del futuro serán los pensadores de la tercera cultura, porque la creatividad está en la ciencia<sup>5</sup>.

Como lo anotó Alejo Carpentier, “el periodista será el novelista del futuro”<sup>6</sup>.

## **INTEGRACIÓN PERIODÍSTICA**

En este mundo globalizado la integración es un instrumento de justicia y de desarrollo para los pueblos. Latinoamérica tiene que integrarse en la gran Confederación Iberoamericana.

El periodismo, que es cultura necesita cumplir también con una tarea de integración periodística. Debemos proceder por que se

acabe con la llamada “mala prensa internacional” que siempre actúa como si fuera una campaña publicitaria contra un determinado país, en un momento dado.

La “mala prensa internacional” se elabora en el propio lugar donde se origina la noticia y no en el que la recibe y publica. Todos tenemos el derecho natural a la información, pero a la información auténtica, veraz, objetiva.

La rapidez de la vida moderna, el infarto noticioso, hace que la noticia se produzca en un titular o en un párrafo. De ahí que la capacidad y la pericia de un periodista está en comprimir cabalmente las seis tradicionales preguntas: Qué, Quién, Cuándo, Cómo, Dónde y Porqué, que le permitan al receptor de la comunicación quedar completamente enterado.

El periodista, el redactor, el buscador de noticias, el corresponsal, tiene que tener criterio de selección para hacer sus despachos. No sólo el “Instinto” y “el olfato”. Debe darle una mayor cabida a los elementos informativos de su país y sobre su país, y destacar más lo positivo frente a lo meramente sensacionalista, negativo o tendencioso.

Es en los dos extremos de este proceso, accionado por seres humanos, donde es necesario evitar el sensacionalismo y el amarillismo.

Cuando actué como miembro del Congreso de la República de Colombia presenté sendos proyectos de ley en los cuales se exigía, que toda agencia internacional de noticias que quisiera operar en mi país debería nombrar como director a un nacional colombiano. En el otro se prohibían publicar las noticias de delitos de crónica roja, que en el Código de las Penas, para su investigación, precisamente por su privacidad, requieren querrela de parte. Ante el debate suscitado por la última iniciativa los directores de los diarios colombianos se reunieron y después de dos días de deliberaciones, suscribieron por unanimidad un “Pacto contra el periodismo escandaloso y sensacio-

nalista” y fijaron un tratamiento ético a la llamada crónica roja.

Decía el crítico, ensayista y novelista francés, Remy de Gourmont que “un pensamiento falso no está nunca bien escrito, ni mal escrito un pensamiento justo”.

Si se aplica un sistema selectivo por el propio periodista, dentro de su libertad, se acabará con la “mala prensa internacional”, y se contribuirá al progreso, al desarrollo y a la paz internacional y nacional y al adelanto cultural, social y económico de los países en vía de desarrollo.

Este sería un buen comienzo para la integración de nuestras patrias.

Necesitamos más y mejor información de los países del mismo Continente, pero noticias positivas, culturales, formativas.

## **UN EJEMPLO**

Los periodistas latinoamericanos tenemos la obligación moral de contribuir en el desempeño de nuestro ejercicio profesional a la pacificación de los espíritus, porque sin paz no hay vida, ni libertad, ni progreso.

En los lugares donde actúan las guerrillas y los carteles de la droga se está intensificando la manipulación informativa. Los espacios televisivos se han convertido en teleguerrilleros y en portavoces ingenuos de la apología del delito.

Las transmisiones “en vivo y en directo” que a veces hacen en la radio y en la televisión, tienen efectos devastadores, cuando el periodista toma partido y lo hace en forma tendenciosa.

El terrorismo es motivo de gran publicidad por causa de la ingenuidad de muchos periodistas que sin valorar las consecuencias

de la difusión que hacen, les facilitan los objetivos buscados a los propios terroristas.

Esta “laxitud profesional”, como el sensacionalismo, deben des-terrarse. Lo mismo que el llamado “síndrome de la chiva”. Toda noticia debe verificarse y valorarse antes de transmitirse o publicarse.

Un hecho sin precedentes en el periodismo ocurrió en julio de 1988, cuando todos los medios de comunicación colombianos se unieron, y de común acuerdo resolvieron no divulgar, ni publicar los textos de proclamas, mensajes o comunicados expedidos por guerrilleros, narcotraficantes, terroristas o secuestradores. Esta radical decisión dio excelentes resultados, pues no volvieron a secuestrar periodistas o fotógrafos para utilizarlos como portadores de mensajes o proclamas.

## **DOCE CONSEJOS**

El célebre novelista, académico de la lengua, periodista y Premio Nobel, CAMILO JOSE CELA, redactó doce consejos para los periodistas, que sintetizan un Código de Ética. Leámoslos:

- “Decir lo qué acontece, no lo que quiere el periodista que aconteciese o lo que se imagina.
- Decir la verdad, porque la mentira no es noticia.
- Ser objetivo como un espejo plano.
- Callar antes que deformar la realidad.
- Ser independiente en sus criterios.
- Aspirar al entendimiento intelectual de los hechos.
- Actuar de acuerdo con la línea editorial del medio, o cambiar de empresa.
- Resistir toda suerte de presiones, incluidas las de la propia empresa.
- Recordar que el periodista no es eje de nada, pero si eco de todo.
- Escribir con un total respeto a la lengua.
- Conservar firme y honesto el orgullo profesional.

- No ensayar la delación, ni dar pábulo a la murmuración, ni ejercitar jamás la adulación”.

No olvidemos lo afirmado por el periodista Walter Williams en su célebre “CREDO”. “Creo en la profesión del periodismo. Creo que el periódico constituye un mandato público. Yo creo que un periodista deberá escribir solamente aquello que él crea sinceramente que es cierto. Yo creo que nadie debe escribir como periodista lo que no diría como caballero”.

## **SER LIBRES**

Los medios de comunicación y en especial la prensa, cuando están bien manejados actúan con justicia. El periodismo es el mejor vehículo para el cambio y para el desarrollo, porque una de sus mas trascendentales funciones es la de enseñar. Por eso debemos enseñar y difundir lo bueno, lo justo, lo legítimo. Naturalmente que para realizar este programa tenemos que ser libres.

“Mas quiero una libertad peligrosa, que una esclavitud tranquila”, dijo Cicerón.

---

## NOTAS

1. Felix Restrepo S.J. *Llave del Griego*. Bogotá. Instituto Caro y Cuervo. 1987.
2. Alberto Saldarriaga Blanco. “*Los cánceres de la Etica Periodística*”. Colprensa, en “La República”. Bogotá, Sábado 18 de febrero de 1989. Pág. 4ª.
3. Alberto Saldarriaga Blanco. “*Los Cánceres del Periodismo Profesional*”. Colprensa. En “Vanguardia Liberal”, Bucaramanga, viernes 17 de marzo de 1989, pág. 4.
4. Antonio Garrido Buendía. *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y los Satélites*, Motores de la Prensa. En Ciencia. A.B.C., de Madrid. Domingo 21 de febrero de 1993.
5. Luis Racionero. *La tercera Cultura*. A.B.C. Madrid. 16 de octubre de 1992.
6. Alejo Carpentier. *El Periodista. Un cronista de su Tiempo*. Editorial Pablo de La Torriente. La Habana. 1989.-



## **FALLAS ÉTICAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

*Alberto Hinojosa Llanos*

Presidente Asociación de Periodistas Bolivarianos de América



El Libertador Simón Bolívar dio las pautas para el manejo de los Medios de Comunicación al afirmar en 1825: ***“Hombres de Luces y Honrados, son los que deberían fijar la opinión pública”***.

Para nadie son secretas las fallas éticas en la mayoría de los Medios de Comunicación en Colombia. Sin embargo varios de estos Medios, han reconocido públicamente las fallas, ante la realidad que vive el país.

EL TIEMPO, diario de mayor influencia en la opinión colombiana, en su Editorial del domingo 15 de abril de 2001, titulado “Televisión y Guerra”, en el subtítulo reconoce: ***“A todos los Medios de Comunicación, nos cabe un inmenso Mea Culpa”***, y afirma a través del mismo, “En una situación tan explosiva y frágil como la que vive el país, el ejercicio de la libertad de prensa, exige un nivel de responsabilidad y reflexión, que a veces brilla por su ausencia.

El Derecho Constitucional que tiene el público de estar bien informado, significa que éste debe recibir los dos extremos de la realidad: crímenes - masacres - combates - secuestros - claro, pero también los hechos que desde la otra orilla dan razones para el optimismo y generan ejemplos constructivos para el resto de la sociedad.

Informar bien es reconocer que con los 30 mil hombres armados, cuyos actos acaparan tanta información, conviven más de 40 millones de colombianos, que protagonizan hechos también dignos de ser conocidos. Al fin y al cabo, son éstos los que sostienen calladamente el andamiaje nacional que los otros sacuden.

Sostenía también el editorial, que hace pocos días, en un

encuentro empresarial colombo-ecuatoriano, el industrial Carlos Ardila Lule, se lamentaba de los nocivos efectos que para la buena marcha del país, tiene el excesivo alarmismo con que aquí se tratan los temas de orden público y paz.

Razón no le faltaba. Pero haría bien el destacado empresario en analizar hasta dónde el Telenoticiero de su Cadena R.C.N., contribuye a este clima de alarmismo, con una fijación casi obsesiva con temas de violencia. No se le queda muy atrás, su principal competidor, en el otro canal privado nacional, y no deja de ser paradójico que sean los noticieros de los dos principales grupos económicos los que mayores excesos cometen en este campo.

El columnista D'artagnan, de tan prestigioso diario, ese mismo día, en su columna, presentaba su gran preocupación por las fallas éticas que los Medios de Comunicación cometen casi a diario e iniciaba su escrito con la pregunta que el periodista Germán Santa María le hiciera al ex presidente Alfonso López Michelsen en la revista Diners:

¿En qué momento se jodió Colombia? y López responde: “Cuando la lujuria de la información se apoderó de este país. Cuando se volvió Libertad de Prensa, transmitir los mensajes de los maleantes de todas las tendencias. Es la apología del delito en los Medios de Comunicación...”.

Y no sólo eso, sino que ahora la lucha por el llamado Raiting, ha logrado que las antiguas salas de redacción, pasaran a ser oficinas para “Casting”, a la caza de las mejores piernas y rostros para los noticieros.

Por la presión comercial, una noción totalizadora de espectáculo, se apoderó de los noticieros, derrumbando el muro ético de contención que separaba la publicidad de la información y la información de la opinión.

Hoy da tristeza reconocer que gran parte de todo lo que se ve en

las pantallas de TV o se escucha en la radio, o se lee en los diarios, puede estar vendido sin que el público lo sepa, o pueda ser un Editorial usado para administrar amores u odios...

El periodismo colombiano vive hoy su peor etapa. La crisis de valores se refleja a la vista. En los últimos 20 años, las nuevas generaciones no han conocido los nombres de periodistas que se identifican con el valor de la patria y con el respeto a la comunidad que representan.

Claro que hay muchos periodistas conocidos, pero esto es por la frecuencia de su aparición en las pantallas de televisión, o su voz en los micrófonos de la radio, o sus columnas de opinión en los medios escritos, pero no por su entrega y aporte real y responsable al desarrollo pacífico y comunitario como épocas pasadas, donde los Medios de Comunicación tenían figuras excelsas de virtudes, los cuales deberían las Facultades de Comunicación Social y Periodismo, presentar a sus estudiantes e invitarlos a imitar sus acciones.

Nuestro querido Presidente Mundial de la O.A.P.I., Dr. Antonio Cacua Prada, hace dos años, en la ciudad de Armenia dijo: ***“Cuando yo me inicié como profesor de periodismo, les decía a mis alumnos que leyeran los periódicos, pues ahí aprenderían redacción, puntuación y ortografía. Hoy no puedo decir lo mismo.***

***Nosotros tuvimos un proceso acelerado de deterioro de la prensa, a raíz del 9 de abril de 1948, que se inició precisamente por el desborde de la radio. Fue en ese año, cuando comenzaron a salir todas esas estrellas, que entre más barbaridades dijeran, mejores se creían...”.***

Alvaro Castaño Castillo, director de la emisora H.J.C.K., es uno de los hombres con mayor reconocimiento por su persistencia y trabajo en favor de una radio mejor y más culta. Él afirma: “Que el proceso de degradación del periodismo colombiano, comenzó, como sucede en casos similares, por la pérdida de la moral interior del hombre. Se perdieron los principios éticos que regían todas las

relaciones de los hombres colombianos. De ahí que se inició la Era de la Presión.

Presiona el gobierno a través del otorgamiento de concesiones -permisos y frecuencias. Presionan los anunciantes que nutren los recursos económicos para los medios. .Presionan los violentos con amenazas: presionan los dueños de los Medios y sus amigos: presionan los partidos políticos, pero la presión que menos cuenta es la CIUDADANA, a pesar de ser la Auténtica Titular del Derecho de Información”.

Uno de los grandes pecados de los Medios de Comunicación, afirma Alvaro Castaño, es que se han olvidado que el pueblo tiene un gran interés por la cultura. En Colombia existe una vocación cultural, pero los Medios la niegan todos los días, sobre todo la TV y los Medios escritos que han trivializado todo.

Estamos viviendo en el reinado de las Cosas.

El desarrollo de una cultura reglamentada, generosa y articulada, no esporádica y suelta, puede ser la mejor respuesta ante el hombre desnaturalizado.

Hay una cosa comprobada: “El pueblo está dispuesto a recibirla si se la dan. Si no se la dan, pues acude a esos espectáculos que a diario brindan los Medios, y claro, ahí están los gerentes financieros, los medidores de audiencia, los organizadores de eventos, hablando del éxito de su programación burda y grotesca, con la disculpa de que eso es lo que quiere el pueblo.

Alguien dijo que éste era un país lobo, y que como tal, había que darle cosas que correspondieran a esa lobería.

¿Qué hay detrás de todo esto?... El Negocio. Porque otro signo aterrador de nuestro tiempo, es el amor al dinero... al dinero fácil.

El Dr. Alfonso López Michelsen, dijo que el país comenzó a

liquidarse, cuando se dejó de ejercer el control sobre los Medios y la Publicidad. El EStado colombiano, irresponsablemente entregó a terceras personas, una de sus obligaciones fundamentales.

Hoy, nos escandalizamos de todo esto, y se buscan soluciones. Se afirma que regular el periodismo es un riesgo: No regularlo es un peligro.

Hay que recordar las palabras de Alhilla: “Las libertades informativas sin dirección, carecen de sentido para la comunidad. La Libertad informativa sólo se explica si satisface un derecho fundamental: ‘El Derecho a la Información del público’”.

Es hora, entonces, de mirar la información como un derecho al público, y no sólo como el Negocio de los Medios, que ven la “mordaza” en cualquier regulación que busca un equilibrio entre el poder y los derechos ciudadanos. Es una aberración jurídica y un despropósito moral, pretender derechos sin obligaciones.

Se entiende que la difícil situación económica que padecen las programadoras de TV y la Radio como los Medios Impresos, los lleven a una tenaz competencia. Pero resulta alarmante que la pugna por el cotizado Raiting, dependa de la dosis de sensacionalismo en el cubrimiento de los hechos de orden público, donde hay permanente exaltación de todos los hechos de sangre, que desgarran a la Sociedad colombiana. Basta ver el contenido normal de los teleticnoticieros para darse cuenta de hasta dónde llega esta retroalimentación de la violencia.

Es importante que los Medios de Comunicación ejerzan una cuota mínima de responsabilidad y autocrítica, frente a la situación que vive Colombia y que entiendan que darle espacios a los protagonistas ilegales del conflicto, sin tomar las distancias, es una apología del delito, antes que el ejercicio legítimo y creíble de la libertad de expresión.

Resumiendo encontramos que no son ni la tecnología ni sus

herramientas los culpables de esta situación, sino el periodista, el hombre, el ser humano, que ha desvirtuado la bella profesión de servicio a la comunidad, por el egocentrismo y la vanidad.

Hay que recordar que un pueblo siempre otorga su gratitud a cualquiera que le sirve y ampara, determinándose a juzgar, no por el nacimiento y la reputación personal, sino por el mismo hecho de los beneficios recibidos.

Se convence más por lo que se es, que por lo que se dice... Por eso, permítanme terminar esta intervención con las palabras que el Libertador Simón Bolívar dejó como norma para el ejercicio del periodismo: ***“Hombres de luces y Honrados, son los que deberían fijar la opinión pública...”***.



## **ENTRE LA INFLUENCIA POLÍTICA Y LOS INTERESES COMERCIALES**

*Frank Priess*

Director del programa “Medios de Comunicación y Democracia  
en América Latina”, de la Fundación Konrad Adenauer



## Los medios de comunicación en América Latina como actores sociales

*La pérdida de confianza en las instituciones de un Estado democrático, el escepticismo generalizado que despiertan los políticos y la justicia en particular, la creciente protesta ciudadana contra un descenso social permanente que afecta esencialmente a los estratos medios, y las diferencias en los ingresos y en la riqueza, tradicionalmente enormes en América Latina, convocan a un actor que como ningún otro sabe articular en estos momentos la bronca de la gente. No está claro por el momento si los medios se limitan a cumplir esa función articuladora o si, por el contrario, son los propios medios los que a través de la información en los diferentes medios y sus particulares criterios de selección y presentación, contribuyen a los fenómenos descritos, los instigan o, como señalan los políticos, incluso los desencadenan. Un análisis de actualidad resulta en un panorama por demás diferenciado que varía de país en país, de medio en medio, de periodista en periodista.*

*Cuando hoy se habla del fenómeno de los medios, el referente es, sin duda, la televisión y no sólo en América Latina, por otra parte. En la gran mayoría de los países de América Latina, la prensa gráfica es el medio de las élites. Sin embargo, su influencia a la hora de fijar la agenda diaria es innegable y no sólo porque los programas de radio matutinos recogen invariablemente los titulares de la prensa. A su vez, la radio sigue siendo el compañero inseparable durante el día, aunque muchas veces su impacto es subestimado. Con todo, la televisión es el medio a través del cual la realidad social ingresa a los hogares. La televisión no sólo condiciona los diálogos. La fascinación que despierta su catarata de imágenes dicta, asimismo, la percepción de la realidad. Una imagen dice más que mil palabras, reza un lugar común que cobra candente actualidad en el presente debate político. En todas las encuestas, la televisión ocupa el primer lugar entre las fuentes de información política. Sus periodistas y conductores de programas encabezan el ranking de las figuras más creíbles y más escuchadas. Sus propietarios poseen verdadero poder de veto frente a la política. Esta verdad se ve realzada en América Latina por la tendencia a constituir empresas multimédios que controlan desde la producción de contenidos hasta la emisión de la señal que llega al consumidor final, todas las estaciones del proceso informativo a través de los medios gráficos y todos los canales audiovisuales imaginables, incluidos las propuestas online, cable y satélite.*

## Avanzado proceso de concentración

Al igual que en otras partes del mundo, en América Latina sigue avanzando el proceso de concentración iniciado en los últimos años. “Global players” internacionales de los Estados Unidos y de Europa han irrumpido en los mercados latinoamericanos. Allí adquieren participación directa en los medios locales, forjan alianzas locales y se aseguran lugares en redes de cable y propuestas satelitales. Medios tradicionalmente fuertes en América Latina como *Televisa* en México, *O Globo* en Brasil o *Clarín* en Argentina, han salido a conquistar nuevos mercados fuera del país para preservar la masa crítica que necesitan para sobrevivir. Hace ya bastante tiempo que las editoriales tradicionales y los canales de televisión y radioemisoras de “estirpe” no son los únicos medios que compiten por los lectores, oyentes o espectadores. Las grandes corporaciones provenientes de otros rubros, como por ejemplo el sector de las telecomunicaciones, o de la informática, han descubierto últimamente al sector de los medios como forma de diversificar sus fuentes de rentabilidad.

En muchos países latinoamericanos ya no puede hablarse de diversidad cuando se alude a la prensa: en Chile, por ejemplo, el grupo *Mercurio* de la familia Edwards (encabezado por el diario homónimo que se edita en la capital chilena) y *Copesa* (dueño del diario *La Tercera*, entre otros medios) comparten el mercado, ambos con un claro perfil a favor de los partidos de derecha en el espectro político. En Colombia, la desaparición del diario *El Espectador*, único competidor serio del líder de mercado *El Tiempo*, ha determinado que este último reine sin competencia en la capital. En el ámbito de la radio y la televisión, dominan dos grandes conglomerados industriales, los grupos *Santodomingo* (con la cadena de radio y televisión *Caracol*) y *Ardile Lule* (con la cadena de radio y televisión *RCN*). Las plataformas estatales han perdido prácticamente toda importancia. En México, *Televisa* y *TV Azteca*, libran una dura lucha por el mercado televisivo. Mayor diversidad se observa en relación con las emisoras de radio y la prensa gráfica. También existe más competencia en otros países, por ejemplo en Brasil.

En Argentina, el caso que pasaremos a ilustrar en forma más detallada, el proceso de concentración en el sector de los medios audiovisuales tiene dos grandes protagonistas: *Clarín* y *Telefónica* de España. Para el grupo *Clarín* las principales apuestas son el diario homónimo de mayor tirada en el país y las participaciones que posee el grupo en otras propuestas periodísticas como son *Canal 13* y *Radio Mitre*. *Telefónica* y su holding *Admira*, por su parte, cuentan con *Telefé*, un canal de la televisión abierta que encabeza todos los ratings. Además posee el 49 por ciento de las acciones de canal *Azul TV* (sobre este aspecto volveremos más adelante al analizar la falta de aplicación de la Ley de Medios de Comunicación por parte del ente regulador en Argentina). El holding español también es dueño de *Radio Continental* y numerosas estaciones de radio y televisión provinciales. En el segmento de producción cuenta con participación en *Endemol*, el creador del programa “Gran hermano”, que también goza de popularidad en Argentina. Hasta hace poco tiempo, *Telefónica* contaba, asimismo, con una importante participación en el operador de cable *Cablevisión*. Recientemente negoció esta participación contra otra correspondiente al sector radio y televisión en un acuerdo con su asociado *Hicks, Muse, Tate y Furst*. *Clarín*, en cambio, sigue en poder del operador de cable *Multicanal*, algo que le significa una importante carga a todo el grupo, en vista de la enorme deuda que lleva acumulada el grupo. Como consecuencia de la fiebre expansiva de los últimos años, se pagaron precios enormes por abonado en la compra de redes locales de cable de menor importancia, una política que ahora se está tomando su revancha.

En todo este panorama, juegan un papel tradicionalmente penoso los medios oficiales. Su existencia debería contrarrestar la oferta puramente comercial y por ende deficitaria en información y entretenimiento de los canales privados. Sin embargo, los puestos en los canales oficiales suelen estar reservados a funcionarios desplazados de otras áreas o son utilizados para devolver favores a amigos políticos o como órgano de prensa de los gobernantes de turno. En consecuencia, la situación financiera de estos medios es desastrosa y su nivel de audiencia muy bajo. Durante el gobierno de Fernando de la Rúa, Darío Lopérfido, Secretario de Comunicación y Cultura,

abogó por una fusión de la agencia noticiosa *Telam* con *Radio Nacional* y el *Canal de televisión 7 / ex ATC*, en un intento por transformar los tres organismos en un multimedios competitivo. Del presupuesto total de 85 millones de dólares para 2001 provinieron 55 millones de las arcas del Estado, en tanto que 30 millones correspondieron a ingresos propios. Sin embargo, ante el primer cambio en el gobierno, todas las perspectivas de desarrollo volvieron a desvanecerse. El nuevo gobierno de Eduardo Duhalde acaba de anunciar que les será devuelta su “autonomía” a los tres entes. La historia parece repetirse una vez más.

El Estado argentino también ha fracasado en lo que se refiere a la supervisión de los medios y las regulaciones para la adjudicación de licencias, aunque en este sentido no es el único en obrar así. Contrariamente a los anuncios formulados, en los dos años del gobierno de De la Rúa, el *Comité Federal de Radiodifusión (Comfer)* no logró otorgar las licencias correspondientes siquiera para una parte más o menos apreciable de las más de mil estaciones de radio que se estima transmiten en forma ilegal. Tampoco se cobran las multas establecidas para quienes excedan los tiempos máximos establecidos para publicidad o la emisión de programas prohibidos en horario de protección al menor. Por el contrario pasan de “alguna manera” a ser cambiados por espacios publicitarios oficiales. Esto abre las puertas a todo tipo de manipulaciones, en especial si se consideran los excesos de la publicidad oficial a favor de los gobernantes de turno, precisamente en épocas de campaña. Por otra parte tampoco existe una Corte Suprema o un Tribunal Constitucional dispuesto a fijarle límites a estas prácticas. El ente regulador se muestra incapaz incluso de hacer cumplir disposiciones legales relativamente simples. Pese a que está prohibido tener varias señales de televisión abiertas en la misma zona de transmisión, el *Comfer* no obliga a *Telefónica* de España, por ejemplo, a vender su participación en *Azul TV*, pese a que *Telefónica* también es dueña de *Telefé*, el canal de mayor alcance. Fuera de anuncios es poco lo que se ha escuchado hasta ahora. Uno no puede menos que pensar que este manejo tan permisivo puede tener algo que ver con facilidades que los canales afectados le conceden al respectivo gobierno en el

ámbito periodístico o publicitario. Habrá que esperar para ver si Carlos Caterbetti, un empresario del sector siderúrgico, nombrado ahora por Eduardo Duhalde, será capaz de impulsar un cambio. En sus tiempos de gobernador de la provincia de Buenos Aires, Duhalde era conocido por invertir sumas cuantiosas del presupuesto provincial en publicidad de imagen, en particular en la televisión. En una entrevista concedida al diario *Página 12*, que abordó el tema de los intentos de reactivar la Ley de Radiodifusión, bloqueada desde hace años, Caterbetti anticipó algo de lo que va a ser su trabajo al responder: “Bueno, una ley siempre tiene que tener consenso. Y nosotros tenemos que hacer cumplir la ley. Hay varios proyectos dando vueltas. Está el que llegó al Congreso el año pasado, pero el problema es que los medios hoy están muy comprometidos. Tienen muchos problemas económicos, no son rentables y es importante proteger las fuentes de trabajo. Nosotros debemos esforzarnos por equilibrar entre la alta competencia de todos los sectores, aunque tampoco queremos que se termine en acciones monopólicas. La ventaja mía es que tengo muy buena relación con los diputados nacionales y eso podría acelerar las tratativas”. Son consideraciones que denotan un enfoque coyuntural en lugar de una política capaz de diseñar un modelo para el adecuado funcionamiento de los medios de comunicación. También queda el sabor amargo de saber que la autoridad reguladora dependiente del Gobierno y encargada de regular la adjudicación de licencias ciertamente lucrativas, no está libre del juego de toma y daca de favores políticos y publicistas.

## **Crisis de un sector**

De todos modos, Caterbetti tiene razón cuando habla de una crisis del sector de los medios. En la plenitud de la crisis económica por la que atraviesan muchos países latinoamericanos, las ganancias no fueron pingües para el sector privado de la economía y mucho menos los fueron en Argentina. En muchos lugares los ingresos en concepto de publicidad retrocedieron dramáticamente y se hizo más dura la lucha por la audiencia y el escaso tiempo del espectador. Un excesivo endeudamiento, producto de una expansión desenfrenada

de las diferentes empresas, llevó a muchas empresas a enfrentar graves problemas. Entre las radioemisoras conocidas en Buenos Aires, sólo *Radio Mitre*, *Continental* y *Radio 10* se consideran económicamente robustas, muchas otras luchan por sobrevivir o ya han presentado convocatoria de acreedores. Crece también el número de huelgas que conmocionan a las emisoras, una reacción perfectamente atendible en virtud de la falta de pago de salarios.

En el sector televisivo, se presentó a concurso de acreedores *América TV*, un canal, cuyo propietario, Carlos Avila, junto con el grupo americano de inversionistas *Hicks, Muse, Tate y Furst* cuenta con los derechos exclusivos de televisualización de los eventos deportivos en Argentina a través de la empresa *Torneos y Competencias*, un negocio por cierto muy lucrativo. En cuanto a audiencia, *América* comparte un magro tercer puesto con *Azul TV*, muy por detrás de los líderes de mercado *Telefé* y *Canal 13* de *Clarín*. Es probable que la caída del 30 por ciento en publicidad a lo largo de 2001 determinara que se volvieran impagables las deudas calculadas entre 20 y 40 millones de pesos, un hecho inédito hasta ahora en la historia de la televisión argentina. Carlos Avila se había hecho cargo del 80 por ciento del canal de Eduardo Eurnekián apenas un año y medio atrás. Eurnekián mantiene en el canal una participación minoritaria del 20 por ciento. Reunir en una sola mano un canal propio y los derechos exclusivos de televisualización hasta el 2014 de los partidos de fútbol en Argentina, parecía algo así como una mina de oro, un sueño que ahora parece estar lejos de concretarse.

La expansión de la oferta de canales de cable complicó cada vez más a los canales de aire. Los canales temáticos se han asegurado una tajada importante de la programación y de los ingresos por publicidad. El carácter internacional de su programación, muchas veces les conceden ventajas comparativas en costos que sus competidores no pueden igualar. En Argentina, un país en el que el cable tiene tradicionalmente gran difusión hay 6 millones de hogares conectados a *Multicanal* (una oferta del grupo *Clarín* con 1,2 millones de hogares), *Cablevisión* (hasta hace poco propiedad de *Telefónica* de España) y líder de mercado con aproximadamente 1,47 millones



de abonados) y otras empresas más pequeñas, en general de corte local. El paquete standard suele estar conformado por 60 canales. Además, y pagando un sobreprecio, se pueden contratar otros canales, comúnmente denominados condicionados, sobre todo con programación deportiva y erótica. En tiempos de la convertibilidad, esto es cuando la relación dólar/peso estaba fijada por ley 1 a 1, el abono costaba 35 dólares. Después de la devaluación habrá que esperar para ver como sobrevivirán las empresas de cable fuertemente endeudadas en dólares que al recibir ahora pesos, ven depreciados sus ingresos locales.

Se agrega que hasta ahora renunciaron a desconectar de la red a los abonados morosos, para no tener que corregir hacia abajo el número de usuarios, importante en relación con la definición de las deudas.

Por otra parte, los programas satelitales como *DirecTV* (consigna tener unos 300.000 abonados) cuya propiedad comparten el grupo norteamericano Hughes Electronics, la venezolana Cisneros y *Clarín*, significan una nueva competencia para los operadores de cable, que se concentra también en las capas de mayores recursos. Para atraerlos se les ofrece ofertas premium, por las que se debe abonar un precio superior. También ellos reducen ahora sus expectativas: "Hay que reestructurar el negocio adecuándolo a la nueva realidad argentina y redistribuir las cargas", opina, por ejemplo, el director general de *DirecTV*, Carlos Prátola. Esto significa para él tanto renegociar los contratos con los oferentes de programas como un eventual traslado de los mayores costos al consumidor final. En cualquier caso, el 2002 será un año difícil y habrá que esperar para ver quién sobrevivirá. El mercado satelital también es muy competitivo. Además de *DirecTV*, están presentes en Argentina *Sky* -la empresa del zar de los medios, Rupert Murdoch y su *News Corporation*, junto con el grupo brasileño *Globo*, Televisa de México y *Liberty-Media* de los Estados Unidos- y *DTH*, que intentan todos incrementar su participación en el mercado mediante precios ruinosos y nuevos productos y obtener un margen de ganancias positivo en el más largo tiempo. Para los próximos años se estima un potencial total de un

millón de abonados para este segmento. Actualmente suman 350.000.

De la torta publicitaria de Argentina -estimaciones hablan de unos cinco mil millones de pesos al año (Alberto Borrini en *La Nación* del 7 de agosto de 2001 invocando a *Monitor de Medios Publicitarios S.A.*)- la televisión abierta logró acaparar para sí un 45 por ciento, en tanto que los canales de cable reunieron un 13% con tendencia creciente. Según cifras proporcionadas por *Soporte Media/Initiative Media* y el diario económico *El Cronista* (1º de agosto 2001), los medios gráficos se reparten un 23% correspondiente a diarios y un siete por ciento a revistas, en tanto que la radio recibe un 9 por ciento y la publicidad en la vía pública llega a apenas el 3 por ciento. Como consecuencia de la crisis, los canales de televisión se vieron obligados a reducir en forma importante sus tarifas para avisos publicitarios. Se habla de un 15 por ciento hasta para programas líderes en audiencia como *Videomatch*. Dos años atrás el segundo cotizaba a 1.000 pesos, ahora lo hace a apenas 850 pesos y con tendencia a la baja.

La situación podría deteriorarse incluso más si el Estado comienza a reducir su cupo publicitario. Al respecto hay un proyecto de ley que ya cuenta con media sanción en Diputados, aunque todavía falta la aprobación del Senado. Pese a que no hay cifras exactas, los diputados en su votación afirmativa de la ley de mayo de 2001, que tendría una vigencia provisoria de un año, estiman un total de 700 millones de pesos, al margen de lo que adicionalmente puedan invertir las provincias y los municipios (datos de *La Nación* del 31.5.2001). De todos modos va a ser difícil controlar el cumplimiento de la norma: en muchos casos el dinero proviene de fondos reservados sobre los que el gobierno no necesita rendir cuentas públicamente. Por otra parte, la publicidad de los políticos no siempre se detecta como tal, dado que es muy popular trabajar con “formatos publicitarios no tradicionales” que no son más que “chivos” en el peor sentido de la palabra y que socavan fuertemente la credibilidad de los programas de información. El televidente común tiene dificultades para reconocer dónde termina un noticiero y dónde comienza el spot institucional de un gobernador que junto a su esposa inaugura una

vez más una importante obra.

## **Nuevos formatos**

Un arma en la lucha por la audiencia que siguen utilizando los medios tradicionales es un perfil periodístico más punzante de ciertos programas y figuras periodísticas destinado a captar una mayor audiencia. *Radio 10* es el ejemplo más exitoso en Argentina. Con un rating de aproximadamente 28 por ciento en todos los grupos de usuarios es líder absoluto entre las radioemisoras del país. Con formatos populistas y agresivos periodistas como Chiche Gelblung, Marcelo Longobadi, Baby Etchecopar y otros, tratan de erigirse en la voz del público. Es parte de este formato la participación de los oyentes, a los que incluso se les permite denunciar supuestas irregularidades en forma ofensiva y nombrar a quienes creen que son los culpables. El equipo de la radio tampoco se queda atrás. Así por ejemplo Etchecopar enfrenta una denuncia penal del ex Secretario General de la Presidencia, Nicolás Gallo, que lo acusa de haber incitado al público a atacarlo físicamente. Los documentos grabados son evidentes, pero la disputa continúa abierta. Como siempre en estas ocasiones, el periodista se ampara en el derecho a la libertad de opinión. Por cierto que en la Argentina de comienzos de 2002 un político que enfrenta estos ataques difícilmente puede contar con la simpatía del público.

El dueño de Radio 10, Daniel Hadad (se comenta que ha vendido la mayoría de las acciones por 15 millones de dólares, dejando a cargo a la norteamericana *Emmis*) conduce además el programa periodístico *Después de Hora* que se emite a la medianoche y que también arremete contra la clase política. Su programa tiene una audiencia promedio del 6 por ciento. Muchos lo consideran el principal responsable de la gran cantidad de votos nulos en las elecciones parlamentarias de octubre de 2001. Hadad había incitado desde su programa a escribir en la boleta electoral el nombre de próceres de la historia argentina como forma de articular el descontento con la situación actual.

Del otro lado, es decir más bien en el ala izquierda del espectro político, cabe mencionar a Jorge Lanatta. En el mismo canal de televisión de Hadad conduce el programa *Detrás de las Noticias*. El perfil es similar y también son similares los niveles de audiencia. La oferta se completa en el sector de medios gráficos con la *Revista XXIII*, de la que, sin embargo, Lanatta se vio obligado a desprenderse en 2001 por problemas financieros. El editor del diario *Ambito Financiero* augura a la Argentina un futuro brillante el día que Hadad y Lanatta abandonen para siempre el país. El ex editor del *Buenos Aires Herald*, James Neilson, define la labor de ambos lisa y llanamente como “negocio con el pesimismo” (*Noticias*, 21.7.2001).

En los canales de cable, por otra parte, se han instalado ofertas que al estilo de la CNN, transmiten las 24 horas del día informaciones, sobre todo del ámbito local, regional y nacional. Como rara vez ocurren suficientes cosas para llenar adecuadamente el tiempo de transmisión, se inflan hasta los acontecimientos más intrascendentes, se los presenta en forma espectacular y se los repite una y otra vez. Como lo que más se presta es la criminalidad cotidiana, el televidente cobra la impresión de que el peligro está en todas partes. En cada esquina de Buenos Aires parecen acechar asesinos, asaltantes y secuestradores. Pese a que no hay estudios detallados al respecto, bien puede suponerse que los resultados obtenidos en estudios sobre contenidos mediáticos en los EEUU son transferibles al Río de la Plata: los televidentes asiduos de estas ofertas creen con mayor frecuencia que pueden convertirse en víctimas de un acto delictivo que las personas que pasan sólo poco tiempo frente al televisor. En tiempos políticamente agitados, son condiciones ideales para generar una psicosis en el consciente colectivo.

Los medios que despertaron la especial ira del ahora ex presidente Fernando de la Rúa fueron los que transmiten programas humorísticos cuyo blanco es la política y que no siempre -como es habitual en este género- respetan los límites del buen gusto. Según De la Rúa el programa *Videomatch* ridiculizaba a la figura del Presidente de la República con el uso de dobles. También consideraba una burla los chistes del caricaturista Nik. De imitadores menos

conocidos que estos dos exponentes del humor incluso decía que lo herían en su honor. En el entorno de De la Rúa se llegó a hablar de una “tinelización” de la política argentina y a preguntarse cuánta burla y cuánta ironía soportaba un cargo público. El círculo allegado a De la Rúa sostenía que de alguna manera tenía que explicarse la pérdida de prestigio del ex presidente que pasó de tener un 70 por ciento de popularidad al comienzo de su gobierno, a exhibir valores casi imperceptibles al momento de su renuncia. En gran parte habrían contribuido a ello los medios. “Se puede no estar de acuerdo con lo que hace el Presidente. Pero eso no da derecho a burlarse de él”, sostuvo el vocero presidencial Juan Pablo Baylac. Sin embargo según una encuesta, el 44 por ciento de sus compatriotas sostenía que el Presidente debía dedicarse a gobernar y un 39% le aconsejó tomar las cosas con más sentido de humor. De la Rúa no parece haber aprendido mucho desde la campaña de 1999 (comp. Seman, Ernesto 1999).

Por otra parte tampoco hay que perder de vista que el humor en la TV a la larga no sobrevive si no tiene una base real de sustentación. En tal sentido no puede sino coincidir con Ludolfo Paramio cuando escribe: “... la eficacia de los medios para difundir una determinada percepción de la realidad depende de la mayor o menor adecuación de ésta a la realidad percibida fuera de los medios, a través de las relaciones interpersonales e incluso el contexto físico. En un país devastado por una catástrofe natural, o por penurias económicas crecientes, es difícil imaginar ninguna estrategia mediática que pueda inducir una percepción positiva de la situación, e incluso generar expectativas positivas sobre su evolución, en ausencia de hechos que las sustenten”. (Paramio 2001: 25). No obstante, y en ese sentido el temor de los políticos está justificado, en la era de la imagen caer en el ridículo puede volverse peligroso. Letal es la combinación de imagen forjada por el periodismo argentino: ridículo, inepto y absolutamente corrupto.

Es probable que todo lo señalado demuestre que nos encontramos ante un cambio de paradigma en el periodismo político: si antes era el observador el que marcaba el estilo, hoy lo es el intérprete. El

periodista costarricense Jimen G. Chan Soto describe esta situación en la publicación “Sinergia” del Colegio de Periodistas de Costa Rica en los siguientes términos: “En los años sesenta, tanto figuras políticas como intelectuales veían a los medios como una tribuna o una cátedra, y a los periodistas como meros intermediarios de sus pensamientos y sus convicciones. Pero esta situación experimentó un cambio radical, representado por la metamorfosis del entrevistador, respetuoso de antes, en un interlocutor que interpela a sus invitados en nombre de la ‘opinión pública’ y de sus propias convicciones, estableciendo un género híbrido, una mezcla de hechos con opiniones, en el que prevalecen las segundas (...) El narrador se transforma en constructor, creador de la realidad”. (Chan Soto, Jimen G., 1997, 34 y 48). En los Estados Unidos hay estudios empíricos que ratifican esta tendencia. Thomas Patterson, por ejemplo, demuestra que en la primera página del *New York Times*, la proporción de notas comentadas frente a la mera información de hechos entre 1960 y 1992 pasó de ocho a ochenta por ciento. En la campaña proselitista de 1960 Richard Nixon y John F. Kennedy registraron un 75 por ciento de noticias positivas. Apenas 22 años más tarde, la información sobre George Bush, Bill Clinton y Ross Perot fue en un 60 por ciento negativa (Patterson, Thomas E., 196, 101/2 y 104). Sin duda ello no se debió sólo los políticos en cuestión. En América Latina, la separación entre información y opinión nunca fue una máxima respetada, y ahora la confusión es aún mayor, como lo es también la subordinación a los formatos generales del “infotainment”.

Todos estos aspectos serían más fáciles de digerir si los medios y los periodistas en América Latina analizaran más su propia corporación. Pero también aquí vale lo que Mathias Kepplinger alguna vez formulara en relación con Alemania: “el periodismo es el último tabú del periodismo”. Muchas cosas quedan sin discutir y existe un claro aislamiento frente a la opinión pública. Por otra parte, además de los formatos presentados para el ámbito político argentino, esto también vale para temas mucho más graves, por ejemplo el manejo de la violencia que obedece a motivaciones políticas. Colombia hace mucho que viene preguntándose cuánta representación de violencia en la televisión es soportable, qué efectos tiene y sobre todo cómo se

genera. Muchas veces, los periodistas en su afán por obtener una supuesta ventaja informativa o primicia hacen el papel de idiotas útiles al servicio de grupos armados que les anuncian la masacre que se viene para que puedan instalar sus cámaras con la debida antelación. La ciudadanía se pregunta si es legítimo por ejemplo, conceder a los responsables de incontables asesinatos, sean paramilitares o así llamados guerrilleros, espacio para que puedan exhibir toda su vanidad, sobre todo cuando la presentación está condicionada en cuanto a las preguntas y el comentario crítico que se puede hacer. ¿Es preciso que los informes sobre las masacres exhiban ante las cámaras hasta el último orificio de bala con la que se ultimó a la víctima? ¿Es necesario servirse del lenguaje de los victimarios sin siquiera ensayar al menos un lenguaje algo más objetivo cuando se presenta la información? Todas estas son preguntas que aguardan una reflexión de parte de los pocos establecidos fuera del público especializado, incluido el impacto sobre la cohesión de una sociedad democrática.

## **¿Pueden lograr los medios el cambio de la política?**

“Las elecciones se deciden en los medios”. Esta frase, muy familiar a quienes organizan las campañas electorales en Alemania, comienza a difundirse también en América Latina. Disminuye la importancia de los militantes, pasan a segundo plano los actos proselitistas masivos y la campaña en la vía pública. En muchas partes los grandes gurús, sobre todo de los EEUU, se hacen cargo de las campañas. “La tendencia a la desinstitucionalización en los procesos de formación de la voluntad política”, que Ulrich Sarcinelli constata para Alemania, se hace notar también desde Río Grande hasta Tierra del Fuego. Es secundario que se describan las consecuencias como “americanización” o “modernización”, lo único cierto es que los Estados Unidos una vez más indican los patrones de la evolución en América Latina. Bruce I. Newman dice en este contexto que en los EEUU los medios hace tiempo ya que pasaron a ser los nuevos dueños de los partidos (Newman, Bruce I, 1999: 52). Esto se hizo posible gracias a cambios sociodemográficos, que también son

de relevancia en América Latina: creciente fragmentación de las sociedades con la disolución de los lazos tradicionales, desintegración de ámbitos socialmente definidos con consecuencias para las vinculaciones tradicionales con los partidos, conducta electoral pragmática de los nuevos sectores medios con una proporción mucho mayor del voto indeciso y una creciente desconfianza ante grandes organizaciones y “los” políticos.

Tomando como ejemplo a la Argentina, Silvio Waisbord resume la evolución que a su juicio comenzó en el Río de la Plata en las elecciones presidenciales de 1983 -Raúl Alfonsín contra Italo Luder: “Los partidos políticos han perdido mucho poder de convocatoria como para montar campañas a la vieja usanza. Los candidatos ya no pueden dar por sentado que los votantes responden a una motivación histórica. Hoy, los votantes ofrecen apoyo esporádico y no una lealtad eterna. Confrontados con un comportamiento electoral menos leal a identidades y folklore partidarios, los partidos y sus candidatos deben cambiar sus campañas electorales. Los cuarteles generales deben valerse de encuestas para conocer esta opinión pública tan cambiante, deben cubrir con espacios comerciales y publicidad la brecha que separa a los partidos de los votantes. Adaptan las coreografías de sus actos a las necesidades de los medios, toman cursos con “misioneros de campaña” (...) y recurren a candidatos populares extrapartidarios para contrarrestar la pérdida de legitimidad de las ideologías y de los partidos políticos”. (Waisbord, Silvio, 1996: 221). Y el periodista Mariano Grondona agrega: “El pueblo, cuando vota, no escoge personales reales sino ‘personajes’: actores cuyo libreto ha sido minuciosamente redactado por eximios profesionales de la comunicación”. (Grondona, 2000). Gabriel Dreyfus (2001), un profesional de la publicidad, describe este proceso en mayor detalle.

Lo cierto es que el sometimiento de la política a la lógica de producción de los medios, sobre todo de la televisión, no ha dejado de tener su influencia sobre la política y las personas y partidos que la forman. La periodista argentina Adriana Schettini lo describe así: “A estas alturas es difícil pensar la democracia fuera de la TV y de su



lógica espectacular. Es hora de ver en la televisión algo más que la propia televisión; es tiempo de advertir en ella el instrumento que reestructura la vida cotidiana y la vida política de nuestra democracia". (Schettini, Adriana, 2000: 11). Mientras que en la mayoría de los países los medios y la Iglesia Católica son las instituciones que mayor aprobación concitan, los partidos y parlamentos, así como la justicia y los sindicatos se encuentran en el escalón inferior de la apreciación pública. El que desnuda escándalos ciertos o manipulados, queda siempre mejor parado que el que los suele provocar. La mala imagen de los partidos lleva a que los candidatos nieguen desde el vamos toda vinculación partidaria o que se distancien del partido, una vez que han sido elegidos. Extrapartidarios que disponen de los recursos monetarios suficientes prefieren armar su propio aparato y presentarse como los abogados anti-establishment de las masas, aun cuando su propia biografía diga todo lo contrario. Sus ventajas son obvias: "Los outsiders son calificados de candidatos mediáticos", escribe Viviana Gobato: "Craso error. Ellos no necesitan a los periodistas. Los periodistas son los que corren tras ellos, al revés de los políticos profesionales que se mueren por una cámara o un diario prestigioso. Por otro lado, deben enfrentarse a una tribu distinta, la cual le temen: los periodistas políticos que casi forman una familia con sus fuentes. Ergo, en general, los outsiders tipo Reutemann se envuelven en una ola de misterio que se parece mucho a un histeriqueo juvenil". (Gorbato, Viviana, 2000: 88/89). Pero también los políticos tradicionales están en condiciones de servirse adecuadamente de los medios como dice Adriana Schettini tomando como ejemplo la figura del ex presidente Carlos Menem: "... el presidente siempre demostró ser un actor de raza televisiva. La improvisación, la espectacularidad, el desenfado, las opiniones expresadas en treinta segundos y el carisma mediático son calidades que la TV agradece como nadie. Menem resultó ser una astilla de ese mismo palo. Fuerte el aplauso". (Schettini, Adriana, 2000: 18).

La tendencia a la personalización juega un rol nefasto. Como la realidad compleja no se puede preparar a pedir de boca del público masivo, además de requerir, tiempo, lugar y conocimiento de causa, se recurre a la vida privada de los políticos más apta para la puesta

en escena. No queremos tampoco callar que hoy por hoy son muchas veces los propios políticos los que le abren a los medios la puerta del living cuando no del dormitorio. En cualquier caso, la aparición televisiva de los políticos -en los EEUU el sonido original de los políticos en los noticieros se reduce en promedio a nueve segundos- es poco apropiado para clarificar hechos. Pero tampoco en noventa segundos resulta factible explicar adecuadamente una reforma fiscal. En el camino quedan las instituciones cuyo trabajo requiere un cierto grado de complejidad, por ejemplo los parlamentos. Un estudio de Fernando Ruiz realizado conjuntamente con un equipo de investigadores de la Universidad Austral muestra para el caso argentino los déficits en la presentación del trabajo parlamentario y cómo varían las percepciones entre parlamentarios, periodistas y relacionistas (Ruiz, Fernando, 2001). En su mayoría, los parlamentarios advierten que los temas que los periodistas destacan, no son efectivamente los temas de mayor importancia. Tampoco consideran que sus colegas de mayor presencia mediática sean los mejores parlamentarios. Consideran que apenas se valora el trabajo en las comisiones, un elemento central del trabajo parlamentario en Argentina, como en otras democracias también. Los periodistas, a su vez, hacen referencia a diferencias entre los corresponsales en el parlamento y las redacciones que son las que en última instancia deciden acerca del espacio que se asigna a la información sobre el parlamento. Ambos grupos coinciden que todavía queda mucho por hacer de ambos lados para profesionalizar la comunicación institucional del parlamento.

En los medios, los políticos y partidos se ven expuestos, además, a una competencia que resulta difícil batir: en tanto que en la política gobierna el compromiso, al que no sólo en Alemania suele atribuirse cualidades ambiguas, sobre todo la juventud hoy se inclina más por el rigor moral y los términos unívocos. A esa necesidad responden mejor las organizaciones como la multinacional ambientalista "Greenpeace" que se muestra muy activa también en América Latina: son guerreros valientes, dispuestos a correr riesgo para bien del futuro de todos nosotros contra estructuras anónimas, impulsadas sólo por el afán de lucro que parecen hacer de las suyas únicamente

gracias a la inoperancia y complicidad de la política. Estas son las imágenes de enemigo que se comercializan mejor. Además, la organización, como se sabe, proporciona material visual muy impactante y en un todo de acuerdo con las necesidades de la televisión, de modo que los periodistas en su información parecen más la hinchada de un club de fútbol, que los ojos y los oídos críticos de la opinión pública interesada. No hace falta mucha fantasía para darse cuenta del escaso encanto medial que pueden tener las conferencias de prensa, que siguen siendo un instrumento muy popular entre los partidos, pero que ofrece muy pocas posibilidades de ilustración.

## **La campaña electoral -una carrera hípica**

Mientras que en los años setenta, por cada minuto dedicado a las encuestas de opinión, los informativos sobre las campañas electorales en los EEUU dedicaban cuatro a los aspectos programáticos, en la década de los noventa esta relación se redujo a un minuto contra un minuto y treinta segundos. El político argentino Gustavo Beliz resume: “La forma por encima del fondo, el preconceito por encima del concepto, la instantaneidad por encima del relato sereno de la propuesta y el proyecto”. (Beliz, Gustavo, 1997: 29). En la actualidad el uso de las encuestas llega a tener carácter casi endémico y no siempre está animado por criterios profesionales. Más bien se puede compartir lo dicho por el asesor político German Manga, según el cual las encuestas son como las morcillas, son ricas mientras no se sabe de qué están hechas. En muchos casos, las consultoras están abiertas a las manipulaciones en interés de sus clientes, por razones de costos se renuncia a métodos estadísticamente válidos, grupos enteros de la población no son considerados por ser de difícil acceso, y tampoco se cuenta con una adecuada organización de encuestadores. En países en los que la densidad de los servicios telefónico y online difícilmente permite un muestreo representativo en el uso de estos medios, se simula igualmente la apariencia de representatividad. Los medios, a su vez, en muchos casos se dejan instrumentalizar, no tiene lugar un análisis crítico de los datos. Asimismo la información

se limita a decir quién aventaja por cuántos puntos a quién. A nadie le interesa que el día de las elecciones los datos reales estén muy lejos de los pronósticos y al poco tiempo, los mismos “investigadores de opinión” ocupan otra vez los primeros lugares a la hora de hacer nuevos pronósticos y estimaciones. Esta falta de coherencia resulta poco propicia para establecer estándares profesionales y conceder a la ética profesional el lugar que se merece. El que sufre las consecuencias es el usuario de los medios para el cual una vez más existen abismos entre la opinión pública y la opinión publicada.

También en América Latina “negativismo” es un valor de noticias de creciente importancia y también en este caso es válido lo que Hans Mathias Kepplinger dice para Alemania: la fuente son en muchos casos los mismos políticos que, sin considerar el prestigio de la clase política en su conjunto, creen que la disputa permanente y los ataques personales sólo perjudican al adversario político. El ataque es la mejor defensa, “go negative” es la base de una campaña agresiva. Se cree saber que los grandes titulares negativos sobre el adversario son más indelebles que las noticias positivas sobre uno mismo. En las elecciones parlamentarias de octubre de 2001 en Argentina, por ejemplo, se podía tener la impresión de que un gobierno poco feliz en su gestión, buscaba nivelar su propia imagen, muchas veces en connivencia con periodistas amigos, incentivando el hastío general que genera la política. El mensaje era: los políticos son todos iguales, los otros tampoco son mejores. No es de extrañar que “político” se haya convertido en una mala palabra de uso corriente y que los ciudadanos apenas están en condiciones de distinguir a unos de otros.

Hoy por hoy muchos políticos latinoamericanos son asesorados por especialistas externos para temas cada vez más puntuales. En los EEUU se ha formado toda una industria del asesoramiento político que se extiende por toda América como uno de los mercados fácilmente conquistable. Marco Althaus señala: “Pese a todo el rechazo que despiertan ‘gringos’ y ‘yankees’, los Estados democráticos del Caribe, América Central y América del Sur se han convertido en un mercado lucrativo para los asesores norteamericanos. En

estos países con constituciones presidencialistas, los jefes de Estado en general se eligen en forma directa, de modo que la elección gira sobre todo en torno a los candidatos. La televisión es un medio de campaña importante y casi de uso irrestricto. El dinero afluye en grandes cantidades a las arcas partidarias y vuelve a salir". (Althaus, Marco, 1998: 162). También en América Latina mismo se han consolidado las estructuras profesionales: asesores brasileños, por ejemplo, son presencias casi permanentes en la lucha política de Argentina. A su vez encontramos a consultores argentinos en las campañas electorales de México, y también expertos chilenos y venezolanos exportan su know how. En muchos casos también constituyen sociedades con colegas de los Estados Unidos que marcan siempre el punto de referencia.

## **Construir la realidad**

Los asesores también participan a la hora de construir los llamados "pseudo-acontecimientos" que únicamente ocurren para los medios y que son puestos en escena por parte de la política. Juan Luis Cebrian, presidente del directorio del grupo multimédios español "Prisa", al que pertenece el diario *El País*, dice al respecto: "Hubo un tiempo en que los periodistas nos dedicábamos a contar las cosas que sucedían, pero ésta es la hora en que, en realidad, las cosas suceden casi única y exclusivamente para que los periodistas pueda, os contarlas". Y el politólogo Belarminio Ramírez completa: "Los medios se politizaron y la política se mediatizó". (Ramírez, Belarminio, 1998).

Claro que la tendencia descrita no es uniforme en toda América Latina. Las particularidades nacionales siguen siendo relevantes y forman simbiosis con las manifestaciones de modernización. Un papel muy importante desempeñan tanto el sistema electoral, el tipo de cargos a ser ocupados, las leyes electorales y el financiamiento de las campañas, pero también las regulaciones sobre acceso a los medios. Entre las elecciones presidenciales -altamente personalizadas- y las elecciones parlamentarias existen considerables diferencias. También el tema del derecho electoral mayoritario o las diversas

variantes del voto proporcional influye en el diseño de la campaña. En muchos países existen limitaciones durante la campaña, la publicación de encuestas, la publicidad en lugares públicos que no pasan desapercibidas en la conducción de la campaña.

Una ley que establece que los medios de comunicación públicos y/o privados deben facilitar a todos los partidos igual cantidad de minutos en forma gratuita o en condiciones preferenciales, no sólo influye en el financiamiento de la campaña. En muchos casos sigue siendo fundamental la ventaja competitiva del Ejecutivo que significa utilizar el aparato del gobierno y otorgar favores a la propia clientela en vísperas de elecciones, algo que hasta ahora ha sido muy poco tenido en cuenta, pero que es cada vez más cuestionado, debido sobre todo a las posibilidades de reelección de presidentes.

Las distintas tradiciones políticas en los diversos países y la respectiva cultura política determinan diferencias enormes. Entre las elecciones y las campañas en las democracias consolidadas como Costa Rica, por un lado, y las democracias establecidas o restablecidas más recientemente como Paraguay, por el otro, se abren abismos. Las elecciones en la región del Caribe, a su vez, obedecen a leyes propias que hacen que asesores extranjeros que no conocen la historia del país casi siempre fracasen. Aquí estilos de campaña tradicionales se superponen a toda tendencia de modernización.

El traslado de la campaña electoral a los medios audiovisuales se constata en casi todos los países. La presencia de los candidatos ya no se limita a los programas políticos, noticias y programas de interés general. En particular, los partidos que no cuentan con un presupuesto publicitario muy importante se esfuerzan por colocar a sus candidatos en los programas de entretenimiento, donde ante todo quieren ser percibidos como personas y no como políticos. Simultáneamente, en muchos casos han disminuido los programas políticos y va desapareciendo el espacio que tradicionalmente estaba a disposición de los políticos. Los canales de televisión parecen tener en cuenta que la política, salvo situaciones de excepción, no concita mayores audiencias.

Los ejemplos anteriores muestran, sin embargo, que los políticos no están tampoco inermes ante los medios. A través de inversiones cada vez más importantes en publicidad política y RRPP, asesores, en general, por gurus internacionales, sobre todo de origen norteamericano o brasileño, van dirigiendo sus propios procesos de información, ejercen una influencia significativa sobre los temas y el timing de la propuesta informativa de los medios. Asimismo, en varios países son dueños de canales de radio y televisión así como diarios y revistas. El diario brasileño *Folha de Sao Paulo*, menciona que aproximadamente un 25 por ciento de las 250 concesiones televisivas se encuentra directamente en manos de políticos. Dos ex presidentes y cuatro senadores están directamente comprometidos: “Un canal de televisión en las manos de políticos puede ser un arma, utilizable tanto para apoyar a los aliados como para combatir al adversario político”, escribe el diario.

En Colombia es usual que las tradicionales familias políticas cuenten con sus propios programas de televisión, cuyas informaciones presentan una percepción claramente distorsionada, lo que se evidencia a través de numerosos análisis de contenidos, por ejemplo en épocas de campaña. En Venezuela, el presidente Hugo Chávez se ha asegurado sus propias emisoras y también en Argentina más de una familia de gobernadores tienen importantes inversiones en el rubro medios.

El Perú de Fujimori demostró cabalmente las posibilidades con las que cuentan los sistemas autoritarios para someter a los medios de comunicación. El asesor de Fujimori, Vladimiro Montesinos, recurrió a fondos asignados al servicio secreto para sobornar a medios, conductores, y periodistas y por si no era suficiente movilizó a la justicia y a los entes fiscales contra los medios hostiles al gobierno. El resultado fue una orgía de difamación contra adversarios políticos, sobre todo en la prensa amarilla y en los shows de televisión más vistos, acompañados de permanentes elogios al trabajo del gobierno. En la nómina salarial también figuraban personalidades conocidas de la escena medial, que no tenían escrúpulos en aceptar el ofrecimiento de un gobierno, que por otra parte ejercía

un control directo sobre todo el espectro de canales estatales y medios gráficos. Testaferros permitían un empleo creativo de Internet al servicio de la lucha contra opositores al régimen (comp. Amuero, Fernando, 2001, Macassi Lavander, Sandro, 2001 y Degregori, Carlos Iván, 2001).

## **Del derecho de medios no se habla**

América Latina tiene problemas para darle una forma jurídica a todos estos aspectos. Prácticamente no existe protección para los ciudadanos -aunque sean políticos- afectados por esta forma de informar de los medios. En parte la traducción del poder de mercado en poder político por parte de las empresas multimedios explica la actitud de prescindencia de los políticos. Se agrega que muchos ciudadanos recuerdan vívidamente los tiempos en los que regímenes autoritarios pretendían amordazar a la libertad de prensa con disposiciones legales, o mediante la censura reprimían directamente las opiniones que no le eran favorables. Como en general los medios y sus representantes en toda América Latina gozan de una mejor imagen que sus contrapartes en el sector político, los políticos están solos con sus reclamos de regulación en su enfrentamiento con una masiva protesta de los medios. Consecuencia: prefieren renunciar al intento.

Esto no excluye que siga habiendo intentos de sancionar “leyes mordaza”. En Paraguay, por ejemplo, fracasó, debido a la masiva resistencia pública, en julio de 2001 un proyecto de ley (ley N° 1728 sobre “transparencia administrativa”) que habría dificultado considerablemente el acceso a informaciones de interés público. Así por ejemplo, no se podría haber informado sobre juicios pendientes ante la justicia, negociaciones gubernamentales o incluso conductas de funcionarios. Tampoco se podrían haber publicado los así llamados datos “sensibles” referidos a la situación patrimonial de los políticos y mucho menos informaciones que afecten los “aspectos de la defensa nacional y la seguridad del Estado”, un concepto poco especificado.



En Venezuela, país en el que los medios se han convertido en el principal blanco de los ataques del presidente Hugo Chávez, la Constitución los obliga a brindar una “información veraz”. Por el momento no queda definido qué es exactamente una información veraz, cómo se la mide y quién en última instancia decide sobre la veracidad o falsedad de la información.

En Chile, la era de la censura que amordazaba a la libertad de prensa, instalada durante el régimen militar del General Augusto Pinochet, recién concluyó en 2001. La nueva Ley de Prensa N° 19.733, retenida mucho tiempo en las Comisiones del Congreso y blanco de reiteradas críticas de parte de los partidos de derecha y de los dueños de los medios, garantiza ahora el libre acceso a la información, protege el secreto profesional de los periodistas y permite la libre constitución de nuevos medios. Al mismo tiempo se derogaron artículos de la Ley de Seguridad del Estado que pendían como una espada de Damocles sobre el trabajo periodístico. Al igual que en otros países siguen vigentes ciertas disposiciones de orden penal, como por ejemplo difamación de funcionarios que también puede aplicarse contra periodistas y que contemplan severas multas.

No sorprende, pues, que periodistas y ciudadanos, muchas veces tengan razón en mostrarse escépticos cuando los políticos se ocupan del tema de los medios. Sin embargo esto significa también que se evita discutir aquellos temas que en los países con una clara tradición en materia de libertad de prensa están sujetos a regulaciones nacionales o multilaterales para beneficio de un orden informativo plural, como por ejemplo en los países de la Unión Europea. México es un ejemplo de cómo se pueden hacer las cosas de otra manera. Luego de años de duras disputas, desde hace algunos meses los políticos, los dueños de los medios, los periodistas y los ciudadanos están sentados en una misma mesa para definir los ámbitos en los que es preciso reformar la ley de medios del país, totalmente obsoleta, habida cuenta que data de los primeros del gobierno del PRI hacia mediados del siglo XX. Entre los aspectos a tratarse figuran temas que hacen a una adjudicación transparente de licencias para radio y televisión, regulaciones para ofertas en emisoras de derecho

público y regulaciones de acceso para periodistas y ciudadanos a informaciones de interés público. En buena medida la existencia de estos debates se debe al esfuerzo de políticos como el joven senador por el PAN, Javier Corral, que en su calidad de Presidente de la Comisión de Medios del Senado y de la Cámara de Diputados insistió en la necesidad de una regulación a pesar de la oposición de los medios. Javier Corral también denunció la existencia de zonas grises que por la ausencia de normas claras, favorecen a aquellos sectores que por su poder económico y su acceso directo a la dirigencia política logran imponer sus intereses particulares. La mejor legislación de medios es ninguna legislación es un dicho que en ese sentido no hace más que reivindicar la ley de la jungla y beneficia sobre todo a los más fuertes.

## **Libertad de prensa amenazada**

En el orden económico también encontramos muchos problemas que siguen limitando la libertad de prensa en América Latina. Competencia desleal, abuso de posiciones dominantes y la unión privilegiada con los decisores políticos, a menudo, son instrumentos que se utilizan para limitar la competencia e impedir una oferta pluralista, pero también para amordazar a periodistas y editores incómodos. Mientras que en el pasado el Estado ejercía en forma directa la censura, hoy en casi toda América Latina se aplican métodos más sutiles. Las excepciones confirman la regla.

Progresivamente toman estado público los métodos utilizados por Fujimori en Perú en el “trabajo con los medios”. Tampoco el presidente venezolano Hugo Chávez deja pasar oportunidad alguna sin invitar a sus seguidores en forma directa a hostigar a reporteros y medios que no le son favorables: bloques como el que recientemente se manifestara ante el diario *El Nacional* en Caracas y agresiones físicas a periodistas que cubrían eventos con la presencia del Presidente reflejan su complicada relación con la libertad de prensa.

Un problema enorme son, por otra parte, el crimen organizado y

el terrorismo, que en 2001 se cobraron numerosas víctimas entre los periodistas. Sobre todo periodistas colombianos corren serio peligro en el ejercicio de su profesión. Nuevamente hubo numerosos muertos, otros periodistas se vieron obligados a abandonar el país porque sus vidas corrían peligro. Pese a la ayuda de las organizaciones internacionales esto genera toda una serie de inconvenientes a los afectados. Por otra parte, los perpetradores consiguen su objetivo que es el de silenciar al periodismo independiente. Otro capítulo particularmente penoso, pero de larga data en América Latina, es la impunidad con la que se cometen estos actos. También desde México y los países centroamericanos Guatemala, Honduras y El Salvador, se informa de casos similares.

En cambio no se inserta en el “rubro censura” los proyectos de algunos gobiernos de aplicar el IVA al sector de medios, aun cuando los empresarios tengan una visión totalmente opuesta, como ocurriera el año pasado en Argentina. En cambio es un problema, y esto no sólo desde la perspectiva de los usuarios, el que los gobiernos primero formulen un anuncio en ese sentido, luego reviertan esa decisión bajo la presión de los medios y a partir de ese momento los medios pasen a informar en un tono particularmente benévolo sobre la gestión del gobierno. Se trata de una conducta que también puede observarse en el caso de Argentina.

## **Deterioro en las condiciones de trabajo de los periodistas**

Sería de desear que los empresarios de los medios defendieran con el mismo ahínco la libertad de prensa interna con el que se defienden de la intervención del Estado. Pero eso está muy lejos de la realidad. La lista de las quejas de los periodistas que trabajan en relación de dependencia es larga. Van desde temas explícitamente tabúes, hasta la prohibición de entrevistar o siquiera nombrar a ciertas personas. En cambio se espera que la forma de informar sea coincidente con los intereses económicos y políticos de los propietarios de los medios, que no pocas veces los usan como trampolín para ambiciones totalmente ajenas a la profesión.

Se agrega una política de austeridad que traba fuertemente un trabajo periodístico serio. En tiempos de crisis y en vista del ejército de periodistas desocupados, incluso los medios serios de la capital argentina buscan achicar sus redacciones y cerrar los vacíos que tales medidas provocan contratando a principiantes o becarios. De este modo se deterioran aún más los niveles remunerativos y las condiciones de trabajo. En general no se cuenta con tiempo para investigaciones sólidas, y no resulta posible siquiera pensar en un periodismo de investigación. En su lugar el trabajo se nutre de rumores y de un abuso de fuentes anónimas, cuya existencia en más de un caso es por lo menos dudosa. No sorprende, entonces, que ante este trasfondo muchos periodistas en América Latina manifiesten que la corrupción ha ganado la profesión. A la mejor usanza corporativista casi nunca se informa sobre el tema, a menos que se trate de denunciar directamente al adversario en la lucha por prebendas y audiencias. En ese sentido escribe Víctor Hugo Ghitta (La Nación del 12 de agosto de 2001): “Creo que la decadencia de la profesión reconoce muchas raíces pero dos de ellas son determinantes: la incapacidad económica de los canales que determina que contraten a profesionales menos expertos, y la ausencia de modelos... La radio y los reporteros de la televisión hoy simplemente relatan anécdotas sin ningún tipo de indicación de fuentes... “.

Hay otras razones estructurales que favorecen estas tendencias: en muchos casos los periodistas de emisoras que más que nada constituyen una plataforma comercial, compran espacio para su propio programa y luego se refinancian a través de la venta de espacio publicitario, con lo que fácilmente quedan en una situación de conflicto. En regiones rurales en los que el número de anunciantes es limitado y en los que el “mercado” está dominado por la publicidad oficial, la independencia periodística tiene pocas chances. El elevado número de periodistas desocupados más las generaciones de nuevos periodistas que se vuelcan al mercado como egresados de la innumerable cantidad de facultades de ciencias de la comunicación, contribuyen a nivelar hacia abajo. En las 23 facultades estatales de ciencia de la comunicación que la periodista Daniela Blanco de la revista especializada *Un Ojo Avizor* estima que existen en Argentina,

hacia fines de los años noventa inscriptos unos 35.000 estudiantes, una cifra que excede de lejos a la cantidad de periodistas actualmente en actividad en Argentina. En toda América Latina se estima que existen unos 35.000 estudiantes inscriptos en carreras de la comunicación. Incluso países pequeños como Chile tienen más de 40 facultades en este rubro. La situación permite pronosticar una competencia ruinosa con el agravante que significa la justificada duda respecto de la calidad de muchas de las carreras. Sin una orientación cierta y sobre todo ignorando por completo la realidad del mercado laboral, muchas universidades siguen adelante con su oferta, sobre todo las privadas, particularmente interesadas en tener elevados cupos de estudiantes. Ello les permite elevar sus ingresos a partir de los aranceles que los estudiantes pagan a cambio de cursar una carrera supuestamente “económica”.

En todos los países, las pocas “universidades de primer nivel”, cuyos graduados naturalmente sólo hacen a una pequeña parte del estudiantado, son la excepción a la regla. Por otra parte se benefician muchas veces de acuerdos entre sus universidades y algunos de los medios de primer nivel. Los periodistas de estos medios hacen las veces de tutores, les proporcionan una primera visión de la profesión como pasantes o becarios en sus redacciones y les allanan el camino para una futura carrera periodística. Muchos otros se quedarán a mitad de camino. Estas universidades son también las que ofrecen postgrados cada vez más especializados, ya sea para el periodismo on-line, derecho y política de medios o también gerenciamiento. Cuando medios como *Clarín* o *La Nación*, en Argentina por ejemplo, ofrecen sus propias carreras de postgrado, la universidad funciona como institución asociada.

Un panorama similarmente problemático es el que se presenta en el área de la investigación, muy poco desarrollada en las ciencias de la comunicación. Nuevamente son apenas unas pocas universidades las que han comprendido que la investigación y la docencia forman una unidad. En general los profesores en las universidades estatales están mal remunerados, enfrentan gran cantidad de horas cátedras y un elevado número de estudiantes, pese a tener sólo

contratos de tiempo parcial. En estas circunstancias no puede esperarse que impulsen la investigación. Allí donde se hace investigación a pesar de todo, los investigadores hacen importantes sacrificios en materia de tiempo y dinero. Una vez más se pone de manifiesto la brecha que existe dentro del propio sector universitario: pocas universidades de primer nivel, por un lado, y la gran masa del resto, por el otro.

En vista de todos estos hechos, resulta cada vez menos explicable el elevado prestigio del que gozan los medios en muchos países de América Latina. O bien estamos ante un caso en el que entre los ciegos, el tuerto es verdaderamente el rey, o ante una situación en la que todo un sector lucra más con la ignorancia de sus usuarios que con la calidad real que pueda ofrecer. Sin embargo, existen ciertos estudios que deberían hacer reflexionar a los medios en América Latina: un puesto en la cima de la escala de credibilidad puede perderse muy rápidamente; recuperar la confianza perdida es una de las tareas más arduas.

## BIBLIOGRAFIA

**Althaus, Marco:** Wahlkampf als Beruf - Die Professionalisierung der Political Consultants in den USA, Frankfurt/Main, Berlin, Bern, New York, Paris, Wien 1998: Lang.

**Ampuero, Fernando:** El Enano - Historia de una enemistad, Lima 2001: mosca azul editores.

**Beliz, Gustavo:** Periodismo y política en los noventa: tendencias, riesgos y oportunidades, En: Contribuciones 2/1997, Buenos Aires 1997: KAS-CIEDLA, págs. 25-52.

**Cantú, Guillermo H.:** Asalto a palacio - Las entrañas de una guerra, México D.F. 2001: grijalbo.

**Chan Soto, Jimen G.:** Periodistas suplantando a intelectuales y controlan la política y a los políticos, en: Sinergia - Revista de la Comunicación (Colegio de Periodistas de Costa Rica, N° 7, Agosto-octubre 1997, pp. 25-50).

**Degregori, Carlos Iván:** La Década de la Antipolítica - Auge y huida de Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos, Lima 2001 (segunda edición): IEP.

**Dreyfus, Gabriel:** La publicidad que me parió, Buenos Aires 2001: Planeta.

**Gorbato, Viviana:** Vote Fama - El strip-tease de la clase política argentina, Buenos Aires 2000: Editorial Sudamericana.

**Graber, Doris A.:** Mass Media and American Politics, Fifth edition, Washington 1997: Congressional Quarterly Inc.

\_\_\_ Say it with pictures, en: Annals, AAPSS, 546, julio 1996, pp. 85-96.

**Gronadona, Mario:** Bush y la teoría de las verdades, en: La Nación, Buenos Aires, 7.9.2000.

**Macassi Lavander, Sandro:** Prensa Amarilla y cultura política en el proceso electoral, Lima 2001: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

**Majul, Luis:** Periodistas - Qué piensan y qué hacen los que deciden en los medios, Buenos Aires 1999: Editorial Sudamericana.

**Mayobre, José Antonio:** The Case of Venezuela, in: Swanson, David/ Mancini, Paolo: Politics, Media and Modern Democracy - An international Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences, Westport 1996: Prager, pp. 227-245.

**Newman, Bruce I.:** The Mass Marketing of Politics - Democracy in an Age of Manufactured Images, Thousand Oaks - London - New Delhi 1999: Sage Publications.

**Otter, Thomas:** Marketing Político en Paraguay - Poderosa herramienta para la captura de votos o apenas formador de opiniones?, Asunción 2001: Fundación Konrad Adenauer/Intercontinental Editora.

**Paramio, Ludolfo:** Democracia y ciudadanía en el tiempo de los medios audiovisuales, en: Revista Iberoamericana de Comunicación, Ciudad de México Otoño-invierno 2001.

**Patterson, Thomas E.:** Bad News, Bad Governance, in: Annals, AAPSS, 546, July 1996, S. 97-108.

**Plasser, Fritz:** Global Political Campaigning - A Worldwide Analysis of Campaign Professionals and Their Practices, Westport/Connecticut - London 2002 (fecha de publicación estimada: marzo 2002): Praeger.

**Ramírez Morillo, Belarminio:** Las Campañas Electorales en América Latina - El Caso Dominicano, 1998, manuscrito sin publicar.

**Ruiz, Fernando (coordinador):** Prensa y Congreso - Trama de relaciones y representación social, Buenos Aires 2000: Fundación Konrad Adenauer/ La Crujia Ediciones.

**Sarcinelli, Ulrich:** Im Kampf um öffentliche Aufmerksamkeit - Wie sich die politischen Parteien in der Mediendemokratie verändern, in: FAZ, 24.9.1998.



**Schettini, Adriana:** Var para Creer - Televisión y política en la Argentina de los 90, Buenos Aires 2000: Editorial Sudamericana.

**Seman, Ernesto:** Educando a Fernando - Como se construyó De la Rúa presidente, Buenos Aires 1999: Planeta.

**Sindicato de Periodistas del Paraguay/Federación Internacional de Periodistas/Unión Europea (ed.):** Periodismo Electoral - La agenda de los medios de comunicación durante las Elecciones Nacionales de 1998, Asunción/Paraguay 1998.

**Waisbord, Silvio:** Prácticas y precios del proselitismo presidencial: Apuntes sobre medios y campañas electorales en América Latina y Estados Unidos, en: Contribuciones 2/1997, Buenos Aires: KAS CIEDLA 1997, pp. 159-182.

\_\_\_ Secular Politics - The Modernization of Argentine Electioneering, in: Swanson, David / Mancini, Paolo: Politics, Media, and Modern Democracy - An international Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences, Westport 1996: Praeger, pp. 207-225.

\_\_\_ El gran desfile - Campañas electorales y medios de comunicación en la Argentina, Buenos Aires 1995: Editorial Sudamericana.



**LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS  
EN LOS PROCESOS DE PAZ Y DE CONFLICTO<sup>1</sup>**

*Héctor Salvatierra*

Periodista, licenciado en Ciencias de la Comunicación  
por la Universidad de Guatemala



## **EL CASO GUATEMALA**

### **Datos de ubicación**

Guatemala es un país de América Central con una extensión territorial de 108.000 kilómetros cuadrados y una población de 11 millones. Colinda con México, Belice, Honduras y El Salvador. El castellano es el idioma oficial, pero el 60 por ciento de las personas habla uno de los 22 idiomas de ascendencia maya.

Entre otros indicadores relacionados con los efectos sociales derivados del modelo económico guatemalteco, cabe mencionar que el país está situado en la posición 108 de 160, en términos del índice de Desarrollo Humano (IDH), por debajo de El Salvador -95-, Nicaragua -106- y Honduras -107-; la esperanza de vida al nacer es de 64.5 años; la tasa de alfabetización de adultos es de 68.1%; la probabilidad al nacer de no sobrevivir hasta los 40 años de edad es de 15.6%.

La tasa de mortalidad de niños menores de un año por mil nacidos vivos es de 45 para 1999; la tasa de mortalidad de niños menores de cinco años por mil nacidos vivos es de 60 para 1999; la proporción de mortalidad materna por 100.000 nacidos vivos es de 190 (1980-1999).

Según los resultados de la Encuesta Demografía y Salud (DHS, por sus siglas en inglés) levantada por la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID), la desnutrición infantil en Guatemala es alta y persistente, y en su expresión crónica es del 46% en el territorio nacional<sup>2</sup>, en tanto que en su expresión aguda, la medida por peso/edad, llega a alcanzar 2.5% como promedio del país.

Incluso con estos datos nacionales que son más dramáticos en determinados municipios de los departamentos de Alta Verapaz, Baja Verapaz, Huehuetenango y Quiché, Guatemala es el país con mayor desnutrición crónica de todo el continente americano, casi igual a Bangladesh y Mozambique, y tiene peores condiciones que varios países del continente africano.

Guatemala no ha logrado superar problemas de salud como el paludismo y la tuberculosis, ya que por cada 100.000 habitantes hay 305 casos del primero y 26 de la segunda. No obstante los registros mencionados, el porcentaje del Producto Nacional Bruto (PNB) destinado en 1995-1997 para educación y salud pública ha sido el 1.7% y 2.1%, respectivamente.

A pesar de que los indicadores sociales reflejan el deterioro de las condiciones de vida de la población, esta realidad no había sido del interés público<sup>3</sup>, sino hasta que públicamente se da a conocer en trabajos periodísticos la “hambruna de Jocotán y Camotán”, poblaciones del oriente del país, en las cuales los cuadros de la niñez emulaban escenas similares a las observadas en África. De hecho, análisis y noticias de prensa calificaron lo visto como “africanización en Guatemala”.

En materia de comunicación masiva, circulan cinco matutinos y dos vespertinos (uno de ellos oficial), hay cuatro canales de televisión abierta, propiedad de la misma persona, y las 400 frecuencias radiales son manejadas por el Estado, las iglesias católica y evangélica, y cuatro poderosas cadenas privadas. Desde el punto de vista de influencia política y económica, los impresos van a la cabeza, mientras en penetración nacional son la radio y la televisión las que logran más incidencia.

## **Contexto**

Durante el siglo XX, Guatemala tuvo una cadena de gobiernos militares o militarizados. En ese lapso sufrió dos dictaduras, una de

22 años, con Manuel Estrada Cabrera (1898-1920) y otra de 14, con Jorge Ubico Castañeda (1931-1944). En el marco de las políticas de comunicación se aplicó una censura total o encubierta, de manera que los medios periodísticos pocas veces trataron temas que no fueran del agrado de las autoridades de turno.

A lo largo de esos años, las restricciones fueron constantes. En materia informativa, la tendencia conservadora de los medios de comunicación implicaba que sólo se divulgaran noticias y comentarios favorables al sistema. En 1962 comenzó una etapa que llegó a prolongarse por casi cuatro décadas: la guerra de guerrillas.

El conflicto armado interno tuvo distintas etapas, producto del flujo y reflujo de los grupos insurgentes; sin embargo, su presencia fue continua, fundamentalmente en las provincias del Altiplano, Norte y Occidente del país. Al término de la lucha armada y luego de la firma de la paz, la Comisión para el Esclarecimiento Histórico (CEH) comprobó que en el transcurso del enfrentamiento 200 mil personas fueron ejecutadas extrajudicialmente, 45 mil detenidas desaparecidas, 440 aldeas arrasadas y 200 mil buscaron refugio, la mayoría en México.

## **Información y responsabilidad periodística**

El Canciller alemán Otto Von Bismarck, en alguna oportunidad dijo que nunca se miente tanto como antes de unas elecciones y durante una guerra. Por aparte, la teoría periodística establece tres compromisos para quienes ejercen esta profesión:

- 1º Decir la verdad (compromiso de conciencia).
- 2º Servir a la sociedad (compromiso social).
- 3º Manejar profesionalmente las herramientas técnicas (compromiso académico).

Y hay un dicho que reza: *“Si un hecho no sale en la televisión (o en otro medio de comunicación masiva), entonces nunca pasó”*.

Los tres aspectos citados vienen al caso por lo ocurrido en Guatemala. Durante 36 años hubo un conflicto armado interno, en el que además del enfrentamiento a tiros, los gobiernos y la insurgencia combatieron en el plano de la propaganda. Esta situación generó que un alto porcentaje de la guerra transcurriera con la divulgación de medias verdades.

En ese sentido, hubo sectores de la prensa que no cumplieron los compromisos de transmitir la verdad y de privilegiar el servicio hacia la comunidad. En unos casos, la censura oficial o el temor de perder la vida a manos del Ejército o de la guerrilla, motivaron que los hechos registrados en el marco de la violencia política, no ocuparan espacios entre las informaciones periodísticas, o sea, “nunca pasaron”.

La dinámica definida por el espíritu de sobrevivencia, de complacencia o de intereses creados, incidió en que la prensa ofreciera una visión parcial o ignorara las situaciones de fondo vividas en el país. De esa cuenta, salvo las acciones aisladas que luego repercutían con la represión contra periodistas, las notas acerca de fraudes electorales, violaciones de los derechos humanos en el campo y la ciudad y los acontecimientos propios del conflicto, rara vez salieron a luz pública o cuando trascendían, era de manera superficial o tergiversada.

Este comportamiento informativo fue produciendo que entre la población se desconocieran muchos pasajes de la historia contemporánea (secuestros, capturas ilegales, asesinatos, protestas, etcétera), lo cual causó que para una buena cantidad de guatemaltecos y guatemaltecas, la vida transcurriera sin que supiera la realidad de las cosas.

Más dramático es lo que se dio en los centros urbanos, en particular la capital, donde un altísimo porcentaje de los habitantes no se enteró de lo que pasaba en las provincias, y en ello la responsabilidad recae en la prensa escrita, cuyo público se concentra en esta área, pues el analfabetismo de las zonas rurales genera que allí no circulen los impresos.



Por supuesto, hubo quienes se salieron del “libreto” y vale la pena señalar que entre 1970 y 1990 fueron ejecutados extrajudicialmente 54 periodistas<sup>4</sup>, entre ellos reporteros, reporteras, columnistas, fotógrafos, fotógrafas, locutores, locutoras. Un director de un periódico fue acribillado en la vía pública, uno de los propietarios del diario más influyente cayó abatido cerca de su residencia, el director de un telenoticiero vio cómo su casa era virtualmente bombardeada y dos directores del periódico aludido fueron secuestrados y liberados después del pago millonario de rescates. Además, se produjo la desaparición de 25 periodistas.

De ese macabro listado fueron responsables desde los tenebrosos escuadrones de la muerte compuestos por agentes del Estado en operaciones clandestinas, hasta comandos de los grupos rebeldes. Muchos periodistas sufrieron las mortales agresiones cuando salían de sus centros de trabajo, reacción inmediata por haber roto la censura que implicaba no tocar los temas que afectaban los intereses de los grupos de poder.

En la década de los setenta, durante el período del coronel Carlos Manuel Arana Osorio (1970-1974), el gremio periodístico fue uno de los más afectados. Datos del Foro Permanente por la Democratización de las Comunicaciones, citado por el Informe de la Comisión para el Esclarecimiento Histórico, indican que 13 periodistas fueron ejecutados arbitrariamente o desaparecidos, aparte de numerosos atentados contra medios de comunicación<sup>5</sup>.

De 1978 a 1982 se registró el mayor número de periodistas ejecutados extrajudicialmente o desaparecidos. La Comisión Interamericana de Derechos Humanos, en su informe de 1981, reconoció las limitaciones con las que los periodistas ejercían su profesión debido a las constantes amenazas y por el temor prevalente. En estos años, 32 periodistas fueron asesinados o desaparecidos y varios medios de comunicación fueron blanco de atentados. Esto determinó que se paralizaran temporalmente sus actividades.

Con el golpe de Estado del General Efraín Ríos Montt, en 1982, en el marco de la Doctrina de Seguridad Nacional se delineó una estrategia especial hacia la prensa, a la cual se obligó a colaborar en la lucha contra la guerrilla, se le orientó en relación con la terminología que debía utilizar y la forma de cubrir las noticias. Incluso se institucionalizó la autocensura como forma de protección de la vida.

Para 1990, el gremio periodístico volvió a ser víctima de atentados y con Jorge Serrano, las amenazas se intensificaron. En 1992, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos informó que en Guatemala existía un clima de atemorización y ataques contra la prensa, en los que participaban agentes del Estado. Merece resaltarse el hecho de que cuando ese gobernante rompió el orden institucional, la prensa jugó un papel decisivo para impedir que la acción se concretara.

Bajo la administración de Álvaro Arzú (1996-2000), las relaciones prensa-gobierno fueron tensas producto de una no disimulada animadversión de dicho mandatario hacia el gremio periodístico, y durante el actual período, encabezado por Alfonso Portillo, los medios de comunicación han revelado infinidad de hechos de corrupción en los que han aparecido sindicados altos funcionarios.

## **Los cambios de la paz**

La década de los ochenta trajo situaciones trascendentales para la historia del país. En sus inicios, se presentaron focos de insurrección producto de una correlación de fuerzas internas y externas contraria a la dictadura castrense (la caída de Somoza en Nicaragua, el auge de la insurgencia salvadoreña y el descrédito del Ejército y el gobierno de Guatemala a los ojos de la comunidad internacional).

Lo anterior generó una fugaz posición de fuerza de la guerrilla, la que luego dio paso a un repliegue y disminución de sus operaciones, resultado de una feroz reacción del Ejército. A mediados de este período, y luego de dos golpes de Estado, el Alto Mando militar tuteló

el paso a la apertura democrática. Se instaló una Asamblea Nacional Constituyente y en 1986 fue electo el primer gobierno de la nueva era. Así se abrió el camino de las negociaciones de paz gobierno-guerrilla.

Se necesitaron diez años de negociaciones (1986-1996), del esfuerzo de cuatro gobiernos, de reuniones en países de Norte y Sudamérica, y de Europa, para finalmente suscribir el Acuerdo de Paz Firme y Duradera, el cual fue precedido de otros acuerdos, cada uno con compromisos específicos acerca de la vida social, cívica, económica, política y cultural del país.

Esta etapa, desde el punto de vista del desempeño periodístico, tal vez es la más importante. En primer lugar porque los medios de comunicación, tanto los existentes, como los que se fundaron en este lapso, rompieron el esquema ultra conservador, pusilánime, excluyente y tergiversador que históricamente habían mantenido. Puede decirse que a finales de los ochenta surgió un nuevo periodismo.

Junto a la paulatina libertad de expresión que empezó a perfilarse, la prensa comenzó a profundizar su trabajo, a equilibrar su contenido editorial (las páginas de opinión propician el debate entre distintas tendencias ideológicas) e informativo (ya trascienden hechos ligados a las operaciones alzadas y de impacto social).

En el plano de las negociaciones, la prensa también jugó un papel protagónico. En primer lugar porque, y a pesar de que el proceso trastabilló varias veces, por la intransigencia del gobierno o de la guerrilla, siempre estuvo vigilante a la evolución de las rondas de discusión, dedicó amplio espacio y mantuvo la atención latente.

Precisamente, el Instituto para la Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA por sus siglas en inglés), en 1998 divulgó el informe titulado: *Democracia en Guatemala, la misión de un pueblo entero*, y en él se subraya que a partir de 1990 comienzan a producirse cambios sustanciales en el panorama de los medios de comunicación. La revista Crónica y el diario Siglo Veintiuno son, en ese

momento, inspiradores de un periodismo más profesional, acuciosos y plural.

El título de este panel es la Responsabilidad de los medios en los procesos de paz y de conflicto. Entiendo que cuando hablamos de responsabilidad, buscamos definir cómo deben desenvolverse los medios. Una respuesta fácil se halla en la misión intrínseca que implica el ejercicio periodístico, y fundamentalmente los compromisos de servir y decir la verdad.

Sin embargo, en la práctica la situación se torna difícil, muy difícil. Un conflicto armado pone las cosas en tierra de nadie. Las presiones y los intereses son enormes, y los citados compromisos se olvidan. En un proceso de paz, también se puede abusar de las libertades que de él se derivan, y producto de ello se llega a incurrir en tergiversaciones o en manipulaciones, lo cual se genera por la falta de costumbre de hablar con libertad y entonces se incurre en libertinaje.

Hoy en Guatemala, en plena era de la posguerra y con un gobierno democráticamente electo, algunas y algunos columnistas de prensa basan sus argumentos en el insulto y la descalificación personal, práctica impropia y nada profesional, al margen de que el desempeño del régimen de turno, con sus actuaciones despierte el disgusto general. Reparo en estas actitudes porque no es con ofensas y descalificaciones como se propone un cambio.

Ejercer el periodismo, en el caso de los profesionales, o aprovechar los espacios de la libertad de expresión inherente a todas las personas, obliga a ser responsable al ciento por ciento. Si como señala un dicho popular, *los médicos entierran sus errores, los abogados los meten en la cárcel y un periodista los divulga*, esta es una referencia fundamental para preocuparse y actuar con total apego a la verdad.

Pero, a propósito de las dificultades de la profesión periodística, en cuanto a riesgos, quién dijo que el periodismo es una misión cómoda o tranquila. No es casualidad que en Guatemala las

empresas aseguradoras tengan a los periodistas entre las personas que no aplican para sus planes. Los riesgos del ejercicio periodístico igual se corren en una guerra que por cubrir temas del crimen organizado (secuestros, narcotráfico, asaltos a bancos, trasiego de armas), la corrupción pública o privada, conflictos de tierras y otras actividades que por su interés y trascendencia ameritan de divulgarse en periódicos, radios o noticieros.

Uno de los peores lastres en el proceso informativo es la censura, ya que conculca uno de los derechos fundamentales del ser humano: la libertad de expresión, y ligado a ella, el derecho a ser informado.

Por eso, los medios siempre deben actuar con responsabilidad, actitud que conlleva transmitir la verdad luego de corroborar los hechos y las fuentes, deslindar las actuaciones de impacto social, de las estrictamente íntimas; en el ámbito informativo, ser imparcial, y en el de opinión, sustentar los argumentos con ideas, no con simples simpatías o antipatías.

## **Conclusión**

A manera de conclusión debo indicar que en Guatemala hay un antes y un después a partir de la firma de la paz. Ese parte aguas cubre a la prensa en la medida de que bajo los regímenes autoritarios fue blanco de censura y hostigamiento, lo que la llevó a incumplir uno de los principios éticos, y quienes no aceptaron esas condiciones pagaron con su vida o el exilio.

Después de suscritos los términos que finalizaron los 36 años de lucha armada, el periodismo guatemalteco ha transitado a otros momentos, no óptimos porque siempre detrás de un medio masivo hay grandes intereses políticos o económicos que invariablemente restringen la plena libertad de información; sin embargo, los cambios son notables respecto al pasado reciente.

Igual que Guatemala, como país, está buscando un mejor

desarrollo en todos los ámbitos de la vida a fin de romper décadas de polarización, la prensa va tras una mayor y mejor disposición para realizar su trabajo. La responsabilidad plena aún es una tarea pendiente, pero se ha empezado a recorrer el camino y el interés por profundizar es impulsado por algunos sectores periodísticos comprometidos con la paz y la democracia.

---

## NOTAS

- 1 Ponencia presentada en los seminarios “Periodismo: Ética-Responsabilidad-Paz” celebrados del 6 al 17 de marzo en las ciudades de Barranquilla, Cali, Colombia, y Cuenca, Ecuador.
- 2 Sin embargo, en el Informe Mundial del PNUD los datos registrados son: los niños menores de cinco años con peso insuficiente suman el 24% (1995-2000).
- 3 A pesar de que es una de las situaciones que dio origen al conflicto armado interno y que la firma de los Acuerdos de Paz establece una estrategia básica para abordar dicha situación estructural.
- 4 La libertad de prensa en Guatemala, ensayo de Edgar Ruano Najarro, Revista La Ermita, octubre-diciembre de 2001, página 33.
- 5 Documento presentado por organizaciones de prensa y medios de comunicación para conocimiento de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), en agosto de 2001.

**ÉTICA DE LOS MEDIOS,  
UNA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

*Jaime González Parra*

Periodista profesional colombiano.  
Colaborador del diario bogotano “El Tiempo”





Los modernos recursos técnicos han ido de la mano con el desarrollo de los medios de información, y simultáneamente constituyen mayor compromiso para los encargados de su manejo. Un compromiso de responsabilidad que, en lo que corresponde al periodismo, es esencialmente una exigencia ética. Cualquier órgano informativo que no se ciña a esta premisa está forzosamente por fuera de su deber.

El periodismo es por antonomasia un servicio social, y en esa misión radica la razón fundamental de su existencia. Es indispensable entonces asumir que su ejercicio lleva implícita la condición de entregarse a él con lealtad, honestidad y coraje. El periodista debe tener clara conciencia del deber y la convicción cabal de sus objetivos, como intérprete de opinión y vocero de la sociedad, mirando exclusivamente el interés colectivo. Su función no se limita a informar, ni a su obligación de hacerlo con objetividad, oportunidad e imparcialidad: también debe orientar. Y en este delicado aspecto radica su principal responsabilidad.

El redactor de una noticia tiene la imperativa obligación moral y profesional de verificarla, antes de publicarla. Mientras más importante sea ésta, por cuanto esté destinada a causar mayor impacto en la opinión, más minuciosa debe ser la pesquisa de los antecedentes que sustentan la publicación. Con mayor razón cuando toca intereses que afectan a un amplio sector de la sociedad. Pero una vez superados estos requisitos, amparado el periodista en la veracidad de las fuentes o la manifiesta realidad de los hechos, tiene la ineludible obligación de proceder a su denuncia ante la opinión. Al medio para el cual trabaja también lo cobija el deber moral de publicarla. No autorizara su publicación significaría coartar la libertad

de expresión, y literalmente hacerse cómplice de los hechos censurables que se pretende ocultar.

La más perentoria obligación de un medio es publicar en forma oportuna rectificaciones o aclaraciones de personas que se declaren ajenas a cualquier hecho punible, y con cuya publicación consideren lesionado su buen nombre, su honra o su patrimonio moral. Igual obligación le compete al informador de un medio para difundir noticias positivas, referentes a todo aquello digno de destacarse como aporte al bien general. También el propietario de un medio está en el deber de permitir que quienes trabajan para él puedan denunciar, advertir y censurar todo aquello que esté causando daño o pueda ir en perjuicio de la comunidad.

## **Pecados por acción y omisión**

Los medios informativos pueden pecar, y de hecho han pecado en Colombia, por acción y por omisión. En el primer caso, cuando sirven de dócil instrumento para difundir noticias o versiones amañadas, con frecuencia contenidas en los conocidos “boletines de prensa” expedidos por esa compleja maraña de dependencias en que hoy está repartido el poder del Estado, y aun de las empresas privadas. En segundo término, cuando no se echa mano de una metodología para hacer el seguimiento de hechos que fueron noticia, y de retomar el tema de sus orígenes y enunciados, con el fin de dar a conocer sus desarrollos posteriores, o cuando se omite el suficiente análisis para establecer las consecuencias de una situación determinada, o la responsabilidad de una medida que posteriormente acaba por ocasionar graves perjuicios a las personas, lesionar el buen nombre del país y/o causar cuantiosas pérdidas al Estado.

## **Desinformación por omisión**

Al periodismo de hoy en Colombia, en todas sus modalidades, lo acechan múltiples peligros. Y su deber es advertirlos a tiempo, para

esquivarlos, y evitar a su vez desinformar a la opinión. Ya en el pasado reciente el país ha venido siendo víctima de la rapacidad de los corruptos y la desmedida ambición de los manejadores del dinero, a cuya implacable actividad se debe en buena parte el empobrecimiento acelerado de los colombianos. Mucho más cuando cada vez se radicalizan ciertos sectores de la sociedad, entre ellos la política y las finanzas. Los grupos de poder, los conglomerados económicos, valga el ejemplo, se consolidan en el manejo de grandes monopolios, y su voracidad se extiende a sectores vitales como la banca, el transporte, los seguros y la salud.

Esta última actividad les fue entregada a algunos de tales grupo mediante la ley 100 de 1993, cuya filosofía fue sistemáticamente distorsionada en perjuicio de los usuarios y los profesionales de la salud, en detrimento de la calidad del servicio y a la postre del nivel científico de la rama médica. En sus manos ha desaparecido prácticamente el “acto médico” para convertirse en “acto económico”. Uno de los objetivos prioritarios de la mayoría de tales grupos, cada día más evidente, es hacerse dueños de los medios de comunicación para manejarlos según su conveniencia, referida a los rendimientos financieros antes que a prestar un servicio eficiente a los usuarios, sus afiliados, quienes dejaron de ser “pacientes” para convertirse en “clientes”.

La salud se convirtió en un negocio productivo, en una jugosa inversión. Su impacto social es hoy lo que menos importa. La atención al paciente no es “cualitativa” sino “cuantitativa”. Por consiguiente, la calidad del servicio no alcanza a ser ni siquiera regular. Cualquier tratamiento que tenga un relativo alto costo está proscrito de antemano, y las condiciones de trabajo para los profesionales de la salud son sencillamente deprimentes. No sólo en su calidad de asalariados con asignaciones ridículas, sino en su obligación de cubrir por reloj elevada cuota de pacientes y en su falta de autonomía para prescribir las drogas adecuadas. Al ISS se lo considera un competidor incómodo al que hay que sacar del juego para dominar todo el mercado, y en este propósito su deplorable administración y la desmesurada ambición de su docena de sindicatos politizados son

la mejor colaboración.

Entre la codicia de los negociantes, el desgreño de las administraciones y la voracidad de los sindicalistas se debate la escuálida figura de la salud pública, mientras los hospitales se cierran por falta de recursos para subsistir. ¿Qué puede esperarse en el futuro del conocimiento médico en otros tiempos considerado entre los mejores del mundo?

La falta de seguimiento de algunas situaciones que generaron noticias y el desarrollo de los hechos que, por su especial importancia, debieran ser conocidos y analizados en sus resultados o consecuencias, es otro de los frentes informativos que adolecen de un vacío equivalente a lamentable desinformación.

A ese ritmo, la televisión como servicio público está condenada a desaparecer, porque su manejo dependerá cada día más de manos privadas, como ya ocurre, igual que con otros medios de información masiva. De seguir avanzando el proceso, experiencias muy duras y muy tristes esperan a la prensa que pretenda mantener su independencia, y en particular a los periodistas, empresarios o asalariados, que aspiren a ejercer su oficio con plena libertad.

## **La información de “boletín”**

Hablábamos del pecado “por acción”, cuando el medio en general, y el informador en particular, aceptan como material de trabajo y les otorgan plena credibilidad a los “boletines de prensa” que hoy proliferan en las redacciones de todos los medios de información. Es una práctica llena de asechanzas. No resulta extraño que, en medio de la rutina, se haga uso de este recurso para difundir afirmaciones proclives, dirigidas a distorsionar hechos, deformar situaciones, desviar indicios para entorpecer resultados. En una palabra: desinformar. En ocasiones con grave perjuicio de personas inocentes, o causando impunemente onerosos gastos al Estado para resarcir daños a terceros.

Es el caso, para mencionar un ejemplo, del crimen que segó la vida del líder Luis Carlos Galán, en septiembre de 1989, cuando encabezaba ampliamente las encuestas como candidato a la Presidencia de la República. El atentado se llevó a cabo hacia las 8 de la noche, y una hora después se conoció la noticia de su muerte. Con celeridad inusual culminó la correspondiente “investigación”, porque la prensa matinal del día siguiente (cuyo cierre de edición se realiza a la 1 a.m.), de manera unánime señaló: “La mafia mató a Galán”. Sin fórmula de juicio, el fallo estaba dado. La fuente: el boletín oficial.

La investigación posterior demostró que las pistas fueron desviadas desde sus orígenes. A los sindicatos como presuntos responsables fueron probando su inocencia a lo largo de 12 años de cautiverio como chivos expiatorios, con las cuantiosas indemnizaciones económicas por parte del Estado. Para colmo de males, los verdaderos comprometidos en el magnicidio fueron luego apareciendo muertos. Además, se atentó contra vida de un personaje que se negó a cambiar su declaración que favorecía a uno de los inocentes detenidos, y se amenazó a la propia viuda del caudillo asesinado, cuando afirmó valientemente que la investigación había sido desviada desde su comienzo.

Lo más probable es que el magnicidio quede para siempre en la oscuridad. Que la impunidad cobije a los autores intelectuales y a quienes los encubrieron desviando la investigación. Pero, ¿qué responsabilidad cabe a los medios que, por ingenuidad o apresuramiento, contribuyeron a difundir de inmediato una falsa versión? ¿Cuál de esos medios ha reflexionado o preguntado alguna vez si sólo fueron utilizados y por quién?

## **Otro caso: Upac**

El sector de la vivienda y del crédito es otro capítulo neurálgico. ¿Cuándo y por qué se originó la crisis? ¿Cuáles factores la precipitaron? Se sabe hoy de sobre quienes han sido las víctimas del sistema, pero no quiénes han sido los beneficiarios. Sin comentarios.

No habiendo información, no hay análisis. Lo que sí ha habido en este aspecto en los últimos 30 años es desinformación, por omisión, consciente o no, pero desinformación.

Bien conocidos son los resultados catastróficos del sistema Upac. Lo que se ignora, porque nunca se escribió sobre ello, son sus orígenes. Y estos se remontan a los comienzos de los años 70, cuando un limitado grupo de inversionistas adquirió por compra grandes paquetes de acciones de Acerías Paz del Río, empresa estatal hasta entonces subsidiada por todos los contribuyentes, de cuyo impuesto a la declaración de renta debían destinar forzosamente un porcentaje para compra de esas acciones a razón de \$10 por unidad, mientras en el mercado nadie pagaba ni medio peso por ellas.

El objetivo de los compradores masivos era claro: hacerse accionistas mayoritarios y en esa condición entrar a manejar la empresa siderúrgica más importante del país. Las acciones fueron negociadas a los precios irrisorios que representaban sin tener en cuenta su valor nominal. Cumplido ese objetivo, el primer paso de los nuevos directivos fue aprobar la primera gran alza en los precios del hierro y sus subproductos, para hacer valer sus acciones en su denominación original. Y el siguiente fue comercializar todos los insumos de la construcción, hasta llegar a manejar por completo el mercado de finca raíz. Lo lograron.

Fue un negocio redondo. La varilla de \$17 pasó a costar \$85, de un día para otro. Y en parecida proporción siguió subiendo. Como también iniciaron el alza desaforada los precios de la vivienda. De eso se trataba, precisamente. De manejar sin trabas ni cortapisas la primera industria nacional, la construcción, sector éste en el cual el país ha tenido tradicionalmente un déficit consuetudinario. La industria metalmecánica acusó el impacto correspondiente. La carta de presentación fue maquillada como interés en “impulsar la construcción de vivienda popular”. Para cubrir “exclusivamente” esta necesidad apremiante se diseñó el sistema de “Corporaciones de Ahorro y Vivienda”. Pronto sin embargo habría de cambiar ese objetivo, para

someterlo a la corrección monetaria y a las modalidades del crédito usual de la banca y provocar el desbordado proceso de inflación.

Los intereses por captación de ahorro siempre han acusado diametral diferencia con los de colocación del crédito. El aumento desaforado en las cuotas por préstamo crece simultáneamente con el monto de la deuda, y el golpe psicológico del usuario fue amortiguado siempre con el sofisma de la “valorización”. Explicar el fenómeno fue sencillo: el costo de cuotas multiplicado, y el simultáneo crecimiento de la deuda, poco significaban comparados con el “nuevo valor” del inmueble adquirido. Esa apreciable “valorización” iba, se decía, a favorecer al usuario del crédito, que así estaba supuestamente amasando una fortuna. Familias que pagaron durante diez o más años una abultada cuota mensual, al no poder continuar haciéndolo, propusieron devolver el inmueble en dación de pago, con la sorpresa de que la entidad acreedora lo recibiría siempre que además se le cubriera una suma adicional que generalmente superaba la del préstamo inicial.

Veinte años después de manejar a Paz del Río y el crédito Upac con las pingües utilidades que hoy se reflejan en rascacielos y grandes centros comerciales, vino la apertura económica que trajo consigo la importación libre del hierro, de Venezuela y el Brasil, a precios racionales. Paz del Río no resistió la competencia. Sus accionistas, dueños de fortunas fabulosas, la declararon en quiebra, y sin reservas para pagar ni siquiera prestaciones a sus trabajadores. Las jugosas utilidades de dos décadas se quedaron en abultadas cuentas privadas. Y que el Estado aporte recursos para no cerrar la empresa.

Acerca de esta habilidosa operación comercial, que contribuyó tan decisivamente a la devaluación de la moneda y a la modalidad leonina de crédito, nunca se ha hecho un análisis objetivo en los medios, ni se publicó información alguna que pudiera advertir sobre el deterioro de la moneda, el alza desbocada en el costo de vida y la difícil encrucijada económica que vive hoy el país. Sólo se procedió a cambiarle de nombre al sistema, y a alargar los plazos del crédito,

con los resultados desastrosos que se conocen.

## **El precio de la verdad**

El diario “El Espectador”, de Bogotá, con trayectoria que sobrepasa los 100 años, emprendió una década atrás la valerosa tarea de denunciar los malos manejos que comprometían al director de un poderoso conglomerado económico, quien más tarde huyó del país. Las denuncias fueron tan sólidas que no dieron lugar a demandas por presuntos perjuicios. Pero las represalias no se hicieron esperar.

La primera retaliación del grupo fue un rotundo veto a la publicidad de sus grandes empresas en el periódico de marras. Fue este un golpe certero que lo lesionó de mala manera, porque como se sabe la columna vertebral de un diario son los avisos. La circulación no alcanza a compensar los cuantiosos gastos de funcionamiento. Pero aun sin anuncios, el periódico insistió en las denuncias.

Por extraña casualidad, un fatídico día el director de “El Espectador”, don Guillermo Cano Isaza, fue acribillado a balazos por sicarios en la propia entrada a las instalaciones del periódico. Este crimen también fue atribuido a “la mafia”, la del narcotráfico, duramente atacada siempre en el diario. Hasta ahora, lustros después, el homicidio sigue en el misterio.

Otra casualidad: un año después del crimen, varios sujetos en una lancha rápida se desplazaron mar adentro hasta las islas del Rosario, e incendiaron la casa de recreo de la familia Cano, arrasada totalmente. De la identidad de los incendiarios y de los móviles del nuevo atentado, tampoco se supo nada, aparte de que también fue obra de la “mafia”.

“El Espectador” como cotidiano está hoy cerrado por quiebra económica. Sólo aparece los domingos, como semanario. En esencia, es un claro testimonio de lo que representa un periódico libre, que



se empeña en mantener su independencia como vocero de la sociedad. Es una bandera rasgada que pregona el precio de decir la verdad.

Son estos apenas algunos aspectos de factores que, además de los grupos armados y la delincuencia común, conspiran contra los medios de comunicación. Un reto a los trabajadores de prensa que anhelan preservar los postulados de la libertad de expresión.



## **PRENSA, DEMOCRACIA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL**

*Jorge Núñez*  
Historiador



La democracia es probablemente la mejor herencia que la historia contemporánea recibió de la historia moderna, pero su funcionamiento habitual hace que a los ciudadanos nos resulte poco merecedora de entusiasmo e incluso poco merecedora de atención, quizá por su ineficiencia. La política, por otro lado, da la sensación de haberse convertido en una profesión que sólo puede interesar a quienes viven de ella.

En los actuales momentos, nadie que no sea un ciego o un necio puede negar que en nuestras sociedades ha ido elevándose un creciente y justificado escepticismo respecto a los políticos, a los partidos y a la misma capacidad de la acción política (es decir, de la vida en democracia) para resolver sus problemas. Y, de este modo, las elecciones han terminado por convertirse en un simple ritual, que para muchos resulta inútil o aburrido, con lo cual el acto electoral ha perdido su carácter de acto fundacional del sistema democrático, por el que los ciudadanos -dueños de la soberanía y única fuente legítima del poder- encargan periódicamente el mando del Estado a una persona que escogen para que cumpla su voluntad mayoritaria.

De otra parte, en el escenario contemporáneo hay crecientes amenazas al uso de la palabra libre. En cualquier sociedad humana, el que tiene el control de las palabras tiene el control del poder. Y eso se ha vuelto todavía más evidente en esta Era de la Información, cuando las palabras, convertidas en información y procesadas mediáticamente, se han convertido en la mercancía más valiosa, el elemento diferencial entre el atraso y el progreso, el factor decisivo para ganar la batalla de la competitividad, trátense de personas, empresas o países. Por lo mismo, debe llamarnos a preocupación la creciente limitación que ha ido surgiendo en nuestras sociedades

para el ejercicio de la palabra libre, para la expresión incondicionada de las ideas, para el acceso de los ciudadanos a la posibilidad de difundir sin trabas sus pensamientos, propuestas o frustraciones.

En la sociedad aateniense, inventora de la democracia, el ejercicio de ésta radicaba precisamente en que cada persona pudiese hacer uso público de la palabra, en las reuniones del ágora o de la plaza del mercado, y de este modo participara activamente en el debate de los grandes asuntos de la ciudad o de la nación. Según Herodoto, la democracia consiste precisamente en el derecho de cada cual a hacerse oír en público (“isegoría”). Y Eurípides nos recuerda que “la igualdad más bella” se identifica con el derecho de cada cual a defender en público sus intereses y opiniones, en la seguridad de que los mejores argumentos terminarán imponiéndose.

Las democracias contemporáneas han trastocado el ejercicio de la palabra. Como ha puntualizado el sociólogo español Ignacio Sotelo,

*“nuestras democracias representativas modernas se levantan sobre sociedades en las que predominan redes bien estructuradas de intereses, (por lo cual) la palabra pública es privilegio de los pocos que de alguna forma tienen acceso a los medios de comunicación. Son éstos los que administran -según criterios tanto más restrictivos, cuanto mayor sea la difusión del medio- el reparto de la palabra. Un cierto pluralismo de los medios favorece todavía alguna diversidad, aunque las ideas que constituyen el marco más amplio de convivencia se mantengan ya bajo un control férreo. Por mucho que los medios se esfuercen en disimular el poder que ejercen en la configuración de la opinión pública, el hecho es que el monopolio más agresivo y temible que se dibuja en el horizonte es el de la palabra”.*

Y es que el poder social de la palabra es tal que, durante siglos, el poder hizo todos los esfuerzos posibles por controlarla. En ese

marco, la Iglesia ejerció su monopolio y la Inquisición persiguió con saña a todo el que levantara un discurso opuesto o alternativo. Precisamente por eso la Ilustración, primero, y el liberalismo, después, reivindicaron como uno de los derechos fundamentales del hombre la libre expresión del pensamiento, fuese de viva voz o por escrito.

Hoy ese monopolio de la palabra pareciera en plan de restablecerse, aunque de modo mucho más sutil, camuflando entre un mar de fuentes de información, datos anodinos y propagandas atrayentes la presencia de poderosos intereses económicos y políticos, que usan y rellenan los espacios de opinión a su gusto y sabor, modelando de este modo un discurso destinado al consumo masivo. Así, a la par que la comunicación se vincula con la tecnología más avanzada, muchas veces retrocede políticamente a modelos anteriores a la democracia, como la oligarquía o el despotismo ilustrado, o a modelos opuestos a ella, como la dictadura. Lo cierto es que en los últimos años se ha ido uniformando peligrosamente el discurso de los medios masivos y dejando de lado las opiniones alternativas, opositoras o disidentes.

Hay más. Ese discurso oficial u oficioso de los medios se complementa con la presencia reiterada de unos pocos y escogidos representantes de la llamada opinión pública. Y el resultado de esto es que, en todos los niveles y ámbitos, nos hemos acostumbrado a que sean unas pocas las voces que pueden manifestarse públicamente y que supuestamente hablan en nombre de la mayoría silenciosa, es decir, de todos nosotros. Una investigación realizada a fines de 1999 por órganos técnicos independientes, reveló que en Ecuador los medios de comunicación privilegian la opinión de cuarenta personas sobre las de todos los demás ciudadanos. Esos cuarenta privilegiados son los únicos que opinan a petición de la prensa, son los únicos entrevistados de la televisión y de las cadenas radiales más importantes. Dicho de otro modo: ellos no sólo “hacen” la opinión pública y orientan a los demás con sus ideas; en la práctica, por la reiteración de su presencia, ellos han suplantado a los demás ciudadanos en el ejercicio de opinar desde la sociedad civil, y de este

modo, gracias a una distorsión de la democracia, esas cuarenta personas “son” la opinión pública.

Claro está, esos cuarenta representantes, factores o dueños de la opinión pública no han sido escogidos al azar por los medios de comunicación. Por el contrario, han sido previamente seleccionados por ellos, o por sus administradores, porque representan a los grupos de poder (que financian a los medios), porque han mostrado una adecuada fidelidad al orden imperante, porque se identifican con las políticas generales de los propios medios, o, en el mejor de los casos, porque se hallan dentro del ámbito de “disenso tolerable” que admite el sistema. En este marco, resulta plenamente explicable que los entrevistados frecuentes de los medios de comunicación ecuatorianos sean los presidentes de las cámaras de producción, los voceros de los partidos con representación legislativa, ciertos abogados o economistas vinculados al gran capital y determinados sociólogos o politólogos “light”.

La ventaja de la democracia griega sobre la nuestra radica precisamente en que cada persona podía exponer libremente sus argumentos en la asamblea ciudadana. Claro está, entonces como ahora hubo exclusiones: para ser ciudadano se requería ser varón, mayor de 18 años, libre y nativo del país. Pero quien cumpliera con los requisitos de ciudadanía tenía como derecho esencial el acceso público a la palabra.

Me temo que no tenemos plena conciencia de hasta qué punto el ejercicio de la libre opinión ha ido desapareciendo de nuestra vida pública. Como dice Sotelo, “si entendiéramos la democracia a la manera griega, es decir, como la oportunidad real de cada ciudadano de decir en público lo que piensa, difícilmente podríamos calificar de democracias a los sistemas políticos de nuestro entorno”. Pero esta misma realidad poco edificante nos compromete a varias operaciones intelectuales, de profundo contenido político. La primera es definir con precisión a este régimen político que vivimos, en el que la forma ha sustituido en general a la esencia democrática y en el que el monopolio de la palabra por unos pocos ha eclipsado a ese gran



aporte histórico de la democracia griega, cual fuera la palabra libre al alcance de todos.

Una vez definido con precisión nuestro actual sistema político, la segunda tarea debe ser la de rediseñar, reorientar y si es necesario reconstruir un sistema democrático abierto y participativo, sin monopolios ni exclusiones, y sin voceros privilegiados.

La preocupación por el futuro está hoy en la conciencia de todos los ciudadanos del mundo. Nadie quiere que el futuro sea parecido a este terrible y a veces trágico presente, en el que parecen haber hecho eclosión simultánea la naturaleza herida por nuestros abusos y la sociedad misma, que se agita en una intermitente explosión de violencia. Y alguien ha dicho, con gran lucidez, que no podemos predecir el futuro, pero sí prepararlo.

Con tal fin, hallo que en el ámbito latinoamericano es indispensable profundizar nuestra estructura democrática, llenándola de contenidos reales, y democratizar nuestra institucionalidad, limpiándola de corrupción y preñándola de eficiencia. Pero esa transformación de la política tiene que comenzar por la ética y alcanzar también el campo de la estética. Hasta hoy, nuestra pobre y desvaída democracia tiene para vastos sectores sociales mal olor, mal gusto y peor diseño, precisamente por esas carencias, distorsiones y turbiedades que se evidencian en su interior. Pues bien, tenemos que volverla atractiva para las mayorías, de modo que la gente viva la democracia como una alegría, se atreva a dar su opinión, no tenga miedo de disentir, actúe regularmente en la vida política, participe mayoritariamente en las elecciones y no se quede en casa rumiando sus frustraciones y rencores. La política es necesaria y hasta puede ser bella, pero cultivarla es una tarea de todos y la cosecha debe ser en beneficio común.

Pero claro está que alcanzar un horizonte democrático luminoso no nos exime de transitar por los difíciles y oscuros caminos de la realidad cotidiana, sino que por el contrario nos impone esa tarea. Tenemos que llegar a esa alta meta ganándonos previamente la

credibilidad de la gente, y eso no lo lograremos si no mostramos agilidad y eficiencia para resolver los grandes problemas cotidianos de la población, cosa no siempre fácil de realizar desde un modelo partidista propio del siglo XIX, sometido a cerradas oligarquías partidarias, notoriamente corrupto e incompetente. Mas esto de recuperar la credibilidad en la política y los políticos no se logrará sólo con una mayor educación cívica en los colegios, ni con campañas masivas en los medios de comunicación; se logrará básicamente con una mayor eficiencia en la labor pública.

Un gran demócrata latinoamericano, José Figueres, dijo alguna vez: *“Los pueblos que una vez dormían ahora luchan por abrirse paso camino al sol, hacia una vida plena”*. Eso es hoy más patente que nunca. Lo acaban de demostrar los indios del Ecuador, que después de 500 años de vivir bajo la ignominia y el olvido han vuelto a la luz, para reconquistar su derecho a vivir de cara al sol, en el mismo plano que los demás habitantes del país. De modos diversos, muchos otros pueblos del mundo expresan hoy esa inquietud de avanzar hacia una vida plena. Las gentes de hoy esperan que haya mayor eficiencia gubernamental y también una mayor participación social en la toma de decisiones, con miras a resolver los terribles problemas que los agobian y principalmente la miseria, la insalubridad, la ignorancia y la marginación social. Ya no sólo se conforman con expresar su opinión mediante el voto, cada tantos años, para que luego los gobernantes usen el mandato popular a su antojo, o al antojo de las oligarquías o de los grupos de presión, sino que esperan que la autoridad esté en un permanente contacto con los electores y sintonice su acción con las grandes corrientes de voluntad popular.

Ralf Dahrendorf, un notable sociólogo británico, que fuera director de la London School of Economics y que actualmente es miembro de la Cámara de los Lores, se ha preocupado por este tema en un ensayo recientemente publicado bajo el título *“Después de la democracia, ¿qué?”*. Él formula en su artículo la siguiente apreciación:

*“El principio más general de la democracia es la posibilidad de cesar sin violencia a aquellos que están en*

*el poder cuando el talante y las preferencias de la población han cambiado. Hay varias formas de alcanzar este fin, pero el método clásico es el del gobierno representativo, es decir, el de que el gobierno esté obligado a rendir cuentas ante los parlamentos elegidos”.*

Preocupada con esta situación, la última Asamblea Constituyente ecuatoriana incluyó en la nueva Constitución Política del país todo un capítulo sobre la revocatoria del mandato, cuya finalidad es precisamente la de cesar sin violencia a los mandatarios del voto popular cuando éstos ya no respondan a la voluntad de la población nacional, regional o local. Por desgracia, el Congreso Nacional no ha dictado hasta el momento la correspondiente ley que fije el procedimiento para aplicar esta disposición constitucional. Más allá de las formas, resulta obvio que un auténtico espíritu democrático impone a los gobernantes tener una adecuada sensibilidad frente a la opinión pública, pues el mandato recibido no es una patente de corso para hacer lo que les viene en gana durante el período de gobierno. Así, ningún gobierno debe tomar decisiones trascendentales para la vida de la nación sin auscultar previamente, y por los medios más adecuados, la voluntad nacional. Peor aún, ningún gobierno que se precie de democrático puede tomar este tipo de decisiones contra la manifiesta y mayoritaria voluntad del pueblo soberano.

¿Pero qué ocurre cuando un gobierno, obedeciendo a la presión de grupos oligárquicos y fuerzas extra-nacionales, comete graves contravenciones a la voluntad nacional y viola reiteradamente la Constitución, por ejemplo: otorgando bases militares nacionales a una potencia extranjera mediante un acuerdo secreto, o suprimiendo la moneda nacional y adoptando la de un país extranjero, o expropiando violentamente los depósitos bancarios del público? ¿Y qué ocurre cuando un Congreso con fama de corrupto no se empeña en poner coto a esos abusos autoritarios sino que, por el contrario, los tolera y aúpa? ¿Qué pasa cuando el poder judicial cae en manos de los políticos, que se reparten cortes y juzgados como botín, y cuando los jueces se convierten en agentes de sus patrones partidarios, persiguiendo a los rivales políticos y protegiendo a los delincuentes

del propio bando? ¿Qué sucede cuando el Tribunal de Garantías Constitucionales intenta frenar los abusos del poder y sus resoluciones son sistemáticamente desobedecidas? ¿Qué pasa, en fin cuando la Contraloría General de la Nación se limita a ver, oír y callar, mientras la más escandalosa corrupción corroe al poder público e inflama de indignación a los ciudadanos?

Entonces, amigos, ocurre lo que ocurrió en el Ecuador durante los mandatos de Abdalá Bucaram y Jamil Mahuad: el pueblo se subleva contra ese mandatario que no ha respetado los términos de su mandato y lo depone del poder, en un acto de absoluta legitimidad política. Eso no se llama “golpe de Estado” sino revolución, sublevación o insurrección popular, que son formas extremas de manifestación de la insatisfacción popular y expresiones inequívocas de una revocatoria del mandato político. Inclusive, esas acciones fueron ya contempladas por los padres del sistema democrático moderno. En su archifamoso “Contrato Social”, Rousseau dijo que *“en el Estado no existe ninguna ley fundamental que no sea revocable, incluso el mismo pacto social, pues si todos los ciudadanos se reuniesen para romperlo de común acuerdo, sin duda el acto sería legítimo”*. Y en la “Declaración de Independencia” de los Estados Unidos, el gran Thomas Jefferson hizo constar como verdades evidentes para la organización democrática de la sociedad las siguientes:

*“Que todos los hombres han sido creados iguales; que han sido dotados por su creador con derechos inalienables; que entre esos derechos se hallan la vida, la libertad y la búsqueda de la felicidad; que para asegurar esos derechos se han instituido entre los hombres gobiernos que derivan sus poderes legales del consentimiento de los gobernados; que cuando una forma cualquiera de gobierno se hace perjudicial para esos fines, el pueblo tiene derecho a alterarla o abolirla y a instituir un nuevo gobierno, basándolo en esos principios y organizando sus poderes en la forma que el pueblo considera más apta para su seguridad y felicidad”*.

Creemos que no es deseable que un pueblo se vea constreñido a efectuar una revolución para hacer respetar su voluntad por parte de sus mandatarios, cuando estos han violado el mandato y desobedecido la voluntad general. Precisamente por ello hallamos indispensable la necesidad de que nuestras democracias se vuelvan no sólo más sensibles a los cambios de opinión de las mayorías, sino que también tengan mecanismos adecuados para responder institucionalmente a esas exigencias populares.

Esto implica al menos dos cosas: una, que los gobiernos utilicen lealmente los modernos mecanismos de auscultamiento de la voluntad popular, como las encuestas de opinión, para orientar su propia acción política en el sentido que desean las mayorías; y otra, que haya una transformación cabal del mismo sistema político latinoamericano, basado generalmente en un presidencialismo rígido y unos períodos de gobierno inflexibles, que muchas veces son aprovechados como patente de corso por gobiernos irresponsables o corruptos.

Encuentro que lo que hoy necesitamos es un sistema político ágil y flexible, en el que haya un Presidente con funciones más bien limitadas a las de un Jefe de Estado, que sirva como ancla de estabilidad democrática (de modo parecido a los monarcas constitucionales), y donde por otra parte haya un gobierno surgido de la mayoría parlamentaria y cuya duración dependa no sólo del período de mandato sino también, y sobre todo, de las orientaciones mayoritarias y sostenidas de la opinión pública.

Con un sistema político más flexible y una participación más amplia podremos obtener una “sociedad de ciudadanos” en reemplazo de esta “sociedad de consumidores” que van imponiendo, de hecho, los grandes poderes universales que controlan la globalización. Pero para ello también es necesario que los consumidores se organicen, pues en una sociedad como la actual, en que el mercado todo lo regula, resulta suicida que los consumidores no seamos capaces de protegernos de los abusos y distorsiones del mismo.

En todo este necesario proyecto de reestructuración de nuestra

vida social y organización política, que nos viene impuesto tanto por la realidad social interna como por la avalancha globalizadora, el periodismo tiene una tarea trascendental. No puede seguir siendo una dócil cónyuge del sistema imperante. Por el contrario, tiene que rescatar para sí el ánimo cuestionador y combativo que caracterizó al periodismo latinoamericano del siglo XIX, y utilizarlo para colocarse en la vanguardia de esa anhelada re-fundación democrática. Tiene que liberarse de la influencia -a veces agobiante- de los grupos de presión, de los poderes fácticos, para rescatar su plena libertad de opinión. Debe abrir espacio a las voces discordantes, a las opiniones heterodoxas, a las ideas emergentes de la base social. Debe transmitir a la cúspide del poder político las voces, protestas o clamores de la base social. Debe ser implacable en la investigación y denuncia de todas las formas de corrupción social, pública o privada. Debe estimular la asociación de los consumidores como un ente importante en la economía de mercado, y coadyuvar con sus luchas o apoyar sus reivindicaciones, para refrenar los excesos o abusos de unos poderes de hecho, que controlan los ámbitos del mercadeo y el crédito, y que actúan con una verticalidad y prepotencia cada vez mayores.

Antiguo es ya el debate de si la democracia y el mercado son compatibles. Pero, a estas alturas de la historia, este es un dilema que no debe resolverse en la teoría sino en la práctica. Con la democracia formal carcomida desde adentro y las fuerzas del mercado lanzadas al ataque, nosotros, los ciudadanos que tenemos acceso al uso público de la palabra, tenemos unos deberes éticos y unas responsabilidades sociales insoslayables, que apuntan a la reestructuración de aquella y el refrenamiento de éstas, so pena de que tengamos que vivir un futuro peor que el presente. Pero tenemos que hacer algo más: debemos contribuir a rescatar para las mayorías el uso libre e incondicionado de la palabra, y debemos estimular a esas mayorías a plantear, exigir y hacer efectivo el derecho de hablar en público y para el público.

La historia de las democracias modernas en buena medida se corresponde con los múltiples esfuerzos por salvar la palabra libre, la

opinión libre, dándole asilo en los más variados espacios: el oratorio, la cátedra, el parlamento, (espacios cuyos mismos nombres derivan de, o conllevan el uso libre de la palabra), o sacándola a luz y difundirla a través de unos medios cada vez más variados de comunicación, desde la palabra impresa hasta el Internet, donde ahora se refugia, huyendo del dominio de los monopolios comunicativos y brindando a las gentes una nueva oportunidad de comunicarse libremente y de acceder a otras visiones del mundo.

## **Corrupción y Democracia**

Junto con una acción sostenida en defensa de la libertad de palabra, hallo que una renovación democrática de fondo debe conllevar una lucha abierta y radical contra la corrupción pública y privada, que en las sociedades modernas se ha transformado en una metástasis cancerígena que ha invadido todo el cuerpo social y desprestigiado al máximo la política.

Una de las más clamorosas manifestaciones de esta corrupción es la que concierne a los políticos y partidos políticos en sus mecanismos de financiación electoral, cuestión que ocurre en la generalidad de países democráticos, independientemente de si son ricos o pobres. Los partidos políticos han dejado de ser los grandes promotores y animadores de la acción ciudadana dentro de la vida democrática y se han transformado en implacables maquinarias electorales, cuya única meta es ganar y sostenerse en el poder por medio del clientelismo, entregando puestos o beneficios estatales a cambio de votos, u torogando favores oficiales a las empresas que ayudaron a las campañas mediante aportaciones clandestinas.

En el caso de España, eso acaba de ser denunciado por un reciente informe del fiscal anticorrupción, que afirma:

*“Cada partido distrae fondos públicos de la Administración que desvía ilegalmente para financiarse. Cuando no acuden a los fondos públicos, los representantes de los*

*partidos obtienen la financiación de las empresas que contratan con la Administración”.*

Concomitantemente, el mismo presidente del Congreso español ha reconocido que es una práctica común la entrega de dinero negro a los partidos políticos españoles.

Refiriéndose a lo que sucede en el marco general de la Unión Europea, el politólogo español José Vidal Beneyto señala en un reciente ensayo que:

*“Esas aportaciones clandestinas, imperativas para la vida y triunfo de los partidos, se conceden siempre como contrapartida de favores gubernativos y son la matriz de la corrupción pública. Por lo que era inevitable que, cuando su existencia acabase siendo conocida, se impusiera el estereotipo “políticos igual a corruptos”, generalizándose el rechazo de los partidos. De hecho, el elevado número de líderes de partidos procesados, y en muchos casos condenados, ha sido el principal soporte de esa impugnación. En Francia, Emmanuelli, del PS, Juppé, del RPR, Méhaignerie, de la UDF, Hue, del PCF, Léotard, del PR; en Italia, Forlani, de la DC, Craxi, del PSI, y Berlusconi, de Forza Italia; en Alemania, primero el democristiano Spth, Presidente de Baden-Wurtemberg, luego el actual Jefe del Estado alemán, el socialista Johannes Rau, que fue presidente de Renania-Norte de Westfalia, y ahora Helmut Kolh y, con él, Schauble y toda la CDU”.*

En América Latina nos enfrentamos a similares y aún peores situaciones. Son innumerables los casos de políticos y partidos acusados de corrupción, el último de los cuales es el de Jamil Mahuad, el hace poco depuesto presidente del Ecuador, a quien el banquero Fernando Aspiazu -actualmente preso, enjuiciado por graves actos de corrupción y perjuicios al Estado- dijo haber entregado más de tres millones de dólares como aporte para su campaña presidencial, y acusó de haberse aprovechado personalmente de



esos fondos. Mahuad reconoció esa entrega de fondos, en tanto que su hermano y jefe de campaña reconoció que el sobrante del aporte de Aspiazu todavía se hallaba en sus cuentas personales. Ello destapó una grave crisis política, que llevó al derrocamiento de Mahuad, y de cuyos efectos todavía no acaba de reponerse bien el Ecuador.

Similares problemas se han presentado en Perú, donde los afamados “Vladivideos” han mostrado en toda su magnitud la podredumbre moral y la corrupción política del régimen de Fujimori, que no trepidó en comprar a enemigos políticos, sobornar a jueces y corromper económicamente a los medios de comunicación, con la complacencia de las contrapartes. Y similar apreciación se puede hacer de la Argentina, donde el gobierno de Menem dilapidó los fondos públicos obtenidos de la privatización de empresas estatales, en una orgía de corrupción y derroche que terminó por llevar al país al abismo económico en que actualmente se halla.

Ante este y otros casos similares, la pregunta que se impone es: ¿cómo hemos llegado a esta generalizada situación de crisis en el sistema democrático?

Creo que el primer y más evidente motivo lo podemos hallar en la relación tramposa que se ha establecido entre la política y el dinero. Desde la una orilla, empresarios y hombres de negocios tratan de vincularse íntimamente a un poder político cuyas decisiones pueden afectar a su fortuna; desde la otra, políticos ávidos de riqueza fácil, o partidos deseosos de recursos para competir ventajosamente, se colusionan fácilmente con los primeros. A partir de ese momento, el sistema de representación democrática se deforma peligrosamente, puesto que para un gobierno así constituido tiene menor importancia la opinión de sus electores, que son sus jefes y mandantes públicos, que los intereses de sus amigos empresarios, que son sus socios y mandantes privados.

De este modo, la política deja de ser una relación entre electores y gobernantes, entre mandatarios y mandantes, entre los ciudadanos

y el poder, y pasa a ser una sinergia entre el mercado y la política, entre los negocios y el poder, dejando al sistema electoral como una simple y necesaria pantomima, que periódicamente legaliza con el ritual de las urnas un estado de cosas predeterminado por los grandes poderes fácticos y los grandes partidos políticos.

Interrogándose sobre los orígenes y alcances de esta degeneración del sistema democrático, el español Ramón Vargas-Machuca Ortega, profesor y teórico de Filosofía Política, encuentra que:

*“En primer lugar, se han impuesto las pautas de la omnipresente ética mercantil en el funcionamiento de la democracia: cuentan los resultados y no los principios o los procedimientos; todos compiten por lo mismo y todos pretenden ofrecer la misma mercancía a ciudadanos a los que se tiene por clientes... En segundo lugar, el conglomerado mediático coloniza la comunicación política imponiendo su lógica, mediatiza los procesos de decisión públicos y vacía de sustancia una competición política en buena parte reducida a publicidad, propaganda y maquinaria electoral, actividades, por lo demás, muy costosas. En tercer lugar, agotados los gandes idearios y desvitalizada por esta hegemonía mediático-mercantil, la acción política se desentiende de las pretensiones de realización de un proyecto, con lo que disminuye la afiliación voluntaria, la participación, la colaboración desinteresada del personal cualificado y el apoyo de un electorado de opinión. Este vacío se ve compensado por la afluencia de quienes encuentran en la política un canal de movilidad social ascendente a cambio de apoyo incondicional a las cúpulas de los partidos. El resultado es un crecimiento inexorable del clientelismo y una burocracia mastodóntica, realidades tan voraces como gravosas... En resumen, las actuales condiciones del “mercado político” vuelven los costes de la política incontrolables y convierten la financiación irregular en un componente cuasi-sistémico del mismo”.*

¿Cómo corregir esta degeneración del sistema democrático? La cuestión es compleja de por sí, ya que los encargados de elaborar leyes de control del gasto electoral son los mismos partidos que han ejercitado y consolidado esas prácticas de corrupción. Así, pues, no se debe esperar mucho de leyes hechas en este contexto. Además, aunque esas leyes fuesen bien elaboradas en su inicio, siempre estarán expuestas a revisiones y reformas posteriores surgidas al calor de los cambiantes intereses políticos.

De otra parte, parece evidente que los medios de comunicación no querrán renunciar sin más a los elevados ingresos que les producen las campañas electorales. Sin embargo, cabe esperar que su responsabilidad social alcance a imponerse sobre sus intereses económicos, unos intereses que son legítimos en el campo de los negocios pero que en este caso entran en conflicto con una de las responsabilidades esenciales de la prensa libre, cual es la promoción y defensa de la democracia.



**EL PERIODISTA:  
SU FORMACIÓN Y SU RESPONSABILIDAD**

*Horacio Gómez Aristizábal*



## EL PERIODISMO

El afán de la noticia y el vértigo de la vida moderna, imponen la necesidad moral de la prensa. Contribuyen a su desarrollo la progresiva libertad y la intervención cada vez mas directa del pueblo en la política, la rapidez con que se transmiten las noticias y la facilidad volandera de la hoja periódica, que llega a los más apartados rincones.

La triple finalidad del periodismo moderno, le comunica una intensa fuerza de propaganda espiritual y una influencia diaria, en la inmensa masa de lectores. Una vez depurada la noticia, el periodismo pretende informar, orientar y deleitar.

La responsabilidad que cae sobre la profesión periodística, crece con el número de lectores y acontecimientos y con la complejidad de la vida internacional. Se responde en lo legal, moral, social. Todo acto humano produce consecuencias y hay que responder.

La propaganda moderna y sus modalidades han evolucionado en todos los órdenes de técnica y de orientación. El periodismo, ha de contrarrestar la propaganda contraria, popularizando la doctrina, dando la noticia y presentándola en sentido de reacción sobre el lector. Por eso la prensa, además de informar, orienta y ordena el criterio en muchas cosas. La prensa jamás debe desinformar o alterar.

Hasta dónde llegan los límites de la libertad informativa y el campo de la acción moral de la palabra escrita?

Cuáles son los fundamentos morales, que apoyan la legislación de Prensa y encauzan la opinión pública?

He aquí algunos:

La información periodística, es para la verdad. Se ha de sancionar la calumnia, la mentira, la injusticia y todo exceso. La omisión de la verdad puede ser obligatoria, en aras del bien común. Hay que ser solidarios y oportunos.

La prensa, está sujeta al poder civil del Estado. Hay que indemnizar o pagar con cárcel los abusos.

La libertad de la prensa, ha de ser una libertad vigilada, por razones de bien común y por motivos de índole moral. Hay que repudiar el libertinaje.

## **CENSURA**

La censura previa o posterior, es una restricción a la libertad de prensa, sólo admisible por razones especiales y dentro de las normas generales de un gobierno humano, censura que bien pudiera convertirse en consulta voluntaria y responsable ante la autoridad, en casos dudosos. La prensa no debe suplantar el criterio de la opinión sino descubrirlo y exponerlo. La autocensura es conveniente.

Todos los periódicos tienen, iguales deberes y derechos ante la ley, y la imposición de consignas, según algunos autores, supone una concepción totalitaria del Estado.

La prensa es un arma, que ha de combatir por la fidelidad inexorable a la verdad, más que por el interés. Cabe muy bien, dentro de un género especial de elocuencia moderna. De aquí la pasión y viveza con que se produce, informa y persuade, a veces tergiversando la verdad, que es uno de los riesgos que la acechan.



Al periodismo se le llama cátedra y sacerdocio. Las dos palabras llevan un sentido trascendental de magisterio. Pero Caro, debía de estar desilusionado de la veracidad periodística de su época, cuando en cierta ocasión dijo a sus amigos: "No leo la prensa, para estar informado". "Existe el miedo al periodista".

El periódico no es solo vehículo del pensamiento, sino centro de atracción, en torno al cual se agrupan las adhesiones y adquieren consistencia las ideas. Hoy se impone el periodismo científico.

## **LAS IDEAS**

Es órgano de expansión de ideales y forma un estado de opinión. Son las ideas las que mueven a la Humanidad, son las ideas las que empujan a los pueblos a la acción; pero su proceso generativo, queda a cargo de la Universidad y del periódico, que es la verdadera Universidad del pueblo. Los programas ideológicos surgen de una minoría. Los aceptará o no la masa, como principios incuestionables, pero en su conjunto influyen sobre ella. No debemos olvidar que para lograr la imposición de una idea, no hace falta que sea verdadera.

Las revoluciones se amparan siempre en las ideas, porque su vitalidad es casi inextinguible. Una buena idea arrastra como un huracán.

Quien puede evitar en muchas ocasiones, el mal colectivo, es el periódico, como ángel benéfico de la sociedad y quien agrava el mal, es también el periódico, en cuanto genio malo del pueblo. El panfleto es intolerable.

El artículo de un diario político ha bastado, en ocasiones, para derrotar a un ministro o destruir a un corrupto.

Otro peligro de la Prensa propagandística, es la adulación. El alza y baja de los valores políticos, literarios, científicos o artísticos, está accidentalmente en sus manos. Los periodistas distribuyen ese

pan cotidiano, llamado notoriedad y la gloria, de la que chicos y grandes, se muestran tan golosos. Ni ditirambos. Ni diatribas.

Los periódicos, no lo dicen todo' sobre las personas. Los periódicos no lo dicen todo sobre las cosas. Los escritores distinguen casi siempre, entre el hombre privado y el hombre público. De otra suerte, la polémica periodística, ya demasiado agria y descompuesta, se convertiría en lodazal. Hasta en política, no es verdad que los periódicos lo aclaren todo. Las opiniones de la conversación amistosa, distan mucho de lo que se expresa por escrito. No pocos dicen lo contrario de lo que piensan, y aún los políticos más veraces, se ven precisados a manifestar menos de lo que piensan.

## **COMPAÑIAS NO PERSONALES**

La impersonalización, es uno de los secretos del periodismo. No consiste precisamente en prescindir de la personalidad y del estilo, sino en desprenderse de las propias aficiones y de los juegos apriorísticos en aras de la noticia. El literario, crea la fábula de la acción, con riqueza de imágenes; el periodista cuenta, con dominio del instrumento expresivo y conocimiento del idioma, pero objetivamente, cuanto halla a su alrededor de interés para el público. Relatar o describir de la mejor manera, con una sensibilidad especial para captar el relieve y el matiz, la entraña esencial y el perfil sustantivo de los hechos, con el máximo de síntesis expresiva, es lo importante en esta profesión difícil, de entrega apasionada a la noticia. El máximo de contenido, en el mínimo de palabras.

La impermeabilización lo sacrifica todo, por el apremio del espacio y del tiempo.

Tal vez el sacrificio de la brillantez, del pulimento de un texto, tenga su mejor recompensa en el servicio a la verdad, en el cotidiano adiestramiento de ser sincero, cuando relata y enjuicia y en cuanto critica y refiere.

Velocidad y ritmo, parecen los dos consejeros del periodismo en acción. El ritmo del periódico actual, fuerza al escritor, le infunde la economía del tiempo, consigue que su prosa se aligere, que su pluma sienta el ramalazo del instante fugitivo, lo convierte en una formidable estrategia de noticias, soñador de lo sensacional y roturador del camino de la Historia.

El Periodista como el orador, nace y se hace. Necesita temperamento y aptitud singular de observación. La experiencia lo enriquece.

La probidad debe empujarle a mostrarse sincero, en todo momento. Fácil en la acción y preciso en el concepto, no para desvirtuar el lenguaje, sino para renovarlo, con nuevos alientos de progreso.

El periodista, ha de tener para su oficio, la gran cualidad de interesarse en todo y no tomar excesivo interés por ninguna cosa. Esto le permite pasar sin esfuerzo, de un asunto a otro.

Acostumbrado a tomar la vida como un espectáculo curioso y a colocarse en las mejores condiciones para verlo y comprenderlo todo, su espíritu, generosamente recto, propende más a la benevolencia, que a la censura.

Hombre de ingenio fino y sutil, lleva en alto grado el don de la observación y conocimiento de los hombres. Una persona sin convicción, sin ideales de mejoramiento para su patria, puesto a jornal y escribiendo al dictado de intereses particulares, no llegará a ser nunca buen periodista. En lo económico hay que hacer decoroso al periodismo.

El periodista, está encadenado a la actualidad mundial o nacional. En la red acción o en el taller, junto a la mesa, donde se amontonan las cintas de los teletipos, o las cuartillas de colaborador, resuelve sin vacilar, las dificultades materiales de ajuste, las notas de última hora. Entre el ruido del trabajo ha de concentrar su atención en el concepto ágil y denso del acontecimiento político, al compás de la última vibración de la noticia.

Sin embargo, esta inquietud vigilante, no ha de dominar en el orden de su disciplina interior. No puede perder de vista, los grandes problemas relacionados con el mundo de las ideas. Ha de salir de lo fugaz, de la hora que pasa para filosofar, a través de los afanes de la prensa, y para encontrar un refugio en el campo de las abstracciones. Tiene urgencias inmediatas, posee el don de la observación, ha adquirido el hábito de la crítica constructiva y rápida, mueve su pluma con apretada firmeza y no pretendida espontaneidad, pero la orientación de su espíritu vuelve siempre a la vida de las ideas y de los principios fundamentales.

## **MISION SOCIAL DEL PERIODISTA**

En el esquema de su trabajo, el periodista se propone, en primer término, informar al lector. Al coger la pluma se le plantea el problema de la verdad o el error de su información. Averiguar la veracidad del relato, pronunciarse por ella, rechazar la noticia tendenciosa, calcular el efecto que en el ánimo del lector producirá su reseña, todo ello exige del escritor o reportero un convencimiento doctrinal. En vano se pretenderá presentar la realidad imparcial y objetiva. Cualquier suceso noticiable más en concreto todavía, una información periodística, es una rueda de serpentina en la que se insertan incógnitas, con todas las dimensiones religiosas, políticas, sociales, filosóficas y éticas.

Hay un paso insensible de lo informativo a lo formativo. La hoja diaria educa, sirviendo de altavoz a la zona más difusa de lo social; el periodista instruye y gobierna, sirviendo de maestro, a unos alumnos que repasan diariamente la lección, con puntual e interesada asistencia.

La misión del periodista, en la sociedad, es múltiple, enseña, orienta, juega, interpreta, filosofa, describe, relata, hace historia y poesía. Su misión social, se integra con la de los otros, regula el orden y jerarquía de las demás profesiones, y en su generoso cometido le toca ejercer, a cada momento, la justicia distributiva.

En una esfera más amplia, de catolicidad doctrinal y patriótica, la misión social del periodista implica, una responsabilidad que va más allá de lo habitual y se relaciona con el gobierno del Estado. Si no sale de su patria, sale el periódico, al que se le acoge como exponente exacto de la política nacional. El periodista corresponsal, en un país extranjero, puede contribuir, por frivolidad o por ignorancia, a cualquier fórmula de incomprensión o modo de hostilidad entre las naciones. Y por el contrario, su hábil perspicacia consigue, en innumerables circunstancias, el conocimiento reflexivo y la amistad de los pueblos.

Periodismo, historia, vida, función social. Son las maneras de expresar el pulso incesante de los sucesos, el cauce movedizo que pasa y se re-nueva en torno al redactor de Prensa. El historiador se plantea el pasado como presente, se convierte en profeta, a fuerza de calar en la hondura de los tiempos, mientras que el periodista se plantea el presente, con todas las circunstancias que la motivan.

## **DESARROLLO DE LA PRENSA**

El desarrollo de la institución periodística, se considera en Europa, como un fenómeno de cultura superior. Requiere métodos y criterios especiales de estudio.

Para algunos autores, el periódico no es una obra esencialmente literaria, sino histórica. Se ha dicho que el periódico no forma parte de la actuación del espíritu; interviene más bien en la actividad práctica de la vida. Hemos de concluir que es un fenómeno complejo.

Sin entrar en su aspecto técnico, puede manifestarse como instrumento político de un partido, o de un gobierno. De aquí la necesidad de estudiarlo como ciencia política. Por contribuir a formar la opinión pública, dejándose influir simultáneamente por la misma, pertenece a las disciplinas sociales. La gente es lo que la prensa dice.

Se razona su institución desde el punto de vista jurídico, ya que

de la relación entre el periodismo y el Estado, ha surgido una legislación, que dirige sus obligaciones y tutela sus intereses. Las normas son morales y positivas.

El periodismo, se presenta en la economía nacional, como empresa industrial, y comercial, con cariz diferenciado y resultados satisfactorios. Las grandes empresas periodísticas, son un nuevo fenómeno de la industria, del comercio y de la economía moderna, claro que el monopolio puede ser malo.

Según el pensamiento de Caro, el periodismo multiplicará el número de los historiadores, con la mayor circulación de documentos. Las colecciones de periódicos, serán excelentes memorias y archivo para la historia.

La influencia de la Prensa en las masas populares, llega a tal grado, que los rotativos modernos se clasifican, en la realidad política, como el cuarto poder, que se enfrenta en los poderes del Estado.

## **LO IDEOLOGICO Y LO INFORMATWO**

Dos tipos de periodismo se disputan el asentimiento de las muchedumbres y la masa de lectores, el ideológico, solidario de una actitud política o religiosa, y el informativo, especializado en la pronta difusión de las noticias.

El periódico latín colombiano, ha conquistado un nivel culminante, en los últimos tiempos. Podríamos citar modelos de gran serenidad e independencia, de prudente juicio y miradas elevadas.

Las campañas alentadas por la pasión, son efímeras y, a la larga, infructuosas. El sectorismo todo lo daña.

Cabe, no obstante, la afirmación de que el periódico ha rebasado al libro y ha llegado en ocasiones a inutilizarlo. El único órgano de

cultura que existe para muchos, es la hoja diaria. Si el hombre es hijo de sus ideas, hoy confesamos, que cada uno es hijo del periódico que lee.

La prensa, es tan sensible a las transformaciones del ambiente social, que irremediablemente ha de exhibir el proceso de esa transformación que conmueve a cada país, y en nuestro caso concreto, a Hispanoamérica.

Existe en los pueblos un afán de vida mejor, un impulso hacia adelante. El periodismo procura pronunciar ese anhelo, con impaciencia y precocidad.

Los especialistas de las ciencias, los profesores, los médicos, artistas, educadores y literatos, todos los que tienen algo que decir o enseñar, acuden al periodismo. La prensa es tan necesaria como el aire.

Los escritores contemporáneos, mueven sus plumas al compás de esos monstruos, que devoran el libro y van gritando por las calles, cada mañana y cada noche, como mercaderes de noticias.

Conforme a estos dos tipos, marchan los dos géneros de Estilística más frecuentes, el informativo y el literario.

## **LA FORMACION DEL PERIODISTA**

El periodista desearía por lo menos, algunas horas para estudiar una cuestión nueva y oscura, para poner en orden el cúmulo de noticias que afluyen de los teléfonos y teletipos, para redactar sencillamente, con ecuanimidad y precisión; pero ya los linotipistas reclaman su reportaje, -crónica o gacetilla, y el periódico tiene que alcanzar el bus, o avión de la madrugada. En esta carrera de obstáculos, que más bien parece una marcha contra el tiempo, el redactor de mesa o de calle, necesita disposición y maestría para pensar bien, estilo rápido y conciso y un dominio fácil de la locución,

a fin de no caer a cada momento en repeticiones vulgares o, peor todavía, en impropiedades y barbarismos imperdonables.

En la didáctica de la estilística informativa, conviene que examinemos la noticia, los titulares, la crónica de información y el reportaje. Napoleón decía: vístame despacio que estoy de afán.

## **LAS NOTICIAS IMPORTANTES**

Es el centro de gravedad de los rotativos modernos. La revista norteamericana Collier's Weekly, publicó en 1911, una encuesta entre periodistas, para que definieran el valor de la noticia. He aquí algunas respuestas.

Noticia, es todo lo que el lector necesita saber.

Noticia, es todo aquello de que el público quiere hablar; cuantos más comentarios suscite, más valor tiene.

Noticia, es la inteligencia exacta y oportuna de los acontecimientos, descubrimientos, opiniones y asuntos de toda suerte, que afectan o interesan a los lectores. Todo lo que se refiere a la prosperidad pública, todo lo que interesa o instruye al individuo en cualquiera de sus relaciones, actividades, opiniones, propiedad o conducta personal, es noticia.

Noticia, son los hechos esenciales de todo lo sucedido, acontecimiento o idea, que tiene interés humano.

La noticia se funda en el público y debe medirse lealmente, por lo que al público interesa.

La fórmula de Caro, el mayor bien, para el mayor número, aplicada a la democracia, se puede trasladar a las actividades corrientes del interés del público. La mejor noticia, es la que interesa a más lectores. La dificultad reside, en concretar los factores de interés. Independientemente de la apreciación personal, los principa-



les factores objetivos son: la actualidad (el público exige siempre cosas nuevas, y la redacción del periódico ha de poner atención a la última novedad); lo anormal o nunca visto ni oído; la vida humana en sus conflictos políticos, científicos, literarios, de amor, de deportes..., asuntos de negocios, de interés general o particular; personajes, lugares y cosas que presentan cierto grado de eminencia o celebridad; los intereses morales de la familia o del individuo, en materia de salud, enseñanza, religión, beneficencia, carreras, colocaciones, legislación, comercio.

## **PREGUNTAS**

Que es lo que interesa al lector de cada acontecimiento? La práctica del periodismo norteamericano, lo condensa en seis preguntas o lugares comunes, Quién? Qué? Cuándo? Dónde? Por qué? Como? La estilística informativa, ha de dar preferencia a los factores de interés, es decir, las ideas se construyen en la Redacción, empezando por las circunstancias de mayor relieve. Unas veces interesará comenzar por el lugar; otras por el nombre, el tiempo, el instrumento, el método o la causa.

Estas preguntas, son un programa sintetizado del examen de la noticia, en su aspecto objetivo. Si analizamos la noticia en sí, y en su propia estructura, las características objetivas de la misma, se pueden resumir de este modo: proximidad temporal, proximidad física, consecuencia, punto culminante, drama, atracción, conflicto, sexo, emoción, progreso.

La noticia, núcleo del periodismo, supone un arte previo y difícil: su captación o indagación. En este proceso psicológico, es condición primordial, la exactitud. No creemos, que un periodista, exprese deliberadamente, una noticia inexacta. La inexactitud, puede proceder de falta de observación, o de error en la expresión. No es tan fácil como a primera vista parece observar con fidelidad. Aun observando bien, puede ocasionarse el error. No hay que ser tan precipitados.

En todos los casos, para juzgar el valor de la noticia y los factores de interés, el público es el último tribunal de apelación.

## **RELATIVIDAD DE LA NOTICIA**

La objetividad noticiosa, queda limitada de varias formas.

1. Por el mismo hecho. La fuerza expansiva de la noticia, depende de la importancia del acontecimiento, o de la autoridad y prestigio del personaje que en ella interviene. Una enfermedad del presidente de los Estados Unidos, es un suceso más noticiable y más trascendente, que los achaques o dolencias que pueda sufrir un ministro latino.
2. Por el potencial humano que manipula la noticia, y por la forma de presentarla. La agencia y la empresa la tamizan, según el interés particular o el nacional.
3. Por el potencial económico que tiende toda una red de agencias y corresponsables, todo un ejército de reporteros e informadores, con una organización mundial y un presupuesto de muchos millones.

La noticia llega a la redacción por tres conductos principales: las agencias informativas nacionales y extranjeras, los reporteros de calle y corresponsales y el archivo periodístico. Este proporciona los datos y antecedentes precisos para ilustrar debidamente la biografía, el comentario o la simple información.

Un sabio criterio organiza la redacción de la noticia, separando lo que es propiamente tarea informativa, o sea la adquisición de la noticia, de su elaboración, es decir, la utilización de la misma, para el comentario con fines doctrinales.

## PARÁMETROS PERIODÍSTICOS

City TV dio a conocer estos parámetros.

“Hay que evitar:

Ultrajar la dignidad humana.

Ofender el dolor de la gente.

No hay que estimular el delito, la truculencia es negativa.

**La presentación** de las imágenes y textos respetarán el derecho preferente de los niños y se someterán, en un todo, a lo previsto en el **Código del Menor** y demás normas aplicables. Así mismo, reforzarán la confianza en la juventud y serán respetuosas de los ciudadanos de la tercera edad.

**Las imágenes** deben estar inspiradas por el cumplimiento de la responsabilidad como constructor de paz y de convivencia tolerante y democrática.

Se puede marcar con una cinta negra de luto aquellas notas, historias, entrevistas o programas que correspondan a situaciones que conmuevan gravemente el espíritu humano o la sensibilidad social.

## CÁRCEL PARA LA INJURIA

Art. 220.— El que haga a otra persona imputaciones deshonrosas, incurrirá en prisión de uno a tres años y multa de 10 a 1.000 salarios mensuales. (Código Nuevo).

“Aquí quedan comprendidas todas las imputaciones de hechos no punibles pero que pueden ser deshonrosos, como el adulterio, el homosexualismo, el alcoholismo y, en general, todos los que afecten a las personas en su manera de comportarse (Dignidad) o menoscaben el respeto que se les debe por su jerarquía, profesión, etc.

(decoro). También quedan incluidas las imputaciones relacionadas con deficiencias de carácter físico, intelectual o moral que no hay derecho a enrostrar a quien las sufre aunque sean verdaderas”. (Gustavo Rendón, Derecho Penal Colombiano, Temis, 1983).

Se ha considerado necesario decir expresamente, que los que reproducen calumnias o injurias están sujetos a la pena de los autores, pues este sistema de ofender el honor es igualmente peligroso y revela peores condiciones morales en el culpable.

LUIS CARLOS PÉREZ comenta:

“*Publicar* es insertar las imputaciones en escritos impresos, o en audiciones radiales, en reuniones concurridas, etc.

“*Repetir* es volver a lanzar la agresión que otro ha causado ya, haciéndose eco de ella, usando exactamente los mismos términos e igual *modus operandi*.

“*Reproducir* es emplear un *modus operandi* distinto del que usó el primer agresor para divulgar la misma imputación, para volver a hacer presente lo que antes se dijo o escribió.

“El ataque que se repite, reproduce o publica tiene que haber sido lanzado por otro y así hay dos responsables. Tanto el primero como el segundo tienen que emplear medios eficaces para divulgar el pensamiento, y deben tener conciencia de la agresión.

“Si son dos o más los repetidores o reproductores, responde cada uno con la disculpa de que otro lo había lanzado primero”. (Código Penal, Temis, 1975).

La responsabilidad penal por los delitos a que se refiere la ley, se determinará y se fijará por las reglas generales establecidas en la ley penal; pero en todo caso, serán considerados como autores del hecho delictuoso los directores del periódico y los autores del escrito, y también los editores, cuando no se trate de una publicación periódica.

## **IMPERSONAL Y VAGA. “Se rumora....”**

Es entendido que cuando una calumnia o una injuria se publique de un modo impersonal o con la fórmula, *se dice, se asegura, corre el rumor*, u otra semejante, se considerará, para los efectos legales, que tal concepto se emite personalmente por el director del periódico y por cualquier otro responsable de la respectiva publicación.

## **AUMENTO DE LA PENA**

Cuando el delito se cometiere “utilizando cualquier medio de comunicación social u otro de divulgación colectiva, o en reunión pública, las penas respectivas se aumentarán de sexta parte a la mitad. “Si se cometiere por medio de escrito dirigido a exclusivamente al ofendido o en su sola presencia, la pena imponible se reducirá hasta en la mitad”.

## **AFIRMACIONES BOCHORNOSAS**

Imputaciones deshonrosas son, las que lesionan o ponen en peligro el honor, la dignidad o la buena reputación de una persona. No se necesita que sean falsas. Pueden ser en algunos casos verdaderas, como ocurre con las deficiencias físicas, morales o síquicas del imputado.

Entendido en sentido subjetivo, el honor se identifica con el sentimiento que cada uno tiene de la propia dignidad moral, y designa aquélla suma de valores que el individuo se atribuye a sí mismo: es precisamente esto lo que comúnmente se denomina “honor”, en sentido estricto.

Entendido, en sentido objetivo o externo, es la estimación o la opinión que los demás tienen de nosotros; representa por ello el patrimonio moral que deriva de la consideración de los demás y que, con términos claramente comprensivos, se define “reputación”.

La Corte afirmó: “El honor, para los efectos penales, está amparado en su doble noción de subjetivo y objetivo. Honor subjetivo es el sentimiento de la propiedad dignidad y del propio decoro, o sea la suma de valores morales que cada uno se atribuye a sí mismo. Este es el honor en su sentido riguroso. Honor objetivo es el buen concepto, la estimación con que cada cual es tenido por los demás que le conocen y le tratan. Es el aprecio en el juicio de los ciudadanos. Se llama honra, reputación, buen nombre o buena fama, por ser el resultado de la consideración social. La ley defiende, pues, el honor aunque no se haya herido la reputación; y viceversa, defiende la honra, aunque no se haya afectado el propio sentimiento de la dignidad y el decoro”.

### SIN MALA INTENCIÓN, NO HAY DELITO

“La verdadera esencia de la injuria —enseña CARRARA— está totalmente puesta en el *ánimo* del injuriante”; y agrega: “En el delito de injuria la *intención maligna* del ultrajante no es considerada solamente como una condición de su imputabilidad o como mero criterio mensurador de esta, sino como un elemento que completa su fuerza física subjetiva”. No basta injuriar. Hay que actuar con dolo.

### INJURIA INDIRECTA

La ley sanciona al que “Con el propósito de injuriar a una persona, rememore o divulgue hechos delictuosos ejecutados por su cónyuge o parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad”.

Anota CARRARA: “es *directa* la injuria cuando contiene un reproche de mala calidad inherente al ofendido. En cambio, se llama *indirecta* la injuria que imputa un vicio a una persona que nos es cara o está ligada a nosotros por vínculos de parentesco”.

## DELITO DE CALUMNIA

El Art. 221 del C. P. dice: “El que impute falsamente a otro un hecho punible, incurrirá en prisión de uno a cuatro años y multa de 10 a 1.000 salarios mensuales”.

La imputación falsa se un hecho punible puede hacerse:

- Utilizando cualquier medio de comunicación social o de divulgación colectiva;
- En reunión pública;
- En escrito dirigido exclusivamente al ofendido o en su sola presencia, y
- Por cualquier otro medio apto para expresar el pensamiento.

Tanto la imputación de un hecho delictivo, como el ataque al honor, la reputación o la dignidad, deben hacerse por cualquier medio eficaz para divulgar el pensamiento.

## LA VÍCTIMA DE LA FALSA IMPUTACIÓN

Sujeto pasivo de la imputación calumniosa (o deshonrosa) debe ser una *persona*. “Son personas todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición”. (C. C., art. 74). La existencia legal de toda persona principia al nacer, esto es, al separarse completamente de su madre y termina con la muerte (arts. 90 y 94 *ibídem*).

“En consecuencia, no pueden ser sujeto pasivo del delito de calumnia *los muertos* por las falsas imputaciones que se les hagan en escritos de índole simplemente histórica. Pero si al recordar o divulgar hechos delictuosos o inmorales ejecutados por persona fallecida, el sujeto activo obra “con el propósito de injuriar *a una persona*”, comete delito de injuria, no por la ofensa a la memoria del muerto, sino por el agravio inferido a su allegado que, por estar vivo, sí puede ser sujeto pasivo de esta clase de ataques a su honor. Es

esta la injuria llamada *indirecta*". (Gustavo Rendón, Ob. Cit).

No se requiere que la persona ofendida tenga *conciencia* de la ofensa que se le hace mediante la imputación de un hecho delictuoso o deshonroso. Por esa razón pueden ser sujeto pasivo los niños, los locos y aun las personas no totalmente dignas cuando se les imputan falsamente hechos personales concretos, como un homicidio, un hurto, una acción deshonesta y otros similares que realmente no han ejecutado, aunque la víctima, por su inmadurez o por su estado mental, no esté en condiciones de poder apreciar el ataque contra su honor. No se puede decir ladrón al homicida.

El C. P. anterior: la calumnia y la injuria se configuran también "cuando los hechos que las constituyen se comenten contra las personas jurídicas o corporaciones reconocidas por la ley".



**EL PERIODISMO PERUANO FRENTE AL CONFLICTO.  
FALLAS ESTRUCTURALES O PECADOS DE OMISIÓN**

*Sandro Macassi Lavander*

Director del Centro de Investigación A.C.S. Calandria.



## **INTRODUCCIÓN: A la sombra del autoritarismo y los cambios culturales**

Que duda cabe que los medios de comunicación han dejado de ser solamente el escenario sobre el que discurre la política nacional y cada vez más se comportan como actores políticos tras las sombras, en la negociación de las agendas y como catalizadores de los fenómenos políticos al conformar las culturas políticas de los ciudadanos afectando las nociones que sobre la política y los actores políticos se forman con el diario consumo de noticieros y periódicos.

Precisamente los medios frente a los conflictos que han cruzado nuestra historia reciente han tenido un fuerte protagonismo, en el curso de las acciones, resaltando unos actores sobre otros y dando visibilidad a unos hechos y ocultando otros, aliándose al poder económico y a los intereses políticos y de pacificación del régimen fujimorista autoritario. Sin embargo, debemos tener en cuenta que en el país han cambiado muchas otras cosas entre ellas el ejercicio de lo público.

Desde los inicios de la década pasada, el ejercicio público de la política ha sufrido una serie de cambios que han comprometido cada vez más a los sistemas de comunicación, a la manera en que los políticos comunican la política y también a la forma en que los ciudadanos se vinculan con los asuntos públicos.

### **1. LOS MEDIOS FRENTE AL CONFLICTO ARMADO**

A lo largo de los 13 años de violencia política en el Perú, los

medios han desarrollado una serie de posturas y posiciones respecto a su propio rol, a continuación revisaremos sucintamente cual ha sido dicho comportamiento de los medios durante dicho período.

## **1.1. Minimización de los hechos**

Al inicio de las acciones de Sendero Luminoso los medios peruanos venían de un largo período de gobierno militar que había confiscado los diarios y que recién pasaban a manos privadas y que además tenía muy poca tradición de periodismo de investigación, durante 12 años se habían acostumbrado a seguir las actividades del gobierno teniendo como único actor al presidente. Además, se trataba de medios con un carácter fuertemente centralista que difícilmente miraba aquello que ocurría en el interior del país menos en las zonas más pobres como Ayacucho donde se iniciaron las primeras acciones. El retorno a la democracia significó por el contrario la apertura de los medios en especial de la televisión a los programas enlatados internacionales y continuó con la tendencia del gobierno militar a ocultar las problemáticas y demandas sociales de los sectores más excluidos.

La primera actitud de los medios fue de negar los hechos, restarle importancia, lo cual anduvo una vez más en la tónica que el gobierno de ese entonces imprimió a su política. Por ejemplo las notas periodísticas trataron a los hechos como problemas de abigeato (delincuencia común), pero en general primó un desconocimiento de los problemas sociales, culturales y políticos de las zonas afectadas por la violencia.

Los medios abonaron de cierta manera a la confusión ciudadana, los Senderistas fueron presentados como actores financiados por países comunistas (China o URSS) así como acciones de la derecha frente a la naciente democracia. Pero en general presentaron a Sendero Luminoso como a un enemigo oculto invisible que no reivindicaba sus actos que actuaba en la sombra, construyendo con ello un halo de misterio y hasta cierto punto de mitificación.

## 1.2. Escalamiento del conflicto y sensacionalismo mediático

En la medida que las acciones de Sendero Luminoso crecieron en número y en envergadura y los esfuerzos policiales fueron desbordados por el accionar violento, los medios empezaron a cubrir las acciones terroristas y con ello a legitimarlos como actores y muchas veces haciendo el juego que buscaban los mismos grupos armados que buscaban crear zozobra, generar descontrol y pánico en la sociedad. Por ejemplo uno de los medios cubrió un atentado senderista con el 22.5% de sus páginas<sup>1</sup>.

Los medios fungieron de altavoces de las acciones terroristas, pero al mismo tiempo, esta alarma social y el tratamiento tremendista y amarillista que muchos diarios y noticieros hicieron facilitaron las posturas más radicales en el ejército y en la política por una respuesta fuerte, por una Guerra total, de cierta manera el extremo sensacionalista de los medios a fines de 1982 favoreció a las posturas más radicales del conflicto armado, a Sendero Luminoso y a los halcones del ejército.

En 1983 los militares toman el control de las zonas “terroristas” y declaran estados de emergencia donde el único poder real lo constituían los comandos militares, había empezado la “guerra total”, luego de dos años de represión, asesinatos, ajusticiamientos extrajudiciales, torturas y excesos de ambos lados; las cifras fueron espeluznantes de 193 víctimas en 1982 subieron a 3.588 en 1984<sup>2</sup>, es decir cerca del 1859%, donde su mayoría fueron civiles. Los militares restringieron lo más que pudieron la actividad periodística, reduciéndola a los comunicados de prensa, escuetos y tantas veces inexactos que no daban cuenta de todas las acciones armadas.

La respuesta de los medios capitalinos fue mandar “enviados especiales” para cubrir los hechos, no buscaron por lo mismo fortalecer a los periodistas locales, quienes tenían un mejor conocimiento de la zona, de las problemáticas e incluso del idioma. Un caso de triste recordación fueron los 8 periodistas que murieron en Uchurajay el 23 de enero de 1983, al parecer en manos de los mismos

pobladores de la comunidad andina.

### **1.3. Abstención y autorregulación**

Otra de las acciones que los medios tomaron fue restringir la cobertura periodística al mínimo, y realizaron un pacto entre los canales de televisión de cubrir únicamente 5 minutos diarios en los noticieros. La idea original era no hacer propaganda a las acciones subversivas.

Sin embargo, en la práctica esa autorrestricción significó la reducción de la cobertura de los hechos, la disminución del debate nacional sobre el tema y por lo mismo limitó las denuncias sobre las numerosas violaciones de los derechos humanos que venía cometiendo las fuerzas armadas en su guerra total.

Por lo mismo el conflicto ya escalado pasó a una etapa de impunidad y de cierta complicidad al no informar debidamente a la ciudadanía sobre las acciones de los actores del conflicto, con ello dejando en la impunidad un sin fin de acciones injustificadas y dando una suerte de carta blanca a la errada política antisubversiva.

### **1.4. Complicidad y Unidad nacional**

A partir del golpe de estado de 1992 y en general a partir del atentado a Tarata (calle de Lima de clase media alta donde hubieron numerosos muertos) surgió un sentimiento a favor de la lucha antisubversiva que no existió antes.

A pesar del aspecto positivo de la cohesión nacional en torno a las acciones contrasubversivas, los medios se mimetizaron y pactaron con el gobierno de facto en tanto ayudaron a la confusión entre oposición y lucha contrasubversiva, dando prioridad a la agenda gubernamental, colaborando abiertamente en mantener la popularidad presidencial.

En ese período los programas periodísticos se convirtieron en magazines, donde fueron excluidos los analistas, expertos y políticos de oposición, quienes aportaban la visión del mediano y largo plazo, es decir la visión de la política gubernamental. Al excluirlos de la escena mediática también la prensa televisiva se convirtió en un presentismo diario que se enfocaba en la personalización de las acciones del gobierno en una sola figura, el presidente de la república.

Ciertamente los medios en este período favorecieron la reelección gubernamental y restringieron la posibilidad de debate y deliberación ciudadana. Con ello el gobierno gozó de una impunidad total pues gobernó a través de delegaciones de facultades, de decretos de urgencia y leyes secretas que sirvieron en la práctica para el desfalco y la dilapidación de los recursos del Estado a favor de una cúpula cívico-militar.

### **1.5. Política, corrupción y la banalización de los medios**

Diversos autores han señalado los cambios en el género informativo, el creciente ablandamiento de sus temas (Brunner, 1988), el uso de géneros híbridos (Macassi, 1999), de elementos de la sátira (García Avilés, 1999) en general se ha descrito la tendencia a la espectacularidad en las noticias. Sin embargo, no es lo único que ha cambiado, también las formas de hacer política han sufrido profundas transformaciones, como bien lo ha señalado Castells<sup>3</sup>, han caducado los partidos de masas y los ciudadanos no tienen referentes de cómo interpretar los acontecimientos políticos, por lo tanto recurren a elementos de su vida cotidiana para relacionarse con el espacio público interpretando los gestos o comportamientos de los políticos en lugar de sus ideas y propuestas (en caso las tuvieran).

Recientemente en el Perú los diarios amarillistas sirvieron como herramientas de presión, difamación y debilitamientos de los adversarios políticos del régimen autoritario de Fujimori. Posteriormente, se supo que cada titular le costaba al gobierno entre 2000 y 4000

dólares. La credibilidad de sus lectores en las noticias políticas era muy baja, pues no encontraban correspondencia entre los titulares y los interiores. Ciertamente el objetivo del gobierno no era convencer a los lectores de los diarios sino influir en todas aquellas personas que de una manera o de otra miran, a diario, los titulares en los kioscos. Como lo demostramos en la investigación, los lectores de titulares fueron quienes más se desilusionaron y dudaron de sus opciones políticas a raíz de los titulares de la prensa amarilla.

Otro de los usos dados a esta prensa fue de destructor político generando cortinas de humo y escándalos de la farándula o inventando hechos como la “virgen que llora” para reorientar la atención pública de los hechos que eran desfavorables al gobierno de turno. Posteriormente la prensa amarilla siguió apoyando a diferentes candidatos y teniendo un papel oscuro en el proceso electoral reciente.

Con una postura menos adicta pero igualmente cómplice, la mayoría de los canales de comunicación vendieron sus líneas periodísticas, si no por varios miles de dólares, también por favores políticos y soluciones de casos judiciales que en la práctica les redituaba beneficios económicos.

Ciertamente el periodismo daba cobertura a las demandas, pero éstas eran individualizadas, desdibujando el contexto y la problemática que estaba detrás, constituyéndolos en casos humanos representaciones colectivas, donde la voluntad personalizada del presidente actuaba para solucionar los casos y de manera mediática representaba la atención constante del gobierno a favor de los problemas cotidianos que la mayoría vivía a diario.

## **II. COMPORTAMIENTO DE LOS MEDIOS FRENTE A LOS CONFLICTOS SOCIALES**

Si bien los grupos alzados en armas han sido derrotados, la tarea de la pacificación del país todavía tiene un camino muy largo que



recorrer. Estamos muy lejos de haber enterrado el pasado y de resolver las secuelas de la guerra interna y los conflictos en las comunidades afectadas por la violencia, pero estamos más lejos aún de resolver las causas que originaron el escalonamiento de la violencia que involucró al país entero. Sin embargo lo más cierto es que muchas de estas heridas aún están abiertas en forma de conflictos latentes que si no son abordados a tiempo pueden hacer peligrar de nuevo la estabilidad del país.

La acción del Estado en la pasada década no sólo ha sido errática en el tema de la paz, sino que ha abonado de cierta manera a la continuidad de los conflictos y el surgimiento de nuevos. De hecho el programa de repoblamiento acentuó los conflictos entre los resistentes (aquellos que se quedaron en las comunidades) y los retornantes al otorgar incentivos y beneficios solo a estos últimos. Los cambios económicos y sociales también han generado conflictos entre los enraizados en su comunidad y los otros miembros que tienen la estrategia de dos pies, aquellos que están entre las comunidades y las ciudades sea para diversificar su economía o para ampliar las oportunidades de sus hijos.

Sin embargo, los conflictos latentes no sólo se producen por la forma en que se está recomponiendo la socialidad de las comunidades, sino que la forma en que se resolvió el mismo conflicto armado, que dejó una serie de procesos inconclusos, que se expresan en el número de requisitorios e indocumentados que no se pueden insertar como ciudadanos con el mínimo de derechos y reconocimiento legal, y evidentemente la existencia de un resentimiento no resuelto entre miembros de la comunidad que participaron de hechos luctuosos y las víctimas de los mismos, aquellos que colaboraron con uno de los actores principales y aquellos que se mantuvieron neutrales.

Ciertamente, en la medida que el conflicto escalonó la espiral de violencia, desató una serie de conflictos subalternos entre comunidades e intereses particulares por fuera del conflicto político original, que desató matanzas, asesinatos, robos, que se escudaron tras la

vorágine de la guerra, pero que aún ahora continúan como conflictos latentes entre comunidades y el resentimiento entre miembros de la comunidad. También es bueno resaltar los conflictos que se originan entre los repertorios modernizantes traídos por los retornantes y por los desplazados en visita, con el bagaje de tradiciones de las comunidades, estos conflictos culturales también se expresan al interior de las familias. Tal vez el conflicto de mayor envergadura es la relación entre el Estado y las comunidades y organizaciones locales.

Los medios por su parte han tenido un comportamiento cambiante frente al conflicto armado, pero generalmente han acompañado las políticas presidenciales para afrontar el tema. Sin embargo, es necesario hacer una diferencia entre el tratamiento informativo que resulta de una opción editorial y aquel tratamiento que deriva de las culturas laborales, de las nociones de ser periodista, que son el sello del periodismo peruano, tanto de los medios que se sitúan en posiciones a favor de los gobiernos como en su contra o neutrales a ellos.

## **2.1. Fallas estructurales**

### ***Sectores sociales excluidos del espacio público mediático***

En un monitoreo de informativos<sup>4</sup> contamos la cantidad de veces que los actores públicos aparecían. Encontramos que quienes aparecen como sujetos de la noticia, declarando, siendo consultados o simplemente son los sujetos principales de los hechos, son en una aplastante mayoría adultos hombres. La mujer aparecía en el 18% de las noticias, en cambio, los jóvenes apenas aparecían mínimamente, con un escaso 4.4% en el 2000 y apenas 0.5% en el presente año (ver cuadro N° 1), mucho menos que en anteriores elecciones, teniendo en cuenta el alto protagonismo que los grupos de jóvenes tuvieron en la lucha por la democracia a partir de 1997 y en las movilizaciones y acciones cívicas del año pasado, ellos se han ganado un lugar como interlocutores y opinantes de las propuestas electorales, sin embargo

los medios no los hacen participar.

Por lo tanto, el joven no es validado como un sujeto opinante y su imagen pública más bien es asociada al consumo frívolo, al deporte, a la transgresión, y nunca aparece en las noticias como un ciudadano válido, preocupado por el país. Las mujeres, incluso, están más legitimadas que el joven.

**Cuadro N° 1**

<b>Generación del actor protagonista</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
	PORCENTAJE	PORCENTAJE
Adulto mayor	1.6	2.0
Adulto	35.8	72.0
Joven	4.4	0.5
Niño	1.2	0.2
No se expresa	57.0	25.3
Total	100.0	100.0
casos	Basado en 8940	Basado en 845

### ***Centralismo informativo y exclusión geográfica***

Los seis canales que tienen una cobertura nacional son emitidos desde Lima, y como podemos apreciar en el cuadro N° 2, en promedio el 57.6% de las noticias están ubicadas en la capital, si a ello le sumamos los otros 20% de las noticias que por su naturaleza son noticias sin ubicación geográfica, tenemos que el conjunto de más de 24 departamentos del país ocupan apenas el 23% restante de la cobertura. Tenemos pues un sistema comunicativo centralizado que por disposiciones legales mantiene la predominancia de la capital sobre las demás provincias.

Con ello los conflictos locales no tienen una visibilidad pública, ni participan de la agenda pública nacional, esta imposibilidad de ser

escuchados a lo que se suman escasos mecanismos de participación, en realidad, es una situación de exclusión muy fuerte, que muchos grupos provinciales (desde alcaldes, pobladores, y organizaciones políticas) recurren a medidas de fuerza cada vez más violentas y radicales que atraigan la mirada de los medios y les sirva para sus titulares sensacionalistas y con ello lograr que sus demandas sean escuchadas, con ello se construye un círculo perverso de medios sensacionalistas y demandas radicalizadas.

**Cuadro Nº 2**

<b>Ámbito geográfico donde se desarrolla la información</b>	<b>TV</b>	<b>RADIO</b>	<b>PRENSA</b>	<b>TOTAL</b>
Lima	69.9	32.2	66.6	57.6
Sierra sur	10.4	6.6	7	7.6
Costa sur	3.7	9.1	5.1	5.9
Sierra norte		5.4	0.2	1.6
Costa norte		3.3	0.7	1.3
Selva central	1.2	2.1	0.9	1.3
Callao	1.2	2.1	0.4	1.0
Costa central		2.1	0.2	0.7
Nacional		0.8	0.9	0.7
Internacional			1.1	0.6
Selva norte		0.4	0.9	0.6
Sierra central			0.4	0.2
Selva sur		0.4		0.1
Indeterminado	13.5	35.5	15.6	20.8
Total	100	100	100	100
Casos	163	242	455	860

## **2.2. Fallas en el tratamiento editorial**

- A. La prevalencia de un tratamiento informativo que fue en detrimento de las ideas, propuestas y programas políticos y que por el contrario abonó a la espectacularización de los personajes públicos. Esta tendencia se manifestó en la personalización de

la acción política en torno a los caudillos y líderes, recogiendo aspectos de su vida afectiva, doméstica y hasta lúdica.

El Estado y el presidente se constituyeron como actores omnipresentes de todo hecho público. Con ello los medios cambiaron su rol de “simples intermediarios” de los acontecimientos o de ser escenarios para el juego político a otro que los constituyó en sí mismos en “factor político” en tanto que ponderaban, positiva o negativamente, tanto los acontecimientos como a sus protagonistas.

- B. Hubo un desplazamiento de la discusión y debate de los temas públicos en favor del drama social individual, carente de todo contenido colectivo y por lo tanto no sujeto de responsabilidad pública ni objeto de políticas. En general, los medios no establecieron puentes entre las problemáticas sociales (demandas y necesidades de la población) y la esfera de las decisiones políticas. Así, su solución quedaba a expensas de la filantropía privada (como la recolección de dinero vía cuentas bancarias a favor de las víctimas) y en ocasiones a expensas de la caridad pública en forma de donaciones personales de los miembros del gobierno. (En una ocasión durante una inauguración se donaron relojes y prendas que el presidente y los ministros llevaban puesto).
- C. La presentación de los hechos careció de la pluralidad que demanda un país diverso y complejo como el nuestro. La presencia de la mujer se encontró asociada a los temas del mundo del espectáculo y la exigua presencia de jóvenes en las noticias se concentró en mostrarlo sólo como joven transgresor. Las notas sobre lo que ocurría en provincias brillaron por su ausencia y las pocas que aparecían daban cuenta de las tragedias colectivas. En el caso de las minorías étnicas el panorama es similar, una presencia escasa asociada preferentemente a roles estereotipados sin voz ni voluntad política. El actor hegemónico de la noticia fue el adulto varón, el resto de miembros de la sociedad ve disminuida su participación de las decisiones y su

legitimidad pública como sujetos con capacidad de opinar y discutir los derroteros de los asuntos públicos.

- D. Los estudios constataron que existió un desplazamiento discursivo de los temas y actores de la violencia política a sus similares de la violencia delictiva, haciendo énfasis en los miedos colectivos y en la búsqueda de enemigos comunes que aglutinen y cohesionen a la población en su lucha. Sin embargo, este tratamiento no significaba una preocupación por su discusión como problema estructural o sobre las acciones públicas para su erradicación. La existencia de un enemigo interno o externo (Sendero, delincuencia común o el Ecuador) era funcional a las necesidades gubernamentales: adhesión de la población y cohesión en torno a su proyecto.
- E. La espectacularización de la vida pública desplazó el poco debate existente por el uso de lenguajes y tratamientos informativos propios de otros géneros audiovisuales como la ficción o el humor. De tal manera la reconstrucción de los hechos con actores y escenografías omitió análisis de los acontecimientos concentrándose en un goce epidérmico del consumo de información, similar al consumo de comida rápida. Lo mismo sucedió con los programas cómicos que canalizaron muchas de las críticas al gobierno de manera lúdica y tímidamente cómica y luego fueron usados para atacar y desprestigiar a los candidatos de oposición.
- F. Así como encontramos cambios negativos también rescatamos algunas potencialidades. En este período se exploró otras formas de desarrollar la información política, en los noticieros se descentró la lectura de las noticias a favor de una presencia más activa en el “mismo lugar de los hechos”, por lo tanto la credibilidad de los públicos viró hacia los reporteros, descansando en menor medida en los lectores de noticias y periodistas. Por otro lado también se aperturó la noticia a la presencia de distintos puntos de vista, aunque dentro de los parámetros sensacionalistas antes descritos. El uso de lenguajes de la ficción y de la imagen (infografías, reconstrucciones), amplió la comprensión

de algunos públicos sobre los aspectos y hechos públicos. Sin embargo este cambio no se operó en todos los medios, fue muy desigual y tampoco fue acompañado en la mayoría de casos de una visión más amplia y panorámica que facilite la tematización pública. Por ello, significó un cambio metodológico del uso de recursos y no un cambio de fondo.

- G. Es necesario señalar también que para la gran mayoría de la población, los hechos políticos siguen siendo inaccesibles, dada la complejidad de los acontecimientos y de su cobertura informativa (interpretaciones legales, descripciones técnicas, matices y enfoque, implicancias políticas, etc.). Por ello y a pesar del alto número de personas que consumen informativos<sup>5</sup> muchas están excluidas, en las sombras de la comprensión de los asuntos públicos y, en ese sentido, imposibilitado en parte del ejercicio de su ciudadanía.

Estos hallazgos entre otros evidencian cierto desconcierto en cuanto al rol informativo de los medios. De un lado, existe una fuerte tendencia por satisfacer a los públicos a como dé lugar, dejándose llevar por las reglas del mercado y del rating. De otro lado, una fuerte presión política lleva a los medios a ser acompañantes, a veces mudos, del poder político, dejándose conducir por las necesidades de hegemonía del gobierno de turno. Y finalmente los cambios de paradigmas y la caída del muro de Berlín de cierta manera afectaron la visión política de los medios.

### **III. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y TRATAMIENTO INFORMATIVO**

Como hemos podido apreciar, la acción informativa de los medios no es del todo neutra, sino que a pesar de obrar muchas veces desde el punto de vista de la objetividad periodística terminan constituyéndose, junto a otros actores, como terceros en los conflictos y por lo tanto influyendo en el curso de las acciones que tiene el conflicto, sea para su escalamiento favoreciendo posiciones encon-

tradas de las partes, invisibilizando las demandas y/o simplemente mostrando una versión espectacular y distorsionada de los conflictos. El otro curso de acción que los medios tienen es realizar un tratamiento propositivo a favor de la paz.

Tradicionalmente la cultura periodística suele anteponer el modelo objetivista de periodismo frente al vaivén de los acontecimientos sociales, sin embargo este modelo necesita una revisión, en ocasiones el objetivismo ha servido para la continuación de las acciones de conflictos en la medida que los medios sólo se limitaban a mostrar los hechos. Por ejemplo, los voceros de los grupos en conflicto tienen distintas destrezas comunicativas y los medios suelen privilegiar el tiempo y en cobertura a aquellos líderes que pueden ser mejor recibidos por la audiencia y por lo tanto privilegian más una posición del conflicto que la otra.

Por lo tanto, es necesario partir de la hipótesis que los medios se constituyen siempre como terceros en un conflicto. Sin embargo, su accionar puede tener consecuencias tanto desastrosas como el papel que jugó la radio en el conflicto entre Tutsis y Hutus, o distensionadora como la Internet evitando una intervención militar frente a la insurrección “Zapatista”.

Para algunos autores<sup>6</sup> los medios tienen más potencial para favorecer el escalamiento del conflicto que para favorecer la paz. Para muchos otros, en cambio, los medios tienen un potencial enorme en los procesos de reconciliación nacionales. Nuestro punto de vista es que los medios co-forman la cultura política de los ciudadanos y ciertamente los estereotipos y las imágenes raciales, étnicas, religiosas y políticas de los distintos grupos. En especial la televisión condensa imágenes que estandarizan unos rasgos comunes y con ello ocultan la heterogeneidad presente mostrando sólo una estereotipia de los grupos.

Ahora bien, los conflictos no son explosiones aisladas y de comportamientos de masas, sino que tienen toda una evolución y derivan de cientos de pequeños conflictos no irresolutos o resueltos



por métodos que dañan la convivencia social. Los medios como lo hemos visto visibilizan estos conflictos sociales, les dan existencia pública y al mismo tiempo los categorizan, afectan su dinámica e influyen en su curso.

Por ello es necesario que el periodismo asuma su rol de tercero en los conflictos, desarrollando un enfoque de prevención que facilite las soluciones dialogadas, el llegar a puntos comunes en lugar de los divergentes, que facilite el debate y el desarrollo de consensos en lugar del espectáculo de la discusión, que se constituya en un espacio de encuentro, en lugar de generar más radicalización de sus posturas; en otras palabras, los medios debieran tener un rol proactivo preventivo por la paz, en lugar de una neutralidad que facilita la agudización de los conflictos.

Las tareas que le competen al periodismo son muchas, en primer lugar debe brindar una visión compleja del conflicto, que contextualice los aspectos culturales, religiosos, políticos y económicos que lo han generado y no solamente las posturas de agresividad, es decir, que evidencie las necesidades humanas que están en la base de los conflictos, en lugar de las posiciones intransigentes que muchas veces responden a estrategias de poder.

Debe existir un balance entre una cobertura de las acciones proactivas junto a las acciones destructivas de los conflictos, dejando de lado aquella cobertura que sólo cubre las muertes, los accidentes, las peleas y rupturas de diálogos sino que también deben priorizar los entendimientos, las acciones a favor de la paz, los casos de convivencia pacífica y mutua colaboración.

Los medios podrían, además, aportar visiones panorámicas de los conflictos en lugar de visiones endógenas de los conflictos que no hacen más que agudizar las posturas deterioradas entre las partes.

Los medios a lo largo de la historia han cambiado su sentido, antes de la modernidad, comunicarse significaba trasladarse, alejarse del hábitat cultural y conocer otras culturas<sup>7</sup>, para la modernidad

significó intercambio y flujos e interacción. Para el siglo en curso, de profundos intercambios, donde el tiempo y el espacio se hacen tan relativos y cambiantes, comunicarse tendrá otro sentido, significará construir relaciones, tejer redes, articularse. Y los medios, por lo mismo, ya no sólo serán transmisores de información, sino que deben, acordes a los tiempos, ayudar a reconstruir relaciones, lo que en palabras de Lederach<sup>8</sup>, no es otra cosa que construir la paz.

---

## NOTAS

1. OVIEDO, Carlos (1989). Prensa y subversión. Mass Comunicación. Lima.
2. ACEVEDO, Jorge. Prensa y violencia política (1980-1995). Aproximaciones a las visiones de los derechos humanos en el Perú, p. 39.
3. CASTELLS, Manuel (1999). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Siglo XXI. Madrid.
4. Se registraron y analizaron noticieros y programas informativos de radio y televisión y noticias de la prensa, para identificar el papel que a los jóvenes les atribuyen en la información y en la representación pública. Informe del Monitoreo de medios en las elecciones del 2000. Centro de Investigación, A.C.S. CALANDRIA. Marzo 2000. Y el Informe de observación del tratamiento informativo de los medios en el período electoral 2001. Centro de Investigación, A.C.S. CALANDRIA, marzo 2001. Mimeo.
5. Ver: Macassi, Sandro (2001). Culturas juveniles, medios y ciudadanía. A.C.S. CALANDRIA
6. Hamelink, Cees (2002). Communication may not build peace but it can certainly contribute to war. Media Development Nº 2 WACC.
7. Mattelart, Armand (1997). Rev. Telos. FUNDESCO. Madrid.
8. Lederach, John Paul (1998). Construyendo la paz. Reconciliación sostenible en sociedades divididas. Eds. Bakeaz y Gernika Gogoratz, Bilbao. 199 pp.

**ATENTADO A LA TORRES GEMELAS  
MARKETING DEL BIEN Y DEL MAL**

*Jorge Dell'Oro*

Presidente de Dell'Oro Trigo - Comunicación Institucional



Trataré de analizar el hecho mediático provocado por el terrorismo fundamentalista, evitando entrar en el tema religioso y político, limitándome en lo posible al tratamiento informativo de este brutal atentado.

Alex Schmid y Janny De Graaf sostienen que el terrorismo no es un tipo “de violencia sin sentido”, sino que se trata de una clase de “lenguaje violento”. De modo que “sin comunicación no puede haber terrorismo”.

Desde aquel periódico anarquista editado en San Francisco llamado The Truth, que se anunciaba entre su clientela revolucionaria con este mensaje:

“The Truth cuesta dos centavos el ejemplar; la dinamita, cuarenta centavos la libra. Compre los dos: Lea el uno y use la otra”. Hasta los hechos del 11 de septiembre hubo un vínculo que fue estrechando su unión entre terroristas y medios de comunicación.

Esa onda expansiva fue creciendo conforme crecía la capacidad de difusión de la prensa y aumentaba la velocidad de las rotativas. Más tarde fueron las ondas radiofónicas y, al final, la televisión que, gracias a los satélites de comunicaciones, convirtió al mundo en un vulnerable barrio.

La velocidad informativa de hoy es instantánea, mientras el asesinato de Lincoln en 1865 tardó semanas y hasta meses en saberse, el magnicidio de Kennedy en 1963 fue conocido por el 70% de los americanos en menos de media hora. El asesinato de Lee Harvey Oswald, 130 millones de personas fueron testigos, a través

de sus pantallas.

El terrible atentado en Manhattan fue transmitido en directo a todo el mundo por TV.

Persecutados de ese poder multitudinario, los grupos terroristas programan sus acciones con vista a la repercusión mediática. El terrorismo se inspira en el proverbio chino: “Mata a uno y espantarás a 10 diez mil”, a esto podríamos agregar que la violencia relativamente escasa contemplada por muchos tiene mayor efecto que grandes violencias contempladas por pocos. De allí que los medios pasan a ser la mejor arma para el terrorismo.

## **Un poco de historia: Malvinas y la guerra de la información**

Pasando ya al caso que nos ocupa, es bueno repasar algunos antecedentes antes de ir a él.

En la guerra de Malvinas que Argentina sostuvo con Inglaterra en 1982, las noticias difundidas en Londres tenían una clara intencionalidad y un objetivo preciso, poner a la Argentina como un peligroso enemigo de los ingleses, y más aún, del mundo occidental. Con buena información y sentido común se podía deducir que tanto la tecnología como el poderío bélico del Reino Unido, hacía imposible pensar que el país Sudamericano fuese un verdadero peligro.

El hecho que en el desembarco argentino la única víctima fuera de ese bando y no inglesa a pesar del superior número de tropas empleadas para ocupar las islas frente al reducido destacamento que defendía las posiciones inglesas, dio la pauta de cómo terminaría el conflicto. El comando militar inglés fijó, muy claramente, a sus periodistas los nuevos límites partiendo de estas premisas: La TV cumpliría el rol de medio líder a pesar de no tener imágenes en directo. Este medio como ningún otro brinda la posibilidad de poner al espectador como testigo de un conflicto, lo que produce sobre ellos una gran perturbación pasando a ser la manera de cómo se lo

presente, como influirá en la sociedad.

La primera lección ante los hechos de guerra, atentados y violencia en general, es que el “bueno” para la gente es el atacado y no el que ataca.

El objetivo inglés fue posicionarse como víctima, exaltando una imagen muy agresiva, muy negativa, muy amenazante de la Argentina.

La segunda lección es que estos episodios son peligrosos, y con ese argumento se “protege” al periodismo evitando que se acerquen al lugar de los hechos, lo que posibilita dar los mensajes digeridos y que no se hurgue sobre las verdaderas causas y orígenes del conflicto. Inglaterra logra que haya unidad de criterios, manejando la información dentro de su territorio e influenciando sobre los medios y la opinión pública mundial.

Tal era la manipulación de Londres (como cuenta Enrique Oliva en su libro “Malvinas desde Londres”) que difundieron una foto borrosa de un edificio, donde decían que en él, la Argentina construía la bomba de Hidrógeno con expertos nazis y canadienses. Hubo quejas internacionales pero aún los británicos sabiendo que era falso siguieron adelante pues servía a los intereses de la Corona.

La prensa inglesa nunca dijo que el Crucero General Belgrano fue hundido fuera de la zona de exclusión cobrando la vida de 323 marineros argentinos.

Para dar esa noticia “The Sun” publicó a todo título “GOTCHA” palabra que no está en el diccionario, pero que en su uso popular significa “TE CAGUE”.

Londres seleccionó a los corresponsales bajo su criterio aduciendo la lejanía del lugar de los hechos.

Los periodistas ingleses sólo pudieron cubrir ese conflicto con la

protección de las tropas británicas. Cuando las naves inglesas llegaron a la zona de Malvinas los reporteros quedaron en un buque que ancló en la periferia, alejado del lugar de los combates, y allí recibieron la información. Por lo tanto ésta llegaba filtrada desde el Estado Mayor y los medios no tuvieron posibilidad de estar en forma directa en el lugar, aunque se encontraban en el escenario de la guerra.

Se libraron combates donde quedó demostrado que los ingleses no eran tan invencibles, que la aviación argentina estaba muy bien entrenada y tenía alta eficacia. Pero los medios británicos hablaban del paseo de sus tropas en un conflicto fácil y sencillo. La BBC es la única que no acepta ser manipulada y amenaza pedir material a la televisión argentina para mostrar la verdad de los hechos.

Andrew Walker periodista especializado en asuntos de defensa para el Servicio Mundial de la BBC, que tuvo a su cargo la cobertura desde Londres del conflicto del Atlántico Sur, en un reciente reportaje con motivo del 20 aniversario de los hechos decía: "En determinado momento el Ministerio de Defensa decide que quiere ingresar al terreno de la guerra psicológica. Y para eso pretendió empezar a transmitir en español hacia la Argentina, en especial para los soldados argentinos que estaban en las islas. La BBC se niega a tener algo que ver con eso. Nosotros ya transmitíamos en castellano pero siempre con la política de hacerlo de la forma más imparcial posible. Entonces el gobierno decide tomar ciertas frecuencias de la BBC, lanzar lo que se llamó "Radio del Atlántico Sur", que se convierte en una radio netamente propagandística con la información desmoralizante y deformada para las tropas argentinas: se le hablaba del frío, de la familia, etcétera. La radio transmitía desde la Isla Ascensión, donde la BBC tiene una planta transmisora que fue incautada por decreto del gobierno británico. Nuestra emisora informó que nada teníamos que ver con esas transmisiones". El modelo británico de comunicación en la guerra de Malvinas fue un modelo de censura, donde el comportamiento inglés aparece como caballeresco, generoso, sin violencias innecesarias, sin víctimas inocentes, un



verdadero modelo de manipulación inteligente de los medios de comunicación; aplicable desde entonces a todos los conflictos donde intervienen las grandes potencias.

En 1986 la OTAN publica un informe fijando pautas sobre cómo comportarse con los medios en caso de conflictos siguiendo las pautas del modelo Malvinas.

A los gobiernos no les importa que los periodistas investiguen después de los hechos lo que verdaderamente aconteció. Lo importante es que haya un fuerte control del discurso durante el desarrollo de los acontecimientos, no admitiendo las disidencias y tildando de traidor a todo aquel que las tenga.

### **Nueva York, 11 de septiembre del 2001, 8,45 a.m.**

Ese día y a esa hora, el mundo se paraliza y la televisión tiene frente a sus cámaras el paradigma de la noticia para ese medio. Se reafirma el concepto que sólo lo visible merece comunicarse, lo que no es visible y no tiene imagen no es para TV, por lo tanto no existe. El banquete estaba servido y como en una mesa fastuosa el medio se excita multiplicando las conexiones y las imágenes, se suceden declaraciones sin importancia de hechos no verificados; pero no importa. Lo importante es que el sistema funcione, que la máquina comunique, no que informe.

El principio que la CNN puso en marcha desde la Guerra del Golfo era el modelo a imitar, supremacía del espectáculo sobre la información. Como en el modelo Malvinas, la información principal no es lo que ha pasado, sino cómo el presentador nos la cuenta. La TV instaló que muestra la historia mientras se hace como si fuera suficiente ver para comprender. En realidad, al ser un megamedio termina tomándose a sí misma por el acontecimiento, sin brindar información, reproduciendo los hechos y ejerciendo una gran influencia en nuestros sentimientos sin dejarnos la posibilidad de razonar a quienes estamos frente a sus pantallas.

Como dice Ramonet: "Es la televisión quién dicta la norma, es ella quién impone el orden y obliga los otros medios, en particular a la prensa escrita, a seguirle". Podemos reforzar esta idea con la frase de Mac Luhan "El medio devora al mensaje".

## **Comienza el marketing del bien contra el mal**

La administración Bush usó la comunicación para instalar en las mentes y corazones de sus habitantes, de sus aliados europeos, de países del Tercer Mundo y de los árabes más moderados, que ellos son el bien. La comunicación y el dominio de la opinión pública no es nuevo, desde las guerras del siglo pasado siempre fue un elemento clave. Pero en esta, la primera guerra del siglo XXI, la comunicación es más que nunca, un arma fundamental y la comunicación nunca más será igual después del 11 de septiembre.

La manipulación de la información en los conflictos entre países tuvo protagonistas que hicieron verdadera escuela como fue la propaganda montada por la Alemania Nazi. Pero ya los Estados Unidos supieron mejor que nadie de su importancia en la Primera Guerra Mundial, formando los Comités de Información Pública, quienes se encargaron de llevar adelante una campaña para movilizar y controlar a la opinión pública induciéndola que se aceptara entrar en la guerra de Europa.

Si hay algo que no podemos olvidar es que los norteamericanos aprendieron de sus errores comunicacionales de la guerra Vietnam, en los ´70, cuando los noticieros mostraban terribles imágenes del frente y la opinión pública estadounidense se distanciaba cada vez más del conflicto que terminó con su derrota militar y un gran desprestigio para el gobierno.

En la Guerra del Golfo, Washington no falló como en el ´70, montó una gran manipulación, una fantástica operación de censura y discurso en consecuencia de propaganda. Pero lo notable es que no se realizó desde el autoritarismo de la prohibición, la supresión, la

no cobertura. Todo lo contrario, se dijo esta guerra la vas a ver en directo y se emitieron miles de imágenes y todos creímos que estábamos viendo la guerra. Después supimos que no la veíamos, que las imágenes eran señuelos, o que se habían grabado antes. Tal fue el escándalo que el filósofo francés Baudrillard pudo escribir un libro "La Guerra del Golfo no se ha producido".

El alemán Lothard Rolke, profesor de comunicación de la Universidad de Maguncia, decía:

"Esta guerra con el terrorismo es una guerra de información. En este caso la opinión pública será instrumentalizada en función de los intereses para confundir. El tema es qué es más importante: La verdad o el éxito. Eso significa que el éxito puede llegar a justificar que se mienta".

Al descomponerse la maquinaria civilizadora occidental y si el país conductor de esa maquinaria y a su vez el más poderoso, es vulnerable; el responsable está afuera. Este posicionamiento de hegemonía mundial lleva a las principales cadenas de televisión a consensuar con el gobierno qué mostrar y qué no. Por eso no se han visto escenas con sangre, gritos o ataúdes.

Acomodaron esta estrategia a patrones estéticos y argumentales de Hollywood. La famosa foto que dio vuelta el mundo donde veíamos a un camión de Coca Cola casi impecable junto a las ruinas del World Trade Center, es un ícono que transmite y encierra una cantidad de mensajes. El logotipo de la gaseosa es casi como la bandera de EE.UU., siendo reconocible en todo el mundo. El camión en ese contexto (algunos dicen que la foto fue trucada) nos decía: nos han herido, pero estamos vivos, estamos de pie. Porque aún en los peores momentos el envase debe lucir impecable.

Todas las guerras tienen héroes, los buenos siempre los tienen y los Estados Unidos, quizás el mayor fabricante de estos personajes que se confunden entre los reales y virtuales, entre Rambo, Eisenhower, Búfalo Bill o Patton, no tenía militares en esta guerra

inédita. ¿Entonces qué hacer? Generarlos. De allí que los policías, paramédicos, bomberos, o los donantes de sangre emergieron como los nuevos héroes potenciados mediáticamente. Son el nuevo concepto de héroes sin fusil, son el producto de una guerra sin balas. Los bomberos colocando la bandera en las ruinas de lo que fue el símbolo del poder de occidente, pasaron a ser otro ícono producido para esta etapa comunicacional del gran país del norte.

Los asesores de imagen del Presidente Bush plantearon que había que restablecer la confianza, pero sobre todo, manejar la pena del pueblo americano y del mundo. A cuarenta y ocho horas del atentado el Presidente en su discurso en el Capitolio le dice al mundo: "Están con nosotros o están con el terrorismo". Frase que resume la posición única y señala como traidor a todo aquel que aparezca como disidente (el malo).

También se apela al manejo del sentimiento al hacer mención en el mismo discurso que había recibido a la madre de un policía muerto en el atentado, exhibiendo la placa que ella le entregara como símbolo del héroe muerto.

Todos sabemos que un producto necesita un nombre y la futura operación contra Ben Laden y su banda terrorista lo tuvo sólo por unas horas "Justicia Infinita"; ya que a raíz del apuro no fue bien estudiado pues las connotaciones del mismo irritaron al mundo árabe, incluso a aquellos que son pro yankees. Este error de marketing fue rápidamente solucionado con un nuevo nombre: "Libertad Duradera". Esto de poner nombres a las operaciones bélicas, realizado por grandes potencias, no es reciente, pues es la marca con la cual se manejará toda la comunicación. En la Segunda Guerra los Aliados denominaron "Día D" a la ofensiva llevada a cabo en Europa contra la ocupación nazi. "Causa Justa" fue el nombre que se usó en la invasión a Panamá en 1989, "Tormenta del Desierto" en Irak en 1991, "Devolver la Esperanza" para Somalia en 1993, "Zorro del Desierto" en la segunda incursión contra Irak en 1998 y la OTAN eligió en el 2001, "Cosecha Esencial" para que la guerrilla de Macedonia devolviera sus armas. Ya con el nombre elegido la

estrategia fue trasladar la paranoia más allá de las fronteras de EE.UU., una manera de comprometer a más países en un desquite universal que permita terminar con los "malos". Muchas voces dentro de los Estados Unidos se levantaron en disidencia. ¿Quién puede decir yo soy el bien, ellos son el mal? decían unos, mientras otros se preguntaban si era delito pensar de otra manera. La polémica más fuerte la planteó la escritora y ensayista Susan Sontag quien señaló a Washington como responsable de políticas desacertadas con relación al mundo árabe, y del colosal fracaso de la inteligencia y contra inteligencia estadounidense en la previsión de este atentado. Inmediatamente el gobierno pidió a los medios no dar difusión a los pensamientos de la intelectual acusándola de traidora a la patria. El pensamiento único no admite discusión ni disidencia, poniendo en riesgo a la libertad de prensa, ejerciendo una fuerte presión sobre los medios. La administración Bush les pidió autocensura a las cadenas de TV y estas lo aceptaron. Cualquier intento de crítica a Estados Unidos es tomada desde entonces como un apoyo al terrorismo. En el libro de Gore Vidal aparecido hace pocas semanas "El fin de la Libertad", se hace un análisis de estos hechos, cuya tapa muestra a una Estatua de la Libertad con la boca amordazada por la bandera estadounidense.

El Vicepresidente norteamericano en sus declaraciones vinculadas a la Operación "Libertad Duradera" dijo: "Estamos en una guerra sucia, nuestra gente tendrá que ensuciarse las manos", algunos dirigentes y personalidades criticaron esa declaración, pues no parece muy democrático combatir al terrorismo manipulando la opinión pública y sobre todo tratando de amordazar a los que no piensan igual.

La salida a la luz de la existencia de una oficina llamada de Influencia Estratégica, que como su nombre lo indica, tenía como misión influenciar en la opinión pública a través de las agencias de noticias, transformando la información en desinformación, generó en los medios un enorme malestar incluso se sintieron descolocados. El artículo aparecido en la primera página del New York Times criticaba duramente al Secretario de Defensa Donald Rumsfeld, que prometió

siempre a los periodistas que cubren al Pentágono que nunca les mentiría, pero esto es lo que esta oficina venía haciendo sobre todo con los corresponsales extranjeros. Con el agravante de que su finalidad es que toda la información transmitida por agencias extranjeras como Reuter's, France Press, etcétera, termina al final siendo publicada en los medios norteamericanos. Según el Times, la oficina ha contratado los servicios del Rendon Group, una empresa consultora que trabaja también para la CIA y que trabajó antes para el gobierno de Kuwait y la oposición irakí que estaría tratando de derrocar a Saddam Hussein. La compañía es conocida por sus campañas de propaganda en los países árabes, incluyendo la que lanzó en 1990 para denunciar las violaciones de los derechos humanos cometidos por Irak durante la Guerra del Golfo. Los críticos de la oficina, ya sean demócratas como conservadores, dicen que las mentiras que difundirá perjudicarán la credibilidad del Pentágono. Todos recuerdan cuando se descubrió la entrevista fraguada donde una joven kuwaití denunciaba las atrocidades cometidas por las tropas irakíes con los bebés internados en un hospital de la capital de Kuwait. Pero los hechos demostraron que esa joven resultó ser la hija del embajador de Kuwait en las Naciones Unidas que ocultaba su rostro tras el típico shador y las escenas no fueron rodadas en la zona de conflicto sino en un apartamento de Nueva York. "Todo lo que es difundido en el exterior regresa aquí, porque la información viaja muy rápido", dijo Shibley Telhami, una especialista del Brookings Institution. "Afectará nuestra decisión y yo creo que eso es muy peligroso". "Con las mentiras uno siempre oculta la verdad de una manera muy negativa", dijo por su parte Ted Galen Carpenter, un especialista en relaciones internacionales del Cato Institute, un centro de investigación ultraconservador. "Y si nos ven con mucha sospecha. Si nos agarran mintiendo, la hostilidad aumentará".

## **Verdadero o falso**

La guerra también se libró en el Cyberespacio, Internet se transformó en parte activa de la guerra de información. Al ser un medio descontaminado de manipulación fue tanto para los "buenos"

como para los "malos" el lugar donde se podía encontrar información y contrainformación. La red se convirtió en fuente alternativa y voz de independientes.

La opinión del Departamento de Estado estuvo en el sitio que este posee, pero sabiendo de la cantidad de visitas que podía tener la página de CNN que tan fielmente le responde, volcó en ella la información más oficialista del conflicto. Su website pasó de recibir 11 millones de visitas diarias a recibir 9 millones por hora, generando un cuello de botella que hizo imposible el acceso en la primeras horas después del atentado. Ante esta situación, CNN.com puso en marcha un procedimiento de crisis: se eliminaron todos los archivos gráficos y todas las secciones no relacionadas con los atentados. El resultado fue una página muy liviana de cargar, en la que constantemente se iba actualizando la información. En las últimas horas del 11 de septiembre se incrementó en ancho de banda y la cantidad de "mirrors", lo que permitió la puesta online de archivos de imagen y multimedia. En la semana que siguió, el website de CNN continuó dedicado exclusivamente a la información relativa a los atentados y a los aprestos bélicos de los Estados Unidos.

Es necesario reparar que las características actuales de Internet permiten a todos aquellos que no tengan un espacio en los medios "tradicionales" la posibilidad de expresarse y de hacer oír su voz. Un ejemplo de esto lo constituye Indymedia, una cooperativa de periodistas independientes, organizados por países y ciudades. Esta red se presenta como una fuente de información alternativa, se originó como medio de expresión durante las protestas llevadas a cabo contra la reunión de la Organización Mundial de Comercio de Seattle en Noviembre 1999. En esta publicación online se expresan quienes denuncian la política exterior de los EE. UU. y se oponen a una represalia militar, y está llevando a cabo una activa campaña contra la guerra. Otro interesante caso de información alternativa lo constituyen aquellas expresiones online del integrismo islámico que forman parte de lo que se denomina la "e-jihad". En estos websites se expresa un rechazo cabal a los atentados pero se presenta una versión particular sobre los orígenes históricos del conflicto entre los

EE. UU. , Israel y Occidente en general con el mundo islámico. Sabemos que Internet es espacio amplificador para proliferación de rumores, teorías conspiradoras y testimonios verídicos, de dudosa fuente. Sin embargo, el volumen de información de este tipo que en el marco del atentado ha circulado por correo electrónico, sorprende a todos los expertos.

Richard Davis, psicólogo y especialista en comportamiento online de la Universidad de York, en Toronto afirmó: "Creo que este es el primer gran evento a escala mundial en el cual Internet está siendo utilizada masivamente para transmitir información. Esta crisis acentúa tanto el lado positivo, como el lado negativo de la red."

Los rumores que más han circulado son los siguientes:

- CNN utilizó imágenes de archivo para ilustrar la reacción de los palestinos que festejaban luego del ataque.
- 4.000 ciudadanos israelíes que trabajaban en el World Trade Center faltaron a sus trabajos el 11 de septiembre.
- Un mensaje que anunciaba que se podía ayudar a encontrar a Osama Ben Laden, donando dinero a un grupo de hackers de Estonia.
- Un mensaje alertando sobre el envío de miles de esponjas embebidas de un virus mortal a través del correo de forma anónima y al azar.
- Que Ben Laden poseía acciones en Iridium, Boeing y negocios petroleros con la familia Bush.

Algunos otros aciertos y errores de la propaganda efectuados por los distintos bandos en pugna: el Pentágono instaló la noticia que los pilotos suicidas, estuvieron bebiendo la noche anterior a cometer los atentados, cuando todos sabemos que el Islam prohíbe el consumo de alcohol.



Ben Laden luce enfermo en un video, quedándole poco tiempo de vida.

Se publica en las fotos bombardeos impecables en Afganistán, pero los Talibanes muestran las suyas, donde queda demostrado los estragos producidos en la población civil por la acción de aviación de los EE. UU.

Los servicios secretos ingleses difunden fotos trucadas donde se ven a las Spice Girls semidesnudas en playas árabes, dichas fotos irritan al mundo árabe, pues atenta contra su moral religiosa. La televisión árabe a través de su canal de TV, Al Jazeera, instala que la guerra es fomentada por los Estados Unidos en contra de todos los árabes y sobre todo su religión, el Islam.

Las esporádicas apariciones en la televisión árabe de Ben Laden son estratégicamente planificadas para mantener presentes su imagen y demostrar que está vivo, a pesar de los devastadores bombardeos.

La información debe ser manejada dentro de los parámetros de la ética y teniendo una clara conciencia de la responsabilidad social que los comunicadores tenemos, hoy más que nunca, dada la dramática realidad del mundo y los excesos de manipulación de algunos gobiernos.

Como decía James Reston, el columnista más influyente en la década del `70 de la prensa norteamericana: "Estamos fascinados por los acontecimientos pero no por las cosas que los causan." Porque como resume Derieux "preocuparse por la objetividad de la información es ir más allá de lo superficial, lo sensacional, lo anecdótico, para hacer un análisis más preciso, más riguroso, más en profundidad, intentando explicar el sentido de los acontecimientos, sus causas y sus consecuencias."

El periodismo tiene por misión profundizar, ampliar y acercar la realidad a la gente, pero en el caso de las Gemelas, es una asignatura

pendiente, más allá de las restricciones que puso el gobierno estadounidense.

---

## **BIBLIOGRAFÍA**

“Ética Periodística ante el Desafío Terrorista”, Carlos Soria y Juan Antonio Giner. 1980. Madrid, España.

“Tiranía de la Comunicación”, Ignacio Ramonet, mayo 1998, Editorial Temas de Debate. Madrid, España.

“La Televisión que nos Mató el Alma”, Gustavo Castro Caycedo, 1999. Bogotá, Colombia.

“Periodismo, Noticia y Noticiabilidad”, Stella Martini, agosto de 2000, Editorial Norma. Buenos Aires, Argentina.

Diario “Clarín”, 18 de septiembre de 2001. Buenos Aires, Argentina.

Diario “Los Andes”, 28 de octubre de 2001. Mendoza, Argentina.

Revista “Imagen” N° 56, noviembre 2001. Buenos Aires, Argentina.

Diario “Clarín”, 20 de febrero de 2002. Buenos Aires, Argentina.

“Ambito Financiero”, entrevista a Andrew Walker, 3 de abril de 2002. Buenos Aires, Argentina.

“Malvinas desde Londres”, Enrique Olivera, Abril de 2002, Editorial Ciudad Argentina, Buenos Aires, Argentina.

# **LÍMITES ÉTICOS Y LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN CON CÁMARA OCULTA**

*Gerado Prat*

Profesor de la Universidad del Salvador, en Buenos Aires



Hemos realizado aquí, un análisis teórico de la totalidad de las investigaciones periodísticas realizadas con la cámara oculta en Argentina, circunscribiéndolas al marco jurídico vigente y a las pautas éticas profesionales y señalando los casos en que estos límites son traspasados.

Sobre la base de los diferentes casos investigados según esta modalidad, hemos recurrido al marco legal vigente para determinar en qué casos el equipo periodístico se enfrenta a los límites legales para actuar durante el procedimiento de la investigación; y debido a la falta de precisión jurídica, en algunos casos, nos limitamos a señalar las consideraciones que tienen como único límite, la conciencia del profesional: la ética.

Y justamente, cuando hablamos de determinar en cada caso estos límites éticos y legales de la conducta del periodista, debemos hacer una distinción en las etapas del proceso: 1. A la hora de "grabar" una situación determinada (ilegal, reveladora) y 2. a la hora de "publicar" aquel documento audiovisual dentro de un formato periodístico determinado, ya que la primera etapa no debería implicar necesariamente la segunda.

## **¿QUÉ ES UNA CÁMARA OCULTA?**

Brevemente, aclaramos el significado de este recurso periodístico, que no significa otra cosa que "la habilidad para ocultar una cámara". Este es la definición más acertada a los efectos de ser precisos, ya que se han realizado decenas de investigaciones de este tipo, con cámaras Betacam o U-Matic de formato profesional, "ocultas" –por ejemplo- dentro de una camioneta con vidrios polarizados.

Pero es lógico que hoy, cuando hablamos de cámara oculta, nos referimos a lo que la avanzada tecnología nos permite en este campo: cámaras reducidas a miniaturas de 10 cm x 10 cm.

Estas *microcam*, permiten un registro audiovisual de baja calidad, pero alta precisión. Su reducido tamaño permite ocultarlas entre la ropa (en el dobléz de una corbata, en la hebilla de un cinturón, o dentro de un falso *walkman*). Y están compuestas por una lente gran angular que permite mayor amplitud de campo para que toda la escena quede dentro del cuadro.

Su costo oscila entre los US\$1.000 y US\$10.000, según los instrumentos periféricos del equipo y sus aplicaciones.'

## **ORIGENES Y USOS**

En la Argentina, como en otros países, las cámaras ocultas fueron y son aprovechadas por los programas de entretenimiento con diferentes objetivos, entre ellos el de perseguir el ridículo de las "víctimas" de una broma (caso "Video Match", Telefé) o buscar la emoción ajena ("Sorpresa y Media", Canal 13).

Pero desde 1994, en nuestro país se incorpora este recurso al periodismo de investigación, con la llegada del programa "Edición Plus" (Telefé). Más adelante, y con la desaparición del este ciclo pionero, la modalidad de investigar con cámaras ocultas fue incorporada a los noticiarios (con más éxito en algunos que en otros), como un nuevo capítulo de investigación profunda.<sup>1</sup>

### **1- PRIMER INTERROGANTE: GRABAR O NO GRABAR**

En medio del proceso de investigación periodística tradicional, los mencionados avances de la tecnología permiten al equipo periodístico la idea de incorporar este recurso a su trabajo de investigación. Así surge la primera pregunta: ¿grabar o no grabar la

reunión cumbre de nuestra investigación?. Responder afirmativamente conlleva una gran cantidad de riesgos extra para el periodista, pero también poderosos beneficios.

~ Pero para el análisis que aquí nos proponemos, debemos saber que al responder a esta primera pregunta han de incidir los objetivos que el equipo periodístico persiga en su investigación. A saber:

- I. En primer lugar encontramos el beneficio de la **SEGURIDAD** que proveerá este documento audiovisual ante dos riesgos típicos que podría tener que enfrentar el periodista:
  - a. amenazas
  - b. demandas judiciales.

Entonces, grabando con una microcámara (de la misma forma que antes lo hacía con un magnetófono), el periodista reduce el riesgo de ser amenazado mientras tenga ese material en su poder y la posibilidad de publicarlo. Y también tiene en sus manos un elemento fundamental que podrá salvarlo de una demanda de calumnias e injurias o difamación.

El periodista graba pero sin el objetivo de publicar. Solo por seguridad física-psicológica y legal.

- II. Otro de los objetivos puede ser el de **PERSEGUIR UNA CONDENA JUDICIAL**. Si bien esto no está dentro de las obligaciones profesionales del periodista y es más propio de un juez (ya veremos más adelante las implicancias del periodista como juez en la sociedad actual), tampoco es incorrecto que el periodista quiera colaborar con su investigación en una futura causa judicial (máxime teniendo en cuenta que luego de su investigación el periodista seguramente será citado por el juez de la causa como testigo).
- III. El tercer objetivo del periodista es el que más implicancia tiene en este trabajo, justamente porque es el que en los hechos, más se aplica. Se trata de grabar para publicar aquel episodio registrado con la cámara oculta. Este es el objetivo **MASSME-**

DIÁTICO del periodista. Y este controvertido fin es el que nos lleva a analizar qué valores jurídicos y éticos se ponen en juego cuando se muestra en pantalla lo revelado por la cámara oculta, para comprobar en qué casos es lícito hacerlo y en cuales no, como así también determinar en que casos es ético y en cuáles no lo es.

Pudimos observar el caso de los Narcopolicías <sup>2</sup> claramente como el periodismo destacó el extenso trabajo de investigación de campo, previo a la grabación. Aquí nosotros debemos detenernos a analizar la importancia del método utilizado en estos casos, al haberse tomado la decisión de grabar con una cámara oculta.

## **IMPORTANCIA DEL MÉTODO UTILIZADO**

Cómo es común en estos casos, todo el trabajo de investigación previo a la grabación consiste en los tradicionales pasos de investigación periodística y todos los recursos clásicos de los que ella se sirve: investigación de campo, relevamiento del contexto, estudio de los códigos propios del grupo/objeto investigado, infiltración, etc.

Pero la etapa más significativa es en la que se decide cuál será el procedimiento de grabación con cámara oculta. Según la experiencia argentina, hay dos opciones básicas: 1) darle intervención a la Justicia o 2) no darle intervención a la Justicia.

En el primer caso, luego de realizar todo el trabajo tradicional de investigación mencionado y, antes de llevar a cabo la reunión que se registrará con la cámara oculta, se le da intervención a un fiscal de turno. Los pasos siguientes los marca el procedimiento judicial vigente que comienza por el sorteo de un juzgado que iniciará la causa. Si el juez decide continuar la investigación según las pautas del equipo periodístico, entonces dará instrucciones a los servicios de inteligencia de la policía para que intervenga en su rol de auxiliar de la Justicia. Esta fuerza hará un seguimiento paralelo de inteligencia durante el momento de la grabación, controlando el accionar del



equipo periodístico. Una vez concluido este paso, el material audiovisual –la cinta-, será llevada al juez para que éste decida si lo incorpora en la causa.

Una segunda opción –también legal- es la de realizar la grabación sin comunicárselo previamente a la Justicia pero utilizando los servicios de un escribano para certificar la veracidad de la grabación. En este caso, el notario estará presente en el momento que la reunión será registrada, entregará el cassette de video al periodista y este, al salir de dicha entrevista, se lo entregará al notario para que lo guarde en un sobre laqueado para que quede bajo su tutela. Todo este procedimiento será relatado por el escribano en un acta notarial, dejando así constancia de que ese material es el original y no ha sufrido ningún tipo de alteración.

Si bien, como dijimos antes, cualquiera de estas dos opciones estará dentro del marco de la ley para el periodista, el acudir a un escribano –que tampoco es estrictamente necesario- está relacionado con aquel objetivo del periodista de perseguir una condena judicial. Si al equipo de investigadores no le interesa que ese material después pueda ser utilizado como prueba ante una causa judicial, entonces sólo se limitará a realizar la grabación cuidándose de otros aspectos como el de no inducir al sujeto investigado a la incriminación, etc. pero no se detendrá en los pasos estrictos de un procedimiento legal. La consecuencia de ello será que al abrirse una causa, el juez tendrá menos elementos para probar la culpabilidad del sujeto denunciada por el equipo periodístico. Pero los profesionales no correrán ningún riesgo de tipo judicial.

Pero tampoco el respetar todos estos pasos de la forma más estricta posible, significará de por sí poder condenar a los acusados. Se puede dar el caso de que la cinta no sea tomada como prueba dentro de la causa y eso sólo dependerá de la voluntad del juez de incorporarla o no.

Con todo, dándole o no intervención a la Justicia; utilizando o no los servicios de un escribano, los resultados pueden ser positivos o negativos de acuerdo a la interpretación del juez. Pero siempre colaborará más a que se haga justicia, el hecho de realizar la investigación con mayor participación de la justicia y más rigor procesal. Por ello es tan importante el método y el procedimiento que este dispuesto a utilizar el equipo periodístico. Ya que una investigación excelente desde el punto de vista periodístico y que de forma evidente descubra un hecho delictivo o de corrupción, puede generar un fehaciente informe periodístico pero al mismo tiempo ser "nulo de nulidad absoluta" para una causa judicial. Y esto, depende mucho del procedimiento de los actores de la investigación. En este caso, estamos ante lo que en términos jurídicos se conoce como "el fruto del árbol envenenado": haber llegado a un fin productivo y evidente, pero utilizando medios incorrectos desde el punto de vista legal, lo que genera que haya "vicio procesal" y todo el trabajo quede anulado.

## **1.1. COMBINACIONES SUGERENTES**

En cuanto al origen de las investigaciones, el modelo más común en este tipo de trabajos es que surja del equipo periodístico la necesidad de investigar determinado hecho, para el cual se utilizarán periodistas infiltrados y en algunos casos, víctimas que trabajarán dirigidas por el equipo de investigación. Cuando se le da intervención a la Justicia –como vimos más arriba- se agrega la fuerza policial que se coordinará con los periodistas por orden del juez (otro actor que interviene en la investigación).

Pero en el caso "Branca"<sup>3</sup>, encontramos una particularidad en la extraña combinación de actores involucrados en la investigación: aquí se unieron los legisladores al periodismo.

Una Comisión de la Cámara Baja que investigaba ilícitos en la Aduana ("Aduana Paralela"), decidió solicitar los servicios de "Telenoche Investiga". Ahora: ¿Cuál fue el real motivo que llevó a una institución como la Cámara de Diputados, a solicitar los servicios del

periodismo?

Si revisamos las cifras de "imagen positiva de las instituciones en la Argentina", encontraremos una sugerente respuesta. Resulta que mientras la mayoría de la gente reconoce que el Congreso es una de las instituciones más importantes (junto con la Justicia) para la vida de una sociedad, esos mismos ciudadanos encuestados dicen casi no creerle a los legisladores quienes tienen solo el 9% de imagen positiva que los argentinos reparten entre sus instituciones. Al mismo tiempo, mientras el periodismo representa para la gente un lugar poco significativo como institución importante para la vida social, sin embargo le otorga el mayor nivel de credibilidad (58% de imagen positiva) más que a cualquier otra institución (incluso la Iglesia Católica y la Educación).<sup>4</sup>

El efecto positivo de imagen obtenido por los legisladores con esta jugada de trabajar conjuntamente con el periodismo (como "luchadores anticorrupción" e "investigadores exitosos") fue generado al absorber la imagen positiva de estos últimos. Ahí radica la importancia que detectamos en este análisis de esta extraña combinación, que surge como iniciativa de los legisladores. Estos, por sí solos y aunque hubiesen investigado con éxito, nunca hubiesen obtenido la repercusión que tuvo en el ámbito periodístico, el caso "Branca".

## **1.2. CONSECUENCIAS JURÍDICAS y POLÍTICAS DE LA INVESTIGACIÓN CON CÁMARA OCULTA**

Tanto en el caso Narcopolicías como en el caso Branca (y en general en todos pero de forma contundente en estos) quedan claras las consecuencias jurídicas directas que surgen de la publicación de las investigaciones: detenciones, procesamientos, juicio político —en el caso de Carlos Branca-, etc.

Más profundas aún son las consecuencias políticas. Nótese que sólo el caso Narcopolicías produjo al poco tiempo de su emisión la

decisión política del ex Gobernador Eduardo Duhalde de comenzar la reforma policial con ley de prescindibilidad y una reestructuración casi total de la Fuerza más numerosa del país (situación que se profundizó más adelante con el caso Cabezas).

Cuando nos detenemos y miramos hacia atrás en el tiempo, notamos que todo esto fue generado por una investigación periodística que encendió la mecha de una reforma inédita y tuvo un altísimo costo político para el ex gobernador que en 1999 perdió las elecciones presidenciales.

## 2. DISTINCIÓN DEL MARCO LEGAL Y ÉTICO APLICADO

La contundencia de estas investigaciones y las consecuencias Políticas y Sociales que desata el efecto cámara oculta, nos ubican frente a la urgente necesidad de encontrar un marco legal –en primer término- para impedir su uso desmesurado, pero para poder entender inmediatamente cuándo se actúa dentro de acuerdo a derecho y cuando no.

Hay básicamente dos derechos indiscutidos que entran en diálogo cuando se utiliza la cámara oculta: el derecho a la vida privada (junto con la intimidad, y la propiedad privada) y el derecho a ser informado (derivado de la importancia del interés público y emparentado con la libertad de informar y ser informado).

Dichos derechos, permanecen en todo momento en una dinámica dialéctica: grado de privacidad versus grado de interés del hecho revelado. El centro de la cuestión –como veremos en el ejemplo de cada caso y de cada norma legal o moral aplicable-, radica en si el hecho de la vida privada que se está mostrando al público, influye o no (y en qué medida) en la cosa pública.<sup>5</sup>

Con todo, hasta aquí debemos tener en claro que: *la legitimidad de registrar un mayor grado de privacidad, es directamente proporcional a la relevancia pública que encierre el hecho.*

## 2.1. LÍMITES LEGALES

Si bien es difícil crear una legislación específica para regular el proceder periodístico en este tema, al menos sin poner en riesgo la libertad de prensa y evitando el corporativismo a veces exacerbado de la prensa, sí en cambio debemos defender la idea de que todo desempeño del periodismo debe estar dentro del marco legal vigente: eso es indiscutible. El problema reside en encontrar aquella legislación repartida en los códigos, leyes y en la misma Constitución, que nos ayude a construir un ámbito legal de movimiento para el periodismo. Hagamos entonces una revisión del marco legal vigente en materia.

Nombramos arriba los derechos a la vida privada y a la intimidad. Si bien estos son conceptos que no tienen una definición clara en el marco jurídico argentino, todos más o menos sabemos de lo que hablamos cuando nos referimos a ellos aunque no haya normas que definan los conceptos:

- a. Intimidad: el ámbito que protege este derecho sería "la persona y su conciencia, sus escritos, sus pensamientos, sus palabras orales". En definitiva: "yo conmigo mismo". Mientras que el derecho a la
- b. Vida Privada presupone una vida de relaciones sociales de dos o más personas que se concretan en un ámbito reservado y cuyo contenido no se pretende dar a difusión, salvo que alguno que uno de los protagonistas así lo resuelva.

Y justamente es tan importante esta condición de que "alguno de los protagonistas resuelva dar a conocer su vida privada", que en ella radica el límite entre cometer o no un delito al difundir el contenido de una conversación privada. De este modo, si un periodista publica el contenido de una conversación de la cual él mismo formó parte, esto no constituye ningún delito, puesto que esto forma parte de "su" vida privada.

### **2.1.1 La conversación ajena**

Distinto es que un medio de comunicación publique una conversación producto de una intervención ("pinchadura") telefónica o grabada a la distancia entre dos personas distintas de quién lo hace público. El caso de la conversación telefónica de uno de los hijos del actual presidente Fernando de la Rúa "arreglando" sus exámenes con un profesor de la Facultad, publicada por el desaparecido diario "Perfil" y filtrada por una fuente del medio, es un claro ejemplo opuesto al de Narcopolicías. En el caso de la Rúa, fue una clara violación contra la vida privada de los involucrados, el hecho de hacer pública esa conversación "sin que alguno de los protagonistas diera su autorización".

### **2.1.2 El tema del Interés Público**

De todos modos, el tema es aún más complejo. Si volvemos al caso en el que el periodista actúa lícitamente publicando su propia conversación, queda prácticamente solucionado el tema legal, pero aquí interviene el tema de si ese material constituye o no una necesidad inherente al interés público. En el mencionado caso Narcopolicías, donde el efecto de la cámara subjetiva oculta entre la ropa nos muestra al periodista hablando con un suboficial de la policía, notamos no sólo el hecho de que el periodista forma parte de la conversación, sino que además entendemos que el contenido de la conversación es de alto voltaje periodístico por el interés público que surge del mismo.

Hablamos aquí de dos valores: vida privada e interés público. Y ambos, como todo derecho, no son absolutos sino relativos: como en este caso, el derecho a la vida privada muchas veces cede, frente a valores que se consideran superiores; en este caso el interés público.

Si esto no es claro, podemos ver como la propia Constitución argentina protege más el interés público que a la vida privada. En su

artículo 19 se puede leer "las acciones privadas de los hombres que de ningún modo ofendan al orden y a la moral pública ni perjudiquen a un tercero, están sólo reservadas a Dios, y exentas de la autoridad de los magistrados".

Donde aparentemente sólo se ve un derecho (el de una vida privada que no puede ser juzgada por la ley sino sólo por Dios), hay también una fuerte restricción a ese derecho (lo que reafirma lo mencionado de que ningún derecho es absoluto<sup>6</sup>): si aquellas acciones privadas violan otras leyes o la moral pública (en el caso Narcopolicias eran funcionarios que debían combatir el delito pero lo estaban promoviendo), dejan de estar protegidas por la ley. Y que el interés público sea más importante, es la llave para que la prensa intervenga en su nombre.<sup>7</sup>

### **2.1.3 No violar la Propiedad Privada**

Otro derecho, el de Propiedad Privada, merece nuestra atención en orden al riesgo de ser violado por el accionar periodístico en busca de revelar un hecho. Traigamos la situación en la cual un reportero ingresa a un domicilio privado sin ser invitado (por más que esté abierto o violentando la cerradura) con el fin de fotografiar o grabar mercancía ilícita que se encuentra en poder del dueño de casa. Está claro que el periodista está cometiendo un hecho ilícito y que los resultados que obtenga de nada servirán para condenar al supuesto delincuente sino más bien pueden terminar condenado al propio periodista (recordemos la doctrina del fruto del árbol envenenado por la que en este caso las fotografías obtenidas por el periodista no podrían ser utilizadas en una causa judicial porque el medio para obtenerlas invalida el proceso).

Distinto es el caso del típico procedimiento con cámara oculta en el que el periodista (infiltrado con en el rol de cómplice) es invitado a ingresar a la propiedad privada por el dueño de la misma. Esto cambia radicalmente las cosas: aquí no hay ilegalidad al menos en cuanto a la violación de domicilio.

Para cerrar este relevamiento del marco legal vigente que puede aplicarse a la investigación con cámara oculta, es preciso nombrar otras normas, que son aplicables (y aplicadas) en distintas causas. Señalamos el artículo 1071 del Código Civil y la Declaración Interamericana de Derechos Humanos que fijan límites severos a aquellos que intentan entrometerse en la vida privada de las personas y los artículos 109, 110 y 153 del Código Penal que tipifican los delitos de calumnias (imputar a una persona la falsa comisión de un delito) e injurias (agraviar el buen nombre y honor) o violación de correspondencia, respectivamente.

#### **2.1.4 La autoincriminación**

Algo que el periodista debe tener muy en claro si busca que su investigación tenga una consecuencia jurídica efectiva y que el delincuente sea condenado, es el no inducir a cometer un delito. Esto significa que durante la conversación, el periodista debe ser lo suficientemente habilidoso como para lograr que sea el otro el que haga la propuesta delictiva.

Y esto es notable de destacar porque en muchos casos no se cumple y no precisamente por ignorancia o torpeza del periodista, sino que puede ocurrir –como mencionábamos más arriba- que el periodista sólo persiga un fin másmediático buscando el golpe de efecto y el impacto de publicar la cámara oculta y poco le importe que haya o no una condena mientras que a él le resulte más fácil y menos riesgosa la situación.

## **2.2 LÍMITES ÉTICOS**

Si al hablar de los límites legales del uso de la cámara oculta el panorama se hace complejo hasta para los expertos juristas y a veces está depende demasiado de la habilidad de las partes en una causa, mucho más difícil es delimitar el marco ético de este accionar. Esto ocurre justamente porque la deontología periodística depende



más en la conciencia del profesional que de los cientos de redundantes códigos de ética que adornan las redacciones.

### **2.2.1 En busca del golpe de efecto (El Juez Gay)**

Este tal vez sea el punto central del tema ético en la investigación con cámara oculta. Justamente por el efecto emocional que provoca la manipulación de audio y video propia de la televisión, la tentación de golpear con el efecto al espectador es en la mayoría de los casos más fuerte para el periodismo que el afán por la verdad.

Y la cámara oculta, que ubica al espectador como protagonista indiscreto de una situación delictiva, que permite "ver por el ojo de la cerradura" lo que está pasando en una relación de vida privada, es el arma de mayor calibre conocida hasta el momento para lograr ese impacto de "bala mágica" pensado por los massmediólogos de mitad de siglo.<sup>8</sup>

Por estar sujeto a la intensión personal del periodista, esto no puede ser controlado y comprobado y por lo tanto no se considera ilegal, pero sí puede entenderse como profesionalmente irresponsable.

Y hay dos casos conocidos en la Argentina que pueden enmarcarse en este caso. El primero es la exhibición por parte del periodista Mariano Grondona (el periodista tal vez más respetado y correcto de la televisión argentina), de un video en el que se veía el principio de una relación íntima entre un juez de la Nación y un taxiboy en un prostíbulo elitista porteño. El cuestionamiento que hacemos a esta conducta del periodista es el siguiente: el hecho de que un juez sea homosexual tiene un fortísimo impacto mediático pero es parte exclusiva de la vida privada del magistrado y no incide en absoluto en la cosa pública (en este caso sus fallos judiciales).

Sí en cambio, podemos alegar que el juez –que como todo funcionario público tiene el deber de denunciar un delito cuando lo descubre- incumplió sus deberes de funcionario público al asistir al prostíbulo (de hecho la justicia lo procesó por omisión de denuncia).

Pero sabiendo el Dr. Grondona a la hora de publicar en su programa el video, que todo el caso (y hasta el procesamiento) ya eran de conocimiento público, y que además el video no fue producto de una investigación periodística sino que fue grabado de un circuito cerrado del departamento y entregado por un extorsionador a la prensa, es obvio que no estaba develando nada de interés público sino tratando de incrementar su rating.

Otro es el caso de una desdichada mujer que era golpeada por su marido y —a propuesta de la producción del programa de la vedette Moria Casán— grabó con una cámara doméstica mientras era fuertemente golpeada. El impacto de estas imágenes una vez más es contundente. Pero si aplicamos la fórmula dialéctica entre derecho a la vida privada e interés público ¿qué relevancia tiene para la cosa pública el hecho de que un marido golpee a su mujer en la privacidad de su hogar? Aunque nos pese la respuesta, la conducta ética del responsable de aquel programa es reprochable desde el punto de vista del interés público. Aunque esa mujer tiene derecho a grabarse en esa situación y de hecho puede gracias a ello lograr una condena judicial contra su marido por maltratos (porque esa escena grabada es parte de su vida privada), nada tiene que ver con este hecho privado la publicación de esa escena, salvo que queramos lograr un impacto emocional en el espectador.

Con todo, en estos dos casos citados, no debemos perseguir con el peso de la ley a los periodistas, pero sí ser inteligentes y críticos al analizar el alcance deontológico de la situación.

### **2.2.2. Fuera de contexto (caso Food Lion)**

Más conocido tal vez es el caso del programa *Prime Time* de la cadena norteamericana ABC, que utilizó medios ilegales para obtener resultados aparentemente buenos en la investigación sobre la cadena de supermercados Food Lion<sup>9</sup>.

Además del hecho ilegal de llenar los formularios con datos

falsos para infiltrarse como empleados del supermercado, a la hora de publicar el informe, las productoras del programa sacaron de contexto algunas de las escenas de las más de 50 horas de grabación y así –por ejemplo- pusieron pasajes en los que los empleados hablaban de la comida en descomposición que estaba en los mostradores, pero no pusieron al aire otros tramos de la conversación en la que se afirmaba que el jefe había dado orden de tirar a la basura lo que estaba en mal estado.

Estos y otros detalles del accionar periodístico (tanto a la hora de grabar como a la hora de publicar la cámara oculta) llevaron a que un jurado condenase a ABC a pagar 5.5 millones de dólares (aunque a fines del año pasado un tribunal de apelaciones anuló la sentencia condenatoria).

Si bien el hecho de falsear la identidad es un tema legal, aquí lo peor que parece haber tenido en cuenta el jurado es la falta de ética de la cadena ABC.<sup>10</sup>

### **2.2.3 Personajes principales y secundarios**

Otra investigación con cámara oculta podemos utilizar de modelo para ejemplificar la relevancia social de hecho a través de la importancia de los personajes implicados en el mismo: el caso en cuestión es el de un sacerdote que por la tarde ofrecía la misa a su comunidad... y por las noches prostituía menores. Las cámaras ocultas de "Telenoche" una vez más lograron una condena judicial y social frente a las narices de la comunidad.

No podemos decir que es irresponsable por parte del periodismo haber publicado esta investigación ya que la investidura sacerdotal, si bien no representa al Estado ni a la República, es moralmente un símbolo de interés general que representando a la religión.

Entonces la publicación estaría en este caso justificada por dos vías: el delito de corrupción de menores y –aquí radica la fuerza del argumento periodístico- el hecho de que el corruptor sea nada menos

que el educador por excelencia en la moral social: un sacerdote.

Por otra parte, en el citado caso, en el que había involucrados menores, el equipo periodístico además obró cautamente al no mostrar el rostro de los mismos registrado por la cámara oculta. Este es un punto muy importante, porque algunos periodistas no miden el efecto contundente e inapelable de la cámara oculta, y en el afán de poner algún rostro en el aire utilizan pueden cometer el error de condenar a un personaje secundario de la verdadera historia del delito investigado.

## **LOS FINES DE LA PUBLICACIÓN DE LA CÁMARA OCULTA**

Es común escuchar a los periodistas que utilizan la cámara oculta, argumentar acerca de la necesidad que significa esta herramienta para la investigación periodística. Y la justificación pasa por el hecho de que la naturaleza de la televisión es justamente audiovisual. Se trata casi de un argumento silogístico. Si la investigación periodística necesita de documentos para comprobar los hechos, y la televisión es un medio de naturaleza audiovisual, ergo la investigación periodística televisiva necesita ser comprobada con documentos audiovisuales. Muchos ven en esta conclusión "lógica" una argumentación forzada y más que un silogismo una falacia.

Lo cierto es que hay tres finalidades más peligrosas, ocultas muchas veces detrás de los argumentos hipócritas de algunos periodistas que las utilizan. Las dos primeras se deducen del análisis que hasta aquí venimos haciendo: 1) el incremento del rating dado por la ambición comercial y 2) la búsqueda de impacto emocional, que conlleva en sí un fuerte sentido de poder para el periodista que sabe que está manipulando los sentimientos y las emociones del espectador. Este último parece ser el más perverso, teniendo en cuenta que ambos se utilicen eclipsando la verdad, razón de toda labor periodística.

La tercera finalidad es muy especial, porque no tiene que ver con un objetivo premeditado (o si lo es resulta peligrosísimo) y además trasciende lo comercial y lo perverso del sentimiento de poder del periodista. Por eso vamos a verlo en forma apartada.

## **CONSECUENCIAS SOCIALES: EL EFECTO CÁMARA OCULTA Y EL PERIODISTA-JUEZ**

Hay entonces un efecto de la cámara oculta autónomo e independiente totalmente de la intención del emisor (en este caso el periodista): es la condena social. Pero para que haya condena, tiene que haber un juez. Claro que como no se trata de una condena legal sino social, la función de juez debe pasar en este caso por lo mediático.

Pero para llegar a esto, es preciso trazar brevemente el panorama del desequilibrio institucional-social de la Argentina de la última década, que hizo posible que el periodismo absorbiese una a una las funciones de la Justicia, hasta el punto mismo de erigirse como juez.

En la sociedad argentina -como en casi todas partes del mundo- los *massmedia* se han abierto un espacio entre los sistemas sociales tradicionales y hoy ocupan un lugar preponderante en la interdependencia -dentro de una misma comunidad- de la clase política, la Iglesia, el sistema educativo, la institución militar, los sindicatos, el sector empresarial, la familia, el Estado y la Justicia. Todos dependen de todos: los funcionarios necesitan de los medios para difundir sus actos de gobierno y los medios a su vez necesitan de ellos para informar; el sistema económico requiere de los medios para imponer un modelo determinado, mientras que éstos últimos se rigen con las leyes del mercado. Ocurre aquí, que en la mayoría de los casos esta relación de interdependencia entre los diferentes sistemas sociales se torna desigual y asimétrica. Pero, para que la sociedad no entre en caos o desorden social, cada microsistema debe aportar al equilibrio, para lograr la homeostasis a la que toda

sociedad tiende por su naturaleza orgánica.

Para llevar a cabo este profundo entendimiento teórico-práctico sobre la Justicia y el Periodismo en la Argentina, hemos recurrido a un grupo de supuestos fundamentales del paradigma del funcionalismo estructural. Este modelo teórico -extraído de la sociología y formulado entre otros por Augusto Comte, Herber Spencer, Emile Durkheim y más adelante por Robert Merton y Talcott Parsons-, postula que la organización o estructura de una sociedad aporta la fuente de su estabilidad. Una exposición clara de este paradigma, y asumiendo el riesgo de ser simplistas, es la que formula Robert Merton en 1957:

1. Una sociedad puede ser concebida como un sistema de partes interrelacionadas.
2. Tal sociedad tiende naturalmente a alcanzar un estado de equilibrio dinámico, si se produce falta de armonía aparecerán fuerzas tendentes a restaurar la estabilidad.
3. Todas las partes (que Merton llama actividades repetitivas) dentro de una sociedad realizan alguna contribución al mencionado estado de equilibrio.

La sociedad argentina atraviesa en la actualidad un estado de corrupción política -y ya no casos aislados- que se trasparenta en un período de la historia mundialmente llamado "la década de la corrupción". Una década en la que también el contexto democrático permite a la sociedad ver y denunciar esa corrupción, que en períodos dictatoriales anteriores en los que la prioridad era recuperar la libertad, estaba desplazada a un segundo o tercer plano. Es por ello que esta década es a su vez "la<sup>11</sup> década de la anticorrupción", en donde el ciudadano, más libre, puede pasar a la etapa del reclamo ético.

Esta percepción de un estado de corrupción sumada al incremento de los delitos comunes<sup>12</sup>, provoca una necesidad de seguridad jurídica que requiere ser satisfecha: combatir el delito pero, por sobre todo, depurar al sistema de los corruptos que ocupan espacios de

poder (delito estructural). Esta necesidad, insatisfecha en nuestro país por un complejo proceso de desprestigio de la Justicia que también es una realidad, provoca una gran tensión que exige ser resuelta. Esta "sed de castigo", que al menos en el plano sociopsicológico no es saciada por la institución judicial, genera un vacío que lleva al desequilibrio de todo el sistema. Y, como decía Merton, comienzan a surgir "fuerzas tendentes a restaurar el equilibrio".

Este desequilibrio es fácil de visualizar en los porcentajes de credibilidad que tienen las instituciones más importantes para la opinión pública como señalamos más arriba. Por ahora debemos decir que la Justicia es una de las instituciones en las que menos confían los argentinos, mientras que en los últimos años se ha incrementado demasiado la confianza en los medios de comunicación de masas pasando al primer lugar en las mediciones.

Esta realidad, abre paso al desplazamiento de las funciones (sociales y no, institucionales) de la Justicia hacia el ámbito periodístico. En este lento proceso, el paso definitivo es dado por una nueva tecnología audiovisual aplicada al género periodístico por excelencia: la investigación con cámara oculta que aparece con una gran aceptación por parte de la audiencia y sirve como broche de oro para vestir al periodista con la toga de juez. Comienza a generarse la respuesta a una sociedad que necesita condenar, y "para condenar hay que tener pruebas": pues bien, la visualización del delito, el hecho de ser el espectador testigo ocular, convierte a los noticieros que ponen cada vez más énfasis en este recurso, en virtuales tribunales audiovisuales.

En un anterior trabajo ("El periodismo y la Justicia", PRAT 1997), demostramos el efecto sensacional que provoca en el espectador el uso de la cámara oculta, que lo coloca como espía indiscreto de delitos no ajenos a su realidad, pero que a los que sólo tuvo acceso por los diarios o los relatos periodísticos, y vio representada en la ficción. La cámara oculta, le permite al espectador asistir a la escena del crimen sentado en el sillón de su living. Y esto no es poca cosa si tenemos en cuenta la profundidad con la que han sido investigados

los efectos de la comunicación de masas por disciplinas como la psicología, la sociología y los mismos massmediólogos. (WOLF, Mauro 1994; VILCHES, Lorenzo, 1993)

El televidente proyecta su "sed justiciera" en el periodista-detective, de la misma forma que, al cambiar de canal, se identifica con el personaje de su policial favorito. Decenas de efectos y contraefectos se combinan en este sensacional intercambio emocional entre espectador y realidad-ficción.

Esto a su vez, provoca que el espectador se convierta en un jurado (altamente persuadido por el contexto del informe periodístico que va a descargar toda su artillería en contra del acusado) que de forma inapelable "aceptará" el veredicto de culpabilidad (que en realidad fue dictado por la labor periodística). Pero el verdadero juez, es el periodista, que hace las veces de fiscal al acusar y de detective que investiga como auxiliar del Poder Judicial.

Las causas que condujeron al periodismo a absorber las funciones judiciales hasta llegar ser un virtual juez, es un proceso que nace en la década del '90 y tiene sus raíces en el estado de corrupción y en la banalización de los casos judiciales por parte de la televisión, entre otros temas. Pero la consecuencia que hoy nos ocupa es el efecto catártico de la cámara oculta como una virtual condena. Comprobamos así que este recurso de los medios ha sido el "broche de oro" de una proceso en el cual el periodismo actuó como mesa de entradas de las denuncias, como denunciante, fiscal, defensor y parte de los hechos de mayor trascendencia institucional hasta erigirse como juez de los tribunales audiovisuales<sup>13</sup>.

Con todo, si el periodismo absorbió primero la credibilidad de la Justicia, y luego se hizo cargo de sus funciones sociales, en este grave desplazamiento social, como consecuencia también incorporó su poder.



## CONCLUSIÓN

Cuando hablamos de violar o no la vida privada, tenemos un límite claro: la ley. Pero cuando la ley no es clara y precisa en cuanto a la publicación de lo obtenido con una cámara oculta, no quiere decir que todo está permitido. Entonces entramos al campo de la ética.

Podemos así darnos cuenta de que el eje central del debate sobre el uso de la cámara oculta por parte del periodismo, tiene en la pregunta de si el fin justifica los medios. Máxime cuando algunos periodistas, en su afán de pensarse defensores del pueblo como lo revela la teoría del *whatchdog*, creen que pueden aplicar la moral maquiavélica de que "el fin justifica los medios"<sup>14</sup> y aplicar cualquier medio para perseguir su objetivo (algo que ni los jueces pueden hacer).

Vimos cómo un delincuente puede salir libre a pesar de ser visualizado por la cámara oculta in fraganti, en razón de lo que la justicia llama "el fruto del árbol envenenado" como consecuencia de un incorrecto proceder periodístico (versión legal de la ética de que el fin no justifica los medios).

Notamos que como consecuencia de un largo proceso, el periodismo argentino tiene a sus pies a masivas audiencias de ciudadanos que confían más en ellos que en la justicia o en los políticos, y dejan en sus manos el poder de la condenar.

Ahora bien ¿El fin justifica los medios?. Arthur Huxley en el primer capítulo de *Ends and means*, dice: "el fin no justifica los medios, por la simple y obvia razón de que los medios empleados determinan la naturaleza del fin alcanzado". En este caso la ley parece ser sabia porque es determinante aunque en casos aislados pueda resultar injusta. Pero ¿qué ocurre con la ética que, como dijimos al principio, depende sólo de la conciencia del periodista y puede tener consecuencias fatales si no es bien orientada?

La televisión tiene mucho poder, eso es una verdad casi de perogrullo. Y la cámara oculta es un elemento fabuloso aunque

utilizada sin ética es el sumun de la justicia televisada. Y una Justicia televisada es peligrosa porque es una Justicia sin apelación: el espectador lo ve, lo condena y lo toma como cosa juzgada. Si después el juez real pone en libertad a aquel sujeto que el periodismo nos convenció de que era culpable (tal vez porque el mismo periodista saltó algún paso legal y esto anuló el juicio), entonces el espectador desconfía aún más de la justicia... y la bola de nieve se agranda arrastrando consigo a la ya desprestigiada Justicia y trasladando aún más la función de juez al periodismo, función que no le corresponde.

Con todo, en Argentina, es posible que la cámara oculta sea un recurso que haya servido en una primera etapa para hacer crecer a una Justicia inmadura, para que luego –tal vez por el abuso periodístico como ocurrió con el caso Food Lion- la gente la rechace. Justamente porque hay una Justicia que se hace cargo.

## **CONSIDERACIONES PARA LA ACCIÓN**

El objeto de este apartado es hacer una lista de conceptos –que he reunido como resultado de la investigación sobre decenas de casos- que los periodistas deberían considerar para actuar dentro del marco ético y legal al investigar con cámara oculta. Muchos de ellos están explicados más arriba porque pertenecen al ámbito legal o ético (o a ambos) y otros corresponden más al procedimiento rutinario de la labor de investigación periodística.

Para una mejor comprensión, los hemos separado en dos momentos: a la hora de grabar y a la hora de publicar (ya que como dijimos al principio, el objetivo de utilizar una cámara oculta no debería ser siempre el de poner ese documento en el aire):

### **A LA HORA DE GRABAR...**

1º NO FALSEAR LA IDENTIDAD CON LA MENTIRA O LA

## FALSIFICACIÓN DE DOCUMENTOS O IDENTIDAD DEL PERIODISTA (CASO FOOD LION)

- 2º NO PARTIR DE LA CÁMARA OCULTA PARA INVESTIGAR. ESTE RECURSO DEBE USARSE SI SE CONVIERTE EN UNA NECESIDAD PARA LA INVESTIGACIÓN.
- 3º PRIMERO INVESTIGAR EL CONTEXTO Y DESPUES GRABAR, NUNCA AL REVES, YA QUE EL MOMENTO DE LA ENTREVISTA CON CÁMARA OCULTA DEBE SER AQUEL EN EL CUAL EL PERIODISTA YA NO TIENE MÁS NADA PARA SABER SOBRE EL CASO.
- 4º NO UTILIZAR LA CÁMARA OCULTA PARA OBTENER LA MISMA INFORMACIÓN EN MENOS TIEMPO. YA QUE ES UN RECURSO –COMO VIMOS- MUY CONTROVERTIDO.
- 5º NO UTILIZAR LA CÁMARA OCULTA CUANDO SE PUEDE UTILIZAR UNA CÁMARA ABIERTA (NORMAL)
- 6º NO UTILIZARLA PARA LOGRAR UN GOLPE DE EFECTO.
- 7º NO INDUCIR A COMETER EL DELITO.

## **A LA HORA DE PUBLICAR....**

- 8º TENER PRESENTE SIEMPRE LA RELACIÓN PRIVACIDAD-INTERÉS PÚBLICO. LA SEGUNDA TIENE QUE SER MÁS VALIOSA QUE LA PRIMERA O ESTAREMOS COMETIENDO UN ABUSO.
- 9º NO SACAR DE CONTEXTO EN LA EDICIÓN (CASO FOOD LION)
- 10º NO PUBLICAR CASOS AISLADOS SIN CARÁCTER SISTEMÁTICO, INSTITUCIONAL O ESTRUCTURAL (CASO MUJER GOLPEADA)

- 11º NO MOSTRAR MENORES DE EDAD (CASO SACERDOTE)
- 12º DAR LUGAR EN LA PUBLICACIÓN DEL INFORME AL PUNTO DE VISTA DEL SUJETO INVOLUCRADO EN EL SUPUESTO DELITO.
- 13º NO OCULTAR LOS DETALLES CONTRARIOS A NUESTRA TESIS. MOSTRAR SIEMPRE ALGÚN ASPECTO FAVORABLE DEL SUJETO INVESTIGADO NO SÓLO ES MÁS HONESTO SINO QUE PROVEE DE MÁS CREDIBILIDAD AL TRABAJO PERIODÍSTICO.
- 14º NO MOSTRAR PERSONAJES SECUNDARIOS CUYO VÍNCULO AL SUJETO INVESTIGADO ES SÓLO DE PROXIMIDAD FÍSICA.

---

## NOTAS

1. A propósito, la incorporación de la investigación con cámara oculta como un espacio especial dentro de los telediarios -que no sólo se ha dado en la Argentina sino también en otras partes de Latinoamérica-, constituye un significativo cambio en el estudio de los géneros periodísticos en cuanto al formato clásico de los noticiarios de televisión.
2. "Narcopolicías" fue una de las primeras investigaciones de gran relevancia del equipo periodístico de "Telenoche investiga" ("Telenoche", Canal 13). Se trataba de la División Narcotráfico de Quilmes (sur del Gran Buenos Aires) de la Policía Bonaerense (la más numerosa del país), que en lugar de combatir el narcotráfico en la zona se dedicaba a todo lo contrario: monopolizaba el mercado de estupefacientes y gerenciaba una red de distribuidores. Desde el más alto oficial a cargo hacia abajo, fueron varios los detenidos, procesados y condenados por la justicia luego de lo que reveló el periodismo gracias a la cámara oculta.

- 3, Este caso obtiene su nombre del ex juez Carlos Branca, quien fue descubierto por la cámara oculta autoincriminándose como jefe de una asociación ilícita que se dedicaba al contrabando aduanero, en el marco de la denominada "aduana paralela".
- 4, Encuesta realizada por de Hugo Haime & asoc. sobre 500 casos en Cap. Fed. Y GBA (1997). Si bien no hay encuestas que informen sobre las cifras posteriores a 1997, una visión retrospectiva del cuadro de la "evolución de la imagen positiva de las instituciones" al que hacemos referencia muestra que la tendencia es creciente en imagen positiva del periodismo y decreciente en la de los políticos y los jueces, desde los últimos seis años hacia el momento de la medición.
- 5, Justamente de allí viene la etimología de la palabra "República", del latín *res* (cosa) pública. Y valga señalar que uno de los valores más importantes que encierra un sistema republicano es la publicidad de los actos de gobierno, lo que está relacionado con el hecho de que sus acciones privadas influyan o no en dichas acciones de gobierno.
- 6, Esta es una discusión mucho más profunda que viene del terreno de argumentaciones jurídicas entre el Derecho Natural y el Positivismo.
- 7, Más adelante, al mencionar otros casos, volveremos sobre este tema que tiene diferente aplicación al interpretar qué es y qué no es de interés público.
- 8, El efecto "bala mágica" o "aguja hipodérmica" fue una de las primeras teorías en la historia de la investigación de la comunicación de masas que –hoy lo sabemos- equivocadamente exponía que los mensajes influyen directa y contundentemente sobre las masas indefensas, en el sentido pretendido por el emisor.
- 9, Los periodistas –ayudados por la enemistad de un sindicato con Food Lion- quisieron comprobar que en dichos supermercados se vendía comida en mal estado (pescado con principio de putrefacción, carnes vencidas sacadas de los tachos de basura).
10. De hecho Food Lion hizo hincapié en la frase "¿Puede uno creerle a la cadena ABC?".
11. El presente texto, es una síntesis de una extensa tesis de licenciatura realizada por el autor.

12. La inseguridad es actualmente el tema más importante y urgente de resolver para los argentinos, después del desempleo.
13. Ver PRAT, Gerardo, *Tribunales Audiovisuales*, sobre la Justicia y los medios en Argentina, en "Contribuciones" 1/98, Ed. CIEDLA, 1998.
14. Aunque Nicolo Maquiavelo nunca escribió esa frase, el sentido se surge de la lectura de su obra cumbre: "Il Principe".

**EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
EN LA CRISIS POLÍTICA ARGENTINA**

*Eduardo Zukernik*





El fin del primer año del nuevo siglo 21 quedará en la memoria de los argentinos en particular y de América Latina en general como un hito en la historia de las reacciones populares, por la trascendencia que alcanzó el reclamo, por la espontaneidad de las gigantescas manifestaciones que le dieron marco y sobre todo, por su impensada capacidad para sacudir desde sus cimientos a las instituciones democráticas.

Aquellos dos días de cacerolazos en las vísperas de la navidad del 2001, pusieron sobre el tapete del escenario político argentino la escasa representatividad de sus dirigentes; la puesta al desnudo de un gobierno sin rumbo y la crudeza impiadosa de una crisis económica que concluyó con la gestión de dos presidentes y dejó en un estado de absoluta precariedad al legislador designado para completar el mandato del gobernante electo en comicios libres en 1999.

La protesta popular que hizo eclosión en la medianoche del 19 de diciembre, después de un nuevo discurso vacío de contenido del ex presidente De la Rúa, en medio de enormes expectativas por un cambio de rumbo en su gestión, cerraron en la ciudad de Buenos Aires un día de saqueos y violencia en comercios del conurbano bonaerense, donde indigentes y aprovechados vaciaron a su antojo comercios y supermercados, ante la mirada impávida de las fuerzas policiales.

Esas palabras huecas de un presidente que será recordado por su exasperante incapacidad para conducir el Estado, hasta llevarlo a una crisis que puso en riesgo la continuidad democrática, enardecieron a la clase media porteña que desde el 4 de diciembre sufría la incautación de sus depósitos bancarios en dólares norteamericanos,

medida que afectó a más de tres millones de ahorristas.

Pero todavía el país, que vio pasar casi sin respiro a un Presidente interino que asumió el 21 diciembre para renunciar el 1º de Enero siguiente, debía conocer la declaración de la cesación de pagos para su deuda externa y, al final de aquel festival de desaciertos, una brusca devaluación que hizo trizas la ley de Convertibilidad que desde 1991 establecía la paridad cambiaría un peso = un dólar.

Tras aquella pueblada que finalizó una madrugada donde la ausencia de banderías políticas fue la nota distintiva, lentamente la protesta renació al día siguiente, es decir el 20 de diciembre, pero esta vez desencadenando una violenta represión policial que concluyó con la muerte de 30 personas, la mayoría víctima de las balas de las fuerzas de seguridad, y la renuncia del presidente, quien abandonó la Casa de Gobierno en helicóptero.

Fernando de la Rúa había asumido en diciembre de 1999 con casi el 50 por ciento de los votos y una popularidad, medida en encuestas, que le confería una imagen positiva del 66 por ciento.

Apenas un año después, cuando su ministro de Economía no lograba torcer la desconfianza, y la recesión comenzada en 1998 se enseñoreaba sin horizonte de cambio, aquel presidente había pulverizado las expectativas de sus votantes cayendo 50 puntos en la consideración de quienes lo habían apoyado en las urnas y de aquellos que, aún sin haberlo votado, se habían sumado a la ola de optimismo de los ganadores.

Durante esos dos años, el rol de los Medios más importantes de la Argentina se resumió en dotar de consenso y expectativas favorables a una alianza gobernante que nació débil pero que a la vez, por ser la opción preferida de comunicadores y dueños de diarios y canales de TV, había sido protegida antes de su lanzamiento a la carrera electoral, durante la campaña política y mientras duró su fallida experiencia gobernante.

Fue aleccionador en este sentido, un recordado programa de televisión emitido a mediados de noviembre de 2001, donde sus conductores se tomaron el trabajo de comparar una realidad de cortes de rutas; toma de comisaría en la provincia de Salta con robo de 500 fusiles; marchas de protesta en medio de sanción de aumentos de impuestos y reducciones salariales, con las noticias que difundía el principal diario: "Clarín", que ocultaba prolijamente una realidad adversa al gobierno.

Aquellas tapas o portadas que abarcaron los primeros 15 días de noviembre de 2001 del diario Clarín., fueron exhibidas por TV en el programa "Día D" que emitió el Canal América 2, con la conducción de los periodistas Adrian Paenza, Marcelo Zlotogwiazda y Ernesto Tenenbaum y fue la más contundente demostración que quedó a la luz de la audiencias sobre el rol de los Medios cuando, lejos de contemplar el interés ciudadano, dan prioridad central a sus propios negocios.

Con ese antecedente de los Medios, que era apenas la punta del iceberg de toda una sobre representación condenatoria de la gestión peronista que abarcó la década de los '90, los argentinos recibieron primero con sorpresa y esperanza el nombramiento del ex ministro de Economía del ex presidente Menem, ahora en un gobierno de signo contrario, convocado para solucionar la crisis.

Domingo Cavallo que tras su designación fue llamado por el semanario "Noticias". en una de sus portadas, "El monstruo Bueno", comprobó con el paso del tiempo y con el vértigo de la luz, como su regreso presuntamente providencial, quedó a nueve meses de iniciada su gestión transformada en la identidad del enemigo público Número 1.

En esa andanada de marchas y medidas urgentes, siempre sancionadas al filo del abismo y arrancadas a los parlamentarios mediante plenos poderes al Ejecutivo para ordenar las cuentas del Estado, los argentinos asistían a diario a dos realidades opuestas: por un lado los anuncios optimistas en los grandes Medios de

Comunicación sobre la ayuda inminente del exterior que nos conduciría otra vez por la senda del crecimiento y por el otro; el cierre de empresas con su secuela de desempleo creciente, y el aumento incesante de la descalificación de los títulos de la deuda externa, que dio en llamarse el riesgo país.

Ese panorama desalentador se traducía en la compra de dólares por parte de los ahorristas que buscaban desesperadamente seguridad para sus dineros y exhibían con ello, escasa propensión a gastarlos.

Fue entonces cuando aquel ministro de Economía que vino a salvar las cosas, urdió una maniobra por la que seguramente responderá alguna vez ante el juicio de la historia: Para garantizar la intangibilidad de los depósitos que estaban en los bancos públicos y privados, pidió al Congreso la sanción de una ley que impidiera la apropiación explícita de esos ahorros por parte del Estado.

La ley se sancionó en septiembre y menos de tres meses después fue sepultada en el cesto de los desperdicios para dar lugar a la más fenomenal estafa de un Estado contra sus ciudadanos y sobre todo, contra quienes creyeron ingenuamente en esa presunta protección legal, que no fue más que una trampa, y se volcaron masivamente a depositar sus dineros en el sistema financiero.

Así nació el germen del cacerolazo. Argentina sumaba más de 20 puntos de desempleo, 40 meses de recesión, 70 por ciento de caída en el valor de los títulos de la deuda pública, que fueron compulsivamente canjeados por dólares a los bancos y un endeudamiento incesante del Estado para pagar los intereses de su deuda externa más un creciente gasto público. Pero no fue todo: como fruitilla del postre faltaba la incautación de los ahorros populares que comenzó con el tierno nombre de “Corralito”.

Apenas dos meses antes del desbarranque final del gobierno de la Rúa, echado del poder por la protesta popular, Argentina concurrió a comicios para renovar la totalidad de la Cámara de Senadores y un

tercio de la de Diputados.

Una vez más los Medios de Comunicación jugaron su propio partido, esta vez invitando a optar por lo que ellos mismos bautizaron como el Voto Bronca. Algunos Medios y Comunicadores apelando a sutilezas y otros, directamente enseñando a sus audiencias a emitir en la urna un voto no registrable, es decir incluyendo, en lugar de una boleta oficializada, una caricatura o el nombre de un prócer o simplemente introduciendo un dibujo o papel tachado. Con ello, señalaban su acompañamiento a la decepción de los votantes de la Alianza de 1999.

La campaña resultó exitosa: Ganaron los Medios y perdió la democracia El 40 por ciento de los argentinos, en un país donde el voto es obligatorio, votó por nadie, expresando así un rechazo contundente a la oferta electoral para los cargos legislativos.

Quizás la nota editorial más emblemática de esa condena de los Medios a los candidatos se publicó una semana antes de aquel comicio del 14 de octubre de 2001 en el matutino “La Nación”, bajo el título “Qué hicimos para merecer estos políticos”.

En ese contexto de descontento social creciente, donde otro sector de los votantes le dio la mayoría en ambas cámaras al peronismo, que se había alejado del poder dos años antes, la Argentina fue creciendo en angustias hasta desbordar en los históricos cacerolazos primero en la Plaza de Mayo y, después, diariamente frente a los bancos.

Así, en medio de la furia creciente de aquellos días de enero de 2002, numerosas entidades financieras fueron virtualmente destruidas a pedrazos hasta que optaron por blindar con chapas y maderas sus frentes. Finalmente la protesta se organizó en asambleas populares primero en los barrios y plazas de la Capital y el conurbano y después, progresivamente, en todo el territorio nacional.

Desde el principio los asambleístas coreaban un cántico

identificadorio de la crisis: y reclamaban con música de bailanta:”  
¡Que se vayan todos!”.

Con ese estribillo de fondo se fueron multiplicando las condenas al segundo sucesor de De la Rúa, designado por la Asamblea Legislativa para completar el mandato de aquel.

Eduardo Duhalde senador justicialista designado hasta el 2003, después de jurar su cargo y prometer en su discurso inaugural que iba a devolver a cada ahorrista el dinero que había depositado en los bancos, apenas una semana después tiró por la borda su promesa, argumentando que “no sabía que los dólares no estaban...”

Fue la última bofetada a la credibilidad de los políticos. Una vez más los Medios jugaron su propio partido y buscaron disimular el descontento popular retirando sus cronistas y cámaras de los multitudinarios reclamos en las calles.

Así se llegó a una enorme concentración en la ciudad de Buenos Aires el 10 de enero de 2002, donde un solo canal de TV, América 2, transmitió en directo el nuevo reclamo del pueblo. Allí volvieron a escucharse voces de condenas a los principales Mutlimedios que omitían la información o simplemente la daban al día siguiente, para no contribuir con sus difusión a sumar adherentes a las marchas..

Por entonces, y a la vista del comportamiento de los Medios, los impulsores de las asambleas populares comenzaron a emitir correos por Internet llamando a boicotear a los diarios y noticieros “amigos del Gobierno” y llegando a realizar Cacerolazos de protesta frente al Canal 13, propiedad del Grupo Clarín, como registró el diario Ambito Financiero en su edición del 24 de enero.

Mensajes por correo electrónico y pintadas callejeras obligaron a un leve replanteo en la línea editorial de algunos medios, que jugaron su propio partido urgidos por medidas que favorecieron la licuación de sus deudas en dólares, a partir de la devaluación dispuesta por el gobierno de Eduardo Duhalde.

El resumen del reclamo popular puso en evidencia que la condena a la dirigencia en Argentina abarca todos sus planos, incluyendo a muchos comunicadores y a los principales de Medios de Comunicación.

Una pintada en la pared de lo que fuera un reducto tanguero frecuentado por el máximo artista nacional del género, Carlos Gardel, reflejó el estado de ánimo de una mayoría de la clase media urbana, que muchos observaron como el cimiento de una refundación de la democracia, desde sus propias instituciones.

Hasta fines de febrero de 2002 podía leerse en los muros todavía sin demoler del Café De los Angelitos, en la esquina de Rivadavia y Rincón, a 300 metros del Palacio del Congreso, dos leyendas lapidarias sobre ese estilo de comunicación fraudulenta para con sus lectores y sus audiencias:

“¿Crónica cuánto te paga Duhalde?” y “Nos están meando y el Periodismo dice que Llueve”.

La experiencia del cacerolazo argentino extendida a otras naciones latinoamericanas paradójicamente por obra y gracia de los Medios de Comunicación, nos enseña que democracia y libertad de prensa van de la mano y que cuando intentan separarse del ciudadano, ponen inexorablemente en crisis su propia credibilidad.





**INFLUENCIA DE LOS PERIÓDICOS EN LA  
FORMACIÓN DOCTRINARIA DE LOS PARTIDOS**

*Otto Morales Benitez*

Periodista, ex Ministro de Estado



## **Mi experiencia en el periodismo**

Mi vida la he integrado, desde el punto de vista cultural y político, en el periodismo. He participado como reportero, como cronista, como entrevistador, como columnista, como editorialista y dirigí suplementos literarios. He hecho el recorrido completo en sus diferentes oficios. Más tarde tuve la confianza de los periódicos de mi patria y dirigí su Asociación, “*Andiarios*”. Esta oportunidad me permitió escribir un libro -“*Reflexiones sobre el periodismo colombiano*”- que publicó la Universidad Central de Bogotá. Todo esto lo relato para simplemente advertir que mis afirmaciones son producto del análisis de una realidad que conozco en detalle y a la cual quiero contribuir, sin ninguna pretensión, con mis puntos de vista. Es decir, voy a referirme a algo que roza mi existencia.

En el periodismo, alternábamos con la política, desde los claustros universitarios. Nunca hemos abandonado estos afanes e inquietudes. Bien lo saben muchos de los asistentes, pero quiero dejarlo explícito para quienes lean mis anotaciones. Quizás ello ayude a la claridad en el aprecio de ellas, o conduzca a un gesto de conformidad, considerando que son resultado de una deformación profesional. En lo que sí no admito dudas, es en que ellas han estimulado, siempre, mis acciones públicas y me han permitido tener certeza sobre el destino de mi nacionalidad.

## **Periodismo y política**

De allí que me parezca lógico que se me haya presentado como tema para desarrollar el de “Periodismo y Política”. Supongo que se

trata de establecer si aquel tiene o no una correlación con ésta, o sólo debe dedicarse a cumplir una labor informativa. Estos enunciados, revisten gravedad en las discusiones contemporáneas del tema.

No hay que desconocer que lo esencial es la libertad para poder imprimir o difundir el pensamiento en los medios de comunicación. Mientras ella perdure, el periodismo tiene asegurada su capacidad de comprometer a la colectividad en actividades positivas. Cuando desaparece, se entra en una zona turbulenta con censurar, con restricciones espirituales e ideológicas, con recortes violentos en la exposición del razonar, tropezando con la manía de introducir sus orientaciones quienes detentan el poder. Quienes lo emplean en su propio beneficio; o para que sirva a doctrinas que riñen con la tradición democrática de sus pueblos. Para esto, principian las dictaduras por pervertir el sentido de la vida de relación; a enturbiar los derroteros que históricamente había transitado la colectividad, y, básicamente, a darles nuevos valores a las palabras. Las retuercen, las ponen a decir lo que no significan, a imponerles valores que no se derivan de su semántica, a inculcarles poderes desconocidos en su aplicación. Jimmy Carter, el expresidente de Estados Unidos, en un reportaje afirmaba que:

*“no hay duda de que en nuestra sociedad el acto de más significación que puede realizarse es la evocación de un concepto o de una idea por medio de las palabras. Cuando en los gobiernos totalitarios se castiga a la gente por actos ilegales, sucede que esos actos son casi siempre palabras”.*

## **El tema de la información**

En el último tiempo, se ha centrado la discusión en cuanto al periodismo, en torno al problema de la información. Con la profesionalización de esta carrera, que favorecen las universidades que han dado guías generales de cómo emplear el periodismo, se ha propagado la tendencia de que sólo es indispensable suministrar

datos a los lectores. A la vez, ello ha concordado con algunos otros aspectos coincidentes. Por ejemplo, con la aparición del arte abstracto, que trata de ser neutral, que no despierta controversias, que no acelera el debate en torno a ninguno de los problemas de la humanidad. Estos, se sustituyen por unas proporciones geométricas; una equilibrada distribución armónica de colores; por unas densidades que guarden relaciones entre sí. Se obtiene una sensación de belleza y placidez y no tiene uno que enfrentarse con los dramáticos accidentes contemporáneos, de una sociedad en ebullición.

Con lo primero, es decir, con el suministro exclusivo de noticias, concuerdan los comunistas. Así logran tener una gente simplemente con informes escuetos, con verdades a medias, con pequeñas dosis de referencias, a veces casi inasibles. Ellos, que son expertos en comunicar sus ideas y en hacer interpretación dialéctica de los hechos, van implantando aquellas, sin que se pueda levantar ninguna otra para contraponer al escrutinio de esa realidad que han suministrado los periódicos, en grageas. El individuo se siente desprotegido ideológicamente para las comparaciones en cuanto a los principios fundamentales de los camaradas. Esa es una habilidosa manera de aprovechar los descuidos de la democracia.

Podría alegarse en favor de la primera aseveración, que son las universidades norteamericanas las que más la han expuesto. Esa es una evidencia relativa. Viene de muchas otras partes. Pero el hecho de salir de aquellos claustros, no nos garantiza que exista allí una mejor comprensión de la indispensable conducta política del ciudadano. En un estudio, "La Preparación de los Intelectuales", escrito por Christopher Jencks y David Riesman, se afirma por estos eruditos americanos que "si se juzga a los alumnos de las escuelas norteamericanas para graduados como eruditos, podrá decirse que su competencia técnica y su capacidad para llevar a cabo todo trabajo impersonal, objetivo y cuantitativo, resultan impresionantes. Estos mismos hombres no siempre son igualmente admirables donde la sensibilidad individual es esencial o donde les determinan la calidad de su labor". Y el periodismo, podemos observar nosotros, demanda tener aquella y conocer cuáles son los que singularizan a un pueblo.

Y ellos mismos agregan otra observación que nos parece fundamental:

*“Cuando más profesional se hace un hombre, tanto más tiende a profundizar en asuntos que “hacen avanzar la disciplina” y tanto menos se preocupa por asuntos que pueden ser de interés para políticos, intelectuales, hombres de negocios, estudiantes, lectores de publicaciones no especializadas, o simplemente, el lego en general”.*

Creo que con estas dos citas, queda muy bien establecido el conflicto que están afrontando los periódicos en el mundo: o simple información o ésta con una dirección política. En aclarar este dilema, llevamos ya comprometidas varias décadas. Y ya nos queda explícito el fenómeno de qué profesionales nos han entregado las universidades, últimamente.

## **Por qué y para qué los periódicos informan y deben orientar ideológicamente**

Saltan, naturalmente, dos preguntas inquietantes. La primera, ¿por qué y para qué los periódicos informan?. La segunda, ¿por qué deben orientar ideológicamente? Y allí es donde está el conflicto. El verdadero y más angustioso de los debates.

Se está observando por los críticos sociales que el hombre se ha visto tomado de sorpresa, por mil fenómenos coetáneos. No estábamos preparados para tantos rigores. Ni los que impone una masificación en ciudades, universidades, servicios públicos, demandas de bienes, concentración de capitales, especulación. Y, ante nuevas e inesperadas formas de ejercer la vida política e imponer las tesis: la guerrilla, el terrorismo -a nivel nacional e internacional-, la invasión de los países por propagandas de principios que contradicen su tradición histórica, la presión que, ideológicamente, se ejerce al usar los satélites.

Hay que preguntarse, igualmente, si el lector de la calle puede defenderse de todos estos fenómenos, antes desconocidos, o existe una obligación del periodista de guiarles doctrinariamente, sobre la pauta a la cual debe acomodar su existencia. Ese es el gran conflicto. El terrorismo, por ejemplo, cada vez trata de ejercer mayores presiones sobre la colectividad e inclusive exige a la prensa publicaciones que no son rigurosamente informativas, sino bien significativas para aprisionar ciertos ideológicos. El conductor del periódico, tiene que resolver: ¿sólo informo, mientras las tendencias oscuras del cosmos, me están imponiendo la publicación de manifiestos contra lo que pienso y lo que ha singularizado a mi país? No descarto el gran conflicto de conciencia que se le debe presentar.

Y mientras yo, como director -debe volver a interrogarse- sólo entrego pequeñas reseñas de los hechos, ¿no debo mirar con preocupación y alarma que haya control de grandes radios de opinión mediante el uso de la potencialidad de las cadenas de televisión o de otros medios masivos?

Pero si se vive, como en el caso actual colombiano, frente a la cercanía de un aspecto de la guerra fría que se libró entre Rusia y Estados Unidos, y que casi nos corresponde la contienda, por tener en el Caribe la mayor costa sobre el Atlántico, ¿el periodista no tendrá que angustiarse de pensar que la sola afirmación no le da criterio al ciudadano ni le explica los sucesos inmediatos que vive y que le pueden estrujar su existencia?

¿Y cuál se considera la verdadera noticia? O simplemente se publican las dos versiones de un mismo hecho -la de la derecha y la de la izquierda; la del desheredado o la del potentado; la del humillado y perseguido o la del gobierno omnipotente- y ambas serán suficientes, o cabe una tercera?, y ellas sí serán capaces de dejar sin sospechas al inexperto en el manejo de datos y de mensajes?

Son algunas de las dudas que a uno lo pueden asaltar al aceptar dirigir una gaceta. Y ellas valen como ejemplo.

## Otras preocupaciones

Haciendo otra variante en cuanto a quién fabrica la noticia, y quién la transmite, estamos asistiendo a uno de los más largos debates. Toda la crisis actual de la Unesco, es por el sistema internacional informativo que viene impulsando. En la medida que los gobiernos dictatoriales no tienen buena prensa internacional, ¿lo mejor es propiciar agencias del Estado? ¿Estas garantizan al lector desprevenido un amplio conocimiento de la realidad? Es la interpe-lación que crea pavor en quienes hemos conocido ya lo que concibe una dictadura como “su” verdad. Para mi generación que se vio obligada al silencio por falta de parlamento y a la censura en la prensa y en la radio, que le tocó que los presidentes, ministros y sicarios sean los que informan, nos lleva a la más aterradora preocupación ideoló-gica. Ya sabemos cómo se distorsiona la realidad, se recortan los hechos y se indican responsables donde no existen. Y los partidos aherrojados, ultrajados, sin posibilidad de manifestarse. No podemos preferir el aviso infamante que la cobardía y el terror fueron aceptando, en grados de igual responsabilidad, en bares, cantinas y almacenes populares. “Prohibido hablar de política”. El sello de la clausura, es el que rige. Si no hubiera tenido el pueblo colombiano una larga experiencia en la discusión de los asuntos públicos, si periodistas y políticos no lo hubiesen disciplinado en las doctrinas de los partidos; si la ideología no se manifestara y explicara durante años en las columnas de nuestros periódicos y en los discursos de las campañas electorales, no se habría levantado tan rápidamente, una unanimidad para restaurar el régimen democrático.

Pues bien: La Unesco, ha asistido a la aparición de nuevos países. Todos no exactamente con buen manejo de las libertades públicas y de los derechos humanos. Son precisamente los que han alimentado la gran prédica contra las agencias informativas actuales. No me encargo de defenderlas, y sin duda, requieren rectificaciones en sus modalidades de transmitir los hechos. No es lógico sustituirlas por creaciones recientes que sirven los intereses de unos gobiernos transitorios. El argumento de que se destaca lo negativo de los países del Tercer Mundo, o que se atenta contra la identidad de los pueblos,



apelando a formas del neo-colonialismo cultural, se ha esgrimido con sutilezas y maestrías. Si hay doctrinas explícitas acerca de lo político; si los partidos han predicado el rechazo al colonialismo y la alienación, seguramente el lector será capaz de cernir y valorar la noticia. Si no hay conciencia ideológica, cualquier producto caprichoso se impone y gobierna la mente del lector. En algunos países seguramente lo que hace daño, es que un viento de noticias democráticas puedan desvelar a los gobernantes. Para decir algo fundamental, la lucha por los derechos humanos; la urgencia de respetar las libertades públicas; la expresión electoral, con vigilancia, de lo que aspiran y sueñan las naciones. Esa es la parte trascendental en ese debate al cual ha servido de escenario la Unesco.

## **Interrogantes y admoniciones**

Especialistas en la discusión de estos apremios, llaman la atención sobre aspectos muy ricos en matices y que conducen a otras perpeljidades. Enunciemos algunos:

*Primero:* Cuál es la actitud del reportero ante la noticia.

*Segundo:* Analizar, igualmente, a aquel, psicológicamente.

*Tercero:* Comprender los motivos que lo llevaron a su oficio.

*Cuarto:* Cuáles son los conceptos negativos que priman en su manera de juzgar al mundo.

*Quinto:* Si por atrapar una “chiva periodística”, es capaz de sacrificar seriedad, responsabilidad y sentido de la verificación de la exactitud.

*Sexto:* Si es realmente un especialista, o es persona aficionada.

*Séptimo:* Si padece de lo que alguien llama el “morbo visual” que, por cierto, no respeta nada.

*Octavo:* El sentido que tiene frente a la privacidad, el respeto al derecho humano que posee cada cual para no ser interferido.

*Noveno:* Si hay noticias que se pueden desdeñar o padece de la líbido de la “información irrenunciable”.

De la lectura de estos numerales, se desprende que ellos entrañan interrogantes y admoniciones.

## **Los periodistas y la historia**

La trascendencia de la obra de los periodistas, se amplía cuando nos percatamos de la observación que han formulado los expertos: son los nuevos relatores de la historia. De la manera como escriban y relaten, depende parte fundamental del juicio del futuro. No es una apreciación caprichosa. Para esto, basta que observemos cómo las hemerotecas tienen todos los días mayor audiencia y los investigadores nos vemos subordinados, en multitud de ocasiones, a solo hallar allí, en las páginas amarillentas de los diarios, el dato primordial para armar toda una teoría social; esclarecer modalidades de la vida popular; dilucidar las evoluciones del pensamiento en los juicios políticos; descubrir que el batallar colectivo obedece a unas reglas impuestas, en multitud de ocasiones, por las interferencias internacionales.

Por ello para mí es tan difícil admitir que la sola y simple información cumple con la totalidad de los requerimientos que demanda el lector. Estamos tan indefensos frente al torrencial de noticias, que admitir que seamos capaces de clasificarlas, entenderlas, adoptarlas o desecharlas, es tener demasiada confianza en la agudeza y perspicacia personales. No se puede desconocer que una noticia, por laberínticos asuntos que roce, se lee con avidez y premura. El tiempo que se le dedica es brevísimo.

En la época contemporánea aparecen rarezas aún más

conturbadoras, como los “monstruos empresariales”. Esto le resta credibilidad al evento periodístico. Cuando se establece que detrás de unas hojas impresas no hay sino negocio, actividad de la acuciosa y succionadora sociedad anónima, se les doblegan su adhesión. La cancelan. En Colombia por eso mismo, han tenido tanto vigor, las que nacieron de un fervor lento, al amparo de familias que no han conocido otro oficio y que renuncian a cualquier otro.

## **La desconfianza pública**

Estudiosos de los acaeceres sociales, se interrogan si sí existe la opinión pública. Algunos llegan a asegurar que es una ficción. Otros que siempre está, a veces imperceptible, gozando casi de unos atributos de clandestinidad, moviéndose, sigilosamente. Muchos consideran que sólo unos delgados hilos, como sutilísimas venas, van dando aliento a su existencia. Para los de más allá, ella evoluciona y lo hace muy lentamente. Se transforma apenas en siglos o mediante la presión de años. Los escépticos aseveran que es algo estático. Que permanece silenciosa, sin hacer esfuerzos por manifestarse.

Después de estas digresiones, siempre concluyen aceptando que la opinión pública tiene un poder demoníaco. Aparece ante el Estado, oponiéndosele, y ante las personas privadas, vigilándolas o entregándoles solidaridad. De todas maneras, es algo como una fluidez impresionante, que se hace evidente, sensible o imperceptiblemente, para anunciar cómo concibe y acepta el universo. Este, lo ha creado a imagen de lo que profesa. Las creencias invariablemente tienen asiento en una doctrina, en una ideología, en una religión. Es una manifestación de la riqueza espiritual que ha alimentado un pueblo.

En Grecia, tanto Platón como Sócrates, la llamaron “opinión común”. Se formaba por las relaciones personales, por el ascendiente de los grupos. La minoría selecta tenía el predominio para determinar. Cuando se inventó la imprenta y se llegó al periodismo,

los partidos políticos pudieron manifestar el torrente de sus juicios, ordenada y sistemáticamente. Fue, así, el mejor medio para favorecer la capacidad democrática de análisis.

Esa opinión pública hace evidente su fina sensibilidad. Demuestra cómo los actos o las afirmaciones la afectan, perturbándola o exaltándola en júbilos humanos. De allí que la prensa de los Estados Unidos compruebe hoy una caída de su credibilidad. El Centro de Investigaciones de la Opinión Pública, dice que aquella ha descendido de 1976, que alcanzaba a un 29% a solo un 13.7% en 1983. Esa desconfianza pública comienza a manifestarse en películas como *“Bajo Fuego”*, que es la contraposición a aquella célebre *“Los Hombres del Presidente”*, que exaltaba el periodismo investigativo en el caso de Watergate. En una de las manifestaciones artísticas, característica de nuestro siglo, se evidencia el estrago que puede engendrar el inadecuado maniobrar con las noticias.

El periódico nació defendiendo causas políticas y quizás, ciertas religiosas. Ese era su acento inicial y fundamental. De allí que combatiera con juicios. Se armaba de principios y no renunciaba a ellos. Y las dictaduras de los más diversos pelambres, lo primero que tratan de suprimir es esa libertad de escribir porque, con denuedo ideológico, los periódicos van a hacer sucumbir los propósitos torvos o poco cívicos de quienes las ejercen.

En Colombia así nació y ojalá no se aparte de esos cánones donde las posiciones doctrinarias dominan. El Expresidente Eduardo Santos en su escrito de *“Cómo vivió y cómo sabe morir un periódico libre”*, nos enseña cómo ha sido nuestro transcurso histórico:

*“Colombia ha sido un país gobernado casi siempre por escritores. Por algo su independencia la inició el Precursor con una prensa y un intento valeroso de publicar los Derechos del Hombre y del Ciudadano, que le proporcionaron años de presidio y siglos de gloria. La historia del periodismo libre y de los escritores independientes es la mejor parte de la Historia Patria. Periodistas,*

*ante todo, fueron Antonio Nariño y Mariano Ospina Rodríguez, José Eusebio Caro y Vicente Azuero, y Manuel Murillo Toro, Santiago Pérez, Rafael Núñez, y Miguel Antonio Caro, Rafael Uribe Uribe, Carlos E. Restrepo, José Vicente Concha, Marco Fidel Suárez, Enrique Olaya Herrera, para no citar sino nombres que ya forman parte del indiscutido patrimonio moral de la patria”.*

Y al llegar al final de esta cita, valdría aclarar si ellos fueron sólo informadores o periodistas que poseían unas líneas de pensamiento con las que conformaron la opinión pública.

Si alguien tiene dudas, pues que repase el libro de Lucian W. Pye, *“Evolución Política y Comunicación de Masas”*, en el cual se leen estas reflexiones para mí acertadísimas:

*“Pero, sobre todo, el enfoque de las comunicaciones se ha visto recompensado por el hecho de haber facilitado una más profunda y sutil comprensión de la conducta política. Existe una peculiar e íntima relación entre el proceso político y el proceso de las comunicaciones; en efecto, dentro del campo de la política, el proceso de las comunicaciones juega un papel fundamental. Pocos pueden percibir en forma directa la serie de actos que integran aun el más pequeño segmento del proceso político; la gente debe contar, en cambio, con un sistema de comunicaciones que le haga comprender en cualquier momento la esencia de la política. A través de la organización del proceso de las comunicaciones, esa multitud de acciones al azar que representan la búsqueda del poder por el pueblo en todas las sociedades, se ordenan y de alguna manera se relacionan entre sí; ese orden se establece dentro del ámbito de las consideraciones del poder, y cualquier sociedad advierte que ese ámbito tiene una constitución política”.*

## La ideología

La ideología es una manera de tener el apoyo de unos principios para poder encarar cada episodio. Con ella se integra el credo que nos subraya cuál debe ser nuestro espíritu cívico. Es decir, cómo debemos actuar para entregar y compartir ventajas con nuestros compatriotas. La política determina cuáles son los derechos y protesta contra los privilegios. Ella es una manera de atender a la patria con devociones que nacen de las convicciones de una doctrina. Hay que aceptar, a la vez, lo que escribió J. R. Wiggins, el editor de "The Washington Post", cuando dijo que:

*“aunque concedamos y defendamos el derecho a disentir, es igualmente importante que reconozcamos y apoyemos el derecho a coincidir”.*

Las opiniones por afirmativas que sean en política no impiden las cercanías al entendimiento.

La función importante del periódico, es que, a pesar de la reciedumbre con que defienda sus juicios, tenga la capacidad de ser tolerante en la discusión y en manifestar las desaveniencias. Escuchando la voz del sabio y del escéptico que nos induce a pensar en cómo puede ser la verdad cambiante.

La política es una actividad dinámica, porque es creadora. Su vocación se radicaliza en conseguir lo más altamente benéfico para una comunidad. No está asentada en abstracciones. Sino que esgrime reflexiones doctrinarias para modelar la realidad. Ella averigua cómo se hacen las interconexiones entre los diferentes acontecimientos. La prensa tiene la obligación de interpretar éstos, y fundamentarlos desde el punto de vista doctrinario. Así da unas pautas. Aquella siempre tiene la tendencia a mejorar. Se hace evidente la fuerte interrelación entre la política, la democracia y la prensa.

## Lo doctrinario y la información

Los principios dan unas guías y precisan unos límites. Eso le da seriedad a lo que desea una colectividad y lo que puede ofrecer. Detiene la demagogia, doblega lo que se sale de lo lógico. No admite que se fomenten perspectivas exageradas, porque hace perder la credibilidad a la sociedad. Como evita la omnipotencia mental, porque es malo como arrogancia que facilita la violencia.

De ahí que sea tan importante que el periódico esclarezca las ciencias esenciales, porque seguramente se verá el lector ante informaciones que no son las más serias. Aquellas no dejarán que se produzca la desubicación del ciudadano corriente.

El diario puede y debe explorar:

- a) Los problemas estructurales.
- b) Las sutiles cuestiones de actitudes y valores en el cambio político, que no logra hacerlo la simple noticia.

Estos dos aspectos me parece que justifican el esfuerzo de reflexión que se pueda cristalizar en los órganos de opinión.

Hay una deformación que es algo que hemos heredado al integrar la cultura nuestra. Ella consiste en que los occidentales pregonaban que el Estado progresaba como algo natural. Que no había que inducirlo, ni dirigirlo. No es cierto.

Si aún se duda de los beneficios de la prédica política, tal vez sirva el ejemplo de la maquinaria de propaganda que montó el nazismo para borrar toda expresión democrática en Europa. Resistieron los que tenían una preparación ideológica, la masa igualmente porque de éstos había recibido una orientación mental.

Algún tratadista precisó que si no se tenía evidencia ideológica, el hombre se podría ver ahogado entre “el mundo de los eruditos, el de los funcionarios del gobierno y el de la industria privada”. Es que

el individuo en la actualidad, como nunca, está asediado de intrincadas dificultades.

Coincidimos en sostener que estamos ante los fenómenos que plantea una sociedad nueva. Demasiados países de reciente aparición -entre éstos casi la totalidad de los que proponen en la Unesco el control de la noticia mediante agencias del Estado- que requieren que se les cree un ambiente para el dominio de las ideas. Para esto se requiere tener muy explícito lo que se entiende por modernización de una sociedad y cuál debe ser su desenvolvimiento político. El mismo Pye, nos enseña que apenas cuando las masas tienen acceso a nuevas creencias, pueden éstas impulsar, vigorosamente “el desarrollo económico, la modernización social y la madurez política”.

Si las comunidades, mediante la acción de la prensa, no conocen bien cuáles son sus identidades regionales, cuál ha sido su evolución histórica y de qué manera ha mejorado su patrimonio cultural; -y todo ésto, por cierto conforta una posición doctrinaria- pueden ser arrasadas por las prácticas extranjeras. Es cuando el influjo exterior hace perder autenticidad a los pueblos.

Para atender a esas características novísimas, se ha apelado al enunciado del desarrollo. Si no existe doctrina cierta, se puede vanzar, como ha sucedido, sin atender al proceso histórico. Eso nos indica el por qué de tantas frustraciones. Es elemental, porque no se ceñía a un rigor en los principios. Aún más, debía tener una relación estrecha con lo social y lo político. Porque no es aceptable que predomine únicamente lo económico.

La política va unida al pasado y lo contemporáneo. Avanza puntualizando cuáles son las identidades, inclusive en materias que, a veces, son insolubles. Ella exige que las ideas recientes, para que no sean destructivas, demanden una manera peculiar de comunicarse. Si ésta es adecuada, es evidente que pueden acelerar mutaciones racionales.

La política, así, es igual a la búsqueda de una estructura para una



comunidad determinada, y haciendo explícita su capacidad para proteger y conservar la autenticidad de ésta. Cuando aquella propone una reforma social, está en posibilidad, si se somete a un caudal doctrinario, de proteger el sentido que la anima.

La prensa puede, de esa manera, destruir la demagogia. Porque con sus directores, que se ciñen a una ideología, y con la colaboración de los políticos que se apoyan en ella, enrumban hacia lo creativo. Este consiste en armonizar la estructura administrativa del Estado con las reformas sociales que deben primer hacia el futuro. Para que esto opere se requiere, desde luego, unas explicaciones de principios que no se hallan en la simple información. Hay que destacar que nada de esto funciona si no hay partidos políticos, fuertes, dinámicos, que posean una organización de base. Esta, recibe los datos de aquellos, y al difundirlos, los convierte en actos públicos. Ese mensaje puede llegar a través de los diarios si hay identificaciones doctrinarias con ellos.

Esta posición no indica que se haga una información amañada, dirigida, exclusivamente para los partidarios de secta. Sería un error. Lo que sí debe proteger el periódico, al precisar la conducta de un pueblo a través de una ideología, es que ella desubique a quien no tiene aún conciencia de cuál es su posición ante el universo.

La prensa cuando se enfrenta en países que principian a perder su gravitación moral -en lo público y en lo privado-, como hemos visto que sucede en Colombia en tan disímiles y complejos aspectos, adquiere una gran importancia. Esta se puede cumplir más fácil y elocuentemente si se ha ceñido a unos principios seculares que hayan conducido al país. Este, se salva de las acechanzas si posee las resistencias que le provee su convicción política. Un país que ha escuchado la prédica de ideologías, posee un escudo para resistir a los derrumbamientos morales que le proponen. La actividad de los diarios, es la misma que le pregonaba al Derecho Carlos Leibkmecht, cuando decía con voz tan conturbadora:

*“Es machacar hasta clavar el clavo. Hundir el hacha hasta que caiga el árbol. Golpear hasta que se despierten los dormidos. Flagelar hasta que los cobardes y perezosos se despierten y actúen”.*

## **PERIODISMO Y CORRUPCIÓN**

*Claudio Malo González*

Ex vocal de la Comisión de Control Cívico  
de la Corrupción del Ecuador



## Introducción

En el ámbito de lo biológico, por corrupción se entiende el cambio de la naturaleza de una cosa que la vuelve mala, particularmente la pudre. Supone la alteración de una sustancia orgánica de modo que se inutiliza; una de sus manifestaciones es que huele mal. La corrupción solo es posible en los seres orgánicos que tienen una vida limitada y se asocia a lo que sigue a la muerte, aunque es posible que se de en estos fenómenos cuando los organismos aún están vivos pudiendo superarse esta anomalía. La vida está sujeta a diversas leyes que garantizan un funcionamiento adecuado, cuando se producen deterioros en los órganos, estas leyes se debilitan y cuando dejan de tener efecto sobreviene la muerte con la consiguiente corrupción.

Con frecuencia se ha comparado a las organizaciones sociales con las biológicas, utilizando inclusive la misma palabra: cuerpo social. Por su naturaleza el ser humano tiene que vivir en colectividades; un recién nacido no podría sobrevivir sin contar con el apoyo directo e inmediato de otras personas para satisfacer necesidades básicas. Los organismos humanos son más complejos que los de los demás integrantes del reino animal lo que les posibilita una serie de actividades que influyen en su conducta como razonar y manejar símbolos. No está determinado a adaptarse a las condiciones de los diversos entornos físicos, puede modificarlos sistemáticamente de acuerdo a sus necesidades cada vez mayores y, superando las limitaciones del instinto, organizar su vida en función de principios y pautas de conducta por él creadas. La cultura –en el sentido antropológico del término- es el entorno humano en el que se desarrollan y que está cercanamente vinculado al físico natural.

## Ética y Política

La libertad absoluta no es compatible con la vida colectiva que requiere una serie de restricciones a las voluntades de los individuos para que sea posible la coexistencia. Normas de conducta de diversa índole, aceptadas por quienes conforman las comunidades mayores o menores, posibilitan la permanencia de las organizaciones sociales. La razón de ser de estas normas es estructurar un orden, su ausencia llevaría a la anarquía incompatible con la vida en colectividad. Las pautas de comportamiento en algunos casos tienen por objeto resolver problemas prácticos relacionados con el ordenamiento de la vida, nos referimos a usos sociales. Comer usando cubiertos, palillos o la mano son modelos de vida que las diferentes culturas han adoptado para resolver el mismo problema, al igual que la manera de saludar estrechando manos o poniendo en contacto mejillas. Si alguien no observa estas prácticas posiblemente merecerá desaprobación en su grupo, pero no se puede decir que ha causado daños a los demás.

Si las normas de conducta están vinculadas a las nociones de bien y mal, entramos en el terreno de la ética o moral<sup>1</sup>, su incumplimiento ocasiona un mayor rechazo social y con gran frecuencia alguna forma de castigo. Un alto porcentaje de normas morales como no matar, no robar o no atentar contra el honor de las personas tienen que ver con la posibilidad del funcionamiento de la colectividad ya que su quebrantamiento en altas proporciones conduciría al caos y la disolución. Mucho se ha discutido sobre si los principios morales son universales o si dependen de cada cultura como con sardónico escepticismo afirmó Montaigne en su célebre frase: “lo que es bueno a este lado de los Pirineos es malo al otro lado”. Abundar en argumentos en un sentido u otro sobrepasa los propósitos de este trabajo.

Casi todas las religiones cuentan con normas morales que tienen por objeto regular la vida de sus fieles. Sus fundamentos provienen de la divinidad; los diez mandamientos de las religiones judaica y cristiana legitiman su poder de obligación en que el propio Dios las

gravó en piedra en el Monte Sinaí. Los preceptos de la religión islámica fueron revelados directamente por Alá a Mahoma. Quebrantar estas normas supone incurrir en pecado con castigos provenientes de seres y fuerzas sobrenaturales y con la posibilidad de arrepentimiento y perdón. Hay quienes creen que esencial a las normas éticas es su fundamentación religiosa, lo que se debilita si consideramos que hay desacuerdos entre diversas religiones y que personas que no tienen ninguna estarían eximidos de la moralidad.

Las leyes son normas dictadas por las autoridades de una sociedad política que tienen poder para ello. Su meta es posibilitar el ejercicio de derechos y el cumplimiento de deberes de quienes forman parte de un Estado que, además de dictarlas, tiene poder para vigilar su cumplimiento y sancionar a los infractores. La mayor parte de las leyes están basadas en los principios éticos de la colectividad correspondiente, pero otras, bien o mal, pretenden un ordenamiento de la conducta para facilitar la coexistencia como es el caso de las leyes de tránsito. Es claro que, en algún porcentaje, se den contradicciones y a veces serias divergencias entre las leyes y las normas morales, sobre todo cuando éstas últimas están reforzadas por una religión. Es importante esta divergencia al abordar el problema de la corrupción porque no son raros los casos de actos que merecen el calificativo de corruptos, aunque se han realizado cumpliendo todas las disposiciones legales.

Hay una tendencia a considerar que la moral tiene vigencia en la esfera de lo privado mientras la política en la de lo público. Es evidente que toda persona tiene su espacio privado en la que puede actuar sin estar constreñido por disposiciones legales, y que a la vez tiene que sujetarse para organizar su comportamiento a leyes que regulan el sector público; el problema está en que no es fácil establecer con precisión los límites entre las dos áreas. Uno de los cuestionamientos a los gobiernos de facto de corte dictatorial es que abusan de su poder para invadir espacios de la vida privada a la que todo ciudadano tiene derecho. Lo real es que no podemos entender a la moral y a la política como dos mónadas aisladas, a la manera de la concepción de Leibnitz; al contrario los dos ámbitos se confunden

e interactúan en gran medida.

Cuando Aristóteles afirmó que el hombre era un animal político, no lo hizo en el sentido de ejercicio de acciones vinculadas a la búsqueda y ejercicio del poder, como mucha gente entiende a los políticos en la sociedad contemporánea. El sentido aristotélico se refiere a que, quiéralo o no, forma parte de la polis, que era la unidad equivalente al Estado en la Grecia clásica. La polis, o sociedad política posibilita el desarrollo de cualidades y aptitudes del ser humano para que pueda realizarse a plenitud; aislado de una polis –en el caso de sobrevivir– muchas de sus facultades quedarían truncas. Crear y manejar símbolos, esencial a la condición humana, es posible en un entorno social. Nadie nace hablando un idioma, aprendemos de los demás aquel que lo usan quienes cuidan de nosotros en la infancia. Es indiscutible que la política requiere pluralidad de personas, muchos piensan que la moral también. Un hipotético Robinson Crusoe, solitario en su isla ¿podría o debería sujetarse a principios morales?

La política tiene un objetivo: lograr y acrecentar el bien común entendido, no como la suma de bienestar individuales, sino como un entorno humano en el que los ciudadanos encuentran un ambiente adecuada para desarrollar sus vidas según sus preferencias y cualidades, en el que puedan poner en práctica su libertad contando con las opciones adecuadas para realizarse como personas. Entendida así la política no puede funcionar al margen de la moral sino cercanamente vinculada a ella. Si la dinámica del ser humano es buscar la felicidad, si su meta es el bienestar según sus aspiraciones, además de pautas individuales de comportamiento tienen que haber otras en las que cuenten la dependencia y vinculación a la comunidad de la que forma parte.

## **En torno a la corrupción**

Así como fallas en el funcionamiento de las leyes biológicas deterioran al organismo y acaban con la muerte generándose y



produciéndose un proceso de corrupción, quebrantamientos de los órdenes moral y político dan lugar a un deterioro del orden social que puede llevar a su descomposición y que ocasiona males a las demás personas. El término corrupción se acopla perfectamente a la vida en sociedad teniendo en este caso enorme importancia la responsabilidad de las personas causantes del quebrantamiento de esas normas. Se discute si la corrupción sólo tiene lugar cuando ocasiona daños a los que forman parte de la colectividad o si también puede existir en el interior de las personas. Según el enfoque de este trabajo consideraré que hay corrupción cuando se ocasiona daños a terceros.

Las normas morales aspiran a establecer pautas de conducta en diversos ámbitos del quehacer humano, en consecuencia existen múltiples áreas de corrupción a las que se da mayor o menor importancia en las diferentes épocas y culturas. La moral católica, por ejemplo, hasta hace no mucho tiempo, enfatizaba en el quebrantamiento de normas en materia sexual. El “sexto mandamiento” era el que más comentarios y desaprobaciones recibía. Como principio general, se puede afirmar que la corrupción surge cuando, al haber pugna de intereses individuales y colectivos, las personas sacrifican los segundos en beneficio de los primeros y ocasionan daño a los otros para satisfacer aspiraciones personales. En síntesis el egoísmo es la principal, si no la única, fuente de corrupción.

En nuestros días la problemática de la corrupción se centra en lo económico. Los valores y su realización como metas y organización de la conducta por son múltiples y cada persona puede jerarquizarlos de diversa manera, pero también podemos hablar de variación en la jerarquización de sociedad a sociedad y de época a época. En el mundo contemporáneo los valores económicos se encuentran en la cúspide de la pirámide social y es muy generalizada la tendencia a considerar que el éxito de las personas se mide por la cantidad de bienes económicos que logra acumular en su vida. El viejo aserto popular “cuanto tienes eso vales” tiene hoy plena vigencia. No es extraño, en consecuencia, que la idea de corrupción tienda a concentrarse en el quebrantamiento de normas vinculadas a la manera de

generar dinero para beneficio personal y a los perjuicios económicos que se ocasiona a los demás.

El Estado, con el fin de conformar y mejorar el bien común, cuenta con grandes cantidades de dinero provenientes de muchas fuentes, especialmente de impuestos. Los dineros del Estado son de todos ya que todos formamos parte de él y el uso que se haga debe tener por objeto beneficiar a los integrantes de la colectividad, de manera especial a los más desprotegidos. Quienes realizan la gestión pública son seres humanos en diversas funciones de distintos niveles y en mayor o menor grado tienen responsabilidad sobre recursos de los otros, dándose la posibilidad de recurrir a parte de esos dineros para beneficio personal. Personas que no forman parte del aparato estatal tienen que recurrir a él para realizar gestiones de diversa índole en las que están en juego intereses económicos pudiendo perjudicar a los de la colectividad en beneficio personal. La idea de corrupción en nuestros días se concentra en alto grado en el abuso económico de los bienes del Estado.

El Banco Mundial define corrupción como *“Abuso de la función pública para obtener ganancias privadas”* El venezolano Gustavo Coronel lo hace en estos términos: *“Violación del interés público para satisfacer el interés personal o de grupos”*

Las dos definiciones coinciden y recogen la percepción del gran público sobre este problema. Si no están de por medio perjuicios o aprovechamientos económicos de personas o grupos a costa de los demás, para muchos no se puede hablar de corrupción y, en menor escala, esta anomalía se da si es que de una manera u otra está involucrado el sector público cuyo dinero se usa ilegalmente. Para un importante grupo de personas, evadir impuestos no es corrupción ya que el perjudicado es el Estado al no recibir lo que debe ; no se está tomando sus arcas lo que ya posee.

A los aspectos antes señalados como causa de la actual idea de corrupción: hipertrofia de los valores económicos y creciente predominio del egoísmo sobre la solidaridad, se pueden añadir otros.

Deterioro del Concepto Estado; se trata de un concepto abstracto muy poco tangible a los sentidos a través de símbolos, con mayor o menor precisión sabemos que formamos parte de un Estado, como de algo que solo existe en la mente. Los bienes del Estado en un sistema democrático pertenecen a todos, pero debido a la imprecisión de este ente no pertenecen a nadie. Si alguien se apodera de bienes económicos de un individuo concreto es muy claro que lo que tomó es ajeno y que hay un propietario de carne y hueso cuyo perjuicio es evidente y que de manera personal, con más o menos violencia, puede reclamar que se le resarza los daños. Si se toma para provecho personal bienes del Estado, se ha tomado algo que es de todos o algo que no es de nadie, es decir, no aparecen de manera inmediata las evidencias del perjuicio y del perjudicado. De allí a concluir que perjudicar al Estado no es robar hay muy poca distancia. No faltan quienes creen que no aprovecharse de los bienes del Estado en el desempeño de funciones públicas pudiendo hacerlo es actuar con tontería.

Bastante difundida es también la idea de que el Estado es un ente abstracto que tiene que solucionar todos los problemas y que solo sirve para hacerle reclamos. El Estado es un gran deudor de los ciudadanos a los que les debe todo y que no les satisface todos los problemas ni les da todos los beneficios. Si algo tengo que reclamar, para eso está el Estado, si a alguien debo responsabilizar por daños y fallas, allí está el Estado. Debido a que se enfatiza tanto en los derechos de las personas que deben ser salvaguardados por el Estado, mucha gente se olvida que también tiene obligaciones para con la colectividad. En definitiva, el Estado existe para que me solucione todos los problemas, como instrumento para satisfacer mis aspiraciones, pero a quien no debo nada. El Estado es un ente del que hay que servirse para obtener algún provecho, pero no un ente al que debo servir para expandir y robustecer el bien común del que también yo, como persona, salgo ganador. Si me aprovecho de los bienes del Estado, estoy tomando algo que me debe y no me ha cumplido, casi se podría decir que me estoy haciendo justicia por mano propia.

Se ha extendido también la “cultura” de la corrupción entendida como prácticas contrarias a las normas, pero socialmente aceptadas y a veces aplaudidas. Copiar un examen es fraude y por tanto un acto de corrupción, pero quien lo hace no merece el repudio de sus compañeros sino, con frecuencia, su aplauso porque tuvo ingenio para “hacer tonto” al profesor. La “viveza criolla”, tan practicada en nuestro país y, a veces con otra denominación, en otros de América Latina, no es sino aprobación a quienes usan su talento e ingenio para evadir normas vigentes en perjuicio de otros, especialmente del sector público, como evadir impuestos. El contrabandista con frecuencia es alabado y envidiado por amplios sectores ciudadanos.

## **El combate a la corrupción**

Si la corrupción implica formas de comportamiento contrarias a los sistemas jurídicos y éticos de un país con perjuicio de quienes en él viven, es evidente que hay que combatirla, de manera especial en las ciertas áreas en las que llega a niveles altos. La corrupción es inherente a la condición humana y si nos referimos al mito bíblico, Eva comió ya un acto de corrupción al comer la manzana desobedeciendo una norma del Creador, Caín al matar a su hermano Abel también lo hizo, pero en los tiempos actuales en varios países se ha agudizado gravemente en el área económica. En un sistema democrático, estando quienes integran el Estado sujetos a sistemas de control de los sectores público y privado, los actos de corrupción –en algunos casos rumores sobre posibles acciones de esta índole– llegan con más frecuencia a conocimiento del público.

Para combatir la corrupción es conveniente saber cuales son sus causas y los factores que facilitan o invitan a la corrupción ya que se evitaría este comportamiento inadecuado eliminando o debilitando las condiciones que la posibilitan. Algunas de las causas serían las siguientes: Leyes inadecuadas y no actualizadas; las leyes para que cumplan con su finalidad deben responder a los problemas y circunstancias de las épocas en las que se encuentran en vigencia. Leyes que fueron eficaces en el pasado, pueden en el presente ser ineficientes porque han surgido una serie de circunstancias que el

cuerpo jurídico no podía prever.

A lo largo del siglo XX, especialmente desde su segunda mitad, el ritmo de los cambios científicos y tecnológicos y de su impacto en el ordenamiento social ha sido tan intenso que la desactualización de las normas jurídicas tiende a darse con mayor frecuencia. El Estado, a través de la organización legal debe tener muy en cuenta la necesidad de estar al día actualizando las normas correspondientes y creando nuevas para situaciones que se incorporan al quehacer cotidiano. Lo dicho tiene especial incidencia en las áreas económica y administrativa cuyas innovaciones son cada vez más rápidas y en las que, como anoté anteriormente, se centra el concepto y la práctica de la corrupción. Podemos hablar, como uno de los efectos de la globalización, de una transnacionalización de la corrupción. Quienes pretenden hacer dinero de la manera más rápida y en mayores cantidades sin que les importe la forma de estos “exitosos” negocios, están atentos a las confusiones o vacíos legales para sacar provecho “legalmente”, aunque perjudicando al sector público. En el caso del Ecuador existe un desmesurado número de cuerpos jurídicos<sup>2</sup>, desactualizados y contradictorios que dan lugar a una verdadera maraña legal que constituye un caldo de cultivo ideal para los que mediante acciones de corrupción quieren aprovecharse a costa del Estado.

Los sistemas administrativos, complicados y lentos son también una causa de la corrupción. Procesos administrativos para ordenar la solución de problemas son inevitables, lo normal y deseable sería que el Estado los haga sencillos y fáciles pues su tarea es facilitar la solución de problemas y no complicarlos innecesariamente. Las complicaciones que exigen tiempos y esfuerzos innecesarios, invitan a la práctica de la corrupción, sea recurriendo a empleados del sector público para que “agiliten” los trámites a cambio de algo, sea valiéndose de intermediarios que ofrecen sus servicios y cobran por su “trabajo”. Si se simplifican al máximo los procedimientos para ahorrar tiempo y esfuerzo, la tentación para recurrir a coimas –no importa si pequeñas o grandes- terminará o disminuirá significativamente.

La falta de transparencia, es decir de claridad en los procedimientos para que todo el público tenga acceso a ellos, es otro factor que alienta la corrupción, esta falta de transparencia puede deberse a la complicación del aparato jurídico que no permite que se conozca con claridad las reglas del juego, a la confusión de procedimientos y a deformaciones burocráticas. En algunos casos el exceso de burócratas, a causa del clientelismo político, lleva a que se compliquen los trámites y se añadan innecesarios pasos en la solución de problemas para justificar el trabajo de estos “servidores” públicos. Con frecuencia el burócrata busca generar la imagen de poder tornando difícil lo que es sencillo para mostrar que “sabe” mucho, que es indispensable y que está en sus manos la solución de problemas, exigiendo a veces, pagos extras para que las cosas “salgan rápido” o simplemente demostrando al usuario que le ha hecho un gran favor. El “banco de favores” es otra forma de corrupción. Los que medran de la corrupción se empeñan mucho en obscurecer lo claro porque es en la oscuridad en donde pueden hacer mejor sus “negocios”.

Muchas son las causas que posibilitan y facilitan la corrupción, he citado algunas circunscritas al sector público como ejemplo, pero en la mayoría de los casos participa el sector privado. Si es que hay una coima, hay quien la recibe y quien la da, siendo ambos igualmente corruptos el policía que recibe una pequeña suma de dinero para pasar por alto una infracción de tránsito y el funcionario de alto nivel que recibe millones para adjudicar un jugoso contrato a una compañía han cometido actos de corrupción, pero también el que dio el dinero sea en cantidades reducidas o millonarias. Un grave error en materia de corrupción, en un amplio sector, es limitar este tipo de comportamiento a quienes forman parte del sector público -a los “políticos” como se dice actualmente- y no tomar en cuenta a la contraparte privada.

El combate a la corrupción compete, en mayor o menor grado, a todos. Organismos del Estado encargados del control en determinadas áreas tienen mayor responsabilidad y de la firmeza o complacencia de ellos dependerá en buena medida la mayor o menor fuerza de la corrupción; igual ocurre con los organismos encargados de mantener

el orden y administrar justicia. Pero también el sector privado tiene su parte al no caer en las invitaciones de malos funcionarios públicos, al no invitarlos a actuar dolosamente con la oferta de recompensas, al actuar siempre con limpieza y al tener la entereza de denunciar, con fundamento, actos de corrupción. En este aspecto los medios de comunicación colectiva juegan un papel fundamental.

## **Medios de comunicación y corrupción**

El derecho a la libre expresión es esencial a la democracia. La libertad es uno de los más preciados dones del ser humano y, partiendo de que somos diferentes en múltiples aspectos, tener acceso a ideas y puntos de vista sobre diversos problemas es fundamental. Los gobiernos totalitarios, de cualquier índole, se consideran dueños de la verdad o dan mayor importancia a los intereses de quienes ejercen el gobierno que a los de la colectividad; el bien común es para ellos el bien de los que controlan el poder; en este contexto emitir opiniones contrarias o manifestar desacuerdo con el gobierno es cometer falta merecedora de castigo. La democracia que –con defectos y debilidades– se ha expandido por la mayor parte del mundo, parte de otro principio: quienes ejercen el poder son delegados del pueblo que ha manifestado su voluntad mayoritaria en elecciones. El ejercicio del poder tiene por objeto el bienestar de las mayorías y los gobernantes deben rendir cuentas al pueblo. Si bien existen organismos oficiales de control independientes del gobierno para fiscalizar sus acciones, los ciudadanos personalmente u organizados pueden también hacerlo, en ejercicio de sus derechos de expresar con libertad su opinión, aunque vaya en contra de quienes ejercen el poder, sea mediante reclamos o denuncias.

En de esta “contraloría ciudadana” los medios de comunicación colectiva son los portadores de las opiniones y puntos de vista de los ciudadanos. Dadas sus condiciones y posibilidad de acceso a sectores muy amplios, lo que en ellos se informe o diga tiene un efecto multiplicador. Un ciudadano aislado o una organización pequeña tienen pocas posibilidades de que sus puntos de vista sean conoci-

dos por sectores amplios, compete a los medios de comunicación ese papel. Si la razón de ser de estos medios es ejercer alguna forma de control al Estado, especialmente en lo que tiene que ver con actos de corrupción, más que abordar el tema señalando como debe cumplir esta tarea con limpieza y eficiencia, me referiré a los peligros que pueden tener en cuanto se desvían intereses del combate a la corrupción o se distorsionan estos propósitos.. En otros términos, cómo los medios de comunicación colectiva, en lugar de combatir la corrupción pueden alentarla o solaparla en varios sentidos.

El periodismo de muy diversas maneras y en todos los niveles es una fuente de poder y el poder objeto de tentaciones. Es posible que un periodista o un dueño de un medio de comunicación permita o prohíba la publicación de tales o cuales informaciones o datos considerando el bien o el daño que pueden hacer a personas particulares, instituciones o funcionarios públicos. Decisiones de esta índole pueden partir desde los dueños de muy costosos canales de televisión hasta de cronistas principiantes que alimentan sus pequeños egos ejerciendo esta forma de poder. En el periodismo profesional, parte de su ejercicio radica en decidir lo que conviene o no publicar tomando en cuenta motivos como la prioridad de intereses en relación con otra información o el grado de solidez de las pruebas; pero se acerca a los límites de la corrupción o se los traspasa cuando la decisión se toma dando preferencia a intereses personales sobre el bienestar colectivo.

La manera más grotesca de contribuir desde los medios de comunicación a fomentar la corrupción es recibiendo dinero para publicar o no tales informaciones; si consideramos que toda tarea periodística debe ponerse en práctica observando principios básicos de ética profesional, actuar de esta manera es vender la conciencia. En menor escala se puede tomar partido por la corrupción al decidir la publicación o no de algo que comprometería a terceros, cediendo ante halagos de diversa índole. Muchos periodistas pueden negarse a recibir dinero para torcer su comportamiento profesional, pero cuando los halagos apuntan a la vanidad muchas personas suelen ser más vulnerables pues, entre la codicia y el orgullo, con gran



frecuencia más puede la vanidad que es una forma de orgullo en cuanto los que así actúan sienten que sus egos se engrandecen y se deleitan tomando alguna decisión que les convierte en personas importantes. El ejercicio del periodismo –como de muchas otras profesiones- suele estar sujeto a presiones de personas o grupos que se las ejerce mediante el halago o el temor. Sin llegar a posiciones heroicas en las que está en juego la vida –en Colombia se han dado varios casos de esta índole en el ejercicio del periodismo- la debilidad ante amenazas o alabanzas puede hacer del periodista en cualquier nivel, en lugar de un enemigo, un cómplice de la corrupción.

Una amenaza en el ejercicio del periodismo es el chantaje que puede provenir de fuera de muchas maneras, como la oferta o retiro de publicidad. Si el medio de comunicación da preferencia a tales o cuales informaciones –asume esta línea sería un eufemismo- recibirá amplia publicidad de los interesados, si no lo hace se le negará toda publicidad en anuncios.<sup>3</sup>. Desde dentro, no faltan relacionadores públicos expertos en buscar y conseguir publicidad condicionada a posiciones que asuma el medio ante determinados hechos. En pequeño, víctimas o practicadores de chantajes pueden ser periodistas menores ante personas o instituciones cuyas noticias deben cubrir. Se han dado casos en que la coacción ha sido ejercida por dueños de los medios que ponen al periodista ante la alternativa de hacer lo que el propietario pide, aunque no esté de acuerdo, o perder el trabajo. Cuando los conflictos llegan a niveles de violencia física, el chantaje puede manifestarse de dos maneras. En Colombia, narcotraficantes y lavadores de dinero sintetizan su posición en la frase “plata o plomo”

La razón de ser de un medio de comunicación es difundir información ajustada a la verdad al margen de si estén o no en juego intereses particulares o de grupos. Un medio de comunicación requiere inversión de dinero que puede ir desde el costo de una modesta radiodifusora o un pequeño periódico con tiraje reducido, hasta el de un rotativo con enorme tiraje de nivel nacional o un canal de televisión de amplia cobertura. Esta situación puede llevar a que se unan intereses periodísticos con económicos que van más allá de

la licitud de un negocio como es el de la prensa. Si quienes invierten en un medio de comunicación tienen a la vez negocios de varios dígitos, puede darse el caso de choque de intereses entre los unos y los otros a diferentes niveles. Propietarios de grandes empresas pueden y suelen a la vez ser propietarios de muy costosos medios de comunicación; si se manejan con independencia las empresas de los medios, de manera especial en el campo de la información no hay mayor problema. Lo grave es cuando el empresario convierte al medio un instrumento más para favorecer el éxito de sus negocios.<sup>4</sup>

Hechos y decisiones de este tipo pervierten el sentido y razón de ser de los medios de comunicación ya que se convierten en mecanismos para los negocios cuyos intereses tienen prioridad sobre el bien común. Pueden darse casos —y aparentemente se dan— de propietarios de grandes medios de comunicación que, sin tener formación de periodistas, actividad que nunca la han ejercido, intervienen para seleccionar la información en función de lo que más conviene a sus empresas económicas. Es comprensible que ante ciertas actitudes o decisiones del sector público o privado se den diferencias de apreciaciones que se manifiesten en la diversidad de enfoques de los medios de comunicación, pero hay casos en que estas acciones están tan saturadas de corrupción que no cabe duda. Lamentablemente la experiencia nos ha mostrado cómo muy costosos medios de comunicación de personas involucradas en actos de corrupción, no solo se han abstenido de publicar algunas informaciones y han dado prioridad a otras, sino que han pretendido tergiversar los hechos de manera grotesca.

Cuando se da esta contradicción de intereses en las mismas personas y dominan las ambiciones económicas del dueño del medio de comunicación, se podría llegar a la perversa situación de que “el dueño de la verdad es el dueño del periódico, la radiodifusora o el canal de televisión.”.

Por regla general la corrupción busca mantenerse oculta, quienes realizan acciones ilícitas para provecho propio en mengua de la colectividad, no lo hacen abiertamente y recurren a una serie de

estrategias que, de alguna manera, garanticen la práctica sin que intervengan quienes tienen capacidad y poder para impedirla. Los recursos de los que se valen para lograr este propósito son insólitos y muestran la enorme capacidad del ingenio humano para el bien y para el mal. Una de las tareas fundamentales del periodismo es investigar los hechos sobre los que hay sospechas, pues la información –en este caso denuncia- de actos de corrupción pequeños o grandes tiene que estar fundamentada en evidencias de razonable credibilidad. No siempre la tarea investigativa es fácil pues los actores de actos ilícitos, además de su ingenio, pueden recurrir a amenazas y violencia real para impedir que la verdad aflore. En el siglo XX pasó a la historia el caso Watergate (1972 –1974) en el que los periodistas Bob Woodward y Carl Bernstein del Washington Post lograron mediante evidencias irrefutables descubrir al responsable principal del allanamiento a la oficina del Partido Demócrata ubicada en el edificio que dio nombre al caso, para obtener información privada e intervenir en contra de ese partido en las elecciones presidenciales, investigación que culminó con la renuncia del Presidente Nixon ante la inminencia de ser destituido por el Congreso.

Los actos de corrupción que se denuncian ponen en juego el honor y buen nombre de las personas involucradas. Están en juego dos valores: la defensa de los intereses colectivos y la honra ajena. Si no hay evidencia suficiente puede esta denuncia destruir la honra de otros ocasionando graves perjuicios que casi nunca son del todo reparables. Además de la excesiva prisa, el descuido y la falta de profesionalismo para investigar y constatar en debida forma lo que inicialmente es una sospecha, pueden intervenir otros elementos como el afán de dar la primicia en competencia con otros medios de comunicación. Un medio de alguna dimensión cuenta con una jerarquía de individuos relacionados con la selección y elaboración de noticias, de manera que hay una serie de controles, en el sentido positivo de la palabra, para dar suficiente solidez a lo que se informa, debiendo responder en última instancia el director del medio.

Para que haya suficiente solvencia es necesario comenzar con un adecuado entrenamiento de los que están a cargo de constatar lo

que se pretende publicar para que la investigación no tenga el sentido superficial de preguntar a personas, a veces parcializadas, sino que busque el punto de vista de la parte contraria y se tenga acceso a documentos confirmatorios. Una investigación debe ser evaluada por otras instancias y controlada en cuanto a la solidez y confiabilidad de lo que se aporta como prueba. Finalmente la decisión no debe limitarse a la conveniencia o no de publicar en el sentido del daño que puede hacer a otras personas, sino de la solidez de los argumentos que dan a la noticia un razonable grado de evidencia.

Es demasiado frecuente en nuestro medio publicar noticias débilmente sustentadas en hechos y dar primacía a ser los primeros en denunciar algo sin sustento suficiente de lo que se publica. Los efectos de esta ligereza, lejos de combatir la corrupción la robustecen pues corrupción es también deformar la imagen de las personas objeto de la denuncia, daño que no es reparable económicamente. La práctica sistemática de esta manera de actuar resta confiabilidad al medio de comunicación y aumenta en la ciudadanía el sentido de desconcierto ya que “no hay a quien creer”. Son demasiados los casos en que las denuncias nunca se comprueban, no necesariamente porque los afectados intervienen para que “se eche tierra sobre el asunto”, sino porque los medios denunciadores no actuaron con seriedad para publicar.

El sensacionalismo es otra manera de abusar de la libertad de expresión, consiste en dar especial importancia al impacto que una noticia hará en el público que a su real importancia y sustento en hechos. Un viejo aserto afirma que “la mala noticia es buena noticia” en el sentido de que lo negativo y dañino atrae más al lector que lo positivo y beneficioso. Muy poco probable es “causar sensación” informando sobre algo bueno, pero sí sobre hechos dañinos para la colectividad o las personas. Por razones que no son del caso examinar en este artículo el gran público siente especial atracción por lo dañoso; la crónica roja que se concentra en la información sobre crímenes, hechos sexuales insólitos y tragedias es una de las secciones más leídas y periódicos que casi se concentran exclusivamente en este aspecto, son los que más tiraje tienen en el país .<sup>5</sup>

Actos de corrupción que implican apropiación ilícita de bienes de la colectividad o abusos de poder lindan con la crónica roja, si es que no son parte de ella. Aparte de la avidez con que el público recibe este tipo de noticias, el sensacionalismo supone dar especial importancia a estos temas privilegiando las páginas, tiempo dedicando u horario pico, exagerando los aspectos más negativos y, con frecuencia, soslayando las circunstancias favorables al supuesto infractor, si es que las hay. Cuando esto ocurre con ausencia o debilidad de evidencias, la estigmatización del denunciado de todos modos se da, si es que se demuestra luego que no había tal involucramiento lo usual es que la aclaración ocupe un lugar o espacio de tiempo muy secundario, dando lugar a que la gran mayoría de quienes se enteraron del supuesto acto corrupto no se enteren de su falsedad.

Vivimos una cultura del rumor y del escándalo, de difusión de supuestos acontecimientos negativos sin base en hechos reales y de la tendencia generalizada a censurar lo que se considera negativo con vehemencia e indignación. Desde un punto de vista estrictamente publicitario, de entusiasta acogida del público, aprovechar esta situación es una buena estrategia periodística pero a costa de incumplir con principios básicos de ética periodística, como publicar algo que afecta a terceros sin razonable evidencia basados solo en afirmaciones anónimas o exageraciones desmesuradas, y hacer del escándalo la razón de ser principal de la información.

En los últimos tiempos cada vez se da más importancia a las percepciones de los hechos que a los hechos en sí. Las actitudes y decisiones humanas nacen de lo que se percibe y lo ideal sería que entre el hecho en sí y su percepción se den el menor número posible de diferencias, pero la percepción que conforma la imagen de las personas o los hechos son manipulables, de allí que la deformación de la imagen se ha convertido en una compleja estructura de conocimientos y técnicas para mejorar lo que realmente existe como en el marketing, que de la comercialización de productos ha pasado a la política, o para empeorar mediante el sensacionalismo y el escándalo.

Transparencia Internacional, organismo reconocido en el mundo, anualmente elabora un listado de países según el grado de corrupción. Esta institución no trabaja la lista a base de estudio de casos sino de la percepción que de los países tienen diversos sectores sociales. Es verdad que si hay una percepción pobre o negativa de un país en materia de corrupción, esa percepción no sale de la nada y que existen en mayores o menores proporciones acontecimientos que la justifican. Pero debemos tomar en cuenta que en importante medida contribuye a desarrollar esa percepción la actitud de los medios de comunicación proclives al rumor y al escándalo y sin el suficiente cuidado de constatar si hay o no fundamentos suficientes para lanzar una denuncia.

Insistimos en que la libertad de opinión es fundamental en la democracia, pero no hay que confundir opinión con afirmación gratuita o descarga emocional negativa. Opinar supone emitir un criterio sobre algo o alguien sustentado por razones y argumentos. Algunos medios de comunicación, especialmente radiodifusoras, tienen programas en los que abren sus micrófonos para que el público opine o se queje. En principio se trata de una decisión positiva ya que posibilita a personas aisladas hacer oír su voz, pero no hay cuidado suficiente para que la opinión se fundamente en hechos reales y para que quienes lo hacen se responsabilicen de lo que afirman. Programas de esta índole tienden a convertirse en instrumentos para que personas resentidas hagan falsas afirmaciones que perjudiquen a otros o los injurien.

No debe interpretarse este artículo como una imagen integral y total del papel que juegan los medios de comunicación en el combate contra la corrupción. Insisto en lo que afirmé anteriormente: pretendo señalar algunas formas de comportamiento que, con buenas o malas intenciones, pueden alentar la corrupción y la percepción que de ella tiene el público en lugar de combatirla. Las acciones positivas en este sentido existen y en gran escala, pero ello no es suficiente para eliminar o minimizar los defectos reales y posibles.

---

## NOTAS

1. Ética y moral suele usarse con el mismo sentido, algunos consideran que Ética se refiere a los principios teóricos que fundamentan el bien y el mal mientras que Moral se refiere a las normas concretas.
2. El Dr. Luis Hidalgo Villacís, Director de Lexis manifiesta que hay en el Ecuador 39.000 cuerpos jurídicos y 18.000 sentencias de Casación de la Corte Suprema de Justicia vinculantes.
3. Es frecuente en el Ecuador que las publicaciones pagadas que por ley tiene que hacer instituciones del sector público, den a periódicos alineados con el gobierno y no a los de oposición.
4. En la última crisis bancaria que agobió la economía ecuatoriana, banqueros apresados o prófugos eran a la vez propietarios de canales de televisión a nivel nacional.
5. En esta entrega de la Revista Universidad Verdad se publica un artículo de Ana María Tripaldi y María Caridad Vázquez sobre el periódico más sensacionalista y con más tiraje en el Ecuador.





**VIOLENCIA Y TELEVISIÓN  
O UN APRENDIZAJE DE MIEDO**

*Joaquín Moreno Aguilar*

Ex Director de la Escuela de Comunicación  
de la Universidad delAzuay



## Capítulo primero: El niño Pepito

Pepito está con los pelos erizados contemplando alguna de las "*obras maestras*" del terror. Está -activamente- agarrado de la butaca, pero está también -pasivamente- aferrado por la trama: ¿escapará o no la bella protagonista del asesino desconocido que ha matado ya a tres de sus amigos? ¡Y ellos que pensaban que iba a ser un tranquilo fin de semana! ¡Bueno! No es que los haya matado solamente (¿¡solamente!?) es que los ha hecho lo que diríamos: picadillo. Hay sangre en abundancia en la escena del crimen, ojos desorbitados, alaridos espantosos, carreras desesperadas por inmensos locales solitarios y una banda sonora que imita a un corazón galopante.

No pongamos la cosa tan truculenta: Pepito es un niño muy educado y ha hecho caso del consejo de sus padres referente a no ver películas de terror, por ello está viendo a un hermoso ratoncito enfrascado en una de las eternas peleas con un gato, que es también, como casi todos los dibujos animados, lindo y agradable. Ya sabe cuál va a ganar, pero eso no importa. Importa el cómo. En este día específico el simpático roedor se ha esmerado en aplanar la cabeza del gato hasta dejarla planita, planita, como una hoja de papel. Por supuesto que el gato, luego de sacudirla, recobrará la forma esférica de su testa y perseguirá, incansable y estúpido, a su ¿enemigo? ¿Lo alcanzó? ¡Claro! Fue entonces cuando el pequeño roedor atrapado decidió dar una prueba de amistad e invitarle un inmenso cigarro para sellar la paz. El cigarro estalla, por supuesto, y solo se ven unos ojos blancos y sorprendidos que no alcanzan a comprender qué sucedió ni cómo.

Pepito es, además, un niño preocupado por las noticias de su Patria. Pese a su corta edad es un asiduo de los noticieros y, gracias a ello se entera de que en el asalto que se produjo en la calle ... de la ciudad de ... murió el guardia ... o el asaltante ... o algún despreocupado transeúnte que, como dicen en las películas: "... *estuvo en el momento equivocado en el lugar equivocado.*" El reportero enfoca la sangre en el asfalto, mientras pronuncia frases expresivas que claman por seguridad ciudadana. El reportero es de los buenos: va a la morgue y enfoca al cadáver de ... Es incluso mejor: va a la casa en donde los desventurados miembros de familia lloran su desgracia, los entrevista, sin importar que la pena les impide articular nada con sentido. ¡Noticia es noticia!

Dejémonos de Pepitos, películas sádicas, ratones simpáticos y noticias de la creciente crónica roja. Vayamos al elemento común de los tres escenarios descritos: la presencia constante y abundante de la violencia, real o ficticia, dibujada o filmada, en las pantallas de televisión y a las preguntas que se desprenden de esa constatación:

¿Influirá o no influirá en los Pepitos ese exceso de contemplación de violencia? ¿Será Pepito un asesino en serie por contemplar lo que no debía? ¿O será, por el contrario, un tranquilo y pacífico ciudadano que, aterrado por tanta violencia, decide ser el adalid de una cruzada por la paz en todos los espacios de su sociedad?

¡No se pierda nuestro próximo capítulo!

## **Capítulo segundo: Los estudios científicos responden**

Los estudios científicos (el adjetivo "*científicos*" es importante) acerca de si un medio influye o no en los comportamientos de las personas son, en general, muy complejos. Y discutidos.

Porque hacer "*ciencia*" no es fácil. Se trata de "*probar*", hasta donde sea posible hacerlo, el influjo del medio sobre un determinado comportamiento y eso no es nada sencillo.

Implicaría, por ejemplo, estudiar a grupos de personas que "**comprobadamente**" no vean violencia en la televisión, o la vean muy poca, para comparar sus comportamientos con los de otras que, por el contrario, gustan de la sangre, los alaridos y demás. Y no solo eso: conocer estos comportamientos "*antes*" de la contemplación de la violencia y "*después*" y ...no sigamos complicando la vida: son estudios muy complejos, que demandan el esfuerzo de grupos de personas relativamente grandes, durante períodos de tiempo más o menos prolongados.

Pero, que hay estudios sobre el tema, los hay y los datos que deseo compartir en este artículo son tomados, justamente de uno de ellos. Me refiero al: **National Television Violence Study**, realizado conjuntamente por cuatro universidades de los Estados Unidos: Universidad de California, Santa Bárbara; Universidad de North Carolina, Chape Hill; Universidad de Texas, Austin; y Universidad de Wisconsin, Madison.

En la parte a cargo de la Universidad de California, se indican las finalidades del estudio y se muestra que muchas de las disparidades entre los resultados de distintas investigaciones se deben, entre otros factores, a las diferencias en la naturaleza de los representaciones violentas estudiadas. Para comprenderlo mejor, indiquemos algunas de estas diferencias.

En términos de representación visual, la violencia puede ocurrir en la pantalla y ser expuesta de manera muy gráfica o puede ocurrir fuera de escena, pero estar claramente implicada. La violencia puede estar mostrada de muy cerca o a la distancia. Hay diferencias entre los personajes que la cometen y las razones que tienen (o no tienen) para cometerla. Son también distintas la representaciones de los resultados de la violencia, incluyendo la pena y el sufrimiento de las víctimas así como los resultados de ella para el perpetrador: ¿tuvo o no tuvo castigo? En otras palabras, las representaciones y presentaciones de la violencia no son las mismas, hay variaciones muy importantes. Para los estudios científicos no es lo mismo cuando Pepito ve las noticias que cuando ve al ratón aplanando la cabeza del gato.

El estudio tenía, justamente, entre sus objetivos identificar las opciones contextuales asociadas con la representaciones de la violencia que incrementen de manera más significativa el riesgo de causar efectos dañinos a la audiencia . En otras palabras, determinar cuál de las posibilidades de presentar la violencia en la pantalla puede ser más perjudicial para los espectadores y cuáles eran los porcentajes de esta clase de representaciones en un largo estudio que procuraba reunir una muestra muy representativa de la oferta televisiva a lo largo de un año.

Sin entrar en detalles de los miles de horas de televisión que se analizaron y de cómo se analizaron, veamos algunos de los datos de los que partieron y comentémoslos.

El cuadro que va a continuación es un resumen muy importante para quienes deseen hablar con seriedad de si la televisión influye o no influye en los comportamientos violentos de las personas y cuáles son los factores que probadamente influyen en pro o en contra.

**Posibles resultados de la exposición a la violencia en los medios de acuerdo a algunos factores contextuales.**

Factores contextuales	Resultados de la contemplación de violencia en los medios		
	Aprendizaje de la agresión	Miedo	Desensibilización
Atractivo del perpetrador	▲		
Atractivo del "blanco"		▲	
Violencia justificada	▲		
Violencia injustificada	▼	▲	
Presencia de armas	▲		
Lo extenso y lo gráfico de la violencia	▲	▲	▲
Lo realista de la violencia	▲	▲	
Recompensas	▲	▲	
Castigos	▼	▼	
Señales de pena o daño	▼		
Humor	▲		▲

Los efectos que se predicen como posibles están basados en la revisión de las investigaciones en ciencias sociales sobre los contextos posibles de la violencia. Los espacios en blanco indican que la investigación existente aún no permite realizar predicciones con seguridad.

El triángulo asentado en su base, ( ▲ ) indica que, el atractivo del perpetrador, por ejemplo, de acuerdo a los estudios existentes, posiblemente incrementará la respuesta señalada (en este caso, el aprendizaje de comportamientos violentos).

El triángulo que hace equilibrio sobre su vértice ( ▼ ) indica que, posiblemente, y siempre de acuerdo al estado actual de investigaciones serias sobre el comportamiento humano, la presencia de castigos para los personajes que comenten actos violentos, posiblemente influenciará en los espectadores disminuyendo la posibilidad del aprendizaje.

Basándonos en el cuadro anterior ya podemos responder con seriedad si Pepito, cuando sea Pepe o, simplemente José, será un ciudadano pacífico o un violento digno de reclusión mayor.

## **1. El atractivo del perpetrador del acto violento**

Posiblemente incrementará el aprendizaje de la violencia.

¿Ha pensado que esto podría hacer que los simpáticos ratoncitos no sean tan inofensivos como parecen? No seamos tan negativos. Posiblemente esta probabilidad de aprender de perpetradores atractivos se deba a esa cierta identificación que consciente o inconscientemente realizamos con los protagonistas de las películas. Y no nos vamos a identificar ni con ratones ni con gatos.

Pero, ¿cuánta película -sobre todo norteamericana- no se especializa en mostrar violencia de manera espectacular con unos perpetradores o perpetradoras realmente atractivos y atractivas? En

este caso, de manera clara, los miles de Pepitos sentados frente a las pantallas, están -en mayor o menor grado- aprendiendo comportamientos violentos.

¿Y cuando los que cometen actos violentos sean feos de susto?

## **2. El atractivo del blanco**

Es decir, el atractivo de la víctima o de la persona receptora de la violencia.

Posiblemente incrementará el miedo.

Nuevamente la posibilidad de esa cierta identificación con la que contemplamos el desarrollo visual de una historia: si la víctima es atractiva, nos identificamos con ella y sentimos miedo; si esos seres simpáticos son víctimas de la violencia nosotros, que también lo somos, podemos asimismo serlo. ¡Huy!

Los Pepitos que contemplaron a esos miles de víctimas atractivas despedazadas en las pantallas grandotas o chiquitas, cuando tengan posibilidad de hacerlo, harán de sus casas verdaderos fortines: alarmas, defensas, muros. En los países en los que se permite hacerlo, adquirirán armas para defenderse de ese mundo tan agresivo que les rodea y que no es, por suerte, el mundo real. Los Pepitos creerán vivir y sentirán que viven en un mundo mucho más violento de lo que en realidad es.

## **3. La presencia de violencia justificada**

Incrementará el aprendizaje.

Hay muchas películas que presentan alguna clase de justificación de los actos violentos que se desarrollan: hubo una violación, un rapto, asaltaron a la diligencia o a la caravana de colonos, robaron



algún domicilio, humillaron a alguien cuando era pequeño, hay un exceso de robo en la ciudad, etc. etc. miles de justificaciones nacidas de la imaginación de los guionistas que sirven para desencadenar las acciones violentas de los "*justicieros*".

En la mente de los espectadores no existe el suficiente criterio para establecer la relación entre la magnitud de la ofensa y la dimensión de la justicia (que más bien suele ser "venganza") y están recibiendo -aunque no se lo crea- unas magníficas lecciones acerca de tomar justicia por mano propia.

Y si a esto se añade la lentitud de la justicia real o, peor aun, la "no justicia" que permite que los poderosos escapen a otros países mientras los ladrones de gallinas o de electrodomésticos pasan varios años en las cárceles... Si ...

La suma de factores contextuales puede conformar una mezcla bastante explosiva. ¡Qué saludable fuera poder desactivarla a tiempo!

#### **4. La violencia injustificada**

Disminuirá la posibilidad de aprendizaje. Incrementará el miedo.

Esta doble posible respuesta es bastante lógica: la disminución de posibilidad del aprendizaje se debe a que no somos tan "malos" que actuemos agresivamente sin razón, por más que Sigmund Freud postule que las personas estamos movidas por la agresividad y por Eros, por supuesto. El posible incremento del miedo es, también obvio: si la violencia es tan sin razón, tan sin motivo, no importa que yo sea un ciudadano ejemplar, en algún momento, injustificadamente, puede ser una víctima. Otro ¡huy!

#### **5. La presencia de armas**

Incrementará el aprendizaje.

Sin dudas. Y con muchas dolorosas pruebas que se pueden leer en los medios cuando nos informan que algún pobre Pepito que ni siquiera llegaba al uso de razón ya se hizo deudor de una vida por ¿representar? ¿jugar? ¿imitar? el uso de algún instrumento visto en una pantalla.

Y cuando se habla de armas no se habla solamente las propiamente dichas: las pistolas, fusiles, ametralladoras, cañones, explosivos, cuchillos, que tanto abundan, sobre todo en las películas. Un útil martillo puede pasar a ser un arma letal. No quiero hablar de las motosierras, convertidas en la realidad en asesinas de los bosques y en la ficción en arma favorita de las películas nacidas de mentes sádicas. También se aprende que se amordaza a las personas con alguna clase de cinta de pegar o que, para mejor hacerlo, se debe poner un pañuelo en la boca.

El aprendizaje de estas "tecnologías" es innegable". No todos los Pepitos los pondrán en práctica. Es más, la inmensa mayoría de ellos serán pacíficos ciudadanos pero, unos pocos, practicarán, lamentablemente, alguna bestialidad que vieron y aprendieron. No todos los aprendizajes son buenos.

## **6. Lo extenso y lo gráfico de la violencia**

Ojo a esto, porque es, por llamarlo de alguna manera, la estrella de la violencia, pues provocará un aumento del aprendizaje, un aumento del miedo y el aumento de la desensibilización. ¡Qué maravilla! ¿Se podría decir -hablando de manera antipática- que lo extenso y lo gráfico de la violencia tiene un efecto holístico?

Ahora sí, piense en alguna de esas películas que comienzan con explosiones, se desarrollan con más explosiones y, para variar, terminan con otras explosiones. Si quiere modificar la frase, ponga en lugar de la palabra explosiones la palabra crímenes o asesinatos o agresiones y tendrá una panorámica de muchas películas de actualidad y gran éxito. Mientras en algunas películas el acto violento es

una excepción, en otras, los actos agresivos son la esencia misma y, por ello, ocupan la mayor parte de los minutos que ella dura.

Y no es cualquier violencia. Los efectos especiales y las nuevas posibilidades de producirlos hacen que esos comportamientos sean totalmente gráficos, hasta el punto de que cuando estamos inmersos en las salas de cine realmente "creemos" que vemos choques, terremotos, avalanchas, explosiones nucleares, ametrallamientos... Hay un premio para quien mejores efectos especiales logre y, muchos de estos efectos son para mostrar la violencia con gran credibilidad

Esas explosiones, por seguir el ejemplo del inicio, que no dañan a nadie cuando se las filma incrementan el miedo, el aprendizaje y la desensibilización, cuando son contempladas. El exceso de violencia contemplada nos vuelve insensibles ante la violencia real, que es la que debería importarnos.

¿Le dicen algo los nombres de Rambo, Robocop, Terminator? ¿Duro de matar uno, dos tres, cuatro... Natural Born Killers, y tantas otras maravillas del séptimo arte? Ahora le pueden decir más: le pueden decir los efectos que van a provocar en los Pepitos, en los Pepes (adolescentes) y en los Josés (hombres maduros). No se excluyen las Pepitas.

## **7. Lo realista de la violencia**

Otra maravilla, aunque solamente de dos estrellitas pues tan solo incrementa el aprendizaje y el miedo.

Esta es una de las características contextuales que les salva a los ratoncitos pegadores, pues no son realistas esas explosiones que les dejan solamente unos dos inmensos ojos blancos asombrados, ni esos pasarle por alguna máquina que le saca al pobre gato planchadito como masa lista para hacer empanadas. No, por suerte esas representaciones no son realistas.

Es en cambio, uno de los puntos en contra para las crónicas rojas, pues se entiende que esa violencia presentada en los noticieros es real, absolutamente real. Desgraciadamente real.

Las crónicas rojas incrementarán el aprendizaje y el miedo.

## **8. La presencia de alguna clase de recompensas para los agresores**

Incrementará también tanto el aprendizaje cuanto el miedo.

¿Qué no hay recompensas para los agresores? ¡Por favor! ¿Usted cree que no es recompensa el terminar en un beso de película con esa hermosa mujer de película? ¡Por favor!

Fíjese que no estamos diciendo que la recompensa sea justa o injusta y que esa muchita sea un merecido premio a quien se jugó la vida en veintitrés persecuciones, cuatro balaceras y tres puñetizas del carajo. No, simplemente establecemos que la presencia de alguna clase de recompensas (monetarias, afectivas, de honores, etc.) para el perpetrador de actos violentos incrementará el aprendizaje y el miedo en los espectadores. Y usted es uno de ellos.

Usted, por más años que tenga, y por más que crea que está inmunizado frente a los efectos de las pantallas, respóndase con honestidad si no ha pensado en comprar algún arma, si tal vez no ha puesto alguna alarma en su casa, si ... ¡Claro, yo sé que es porque a su vecino le robaron, pero...!

## **9. La presencia de castigos para los "malosos" de la película (los perpetradores de violencia)**

Disminuirá la posibilidad de aprendizaje.

Es algo que nos da un respiro a nosotros, los buenos de la vida

real, pues provocará una disminución del aprendizaje. ¿Cómo voy a ser malo si los malos tienen castigo? Ahora sí que hasta podría coincidir con Freud en aquello de que " ... *los adultos se permiten regularmente hacer cualquier mal que les ofrezca ventajas, siempre que estén seguros de que la autoridad no los descubrirá o nada podrá hacerles, de modo que su temor se refiere exclusivamente a la posibilidad de ser descubiertos...*" <sup>1</sup> y completaríamos: castigados.

## **10. Las señales de pena o daño**

También causan un efecto bueno (disminuirá la posibilidad de aprendizaje) en los espectadores.

Contemplar el sufrimiento que produce un acto violento nos desmotivará para cometer actos de esta naturaleza. Esto nos hace regresar a los ratones y a los gatos aplastados en cuyas aventuras no existe ninguna señal de daño: ¿cómo influirán?

## **11. El humor**

¿Los actos violentos son presentados de tal forma que motivan en nosotros el reflejo de la risa, que no otra cosa es el humor?

Si la respuesta es positiva, los estudios nos indican que estarán incrementando el aprendizaje y desarrollando el miedo en los Pepitos.

¿Cuándo se presenta la violencia como cómica? Sobre todo en los dibujos animados que, como usted lo ha podido apreciar a lo largo de estos comentarios, no son tan inocuos como suelen aparecer a primera vista.

Hemos realizado un rápido recorrido por efectos comprobados (hasta donde se puede hacerlo) de la contemplación de la violencia en la televisión. Ahora corresponde enviarle un deber para que usted lo haga.

## Capítulo cuarto: un deber para los lectores

Tome el cuadro que nos ha servido de guía y aplíquelo por una noche a lo que usted contempla en la televisión. Sí, a su "programación normal", ya sea que esté compuesta de telenovelas y noticieros, de noticieros nacionales o internacionales y películas de acción, de deportes...

Aplique el cuadro: ¿Hay escenas violentas? ¿Hay comportamientos agresivos? ¿Es una agresión justificada o injustificada? ¿Existe la presencia de alguna clase de armas? ¿La violencia se presenta con mucho realismo? ¿Cuánto dura? Etc. etc.

Sería excelente si fuera apuntando en el cuadro alguna de sus apreciaciones y si, al día siguiente pudiera sacar algunas conclusiones.

Aunque no haga nada de esto, tenga en cuenta, cuando vea la televisión, que no está ante un simple instrumento de entretenimiento: está también ante una fuente de posibles aprendizajes.

## Capítulo 5 y final: No existe el Chapulín Colorado

Hace algún tiempo se presentó la serie el Chapulín Colorado. En esa ingenua serie, una de las frases que se repetía para provocar la sonrisa era: "*¿Y ahora quién podrá defendernos?*" Y la respuesta era la aparición de ese héroe de caricatura que, pese a serlo, solucionaba los conflictos y resolvía los problemas. Si aceptamos la posibilidad de ciertas influencias dañinas de la presencia excesiva de la violencia en los programas de televisión, podríamos también lanzar -y con mucha razón- la pregunta: "*¿Y ahora quién podrá defendernos?*"

Obviamente, no aparecerá el Chapulín con sus antenitas ofreciéndonos solucionar el asunto. A la justificada pregunta tenemos que darle una respuesta y una solución nosotros.

¿Es que existe solución? Sí, por supuesto. La solución pasa por una mentalidad crítica de los espectadores, por la consciencia de que tienen derechos ante lo que se les presenta en las pantallas.

¿Qué puede hacer un espectador consciente?

Comencemos por algo sencillo: anotar el número de los canales de televisión y llamar cada vez que vea un programa que hiera sus convicciones o sus sentimientos.

¿Y esto funciona?

Si sólo es usted quien llama, definitivamente no. Pero si hay varios ustedes, si las llamadas empiezan a sucederse y el teléfono del canal no deja de sonar, puede estar seguro de que poco a poco va a tener éxito.

No está en nuestras manos hacer del mundo un lugar sin violencia, pero sí podemos contribuir a frenar estos aprendizajes que dan miedo.

En palabras poéticas: No podemos hacer del mundo un jardín; sí podemos sembrar una flor.

---

## NOTAS

1. FREUD, Sigmund. El malestar en la cultura, Universidad del Azuay, Especialización en Docencia Universitaria, 2001, p. 65.





**MIOPIA ELITISTA VS. SUBLIMACIÓN POPULAR**  
**Análisis de Contenidos del diario “El Extra”**

*María Caridad Vázquez*

*Anna María Tripaldi*

Comunicadoras Sociales. Candidatas a Master en Cultura



## INTRODUCCIÓN

Antes de realizar esta investigación la posición que teníamos, influenciada totalmente por la “academia”, era recriminatoria, donde se ponía a los medios sensacionalistas como aquellos que no han alcanzado los niveles culturales y académicos que validan su credibilidad y aporte cultural.

Inmersas en la “razón razonante”, no lográbamos comprender los complejos mecanismos del mundo simbólico-popular, despreciando de forma automática todo aquel “otro” que no estaba dentro de nuestros estándares culturales, impuestos durante años por una formación académica volcada aún hacia una educación aséptica y elitista.

El diario El Extra era el elemento que reunía toda la “basura social” y por lo tanto era el medio perfecto para ser analizado y juzgado desde una posición clásica, donde lo sensacionalista es sinónimo de vulgaridad, ignorancia y superficialidad.

Sin embargo en el camino que cruzó esta aventura, descubrimos un mundo diferente para conceptualizar a la prensa popular, nos deshicimos de los juicios de valor y nos dimos cuenta que éramos herederas de aquellos pensadores que negaron al “otro” y decidimos dejar de hacerlo, buscando una explicación que vaya más allá de la recriminación. Como diría Martín-Barbero: “¿En función de qué intereses y merced a qué mecanismos, se justifica e institucionaliza la desvalorización y desintegración de lo popular?”.

Fue difícil encontrar alguien que viera el fenómeno desde nuestra

nueva posición, pues casi todos definían a la cultura popular como un obstáculo para alcanzar el desarrollo, la educación y la cultura, era el lastre que nos mantenía como un país del tercer mundo.

Uno de nuestros entrevistados, refiriéndose al tema dijo: "...me da repugnancia, ¿tú crees que en países como Alemania, se dan este tipo de cosas?". Lo que buscamos a través de nuestras reflexiones, es que se comprenda que lo importante de la prensa popular "...no reside en su autenticidad o en su belleza, sino en su representatividad socio cultural, en su capacidad de materializar y de expresar el modo de vivir y pensar de las clases subalternas, las maneras como sobreviven y las estrategias a través de las cuales filtran, reorganizan lo que viene de la cultura hegemónica, y lo integran y funden con lo que viven de su memoria histórica". (Jesús Martín Barbero).

## 1. ANÁLISIS DENOTATIVO

Para poder analizar mejor las motivaciones de compra del periódico "El Extra" se ha realizado un breve análisis de contenidos con la finalidad de comprender mejor su estructura y funcionamiento.

Para ello se analizaron diarios en diferentes épocas:

- Festividades Religiosas (Semana Santa)
- Festividades Comerciales (Día de la Madre)
- Días Normales.

Comparando los diarios que circularon en estas fechas, se puede generalizar algunas características como:

- El Extra no sigue una retícula fija en la diagramación del periódico, esto implica una total libertad para el ordenamiento de los elementos informativos.
- Maneja el Full Color en la primera plana y en la de farándula. Las otras, dependiendo del día, unas son a blanco y negro y otras a

color. Coincide que donde hay imágenes sexuales, se utiliza color.

En la primera plana los colores más usados son el rojo y el amarillo, por ello se convierte en una página vistosa y llamativa, a veces se incluye el color verde.

- Frecuentemente incluye regalos como posters a full color en papel couché y cancioneros con clases de guitarra y canto. Es muy famoso además el “extragrama” y el Sexy Horóscopo ocupa una parte considerable de una plana, junto con imágenes de desnudos a full color.
- En cuanto a la redacción misma de las noticias, es muy sencilla, utiliza un lenguaje simple y al alcance de todos. La característica principal es que las noticias no son una enumeración de hechos, sino que enfocan el drama personal de quienes están involucrados, se puede decir que cada noticia incluye la historia de cada uno de sus personajes.
- Los contenidos y temas del periódico varían de acuerdo a la época en la que circula, en épocas de fiestas religiosas tiene mayor contenido con relación a este tema, lo mismo sucede con festividades más comerciales como el día de la madre. Sin embargo, sigue un sistema bastante estable en días comunes.

Con el fin de realizar un breve análisis cuantitativo, se extrajeron promedios del número de Imágenes, Titulares y Publicidades que en ellos se encontraban, y la forma en la que se subdividían por temas.

Los temas más recurrentes fueron:

- Sexo
- Religión
- Deporte
- Farándula
- Drama

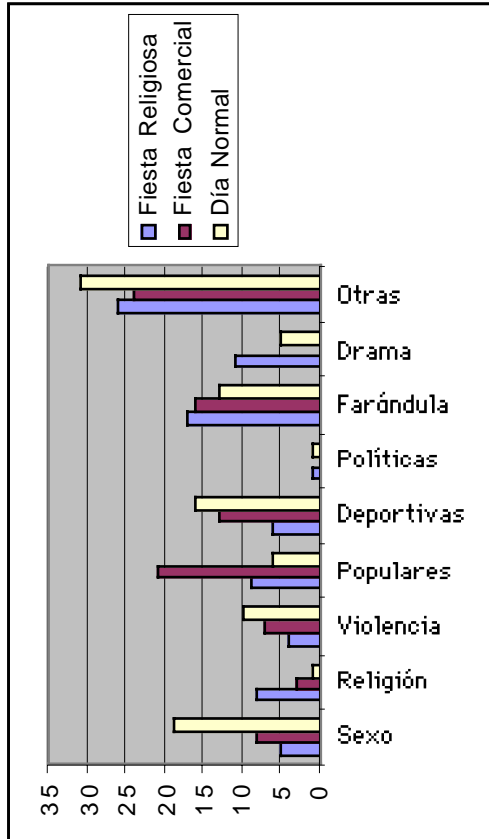
- Violencia
- Política
- Otros

Así que la clasificación se realizó en base a las áreas antes mencionadas.

Los resultados que se obtuvieron del procesamiento de datos fueron redondeados para una mayor comprensión, las tablas que se presentan a continuación permitirán comprender mejor las aproximaciones del siguiente capítulo, donde se tratará de abordar temas de antropología, psicología y comunicación a través de los cuales se plantearán tesis que expliquen de alguna manera el fenómeno “Extra”.

## Análisis de Imágenes

	Sexo	Religión	Violencia	Populares	Deportivas	Políticas	Farándula	Drama	Otras	Total
Fiesta Religiosa	5	8	4	9	6	1	17	11	26	89
Fiesta Religiosa	8	3	7	21	13	0	16	0	24	92
Día Normal	19	1	10	6	16	1	13	5	31	102



Como se puede apreciar en la tabla y el gráfico anterior, en los días normales hay una mayor presencia de imágenes de sexo, violencia, drama y deportes que en días festivos, mientras que las imágenes populares aumentan en las festividades. En general las imágenes políticas son escasas, El Extra no es un diario político, inclusive sus editoriales se refieren mayormente a otro tipo de temas. Se podría decir que los contenidos de El Extra varían de acuerdo a la época, sin embargo las imágenes sexuales, violentas, deportivas y de farándula están presentes siempre ocupando mucho lugar en el diario.

La farándula tiene cabida amplia en cualquier época, con presencia de fotos no sólo de artistas, sino de personas de fiesta, en bares o discotecas.

Los titulares del Extra se caracterizan por contener expresiones muy populares, especialmente en días festivos, donde hacen alusión a lo que se celebra. En días normales los titulares pasan a ser más crudos y en general enfocan a la violencia y sexo en forma explícita. Al igual que en el caso de las imágenes, los titulares que predominan son los de violencia y deportivos. En el día de la Madre, los titulares fueron menos dramáticos y menos sexuales inclusive que en los días de Semana Santa, a cambio, en esta festividad religiosa, el tono violento de los titulares bajó y se notaron más de tono religioso, en días normales no aparecen titulares religiosos.

En general los titulares son sarcásticos y burlescos, no importa que tan trágica sea la noticia, si bien muchos titulares siguen un esquema clásico, los más importantes (primera plana o aquellos resaltados en color) son alegres, tétricos y a veces hasta cómicos:

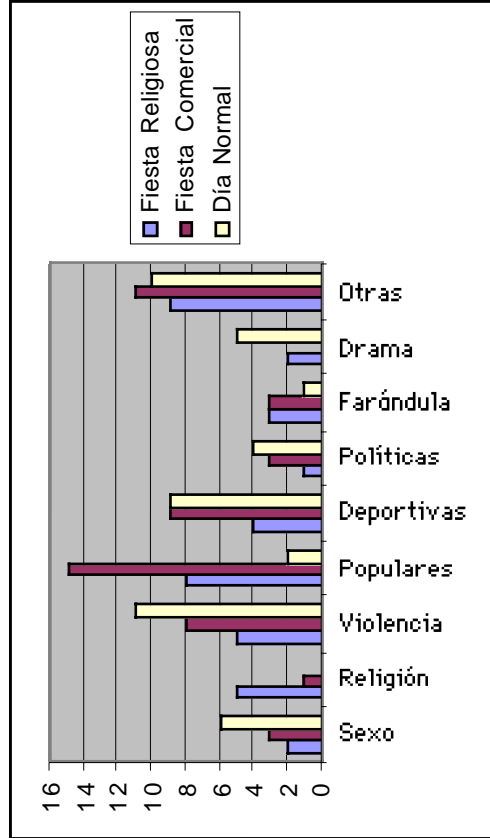
“Murió Hecho Tatuín!  
Vía Crucis Bajo el Agua  
¡Papá... no mates a Mamá!  
Hermanos lanzados por los Aires  
Desnudaban Víctimas



Murió en la Vereda  
Violada Brutalmente  
¡Chao “Pescado”!  
Trasladados a la “Peni”  
Sin Complejos en la Cama

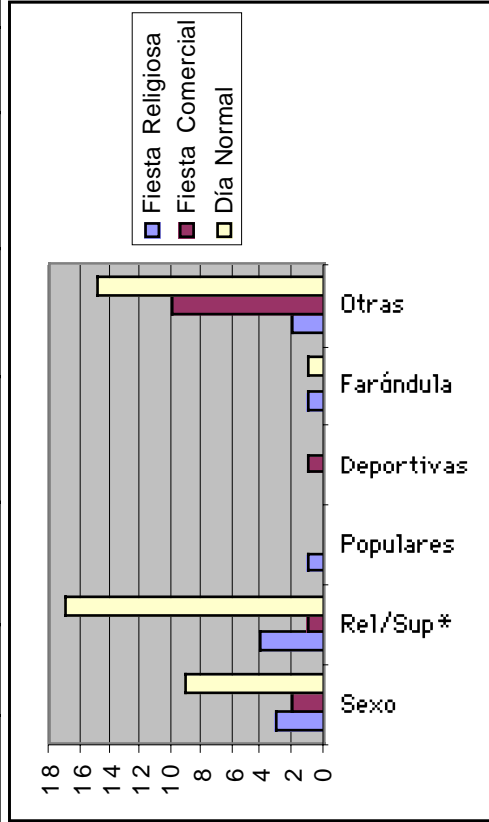
## Análisis de Titulares

	Sexo	Religión	Violencia	Populares	Deportivas	Políticas	Farándula	Drama	Otras	Total
Fiesta Religiosa	2	5	5	8	4	1	3	2	9	43
Fiesta Comercial	3	1	8	15	9	3	3	0	11	53
Día Normal	6	0	11	2	9	4	1	5	10	48



## ANÁLISIS DE PUBLICIDADES

	Sexo	Rel/Sup*	Populares	Deportivas	Farándula	Otras	Total
Fiesta Religiosa	3	4	1	0	1	2	12
Fiesta Comercial	2	1	0	1	0	10	14
Día Normal	9	17	0	0	1	15	1



\* Religión-Superstición

La publicidad en El Extra, es escasa comparada con otros medios de prensa, y por lo general aparecen los mismos anunciantes, en su mayoría son adivinos, o líneas para sexo telefónico. Hay un buen número de anuncios de radios o de farándula.

Durante las festividades de la Madre, se publicaron anuncios de página entera de electrodomésticos y regalos, sin embargo, esto no sucede corrientemente.

En cuanto a anuncios clasificados, son de tono sexual la mayoría, se venden cremas, pastillas, artefactos, todo con fines sexuales. Otro tipo de anuncios muy comunes son los de venta de servicios de masajes, servicios bisexuales, gays, lesbianas y grupos para orgías.

Estos son algunos ejemplos:

- “MASAJES 2X1”  
¿Exitados? ¡¡Super promociones!!...
- ¡¡MASAJES!!  
Manabas ardientes, jugosas y complacientes...
- Show de lesbis, modelos triple “AAA”, ejecutivos y extranjeros...
- ¡No acabe rápido, desde \$1, crema alargante, brocha china ¡¡originales!!...
- PORNO DURO  
Mercadería nueva: máquina aumentadora, vaginas vibratoras, anal ese, consoladores con cinturón...
- Escultural rubia blanca, ojos azules y 1.76 cm. de estatura, complaciente, única, atiende a caballeros y parejas.
- Escencia Vence Voluntad, ponlo a tus pies...

Son muy comunes los anuncios de brujos para buscar pareja, hacer “trabajos” y agradecimientos a tal o cual espiritista o sensitivo.

- Hermanas prodigio en Quito, mentes gemelas unidas por un solo poder.
- Richard y Venus, psíquicos del amor.
- Sólo Guillermo de la Fe pudo ayudarme.
- Gran Gurú, te atrae al ser amado, en siete sesiones espirituales.

Ya se ha descrito brevemente la estructura del Extra, a continuación, se tratará de hacer un análisis explicativo de este medio de comunicación partiendo desde diferentes puntos de vista y áreas de estudio.

## **2. ANÁLISIS CONNOTATIVO**

### **2.1. La Liberación de los instintos**

Desde una mirada psicológica, la teoría de Freud, establece pautas profundas que rigen el comportamiento humano, como es la sexualidad y la agresión; características que encontramos muy ancladas al diario “El Extra”, manifestadas de forma abierta y franca; lo que nos hace pensar que su esencia está basada en estas fuerzas fundamentales que guían la conducta humana. Para adentrarnos a las teorías de Freud, vale la pena mencionar a la cultura como una estructura organizacional cohesionada fuertemente por la historia y legitimada dentro de las sociedades.

La cultura y todas sus normas de convivencia social e individual, han sido para los acatados innatos del ser humano un agente fuertemente represor, a tal punto de dominar y encauzar su energía a lo culturalmente aceptado y reconocido. Aquí las normas culturales que

la “inteligencia” ha fundado ha dirigido al cuerpo y a la mente con todas sus turbulencias interiores a un “bienestar colectivo”, que le permite al individuo ser aceptado y valorado por los otros; pero habría que analizar si el bienestar cultural se ajusta de manera real al tan ansiado bienestar humano.

Recordemos que los parámetros que determinaban y diferenciaban a la cultura, estuvieron reconocidos dentro del “proyecto de modernidad”, es decir que el respaldo para conocer las reglas y jugarlas, estaba apoyado por varios frentes. Estos frentes legitimaban las normas y determinaban el camino derecho y el izquierdo, lo bueno y lo malo, lo justo y lo injusto, lo normal y lo anormal, en pocas palabras la “cultura alta” y la “cultura baja”.

El Estado era el sustento y garante de una “organización racional”. Esta dirección debía ser capaz de converger los intereses colectivos en una síntesis de bienestar común, utilizando criterios técnicos y científicos. Las ciencias sociales fueron parte constitutiva de este ordenamiento, pues se convirtieron en la base sustentadora y fundamental, en lo que fueron los pensamientos reestructurados en política, economía junto con valores y características que cada nación poseía; no eran pues sólo ciencias abstractas, sino prácticas que se ejecutaban a través del Estado, donde estas ciencias definían las “leyes” que gobernaban la organización humana, el Estado definía políticas gubernamentales a partir de la legitimidad que estas ciencias le daban.

La escuela y la pedagogía eran los espacios apropiados para disciplinar a la mente y al cuerpo, además de las escuelas los manuales de urbanidad se convirtieron en una especie de reglamentación de los instintos primarios, que permitirían dejar la barbarie. Los manuales enseñaban a ser “buenos ciudadanos”, pero recordemos que dentro de la ciudadanía, la mayoría era excluida; por tal razón contribuyeron muy fuertemente a la separación de clases, produciendo diferencias sociales que no tenían acceso ni esperanzas de surgir.

A partir de esta exclusión bipolar, los imaginarios de la barbarie

no eran sólo presentaciones mentales sino que poseían una materialidad concreta, ya que se hallaban estrechamente dependientes de la disciplina, la ley, el Estado, la escuela, los manuales, etc.

Como vemos la matriz cultural, tenía sus sustentos y sus bases, intentaba a toda costa luchar contra los instintos, para ello se aliaron fuerzas externas que servían de escenario y guías. La lucha no era sólo interna del individuo contra el individuo, de dominar la mente y el cuerpo, sino externa, el hecho de demostrar a los demás ser una persona que ha logrado ir sobre la naturaleza y que protege ante todo su “yo social”.

Pero la cultura no es sólo un factor que reprime, a ella se debe el orden y la convivencia social, es decir son contravías que intentan equilibrarse a través de las relaciones. Dentro de estas relaciones emergen de forma “superior” una cultura “alta” y “letrada”, que actúa como un elemento vigilante y denunciante de todos aquellos seres que quieran salirse de las normas y dejar actuar los instintos de forma espontánea y “bárbara”. Cada uno de estos defensores de la cultura “culto” es un dios que da, pero también que quita, que acepta y que rechaza, convirtiendo a todos quienes viven dentro de ella, en jueces intolerables que no aceptan a quien no quiera sujetarse.

“La cultura se ve obligada a realizar múltiples esfuerzos para poner barreras a las tendencias agresivas del hombre, para dominar sus manifestaciones mediante formaciones reactivas psíquicas... Si la cultura impone pesados sacrificios, no solo a la sexualidad, sino también a las tendencias agresivas, comprendemos mejor que al hombre le resulta tan difícil alcanzar en ella su felicidad... Cabe esperar que poco a poco lograremos imponer a nuestra cultura modificaciones que satisfagan mejor nuestras necesidades y que escapen a aquellas críticas”. (Freud, Sigmund: “El Malestar en la Cultura”. Ed. Alianza, Madrid, 1982).

“La tendencia agresiva es una disposición instintiva

innata y autónoma del ser humano, además retomo mi afirmación de que aquella constituye el mayor obstáculo con que tropieza la cultura". (Freud, Sigmund: "El Malestar en la Cultura", op. cit. pág. 63).

La reivindicación de las clases "bajas o ignorantes" ha desatado los instintos y actitudes más reprimidas, justamente la sexualidad y la agresión, fuerzas positivas y constructivas; así como también fuerzas negativas y destructivas. La mayoría de aquellos que pertenecen a nuestro imaginario como "los incultos" son los lectores de "El Extra", individuos más libres y francos de romper abiertamente las barreras de lo prohibido y ver desnudos sin sentir vergüenza o rechazo. Traspasan lo establecido y encuentran satisfacción en ello, pasan de las reglas a su propio juego, sin ataduras y sin miradas externas, son ellos, ven lo que su mundo les dictamina individualmente, y leen su propia vida, sincera y tolerante.

La "cultura culta", no aceptaría jamás que sus miembros se dediquen a leer "El Extra", pues eso representa sentir placeres bajos, que sólo lo pueden sentir los ignorantes. La agresión funciona de igual manera, los "grupos incultos" utilizan vías alternas y no aceptadas para descargar sus energías agresivas; una de ellas podría ser leer "El Extra" y funcionar como una válvula de escape o vía de sublimación como lo afirma Freud. Contrariamente estas vías de descarga, podrían también dar lugar a espacios generadores de agresión o violencia, al punto de llegar a perder el horizonte que divide lo real de la ficción.

"La agresión como la sexualidad, podrían ser en la lectura de "El Extra", tanto vías de desfogue como de acumulación de energías reprimidas... A través de la lectura se realizan acatamientos simbólicos e imaginarios, que no los podemos realizar en la realidad, en la satisfacción que se da a través de la vista como vía de escape". (Lcdo. Gerardo Peña, Profesor de Psicología Clínica de la Universidad del Azuay).



“La cultura domina la peligrosa inclinación agresiva del individuo, debilitando a éste, desarmándolo y haciéndolo vigilar por una instancia alojada en su interior, como una guarnición militar en la ciudad conquistada... dicho instinto de agresión es el descendiente y principal representante del instinto de muerte, que hemos hallado junto al Eros y que con él comparte la dominación del mundo”. (Freud, Sigmund: “El Malestar en la Cultura”, op. cit. pág. 65).

A pesar de los fundamentos culturales arraigados en lo más profundo, y legítimamente institucionalizados, el hombre como ser humano, no es del todo esclavo, pues sobresale en él actos inconscientes y también conscientes en contra de las barreras que quieren alinear su comportamiento hacia límites muy concretos y estrictos. Muchas veces ni el cuerpo, ni la mente pueden controlar las conductas, mucho peor la cultura.

Ir en contra de lo “normado”, “aceptado”, “letrado”, “culto”, podría ser la lucha inconsciente y reactiva de lo que los grupos “bajos” rechazan. Generalmente los grupos altos no dan cabida a las palabras vulgares y códigos del populacho, a exhibir el cuerpo de forma abierta y sin prejuicios, a utilizar vestimenta “chola” y sin “estilo”, a leer diarios que están dirigidos a los “ignorantes”. Respetan y siguen religiosamente lo que la cultura determina como correcto, pues un pasito a la izquierda y corren el peligro de bajar un escalón en la escala imaginaria que lo ubica en lo elitista y popular.

La “razón razonante” conoce muy bien sus límites y los límites del “otro”, aunque se muestre muy recta y honesta, le encantaría en sus profundos y secretos pensamientos leerse el “Lunes Sexy” de “El Extra”, dar un pasito a la izquierda y fantasear como sólo lo hace en sus sueños.

“Los cultos, instruidos y refinados en el fondo quisieran leer “El Extra”, es más, pueden tenerlo escondido debajo del escritorio... hay un fingimiento e hipocresía moral. Son tan atados a seguir las

normas, que no pueden leerse “El Extra” en público, pero de forma escondida sus pulsiones lo empujan a que busque otras formas diferentes como el Internet, que puede poseer escenas mucho más grotescas que cualquier periódico”. (Lcdo. Gerardo Peña, Profesor de Psicología Clínica de la Universidad del Azuay).

Ambas, la “cultura alta” y la “baja”, responden muy en su interior, a un punto rector que contiene a las dos fuerzas dominantes, la sexualidad y la agresión; en donde en la “cultura letrada” se retiene casi en contra de su voluntad los instintos, y en la otra la “ignorante” sus pulsiones son más libres y honestas, viviendo los placeres que le dan satisfacción. Confirmando la teoría de Freud, que nos dice que son justamente estas dos fuerzas las que se imponen a pesar de todos los esfuerzos que la cultura establezca; sin ser dominadas del todo, emergen una y otra vez, consciente e inconscientemente, ya que son de naturaleza reacciones innatas, en donde muchas veces no pueden ser controladas ni por el mismo ser humano.

## **2.2. La Cultura Popular reivindicándose desde la prensa**

La aparición de la prensa sensacionalista ha sido explicada en base a movimientos mercantiles, juzgándola como una mera manipulación de imágenes grotescas y titulares ridículos que van dirigidos a gente que no tiene un nivel “alto” y que por tanto gusta de esas cosas “asquerosas” y poco educativas.

Martín Barbero plantea una forma diferente de comprender a la cultura popular, en su tesis propone un acercamiento a ésta por medio de la comprensión de las dinámicas que se generan en los medios de comunicación.

No sólo se debe analizar lo que produce la masa, sino lo que ésta consume, como diría Barbero “aquello de lo que se alimenta” el pueblo. Se plantea además un estudio que implique el conocimiento de lo popular ligado a la modernidad y la complejidad de los procesos urbanos.

Partiendo de esos lineamientos, se han desarrollado varias explicaciones para el fenómeno “Extra”.

Le Goff plantea que la Ilustración ha dejado un Hiato gigante en la cultura popular, la misma que fue negada e ignorada por una época elitista, donde la razón no permitía siquiera plantearse inquietudes acerca de fenómenos populares que en aquella época eran considerados como ambiguos, irracionales y bajos.

Hoy, que la modernidad está quedándose atrás y da paso a nuevos tiempos, la cultura popular resurge en una especie de nueva Edad Media, y es en esta época en la que se pueden explicar muchos de los fenómenos populares que hoy parecerían tan complejos.

Como explica José Laso, Director del área de Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar y Editorialista del diario Hoy, el fenómeno podría comprenderse desde el planteamiento de Mijail Bajtín acerca del “tiempo fuerte” o el “carnaval”.

El Carnaval está compuesto de varios elementos: la plaza, es el espacio no segmentado, abierto a la cotidianidad y al teatro, pero sin distinción de actores y espectadores. En este caso, “El Extra” es la Plaza, es una forma de lenguajes con expresiones ambiguas, utiliza la parodia, el sarcasmo como forma de degradación, pero al mismo tiempo de regeneración, que contribuye a la creación de un halo de libertad.

Las injurias, blasfemias y lenguaje brusco, lo grotesco y lo cómico a la vez, son ejes expresivos de la cultura popular; en “El Extra”, según José Laso, “la foto es censurada por el texto”, el titular es grotesco, sarcástico, raya en lo cómico, pero detrás de él hay una noticia dramática. La grosería se vuelve importante en el momento que se constituye como una confrontación entre lo popular, lo terrenal, corporal, los humores y la intelectualidad, la razón, lo culto. Simplemente porque lo que pasa en la vida popular urbana, no siempre tiene sentido, un asesinato, una muerte y la violencia, no tienen un sentido.

Así en este carnaval, se desarrollan dos elementos básicos: la risa y la máscara. La risa entendida como una oposición a la seriedad de lo oficial. “La risa popular es, según Bajtín, “una victoria sobre el miedo”, ya que nace justamente de tornar risible, ridículo, todo lo que da miedo, especialmente lo sagrado... que es de donde procede la censura más fuerte, la interior”. (Martín-Barbero, Jesús: “De los Medios a las Mediaciones”. Ed. Gili S.A., Barcelona, 1987, pág. 76).

La seriedad en cambio, se asocia al miedo, lo prolonga; a diferencia de la risa, que lleva a la libertad. En base a esto podríamos catalogar al Extra como una válvula del terror popular urbano.

El otro dispositivo del carnaval, es la máscara, que busca la ridiculización de la identidad, es un movimiento de metamorfosis y cambio, que representa a la vida misma.

La comprensión de “El Extra” se da en la comprensión de la lectura del mismo por parte de sus lectores, quienes no lo asimilan textualmente, sino a través de una lectura desviada logran compensar su situación de miseria o de opresión. Estas son claves para comprender cómo la masa popular hace frente, inconscientemente, a la masa urbana, afrontando su realidad, pero sin perder identidad.

Otro punto desde el cual comprender al Extra es el melodrama en la forma en la que Barbero lo aborda:

“la relación entre la forma de lectura popular y la organización social de la temporalidad, el lugar de donde vienen los modelos de narrar que asimila esa prensa...” (Martín-Barbero, Jesús. “De los Medios a las Mediaciones”, op. cit., pág. 89).

En “El Extra”, cada noticia es la historia de la vida de alguien y su familia, en cada nota hay un drama, y unos personajes que llaman otro tipo de sensibilidad, otro tipo de “estética”.

En la época medieval, circulaban textos de literatura popular, en

Francia el colportage y en España el cordel, eran textos escritos bajo estructuras del mensaje oral. Es precisamente aquí donde planteamos muchas explicaciones sobre “El Extra”, por su parecido al cordel español.

Los temas favoritos de este medio eran precisamente los crímenes, los sucesos. Hay una obsesión popular por estos hechos caracterizados por su presentación cruda, pero que al mismo tiempo son mecanismos de autorregulación social, ya que dan cuenta de hechos donde se conocen los personajes y los dramas de cada uno.

El cordel estaba escrito para ser leído en voz alta, es decir, donde la literatura “cultura” termina, al cerrar el libro, la literatura popular empieza, porque es una forma de socialización, es el motor del rumor, del chisme, el comentario, que generan a su vez una interacción social rica de valores culturales que no tienen nada que ver con la actitud aséptica de las clases “altas”, que no comentan ni interactúan a este nivel.

Es como explicaría Barbero:

“Estamos ante una obra literaria que se mueve entre la vulgarización de lo que viene de arriba y su función de válvula de escape a una represión que estalla en tremendismo y burla”. (Martín-Barbero, Jesús: “De los Medios a las Mediaciones”, op. cit., pág. 113).

Basta abrir una página de “El Extra” y leer una nota para comprender la forma textual en la que se puede acoplar esta descripción del Cordel a un periódico popular de hoy.

Este mismo medio aparecido en la Edad Media, fue uno de los primeros en introducir y dar prioridad a las imágenes, porque lo popular está hecho de imágenes, en un principio, eran imágenes toscas y burdas, pero con el tiempo llegaron a su máxima expresión cuando la creatividad popular las lleva a la caricaturización. De nuevo se aborda aquí el tema del sarcasmo antes analizado. Otra caracte-

rística de las imágenes populares medievales era su carga de temporalidad que luego dará paso al comic. En “El Extra”, las fotos y las imágenes incluyen recuerdos, momentos de la infancia, la familia, el trabajo, en fin, diferentes ámbitos en los que existe una temporalidad que identifica también a la cultura popular actual.

La redacción de “El Extra” responde a las características del Melodrama, por ello se siente la gente identificada, en un lenguaje sencillo, secuencial, lleno de vida a pesar de que habla de muertes, asesinatos, por lo general el personaje principal no es el muerto, sino sus familiares, su vida pasada.

Martín Barbero explica que el melodrama tiene un eje central que se mueve en torno a cuatro sentimientos básicos: miedo, entusiasmo, lástima y risa, que se traducen en situaciones terribles, excitantes, tiernas y burlescas. A la vez vividas por personajes que siguen los cánones del traidor, el justiciero, la víctima y el bobo. Estos elementos a su vez se juntan y dan como resultado un género que es una mezcla de: epopeya, novela negra, tragedia y comedia.

El melodrama logra explicar al Extra en base a otro anacronismo que encuentra en su estructura: la Retórica del Exceso, el melodrama se derrocha, se exageran los contrastes visuales, sonoros, se exhiben los sentimientos en todo momento: la risa, el llanto, el sudor, el estremecimiento, el miedo. Esto implica una victoria sobre la represión de los “cultos”.

Otro contexto histórico en el que podemos hallar respuestas para comprender mejor a la prensa popular es el Folletín francés (el exponente más importante fue “Los Misterios de París” de Sue, 1848).

Aquí, al igual que en “El Extra”, los dispositivos tipográficos juegan un papel importante, la letra es grande, clara, espaciada como para facilitar la lectura de quienes no saben o no les gusta leer. Hoy en día se incluyen otras características como el color que en el caso en estudio es muy importante, especialmente en la primera plana

donde se manejan colores fuertes como el rojo y el amarillo y ocasionalmente el verde.

El manejo tipográfico tenía en aquella época y hoy también la finalidad de hacer que el lector desee leer. Hoy su papel es aún más importante, ya que la prensa tiene adversarios audiovisuales mucho más atractivos.

La forma del relato es otra característica en común. El relato está fragmentado por episodios, cada uno aporta nueva información, pero sostiene y refuerza el tema central. Se combina con la tipografía, cuyo tamaño y notoriedad disminuye a medida que los detalles se alejan del suceso.

Los dispositivos de seducción que estaban vigentes en el folleto, también lo están en “El Extra”, el suspenso, el relato abierto, las historias por capítulos, el seguimiento de una noticia... son elementos que hacen que el lector se pierda en el tiempo de la noticia, que es como el tiempo de la vida misma. El suspenso logra abrir interrogantes que quieren ser resueltas y la única forma de hallar la solución es esperando el próximo capítulo que será reiterante del anterior. Porque como dice Barbero, la narración popular vive tanto de la sorpresa como de la reiteración.

“Los dispositivos que le permiten al folletín incorporar elementos de la memoria narrativa popular al imaginario urbano-masivo no pueden ser comprendidos ni como meros mecanismos literarios ni como despreciables artimañas comerciales. Estamos ante un nuevo modo de comunicación que es el relato de género”. (Martín-Barbero, Jesús: “De los Medios a las Mediaciones”, op. cit., pág. 147).

Género que hoy en día se conoce como prensa popular o sensacionalista y que poca gente se ha atrevido a pensarla como un reflejo de la cultura popular que puede enseñar mucho de ella.

En “El Extra” al igual que en el folletín existen muchos dispositivos de reconocimiento, que hacen que se empatise el lector con lo narrado. La narración implica un sistema de comunicación que engancha al lector por medio de estos dispositivos y los convierte en lectores asiduos, así se puede explicar el tiraje de 240.000 ejemplares al día y cómo estos se agotan, récord que no logra ser vencido por ningún periódico “serio” en el país.

Otro elemento del folletín que encontramos en la prensa popular, es la tendencia a abordar lo de “abajo”, lo más bajo de la sociedad, donde pobres y ricos se enfrentan, donde los dos diablos de la urbanidad actual se enfrentan: la miseria de la mayoría y la maldad de una minoría hipócrita y pudiente. El lector de “El Extra” encuentra en sus páginas el miedo de la violencia y la esperanza de la revancha. Sentimientos que le dan un nuevo sentido a su vida.

En “El Extra”, lo popular folclórico ya no es pintoresco, sino turbio y sádico, sucio y violento, lo popular expresado es aquel “submundo del terror urbano” que asusta, pero que al mismo tiempo compensa, ya que quienes no tienen dinero, no sufren como los ricos. Es la imagen de la resignación misma del pueblo.

La gente lee “El Extra” porque en el proceso no se siente como un mero lector, sino se reconoce como un protagonista del melodrama descrito en pocas líneas que se transforman en toda una vida.

## **CONCLUSIÓN**

“El Extra” es en general un elemento de escape de las represiones sociales y una reivindicación hacia todo lo que representa la cultura elitista. Con sus estructuras, atrae al lector popular, y pone a su alcance una serie de temas que luego contribuyen a los círculos de comunicación interpersonal, y generan el rumor que es una de las expresiones más puras de la cultura.

No sólo que ha llegado a diferenciar de manera cruel que existe



una cultura superior y una inferior, sino individuos mejores que otros, sin pensar que en todos los casos se habla de seres humanos dominados en iguales condiciones por dos fuerzas innatas como la sexualidad y la agresión.

Como expresa el Mstr. Humberto Balarezo, sería muy pobre tomar a la sexualidad, agresión y violencia como únicas características que explican la cultura popular, sin embargo, detrás de estos elementos comunes en el diario “El Extra”, podemos encontrar una telaraña de otros elementos, como el melodrama, el carnaval, los imaginarios urbanos populares que pueden hablar de la dinámica cultural actual y que permite individualmente reconocerse, identificarse y aceptarse desde su propia perspectiva en el contexto social.

La cultura “baja” ha logrado romper las normas para defender su identidad, mientras que la cultura “alta” sigue ligada al pensamiento ilustrado que hoy no logra explicar los fenómenos actuales, tomando una posición cómoda que lo único que hace es rechazar lo que no entiende o no entra en sus cánones.

En la crisis de la modernidad, podemos notar la impotencia de las normas culturales para sujetar a sus miembros y guiarlos hacia el “bienestar común”, generando estos procesos que podrían aparecer como irracionales, pero que más bien se muestran como una reacción franca y abierta en donde los ojos de la cultura moderna no tienen cabida.

## **BIBLIOGRAFÍA**

MARTÍN-BARBERO, Jesús, “De los Medios a las Mediaciones”, Ed. Gili S.A., Barcelona, 1987.

FREUD, Sigmund, “El Malestar en la Cultura”, Ed. Alianza, Madrid, 1982.

CHECA, Fernando, “Las miradas del sensacionalismo: de los objetos a las prácticas culturales. El caso del Extra”, Tesis de grado, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, 2001.

## **ENTREVISTAS**

Dr. José Laso, Director del área de Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar y Editorialista del Diario Hoy.

Lcdo. Gerardo Peña, Profesor de Psicología Clínica de la Universidad del Azuay.

Mstr. Humberto Balarezo, Investigador en las áreas de Antropología y Sociología.