

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 65 - MARZO 1999

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

María del Carmen Cevallos

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Wladimiro Alvarez Grau,
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,
Min. Relaciones Exteriores.

Juan Centurión, Universidad de
Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO.

Luis Espinoza, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Oswaldo Guayasamín

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149. 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

http://www.comunica.org/chasqui

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

Vietnam fue un hito mediático trascendental: los periodistas tuvieron tantas libertades para su cobertura que, para muchos militares norteamericanos, su país perdió la guerra por esa falta de censura. Otro hito, la Guerra del Golfo: fue la primera guerra transmitida en vivo y en directo a todo el mundo, pero las fuerzas en conflicto, especialmente de E.U. -que aprendió de Vietnam-, ejercieron un férreo control informativo, aunque sus antecedentes en Granada, Panamá, Malvinas... ya anunciaron una censura que, ahora sí, puso en práctica lo que el general Sherman dijo en el marco de la guerra de Secesión norteamericana: "Es imposible llevar a cabo una guerra teniendo una prensa libre".

Pero esto no libera de responsabilidad a los periodistas. La historia de los últimos cien años y su casi medio centenar de conflictos demuestra que en la corresponsalia de guerra han habido verdaderos periodistas, casi héroes, pero, también, propagandistas, creadores de mitos, espías, mercenarios, diplomáticos. Así, el dilema fundamental de estos corresponsales ha sido ser neutrales o tomar partido. Y esto, muchas veces, se ha resuelto al margen de la ética: la "obediencia debida" del periodista a su medio o patrón ("Ponga las ilustraciones y yo pongo la guerra", le ordenó William R. Hearst a su periodista y dibujante, Frederick Remington, acreditado en La Habana durante la guerra de independencia cubana, a fines del siglo pasado) o a los ejércitos de sus respectivos países, como en los casos de las dos guerras mundiales, Malvinas, del Golfo... con el argumento de que el periodismo debía apoyar a su nación; o porque el drama de la guerra es una fuente inagotable para el periodismo de la muerte y la espectacularización de la noticia, especialmente en TV, donde el negocio y el *rating* son determinantes y la ética está ausente.

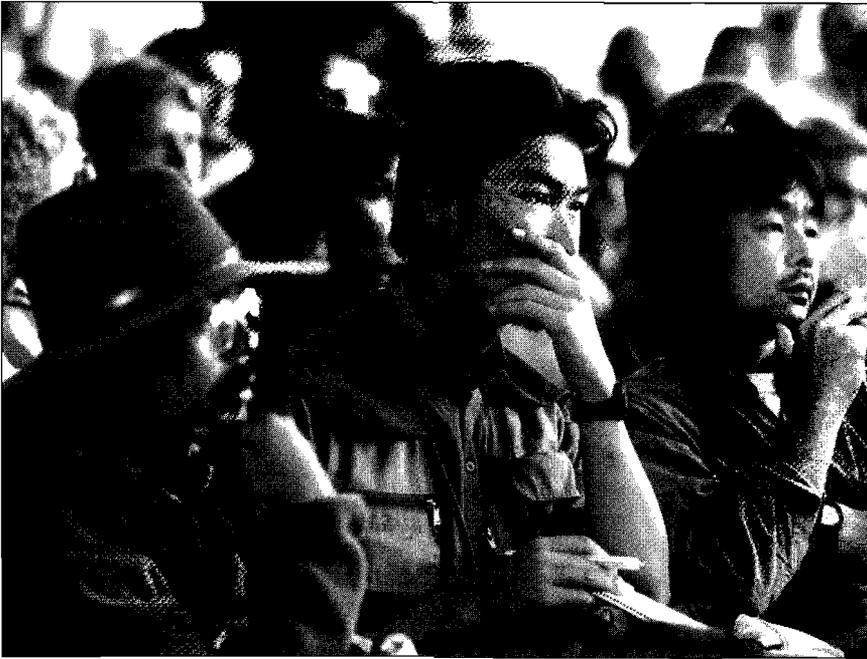
Pero también hay razones menos deleznable que afectan la neutralidad, porque el periodista enfrenta duras pruebas emocionales al sufrir y vivir conflictos bélicos, más aún en su propio país, particularmente los que se dan a nombre de la "limpieza étnica", las guerras de liberación, las luchas contra la opresión. Y es que para muchos periodistas, que han sido testigos del enfrentamiento entre lo justo y lo injusto, los oprimidos y los opresores; la imparcialidad no es fácil, seres humanos al fin y al cabo toman posiciones y desde ellas hacen su trabajo de manera brillante muchas veces, ahí están, por ejemplo: Ernest Hemingway, Martha Gellhorn... Porque, en definitiva, "La primera víctima de la guerra es la verdad", como lo señaló el senador norteamericano Hiram Johnson, en 1917.

Con **Corresponsales de guerra**, Chasqui plantea la discusión en torno a una actividad muy riesgosa -en 1968, la empresa de seguros londinense Helmers Cía. la catalogó como el oficio más peligroso del mundo- y compleja. Presentamos artículos con una visión histórica del dilema planteado, el rol del periodismo en la construcción de una cultura de paz o de guerra, el derecho internacional y esta actividad, semblanzas de conspicuos exponentes de este oficio y otros aspectos de un tema muy actual, más aún porque la guerra, lamentablemente, parece ser una condición inherente a la raza humana.

Excepto los textos de Priess, Reyes y García&Fuentes, todos los demás de este *dossier* fueron presentados en el I Encuentro Mundial de Corresponsales de Guerra, convocado por el Instituto Internacional de Periodismo José Martí y realizado en La Habana, entre el 24 y el 27 de noviembre de 1998. Nuestro agradecimiento a Guillermo Cabrera A., director del instituto, por permitirnos su publicación.


Fernando Checa Montúfar
Editor

CORRESPONSALES DE GUERRA



El corresponsal de guerra, con mucha frecuencia, enfrenta el dilema de ser neutral o tomar partido. Razones reñidas con la ética y otras menos deleznable, como sus propias emociones frente a la brutalidad de la guerra, inciden en su decisión final. A esto se suman la censura y un férreo control informativo de las fuerzas en conflicto. Vietnam fue la excepción.

4 Reportaje o ultraje: tomar partido o permanecer neutral
Barry Lowe

9 Conflictos, medios y cultura de la paz
Frank Priess

14 La guerra de los corresponsales
Angel Jiménez González

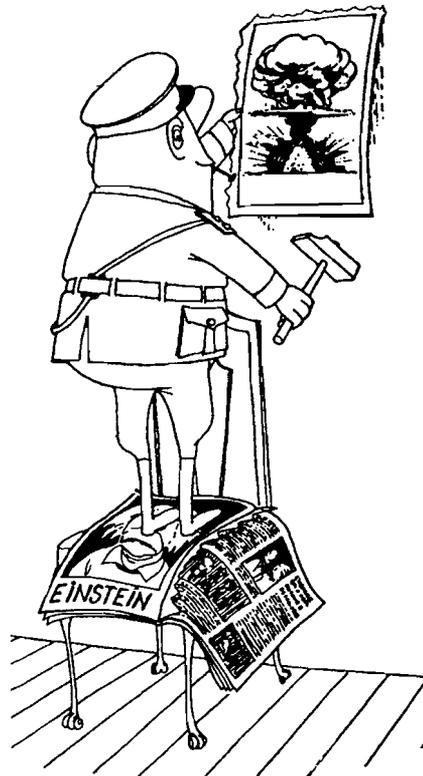
18 Guerra, globalización y manipulación
Angus McSwann

22 Paisaje informativo después de la batalla
Gerardo Arreola

25 Periodistas de viaje: corresponsales de paz y corresponsales de guerra
Mariano Belenguer Jané

30 El poder emocional de la fotografía de guerra
Debra Pentecost

34 Entre armas, caridad por la humanidad y la paz
Jean-Marc Borner



38 Derechos y ética del periodista en misiones de alto riesgo
Guillermo González Pompa

41 Discurso político e imaginarios mediáticos alrededor del cierre de una frontera
Hernán Reyes Aguinaga

45 Hemingway, corresponsal leyenda
José Luis García Norberto Fuentes

49 Ernest Hemingway y Martha Gellhorn
María Caridad Valdés Francisco Echevarría V.

52 Masetti y Bastidas, corresponsalía y compromiso
Juan Marrero

54 El Che como corresponsal de guerra
Hugo Rius

CONTRAPUNTO

- 57 Diferencias entre periodismo y novelística
Carlos Morales



APUNTES

- 60 Las elecciones venezolanas y la influencia de los medios
Eleazar Díaz Rangel
- 63 Comunicación y anorexígenos
Valerio Fuenzalida Fernández

- 68 Jóvenes ¿Outsiders o Unplugets?
Sandro Macassi L.

- 73 Imágenes juveniles, medios y nuevos escenarios
Oscar Aguilera Ruiz

- 78 Democratización y políticas de comunicación. El caso de Guatemala
Hans Koberstein

- 82 La información, ingrediente clave de nuestra organización social
Manuel Calvo Hernando

84 NOTICIAS

86 ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 88 Revistas Iberoamericanas de comunicación
Daniel E. Jones



Corresponsales de guerra

Revista Latinoamericana de Comunicación
Chasqui
No. 85, marzo de 1989

PORTADA Y CONTRAPORTADA

Oswaldo Guayasamín

“Madre de la india”

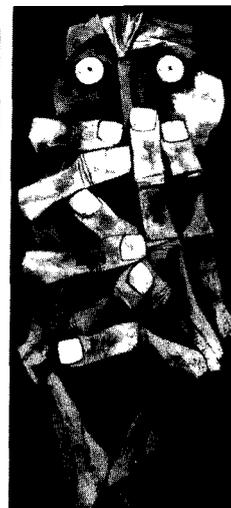
Oleo sobre tela. 300 x 150 cm.
1988

“Lágrimas de sangre”

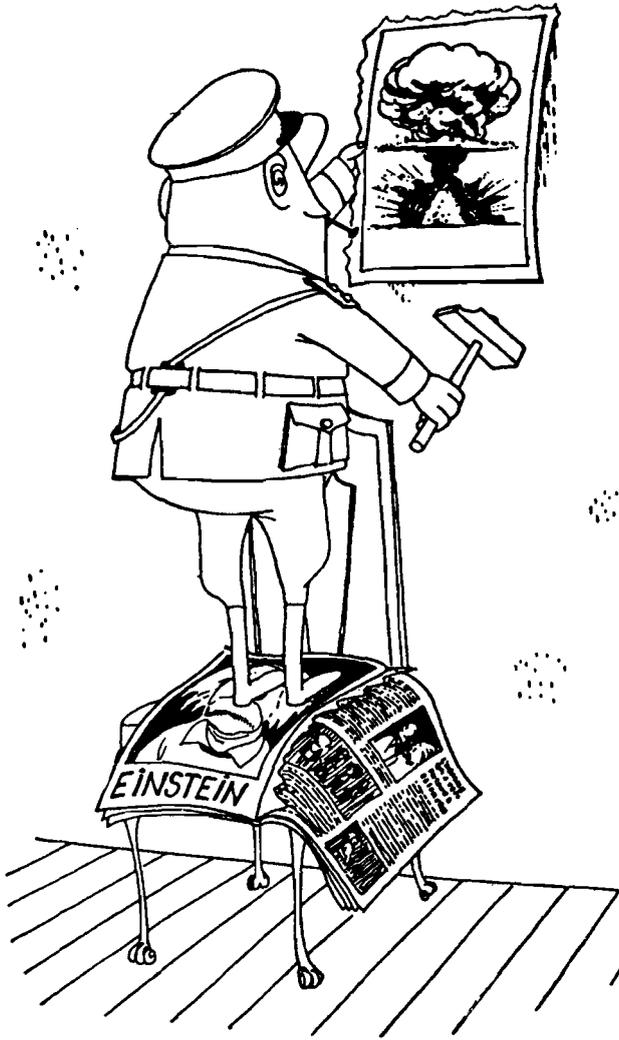
Oleo sobre tela. 220 x 110 cm.
1973



Oswaldo Guayasamín
“Lágrimas de sangre”
1973



Periodistas de viaje: corresponsales de paz y corresponsales de guerra



Quino

Aunque parezcan contrapuestas, las funciones del corresponsal de guerra y del periodista de viajes se complementan, y juntas pueden transmitir una imagen más real de la sociedad. Para caracterizarlos, el autor hace un análisis de la situación de la comunicación y de los medios de información, en la que viven hoy estos corresponsales de paz o de guerra, y de los condicionantes que tienen que soportar. Desde esta perspectiva, se refiere a lo que supone, proporciona y puede aportar el periodismo de viajes.

Cuando entre los jóvenes se despiertan las vocaciones periodísticas, la evocación ideal del periodista es la del aventurero trotamundos, arriesgado, intrépido, buscapleitos y viajero, corresponsal, cronista, *free-lance*, sin puesto fijo que con una cámara al hombro está siempre allí donde bulle el conflicto. Esta imagen, quizás, forma parte de un mundo romántico que con las nuevas tecnologías tiende a desaparecer.

Felipe Sahagún ya decía que "las guerras recientes se cubren desde los hoteles de primera muy alejados del frente; desde las conferencias de prensa, en salones de aire acondicionado; desde giras preparadas cuidadosamente por las autoridades, perfectamente montadas con fines propagandísticos, por algunos puntos del frente; desde las redacciones de los medios informativos de los países enfrentados; desde buques de los que no puede salir un despacho sin ser censurado previamente" (1986:281).

Sin embargo, nos consta que el periodista se resiste a esta situación, el espíritu sobrevive y no debemos dejarlo morir si no queremos que él, al final, se convierta en un funcionario, en un engranaje más de una sociedad fácilmente manipulable. Debemos seguir peleando por esa imagen romántica del periodista comprometido social y culturalmente que está desapareciendo, al menos en España y creo que también en Europa, absorbida por una nueva imagen: la del periodista vinculado, por ejemplo, a un denigrante espectáculo televisivo, al protagonismo y a la superficialidad de un puro

MARIANO BELENGUER JANÉ, español. Licenciado en Geografía e Historia por la Universidad de Zaragoza y en Ciencias de la Información por la Autónoma de Barcelona, profesor asociado de la Universidad de Sevilla.
E-mail: fciauin2@pop.us.es

entretenimiento que mantiene los ánimos calmados y las mentes aplanadas.

Una de las características principales de ese periodista es su condición de viajero. El viaje se nos manifiesta como algo connatural a la profesión periodística. Ya desde sus orígenes, el informador tenía que atravesar las líneas de su mundo conocido para conocer y dar a conocer a los demás lo que acontecía más allá de la frontera.

Así nace la figura del cronista corresponsal, al principio vinculado a la labor del historiador o del geógrafo. Si Herodoto recibe el honor de ser considerado como padre de la historia, lo puede ser también del periodismo, ya que actuó como un cronista con la intención de informar a sus contemporáneos.

Y el viajero corresponsal informa de lo que ve, que pueden ser dos cosas: o el conflicto, la guerra, o la cotidianidad pacífica. Así nacen dos figuras: el corresponsal de guerra y el periodista de viajes.

El periodismo de viajes, lejos de la imagen superficial vinculada al turismo que ha tenido, en muchas ocasiones se convierte en un periodismo de denuncia social, comprometido con la marginación, las etnias minoritarias y los pueblos explotados. El periodismo de viajes puede, a veces, intuir y anticipar el conflicto, denunciar y explicar la violencia cotidiana, el desastre ecológico, los holocaustos silenciosos, antes de que salte la chispa

que ponga en alerta a los corresponsales de guerra.

La sociedad de la comunicación global

Hoy estamos viviendo en un mundo que, como muy bien pronosticó McLuhan, se ha convertido, al menos aparentemente, en una aldea global. Los medios de comunicación, y la sociedad de la información parece que han cambiado la visión del mundo, en principio, positivamente. Frente a la visión unitaria y egocéntrica del mundo occidental, que durante siglos nos ha hecho creer que éramos el centro, hoy nos encontramos con una cierta descentralización cultural o, al menos, con la aceptación de la misma dentro de lo que algunos sociólogos han interpretado como la postmodernidad. Nos encontramos frente a una pluralidad de culturas, de pensamientos, de formas de ver y de interpretar la vida, igualmente válidas todas ellas y recogidas, algunas más y otras menos, por los medios de comunicación.

Las tecnologías de la información parecían que iban a abrir el paso hacia una sociedad de comunicación y conocimiento universal y, por lo tanto, hacia un entendimiento global. Un gran sueño de la humanidad. Durante cierto tiempo se temieron determinadas amenazas. Se hablaba de la homogeneización de las sociedades, lo cual destrozaría la diversidad cultural y permitiría la fácil manipula-

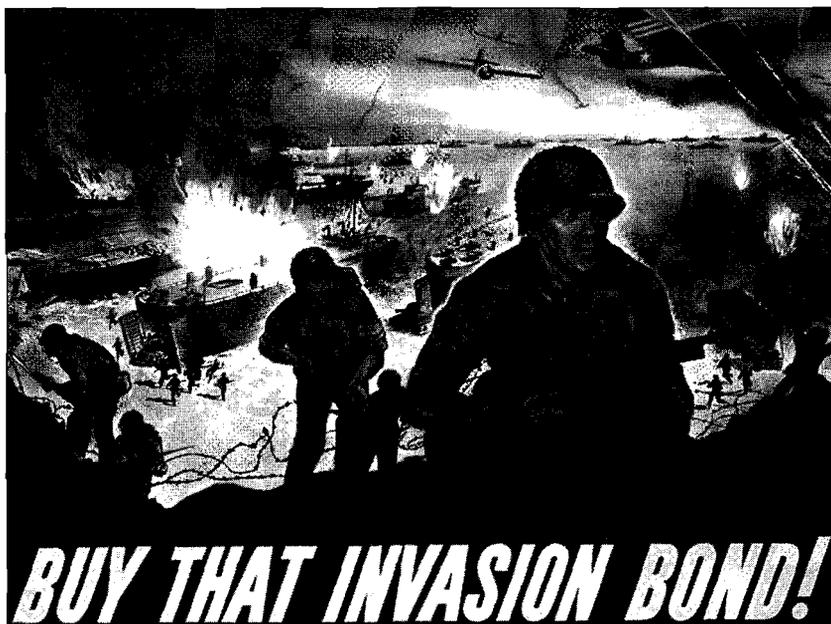
ción de las poblaciones, convertidas en una masa uniforme dirigida por grandes estados totalitarios, tal y como reflejaba Orwell en su obra *1984*.

Algo de este proceso se ha producido y se está produciendo cada día, pero no de una forma tan amenazante como se pensaba. Es evidente que hoy los jeans se han convertido en un uniforme impuesto desde una cultura económicamente dominante, y esto es un simple ejemplo. Pero también es cierto que, tal y como afirma el investigador Vattimo "a pesar de cualquier esfuerzo por parte de los monopolios y las grandes centrales capitalistas, [lo que ha ocurrido] es más bien al contrario, que la radio, la televisión y los periódicos, se han convertido en componentes de una explosión y multiplicación generalizada de visiones del mundo." (1990:79).

Este fenómeno se debe valorar evidentemente como positivo, ya que es una puerta abierta a la emancipación. La aceptación de la diversidad cultural y étnica, la convivencia pacífica entre las diversas visiones del mundo, pasa evidentemente por el conocimiento de las mismas y los medios de comunicación tienen grandes posibilidades en este sentido. Hoy podemos visitar cualquier lugar del mundo a través de la ventana del televisor.

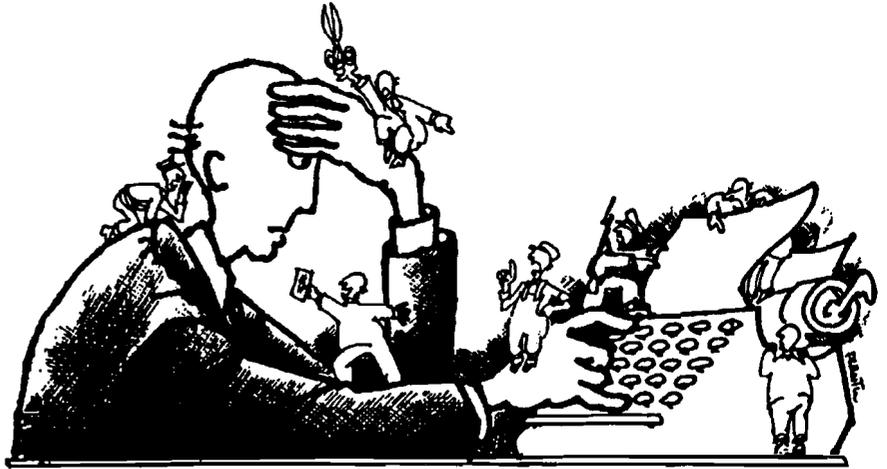
Sin embargo, según analistas antropólogos y sociólogos de la comunicación, no parece que las sociedades y los individuos se estén encaminando hacia esta sociedad idílica, hacia este sueño de convivencia y conocimiento bajo la integración comunicativa. Como dice Vázquez Medel, el sueño de la aldea global "parece haberse tornado en pesadilla... lejos de construirse sobre criterios de justicia e igualdad -los únicos que hacen posible hablar en sentido auténtico de comunicación- sigue respondiendo al esquema del subdesarrollo dependiente" (1993:42). Más bien, parece que se ha generado un vértigo en un mundo de confusión, inestabilidad y alejamiento de la REALIDAD, con mayúsculas.

Vattimo afirma que "Los *mass media* caracterizan a la sociedad no como más transparente, más consciente de sí misma, más iluminada, sino como una sociedad más compleja, caótica, incluso... en lugar de avanzar hacia la autotransparencia, la sociedad de las ciencias humanas y de la comunicación generalizada



parece orientarse a lo que de un modo aproximado se puede denominar *fabulación del mundo*"(1990:78). Es decir, las imágenes del mundo que nos ofrecen los *media* se convierten y pasan a ser interpretadas como la propia realidad objetiva, no como lo que son: simples interpretaciones de la realidad.

Pero, además, tal y como señala Vázquez Medel (1993: 43): "el sistema de comunicación de masas está amenazado por la masa de las comunicaciones que él mismo produce. La saturación provocada por el registro indiscriminado -sobre todo tipo de soportes- del acontecer humano, hace que ya sean imposibles las lecturas unitarias de ningún acontecer. La pérdida de este espacio de la memoria tiene mucho que ver con la pérdida del principio de identidad y con la tendencia más allá de lo fragmentario de una



© PLANTU/CARTOONISTS & WRITERS SYNDICATE

Debemos seguir peleando por esa imagen romántica del periodista comprometido social y culturalmente que está desapareciendo, al menos en España y creo que también en Europa, absorbida por una nueva imagen: la del periodista vinculado, por ejemplo, a un denigrante espectáculo televisivo, al protagonismo y a la superficialidad de un puro entretenimiento que mantiene los ánimos calmados y las mentes aplanadas.

patología social hacia lo 'esquizoide', hacia una polarización heterogénea fragmentada y plural, sin puntos de convergencia y de afirmación de la unidad del sujeto o soporte de la experiencia".

Lo que ocurre, en definitiva, es que se produce un alejamiento de la realidad por culpa de sus diferentes representaciones y recreaciones. Es como si aquello que se quiere entender, aprender o conocer se colocara en una enorme sala de espejos que se reflejaran unos a otros deformándose, repitiéndose infinitamente y camuflando el objeto real. El mundo de la comunicación se impone al mundo real e interfiere en el mundo cotidiano, en el "circunmundo" de cada individuo.

En este contexto desaparece la autoevidencia cartesiana del yo. Antes, cuando se afirmaba o se evidenciaba algo se decía "yo he visto", "yo he estado allí". Ahora se afirma con la misma contundencia "yo lo he visto por televisión, es verdad, lo he leído en la prensa".

Los medios están muy condicionados a circunstancias que voluntaria o involuntariamente hacen que la información, entendida en su conjunto, no responda a la REALIDAD, sino a múltiples versiones, reflejos, representaciones o recreaciones de la misma. El problema está en la ca-

pacidad de distinguir una cosa de la otra dentro de este laberinto.

Condicionantes de los *mass media*

Son muchos y de diferente índole. Aquí vamos a señalar solamente algunos de ellos.

1. La excepcionalidad. Los medios tienden a informar, por lo general, de personas, hechos y acontecimientos excepcionales. Alguien puede argumentar que lo excepcional también es real. De acuerdo, pero es lo excepcionalmente real y esto no es representativo de la sociedad. Como dice Rodrigo Alsina "el acontecimiento excepcional oculta la regularidad y lo efímero se potencia sobre lo duradero" (1989: 165). Afortunadamente, los medios no son solo noticias de lo extraordinario.

2. La fragmentación. Los medios fragmentan necesariamente la realidad para poderla abordar de alguna forma. El *puzzle* diario del acontecer mundial se descompone y de él solo se nos presenta algunos pequeños fragmentos. Con ellos es imposible recomponer el *puzzle* completo.

3. La selección. No se puede informar de todo el acontecer, por lo cual los periodistas se ven obligados a seleccio-

Según esta autora, el encuentro con el "otro" solo es una simulación que se reduce al consumo de una imagen. "Para definir este encuentro simulado, se puede retomar la oposición establecida por los etno-antropólogos entre el "otro", objeto del ver (como en los viajes o relatos del Descubrimiento a partir del siglo XVI) y el "otro" objeto del saber (como en los discursos científicos de la Modernidad hasta nuestro siglo)... Veremos cómo el discurso informativo oscila entre estas dos tendencias, con una preponderancia del ver sobre el saber, de la exhibición del "otro" sobre el análisis" (1993:81).

En el periodismo generalista la alteridad se nos presenta como algo muy lejano y siempre en conflicto social, político, económico. En la prensa se nos muestra la punta del *iceberg* cuando ese "otro" entra en conflicto político con los poderes establecidos o cuando el drama es tan flagrante que remueve las conciencias más frías de los políticos más poderosos. Es entonces cuando "lo otro" se convierte en noticia. Desde este punto de vista, la percepción de la realidad espacial se nos presenta totalmente deformada. Dicho de otra forma, fuera de nuestro entorno lo único que existe, según la realidad massmediática, es lo pintoresco y el conflicto.

Por mucho que el corresponsal de guerra intente acercarnos con crudeza, realismo y arriesgando su propia vida al conflicto, este siempre se nos manifiesta en los televisores o en la páginas de los periódicos como un producto-espectáculo, que forma parte de la alteridad, de lo lejano, fuera de nuestro circunmundo.

En este sentido, el periodismo de viajes puede tener grandes posibilidades para acercarnos a otras realidades o circunmundos alejados del nuestro. Y acercarnos de otra forma distinta y complementaria. Si dejamos al margen el periodismo turístico, que deforma porque idealiza y atenta contra la realidad, hay dentro de la especialización un periodismo de viajes comprometido, muy serio, con unos referentes temáticos que van más allá de la simple promoción turística. Es el periodismo de viajes vinculado a la divulgación científica, es el periodismo de etnografía, de geografía humana, de naturaleza, de las sociedades, de las otras formas de vida no privilegiadas.

Si bien es cierto que el periodismo de viajes no se libra de esta dicotomía que



Cappellera 62, España

Lo "otro" visto en su cotidianidad y no en su conflicto, debe convertirse en el objetivo principal del periodismo de viajes. Así, cuando surja el conflicto bélico, tal vez este deje de verse como un espectáculo y se sienta más próximo.

plantea Silvie Martin, también lo es, que para esta especialidad lo "otro" se convierte en el objetivo principal de la información y no solo visto dentro del conflicto, sino en su cotidianidad, explicando el pensamiento de los otros pueblos, sus creencias, su forma de entender y de interpretar la vida. Desde este punto de vista, el periodismo interpretativo de viajes, si se me permite la expresión, tiene una dimensión importante en cuanto nos aproxima a lo cotidiano y a lo real de otros circunmundos distintos al nuestro.

Como conclusión, pues, podemos decir que nuestra sociedad de la comunicación puede conducirnos hacia una cosmovisión errónea y deformada de la realidad, pero ese alejamiento lo podemos recuperar a través precisamente de los propios medios que la deforman. Como afirma Vattimo "en este caos relativo residen nuestras esperanzas de emancipación" (1990:103).

En el periodismo de viajes podemos encontrar grandes posibilidades para colaborar con esta tarea por el mero hecho de que su punto de mira es siempre la alteridad. Tal vez, para mejorar, debamos alejarnos más de la exhibición predominante en el discurso de la prensa diaria y

acercarnos todavía más al análisis y a la interpretación. Muchos de los relatos de viajes publicados hoy ya lo hacen, aunque a veces sea en revistas minoritarias o en documentales televisivos colocados en nefastos horarios de baja audiencia.

Si acercamos los circunmundos a través de la cotidianidad, las formas de vida, los problemas y las guerras cotidianas y diarias de las gentes de todas las partes del planeta, tal vez cuando surja el conflicto bélico en cualquier lugar, este deje de verse como un espectáculo y se sienta más próximo. Periodistas de viajes, corresponsales de paz o de guerra debemos pelear por ello aunque, como siempre, naveguemos en solitario y contracorriente. ●

REFERENCIAS

- RODRIGO ALSINA, J.M. (1989): La construcción de la noticia. Barcelona, Paidós.
- SAHAGUN, Felipe (1986): El mundo fue noticia. Madrid, Fundación Banco Exterior
- VATTIMO, G. (1990): La sociedad transparente. Barcelona, Paidós.
- VAZQUEZ MEDEL, M.A. (1993): "Introducción al análisis del discurso publicitario", en *Questiones publicitarias 1*. Sevilla, pp. 42-54.