

ENERO - MARZO 1991

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

No. 37

COMUNICACION Y MEDIO AMBIENTE

10

El ser humano envenena los ríos, quema y tala los bosques, degrada a sus pares y se autodestruye. Pero él no lo sabe. Los medios de comunicación deben concientizarlo sobre su realidad. Para que cambie. Y a tiempo.

Glenn Garelik, Sharon Begley, Patricia King, Thomas Sancton, Gino Lofredo, Joao Luis Van Tilburg, Tania Coelho, Kintto Lucas, Rosa Rodríguez, Wilman Sánchez, Karin Gauer, Lucía Lemos, Fernando Ortíz, Lilian Newlands.



PRENSA Y DERECHOS HUMANOS

52

La profesión de periodista es una de las más peligrosas del mundo. Cada año, cientos de colegas son amenazados, golpeados, censurados, expulsados. Muchos-muchos asesinados. Y todo esto por defender los derechos humanos.

Daniel Raffo, Howard Frederick, Elías Sevilla, David Landesman, Leonor Arfuch, Carmen Castro, Instituto Internacional de Periodistas, Luis Eladio Proaño.

PROFESIONALES AUTODIDACTOS

Máximo Simpson, Profesor comunicador, *Juan Braun* 44

Donato Ayma Rojas, Periodista indígena, *Juan Braun* 48

NOTICIAS	2	AFRICA	7
ACTIVIDADES DE CIESPAL	4	NUEVAS TECNOLOGIAS	8
EUROPA	6	LIBROS	99

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de CHASQUI.

Carta del editor

Primero, la vida. Vivir es el derecho de todos los humanos. Pero cada segundo mueren 100 árboles. Sin árboles desaparecen las lluvias. Sin agua no se producen alimentos. Y la gente sufre y muere. El ciclo de la vida está roto. Y el ser humano es el culpable.

Es extraño pensar en un mundo sin bosques, sin pájaros, sin agua cristalina, sin peces... y sin Adán y Eva. Pero a eso vamos.

Segundo, los derechos humanos. Todos tenemos derecho al arco iris. La madre, la esposa del desaparecido. El indio marginado. El negro segregado. La mujer discrimina-

da. El pobre-pobre. Nuestro mundo es injusto. El Norte domina, el Sur sufre.

La televisión, la prensa, muestran timidez. Muchos no toman como suya la causa de la vida: El medio ambiente, los derechos humanos. No denuncian la injusticia. Nos roban el arco iris. Deben cambiar. Luchar por las causas justas. Tener más responsabilidad social. Debemos persuadirlos. Y si ellos no quieren, hay que crear otros que sí quieran.

Difícil, sí. Pero esta es la lucha.

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania); Humberto López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Luis Rivera (Puerto Rico). **CONSEJO DE ADMINISTRACION DE CIESPAL:** Presidente, Tiberio Jurado, Universidad Central del Ecuador; miembros

regulares: Marco Encalada, UNP; Fernando Chamorro, UNESCO; Rubén Astudillo, Min. Relaciones Exteriores; Rodrigo Rangles, Min. Educación; Edgar Yáñez, AER; Alba Chávez de Alvarado, Universidad Estatal de Guayaquil. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Francisco Ugsha, Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania. Apartado 17-01-584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 502-487.

Prensa, estado y terrorismo

Los medios de comunicación son los mejores amigos del terrorismo; la acción terrorista por sí misma no es nada, la publicidad es todo. El silencio de los medios de comunicación es imposible de lograr. Difícil.

Daniel Ellsberg tenía acceso a documentos secretos del Pentágono. Se oponía a la guerra del Vietnam. Entregó al **New York Times** documentos clasificados como **Top Secret** y el 13 de junio de 1971 este diario comenzó a publicar partes y resúmenes de ellos.

El **Washington Post** consigue días más tarde una copia de esos documentos. Dentro del **Post** se desata una controversia sobre la conveniencia de su publicación. Unos, argüían que el público tenía derecho a conocer esta información sobre un hecho, la guerra del Vietnam, que había dividido internamente a la nación y que internacionalmente deterioraba la imagen de los Estados Unidos. El Gobierno había iniciado un proceso legal para impedir que el **Times** siguiera con la publicación por razones de seguridad nacional. La empresa del **Washington Post** estaba a punto de colocar sus acciones en la bolsa de valores. Si el **Post** se convertía en blanco de una acción judicial y de una acusación de presuntas actividades ilegales, corría el riesgo que aquellos a quienes se había ofrecido acciones del periódico se echaran atrás y toda la operación financiera fracasara.

El Gobierno le advirtió del peligro. Dos días antes de la iniciación de la publicación de esos documentos secretos, las acciones del **Post** habían comenzado a cotizarse a 1 millón 350 mil dólares.

Katharine Graham, editora del **Post**, zanjó la controversia dando la orden que se publicaran los documentos del Pentágono y se ganó la admiración de los americanos como una mujer que

había sido capaz de desafiar al gobierno y arriesgar su fortuna para servir al interés de sus lectores.

ÉTICA Y CORAJE

Dejando a un lado el justo reconocimiento que el público americano rindió al coraje e independencia de Katharine Graham, la publicación de los **Pentagon Papers**, plantean preguntas en el orden ético que no son tan fáciles de contestar, si se las sitúa fuera del aura romántica de una victoria de la prensa frente a las presiones del Gobierno y el riesgo económico.

Uno, sin duda es el caso de Daniel Ellsberg y otro, el caso del **New York Times** y del **Washington Post** que decidieron publicar la información recibida.

Ellsberg había roto una relación de confianza; había sustraído documentos que no le pertenecían; había hecho conocer documentos clasificados como **Top Secret** a los que tenía acceso solo

después de haberse comprometido bajo juramento a mantenerlos en secreto.

Los periódicos, en contraste, no habían "robado" esos documentos y no estaban atados por ninguna promesa ni juramento de mantenerlos en secreto.

Una vez clarificadas las circunstancias, la ética periodística plantea una doble pregunta: ¿Estuvo o no justificado Ellsberg en quebrantar su juramento de guardar el secreto? Si Ellsberg no procedió éticamente, ¿tenían derecho los periódicos a publicar esa información?

Quien se tome el trabajo de aclarar este caso, tendrá que partir de los principios éticos que norman todo lo referente a la materia del secreto: ¿En qué circunstancias es legítimo divulgarlo? ¿Hasta qué punto una promesa o juramento de guardarlo impide su divulgación? Cuando una persona, quebrantando principios éticos da a conocer un secreto, quien llega a su conocimiento



Daniel Ellsberg, opositor a la Guerra de Vietnam, entregó al **New York Times** documentos ultra secretos

Luis Eladio Proaño, ecuatoriano, Ex-Director General de CIESPAL, Periodista, Investigador de la Comunicación y Psicología Social.

to, ¿puede o no puede divulgarlo? ¿Cuándo el derecho y obligación a informar prevalece sobre el derecho al secreto de Estado?

SECRETOS DE ESTADO

Los principios en los que se apoyan directores y periodistas para la publicación de material que contiene secretos de Estado suelen ser los siguientes:

Primero, aquellos que en el gobierno clasifican una información como secreta, tienen la responsabilidad de tomar las medidas para que así se mantenga. Esa no es responsabilidad de la prensa.

Segundo, si algún miembro del gobierno pasa esa información a terceros, el gobierno está en su legítimo derecho de tomar todas las acciones legales que juzgue conveniente en contra de quien la entregó.

Tercero, si la prensa tiene el derecho a informar y el ciudadano a ser informado sobre la conducción del gobierno, los periodistas tienen, en consecuencia, el derecho a buscar la información aún contra el secretismo y decepción del Estado, porque sin el derecho para adquirir información, el derecho a la libre información se vería gravemente restringido.

Cuarto, si una vez recogida la información, así sea secreta, la prensa tiene el derecho de publicarla si a su juicio sirve a los intereses del bien común y puede ayudar a evitar abusos o errores en el ejercicio del poder.

EL ESPECTADOR DE COLOMBIA

Según Fabio Castillo, autor del famoso libro *Los Jinetes de la Cocaína*, "don Guillermo Cano Isaza, director del Espectador, fue el único periodista colombiano que, en plena euforia del dinero fácil, denunció a los narcotraficantes, a todos sus flagelos y a los sectores políticos, económicos y militares contaminados con ellos".

Refiriéndose a Pablo Escobar Gaviria, su primo Gustavo y Carlos Lehder Castillo, decía: "Durante mucho tiempo estos personajes siniestros lograron engañar y embobar a las gentes ingenuas halagándolas con migajas y propinas, con dineros todos calientes, mientras la sociedad acobardada y en algunos casos engolosinada con los espejismos y atractivos de la vida cómoda del jet-set emergente, veía crecer a su alrededor el imperio de la inmoralidad... Se sabe quiénes son y por dónde andan

los fugitivos de la justicia; muchas gentes los ven, pero los únicos que no los ven o se hacen que no los ven son los encargados de ponerlos, aunque sea transitoriamente, entre las rejas de una prisión".

A consecuencia de esta cruzada, El Espectador sufrió atentados terroristas y su Director perdió la vida por su incómoda e inamordazable franqueza.

Sumergidos en una vorágine de secuestros, amenazas, atentados y muertes, muchos periodistas colombianos se preguntan con existencial angustia: ¿Un director de periódico, un columnista, un reportero tiene obligación de denunciar al narcotráfico aún a riesgo de perder la vida? ¿Si calla y oculta la información que posee, puede todavía seguir pensando que ha obrado éticamente?

El 3 de enero de 1991, la agencia de noticias AFP indicaba que 36 periodistas habían sido muertos y 198 encarcelados en todo el mundo por sus opiniones durante 1990, cifra que en 20 años (1969-1989) alcanzaba la suma de 715 que perdieron su vida en el ejercicio de su profesión.

Los directores que publicaron los *Pentagon Papers* son ejemplo de indomable valor frente a las amenazas y poder de los gobiernos. Guillermo Cano es un modelo de heroica entereza frente al crimen organizado. Los 715 restantes, algunos de ellos poco conocidos, **dan lustre a una profesión que hace de la verdad la norma suprema de su vida.**

A pesar de hechos tan gloriosos, se lanza contra el periodismo moderno toda suerte de ataques que van desde la desconfianza en su capacidad profesional, hasta la duda sobre su rectitud ética. Un breve recuento de las principales acusaciones permitirá afirmar la necesidad de realizar nuevos planteamientos éticos y ayudará, a apreciar mejor la importancia de los tópicos elegidos para este artículo.

BAJO EL FUEGO DE LA CRITICA Y LA DUDA

Mark Twain editaba un periódico en Missouri. No se sabe si por amargura o decepción pero, sin duda, por alguna experiencia dijo con ironía mordaz, que **si se sacara a un hombre idiota de una casa de reposo y se lo casara con una mujer idiota, de la cuarta generación fruto de esa unión, saldría un director de periódicos.**

Kierkegaard dejaba mejor librados a los carniceros que a los periodistas. Entre los carniceros decía, se pueden encontrar magníficas personas. Porque la crueldad que practican no es atribuible a ellos sino a su oficio. Para el filósofo existencialista, el periodista no tenía compostura: "Si yo fuera padre y sedujeran a mi hija, decía, siempre abrigaría la esperanza de poder salvarla. Pero si un hijo mío se hiciera periodista, no habría nada que hacer".

Theodore Peterson, en vena menos sarcástica, se refería a la prensa en términos de excepcional dureza. Peterson decía que la prensa había utilizado su enorme poder para sus propios fines. Sus propietarios, continuaba, han propagado sus propias opiniones, especialmente en materias políticas y económicas, a expensas de opiniones contrarias.

La prensa, proseguía, se ha subordinado a las grandes empresas y en ocasiones se ha permitido que los anunciantes controlen sus contenidos editoriales. Se ha resistido al cambio social. Frecuentemente ha prestado mayor atención a lo superficial y sensacional en desmedro de lo realmente significativo. Ha invadido la privacidad de las personas. Está controlada por una clase socioeconómica, libremente descrita como la clase empresarial, que dificulta el ascenso de gente nueva al periodismo, con lo cual pone en peligro el libre y abierto mercado de las ideas.

OBJETIVIDAD Y ANALISIS

Quizá más duro que críticos anteriores, Jean Francois Revel, en su obra "La Connaissance Inutile", luego de asegurar, con típica generalización de polemista, que "la primera de todas las fuerzas que rigen al mundo es la mentira", vuelve a insistir en los principios tradicionales que con mayor o menor éxito, han reglado la conducta de los periodistas, la honradez y la racionalidad.

En su insistencia sobre la necesidad profesional de no lanzar conclusiones prefabricadas, sin el esfuerzo previo por la objetividad y el análisis, que solo puede ser el fruto de una búsqueda y calibramiento de datos y fuentes que conduzcan al establecimiento veraz de los acontecimientos, concluye que en el mundo actual se impone más bien la necesidad subjetiva de probar las preferencias ideológicas, a despecho de cual-



El DAS, Departamento Administrativo de Seguridad, de Bogotá, fue blanco de los narcoterroristas

quier evidencia que indique lo contrario. El enemigo de los periodistas no es la ignorancia, sino la mentira, concluye.

Sin duda "algo debe andar podrido en Dinamarca" si se nota con preocupación que aún profesionales del periodismo como Robert Schmuhl (*Las Responsabilidades del Periodismo*) y H. Eugene Goodwin (*A la Búsqueda de una Ética en el Periodismo*), se suman a quienes critican los periodistas para despertar una conciencia ética que tiene todos los síntomas del adormecimiento.

Goodwin dice: "Hace bastante tiempo que me siento molesto con las cosas que hacen tanto los periodistas como los dirigentes de los medios de comunicación. A veces, parece que no tienen un sentido preciso de lo que es la moralidad y de lo que es correcto o incorrecto; hasta profesionales del periodismo, que me consta son personas honestas y decentes, han llevado a cabo hechos inconvenientes al tratar de conseguir una noticia. Mi conciencia empezó a gritarme sobre algunos ocasionales pero serios casos de inmoralidad, habiendo incurrido en ellos tanto periodistas como el propio medio periodístico".

Schmuhl apunta que por el advenimiento de una nueva y sofisticada tecnología y un público mejor educado y discriminante, se notaban mejor las transgresiones que se producían en los medios respecto a la falta de equidad y equilibrio, al desprecio a la intimidad de las personas, a las alteraciones tendenciosas y la glorificación de lo sensacional, pecado de una sociedad mercantilista. Cita a Hodding Cartes III que en

su *Inside Story* caracterizó así el estado actual de los medios: "Para expresar la cuestión en palabras sencillas, el dominio de los medios informativos de masa es, hoy en día, una selva ética en la que reina el pragmatismo, son escasos los principios aceptados en la práctica diaria y muchos de sus habitantes se enorgullecen de la anarquía de sus entornos".

Nadie puede pretender desbrozar la maraña de esta selva ética en las páginas de un artículo. A pedido de CHASQUI el artículo se concentra en las implicaciones éticas que plantea el terrorismo. A continuación, el intento.

COBERTURA DE PRENSA Y TERRORISMO

El Profesor de Periodismo de la Universidad Estatal de Louisiana, Robert G. Picard, dice que cuando *NBC News* pasó una entrevista de tres minutos y medio con Abul Abbas, líder del Frente de Liberación Palestina, luego del secuestro a mano armada del Achille Lauro, el Departamento de Estado Americano, a través de su vocero Charles Redman, denunció que ese tipo de publicidad "estimula las actividades terroristas que todos queremos terminar".

Igualmente, cuando la *BBC* estaba por lanzar al aire un documental que incluía una entrevista con Martin McGuinness, acusado de ser uno de los líderes más prominentes del grupo paramilitar declarado fuera de la ley, *Irish Republican Army*, el Secretario del Interior Leon Brittan pidió que no se lo transmitiera, porque eso estaría "totalmente en contra del interés público".

Finalmente, la Primera Ministra Mar-

garet Thatcher, en una convención de Abogados Americanos tenida en Londres, afirmaba que las democracias "deben encontrar el camino para privar a los terroristas del oxígeno de la publicidad con el que viven y del cual dependen".

Difícil y prácticamente imposible es señalar cuando comenzó el terrorismo en la historia de la humanidad. Desde que Judit cortó la cabeza a Holofernes, y se acuñó la palabra "terror" para caracterizar la época de Robespierre, ha habido un intermitente refloramiento del terrorismo que actualmente se ha amparado bajo los nombres de la Brigada Roja italiana, de la pandilla alemana Baader-Meinhof, del Ejército Rojo Japonés, del Weather Underground de los Estados Unidos y el Cartel de Medellín de los colombianos, ejemplos suficientes que demuestran que este mal no tiene fronteras.

Detrás de cada intento por parte de los gobiernos, para persuadir a la prensa a guardar silencio o de imponer medidas legales que controlen la difusión de información sobre el terrorismo, subyace la creencia que la cobertura de actos terroristas genera más terrorismo. El columnista Paul Johnson de *The Spectator* refiriéndose al secuestro de un avión de TWA en Beirut, subrayaba que "más importantes que las pistolas y las bombas, las armas más poderosas de un terrorista, son nuestras cámaras de televisión; y calificaba a la publicidad de los medios de comunicación como su "salvavidas".

ELEMENTOS DEL TERRORISMO

Thomas P. Thornton describe al terrorismo como una acción simbólica, diseñada para influir en la conducta política por medios extranormales que implican la utilización de la violencia o la amenaza de usarla. En consecuencia, es más bien una especie de guerra psicológica cuya estrategia está dirigida a crear un clima de terror y miedo generalizado, para atraer la atención sobre la justicia de la propia causa y desacreditar los símbolos del Estado y la sociedad. Su estrategia parecería estar inspirada por el proverbio chino: **Mata a uno y espantarás a diez mil.**

Pero ese uno tiene que ser escogido cuidadosamente, es decir, en función de la repercusión que se quiere crear en la opinión pública, como lo señalan en su libro *La Violencia como Comunicación*, Alex Schmid y Janny de Graaf.

El terrorismo que se ha llamado "el arma de los débiles y desesperados", ofrece la oportunidad para que un número relativamente pequeño de activistas, logre un alto impacto publicitario y, en muchos casos, fuera de toda proporción con el incidente suscitado.

Por eso Micheal Kelly y Thomas H. Mitchell (*Periodismo Transnacional y la Prensa Occidental de Elite*), destacan cómo los grupos terroristas "son cada vez más sensibles a las clases de actividades y tácticas que tienen probabilidades de ser incluidas en los informativos nocturnos de la televisión o de alcanzar la primera plana en los periódicos".

Una conclusión tersa de lo expuesto es la de Walter Laqueur, al sugerir que "los medios son los mejores amigos del terrorismo; la acción terrorista por sí misma no es nada, la publicidad es todo".

James Berry Motley (*International Terrorism: A New Mode of Warfare*), describe el proceso de racionalización del terrorista en tres conceptos básicos:

1) La sociedad está enferma y no puede ser curada con medidas a medias de reforma; 2) el Estado es en sí mismo violento y no puede ser vencido sino con violencia; 3) la verdad de la causa terrorista justifica cualquier acción que la apoye.

Es necesario destacar que los terroristas se consideran a sí mismo combatientes de la libertad y no criminales.

EL TERRORISMO CRECE

Cuando algunos autores se preguntan acerca del futuro del terrorismo, hay quienes están convencidos que continuará y probablemente se acrecentará en los años venideros. Entre las razones que se dan, las siguientes son las más importantes: 1) El terrorismo ha demostrado que es rentable y que el chantaje político que ejerce obtiene resultados; b) el castigo impuesto a terroristas hallados culpables es relativamente pequeño; c) la publicidad en gran escala es gratuita; d) los industriales secuestrados proveen recursos para continuarlo; e) los terroristas tienen acceso prácticamente incontrolable a sus blancos preferidos: Aerolíneas, aeropuertos, eventos espectaculares, edificios de gobierno; f) los medios que se utilizan demandan mo-

destas sumas de dinero.

Al respecto es elocuente lo que el periódico anarquista de San Francisco, *The Truth* (La Verdad) decía en un aviso: "The Truth cuesta dos centavos el ejemplar; la dinamita, 40 centavos la libra. Compre los dos: Lea el uno y use la otra".

Algunos periodistas como Richard Clutterbuck del *Times* de Londres, se refieren a la **hipótesis del contagio** según la cual, los medios que se prestan a la publicidad de actos terroristas estimulan la exportación de técnicas violentas en igual forma que los "bombardeos engendran bombardeos, los secuestros de aviones secuestros de aviones y los asesinatos asesinatos".

INFORMAR O NO INFORMAR

Pregunta: Los medios de comunicación ¿deben o no cubrir los eventos terroristas?

Respuesta: Sí.

El mundo actual de las noticias es torrencial, vertiginoso e instantáneo. Se calcula que alrededor de 140 millones

de personas presenciaron por televisión el asesinato de Lee Harvey Oswald y más de 800 millones la masacre olímpica de Munich.

El manejo publicitario que hicieron los terroristas del secuestro del avión de TWA en Beirut demostró que comprendía el potencial económico y la virtualidad de los formatos televisivos: Entrevistas, conferencias de prensa, exclusivas. Una visita al interior del avión costaba 1.000 dólares y una conferencia de prensa con los rehenes 12.500. Con un equipo barato de videotape, los terroristas pueden enviar a los diferentes medios mensajes de sus líderes, entrevistas con los rehenes, escenas de "juicios" y ejecuciones de sus víctimas.

Para la televisión, el terrorismo posee los mejores ingredientes: Dramatismo, suspenso, riesgo de la vida; tragedia humana, desesperación y lágrimas de los parientes cercanos de los raptados. Por eso, el medio favorito del terrorismo es la televisión, por su impacto visual aterrador.

Dentro de este contexto es fácil

Asociación Interamericana de Prensa

Normas de sobrevivencia

- Su vida vale más que la noticia. Ninguna noticia merece que la pierda.
- Si claramente es amenazado salga de allí tan pronto como pueda.
- Si las autoridades no pueden garantizar su vida, abandone el país.
- Nunca lleve una pistola o cualquier arma.
- Conozca al país, la región y la gente comprometida en el problema.
- Sepa la lengua lo suficiente, al menos, para identificarse y hablar a los residentes locales.
- La protesta sobre abusos logra protección. Resista al abuso de las autoridades y siempre denuncie el abuso que sufra usted y otros colegas.
- Manéjese con cuidado en la selección de choferes locales, etc. Su presencia es una protección.
- Evite riesgos desconocidos. Promesas vagas de información con frecuencia provienen de personas que no pueden garantizar su seguridad.
- No se haga pasar por otra persona que la que usted es. Esto crea sospechas y riesgo para otros profesionales.
- Bajo ninguna circunstancia trabaje para servicios de inteligencia.
- Un profesional tiene normas de verdad a pesar de riesgos y peligros. Algunas noticias valen correr más riesgos que otras.
- Aléjese de prejuicios en favor de uno u otro lado. No traspase la línea que divide al periodismo de la participación activa.
- Mida bien la desventaja de los riesgos. Con frecuencia una noticia se puede cubrir bien desde la distancia.
- Evite hacer reportajes a dos contendientes diferentes o dos áreas de conflicto. Pasar de un sitio a otro es, con frecuencia, peligroso.

comprender la importancia ética que cobra la pregunta: ¿Deben o no, los medios de comunicación, cubrir los actos terroristas?

La respuesta es compleja, porque encarna el conflicto de diferentes derechos y obligaciones: El derecho y obligación que tiene la prensa para informar con libertad; y el derecho y obligación que tiene el Estado para salvaguardar la paz pública y proteger la vida e integridad de las personas.

Si se admite la complejidad de esta materia, se verá por qué es mejor responder puntualmente a los problemas concretos que plantea la cobertura del terrorismo, que empeñarse en elaborar una teoría que difícilmente tendrá aplicación a todos los casos.

PUBLICAR, COMBATIR, CENSURAR

Para los directores de periódicos, estaciones de radio y televisión, como para los columnistas y reporteros, el informar sobre hechos terroristas y dar su opinión sobre ellos puede implicar una decisión agonizante. En Colombia, no publicar comunicados exigidos por el Cartel de Medellín o combatirlo frontalmente, encarna el peligro de perder la vida propia o la de parientes cercanos y colaboradores.

Una decisión que encarna el riesgo de la vida debe ser analizada con seriedad, porque significa que no se la ha tomado por razones de poco peso, sino por razones de singular trascendencia.

La American Legal Foundation, urgía al Gobierno de los Estados Unidos (1986) a restringir la cobertura de los medios sobre actividades terroristas, porque "les daban un escenario conveniente para ventilar sus quejas políticas, los estimulaban y podían promover el crecimiento de la violencia y el drama en los ataques del terrorismo".

El ya citado Robert G. Picard, luego de estudiar un amplio número de investigaciones sobre el síndrome del contagio (*copycat syndrome*), para establecer el peso que la publicación de actos terroristas puede tener en otros grupos humanos para que imiten su conducta, no encontró evidencia científica que demostrara una relación causal entre el crecimiento del terrorismo y la cobertura informativa de los medios.

MAS PRENSA PARA TERRORISTAS

El grupo de trabajo recomienda-

ba que debía haber mayor antes que menor cobertura, más espacio y atención a los fenómenos de violencia extraordinaria. Los medios, continúa el reporte, deben evitar el exaltar a los perpetradores de la violencia, deben proveer información confiable, dar apropiado énfasis a sus consecuencias, lo cual acrecentará la comprensión del público de ese fenómeno, reducirá el miedo y ayudará a combatirlo.

Si se admite que los terroristas sienten la necesidad de publicitar su causa y dar a conocer sus aspiraciones y hazañas, el silencio de los medios podría motivar acciones cada vez más violentas y nefastas para obligarlos a cubrirlos.

No existe evidencia que garantice que la población crea en los mensajes de los terroristas. Las acciones brutales que tienen que ejecutar, para merecer la atención de los medios, destruye en la audiencia su capacidad de convencer y suscitan más bien repulsivo rechazo.

Si es verdad que en el secuestro del avión de Lufthansa de 1977, los medios contribuyeron a la muerte del Capitán, por dar a conocer a través de la radio que el piloto pasaba información de inteligencia, no se puede probar que la cobertura informativa lleve indefectible y necesariamente a la muerte de los rehenes. Es, más bien, probable que la publicidad, haya modificado la conducta de los raptos. Nadie quiere aparecer en vivo y en directo matando a una persona o torturándola. El asesinato y la crueldad buscan la obscuridad, no la plena luz del día y la presencia de millones.

La cobertura de los medios y en especial de la televisión, puede limitar la capacidad del gobierno en la negociación con los terroristas. Cuando millones de televidentes ven y conocen a las víctimas y conocen más y más detalles de la acción terrorista, las autoridades sienten cada vez más la presión de actuar, aunque sea solo para no aparecer como sumidos en la impotencia. Esta presión puede llevarles a precipitar una acción de rescate con fatales resultados, como en el caso de la hija del ex-Presidente Turbay u obligarlos a aceptar las condiciones de los terroristas. Pero esta falta de entereza de las autoridades es uno de los riesgos de la libertad de prensa que, no solo en esta

materia, sino en cualquier otra pueden llevar a gobernantes débiles a hacer lo que no deben o está en contra de su mejor criterio bajo el miedo de la opinión pública.

MEDIOS SILENCIOSOS Y RUMOR

El silencio de los medios de comunicación es, en la práctica, imposible de lograr en un mundo impregnado de nuevas tecnologías y una competitividad despiadada de las empresas de comunicación, que no quieren perder sintonía y credibilidad, callando lo que otros colegas publican. Esa, con ser importante, no es la única razón para no callarse. Cuando se suscitan actos de terrorismo públicos, si los medios tratan de soslayarlos, el rumor, con todos sus efectos nocivos toma el sitio de la información objetiva y veraz y en la población cunde la sospecha y la desconfianza de sus autoridades.

El problema del terrorismo y los medios no debe plantearse en términos simplistas que lo reduzcan a la alternativa de informar o no informar, sino entre informar bien e informar mal, disyuntiva que exige un difícil equilibrio y un criterio formado del que, por igual, a veces carecen cierto tipo de autoridades paternalistas y desconfiadas, que se refugian en el silencio y periodistas que sucumben ante la tentación de lograr la celebridad.

CONCLUSIONES

Cualquiera que se empeñe en encontrar una solución ética y viable respecto a la cobertura del terrorismo, debe conjugar los siguientes elementos:

El derecho de los ciudadanos a estar bien informados y la obligación de los medios de satisfacer las exigencias de este derecho.

El derecho a la vida e integridad personal de los rehenes y, en consecuencia, la obligación de las autoridades de hacer cumplir las leyes correspondientes.

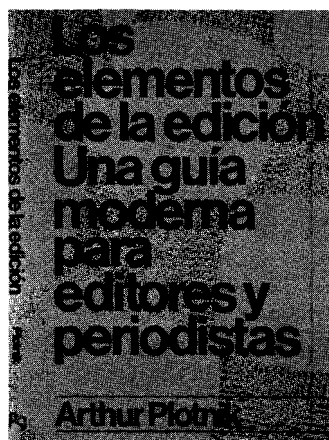
El control y prevención de futuros actos terroristas y la necesidad de respetar la privacidad de las personas, blanco del terrorismo.

Si se guardan los principios que se han mencionado en este artículo y otras sugerencias que se pueden añadir, de nada le servirá al terrorismo el atraer la atención de los medios y el público, pues no podrá comunicar un mensaje eficaz que le gane la mente y corazón de la ciudadanía. ■

Los elementos de la edición

Arthur Plotnik

Editorial Publigrific, Primera Edición en español. México, 194 pp., 1989.



En un lenguaje claro, simple, anecdótico, el autor describe diversos aspectos del proceso de edición de una revista. Inicia su estudio con el diseño del perfil del editor, anotando las cualidades que debe tener, la personalidad que debe transmitir a sus colaboradores y las normas y formas de trabajo que le permitan alcanzar con éxito los objetivos editoriales. Aquello se complementa con indicaciones puntuales sobre el diseño de un plan de acción editorial, antecedente indispensable para conseguir una adecuada publicación de un artículo o de un conjunto de ellos. Para la concepción de este plan, el autor indica varios pasos concretos que van desde la adquisición de materiales teóricos y su reenfoco hasta el diseño, ilustración, estilo y corrección de pruebas.

Resalta las normas gramaticales para lograr un artí-

culo "correcto". Recomienda que la gramática debe ser tratada como un instrumento sistemático que permita el mejor manejo de las palabras de cada idioma en particular, con el fin de conseguir textos coherentes, lógicos y que puedan ser aceptados por el gran público.

Tomando en cuenta que este es un manual de consulta para estudiantes, se pone especial énfasis en la actividad de investigación previa al proceso editorial. Al editar, es indispensable la consulta destinada a lograr una buena calidad y cantidad de información. Para ello, se pone de manifiesto la trascendencia de los centros documentales y bibliotecas. También se debe recurrir al medio, la realidad, la experimentación y a todas las formas modernas de investigación.

El análisis de los derechos de autor, sus posibilidades y consecuencias legales; las artes gráficas como complemento editorial; la técnica de la fotografía para ser ocupada como instrumento de gran valor en la edición de artículos, son otros de los temas que trata este libro.

Una mención especial merece el capítulo 5, escrito por Robert G. Sugarman, en el cual se puntualizan los errores más comunes, resaltando aquellos que pueden tener consecuencias legales cuando lo publicado es sometido a juicio por libelo, calumnia, malicia, negligencia.

En resumen: Un buen manual de edición, destinado a un público universitario o que comienza en el difícil campo de la edición de revistas.

Andrés León

La comunidad desapercibida

Raúl Fuentes Navarro

ITESO-CONEICC, Guadalajara, México, 260pp., 1991.



El autor parte de una descripción histórica que abarca el período anterior a los años '70, que registra una escasa producción de investigaciones, a las que describe como "importantes trabajos pioneros". Justifica estas investigaciones como intentos de llenar los vacíos que a nivel teórico existían y existen en el campo de la comunicación. Señala que buena parte de esas investigaciones, respondió a los intereses metropolitanos de lo que se desprende una línea funcionalista de la investigación, que pretendió ocupar espacio por largo tiempo en la región.

Un segundo período va hasta el año 1978, etapa a

la que considera como la de inicio de la consolidación y el establecimiento de las bases de la investigación de la comunicación propiamente dicha en México. A estos trabajos les otorga la característica de "trabajos paradigmáticos", porque introdujeron innovaciones teórico-metodológicas y temáticas, que fueron adoptadas como modelo o referidas ampliamente a partir de su publicación.

Analiza la influencia de estudiosos que, por razones políticas, tuvieron que emigrar de sus países y que fueron acogidos en México: Reyes Mata, García Canclini, Prieto Castillo y muchos otros, que abonaron prolíficamente el campo de la investigación, orientándola a partir de los esquemas estructuralistas hacia lo que se podría definir como "corriente crítica", la que superaría el dogmatismo ideológico, para enfrentar los problemas de la comunicación a partir de las necesidades de los países.

Finalmente, reseña lo que llama "La crisis de los ochenta: Panorama Actual". Bajo esa perspectiva revisa las tendencias y los cambios, los trabajos y circunstancias de la investigación de la comunicación en el período 1979-88.

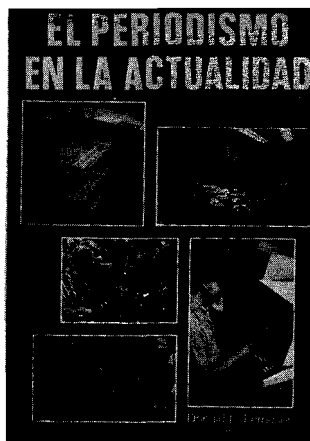
La obra, de manera descriptiva, relaciona un total de 1.067 trabajos de investigación de la comunicación realizados en México, lo que permite tener una visión global de este fenómeno, el que bien podría ser comparado con lo ocurrido en el resto del continente y posibilita reflexiones importantes para una redefinición del quehacer investigativo de la comunicación.

Francisco Ordóñez

El periodismo en la actualidad

Donald L. Ferguson
Jim Patten

Editorial Edamex. México,
369 pp. 1988.



¿Qué es una noticia? ¿Qué reglas se deben seguir para elaborar la noticia? ¿Cuáles son los tipos de editorial? Las respuestas a estas y muchas otras inquietudes que pueden tener estudiantes de comunicación social y periodistas en general, se encuentran en este libro. Se enfocan temas como la obtención y redacción de noticias, artícu-

los especiales, editoriales, reportajes y entrevistas, en forma didáctica y fácil de comprender. Incluye además conocimientos básicos de los géneros periodísticos y de las normas de redacción.

El libro se divide en siete secciones; incluyen capítulos que abarcan los medios escritos, audiovisuales y sus técnicas de redacción. Está pensado para ser usado dentro de una clase de géneros periodísticos o medios masivos, con dos capítulos a manera de introducción, que tratan del periodismo en una democracia y la responsabilidad de los medios de comunicación, focalizados en Estados Unidos. Sin embargo, el resto de temas pueden ser aplicados por cualquier profesional de la comunicación fuera de ese país.

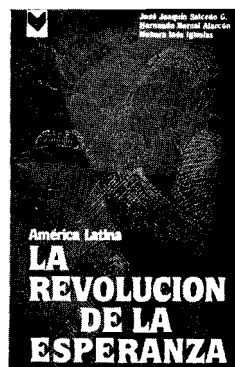
Al final de cada capítulo se sugieren actividades y ejercicios para los estudiantes. Adjunto al libro de texto, se entrega un pequeño manual adicional para el maestro, en donde se exponen los objetivos de cada capítulo y lo que se espera del alumno una vez finalizado el mismo; además, se anotan formas de aplicar la teoría a través de

Lucía Lemos

La revolución de la esperanza

José Joaquín Salcedo, Hernando Bernal, Nohora Iglesias

Publicaciones Violeta, Editorial Andes, Bogotá-Colombia,
226 pp., 1990.



"La ignorancia es la raíz de los problemas" de América Latina y solo desaparecerá a través de un gran proceso de educación. Este es el planteamiento fundamental de esta valiosa obra que sostiene que no es suficiente un mero cambio político o de principios. Hay que desarrollar una educación global dentro del marco de una política social constructiva.

La obra plantea la reorientación de la acción educati-

va latinoamericana, que consiste en revisar a fondo los procesos educacionales vigentes, diseñar modelos de afianzamiento de valores culturales y en asignar funciones específicas a los medios de comunicación.

Esa es la esperanza de cambio para millones de analfabetos que existen en la región. ¿En qué va a consistir ese cambio? ¿Cómo se logrará? ¿Cuál es la revolución de la esperanza? Las respuestas están, precisamente, en el acervo cultural y en el potencial humano de sus pobladores.

La obra se divide en tres partes. La primera, destaca los conceptos esenciales para comprender lo que es hoy América Latina. La segunda, destaca los indicadores del perfil de las clases dirigentes de la región, la explosión demográfica, la urbanización y desbordamiento que ella produjo. La tercera parte, analiza el potencial humano latinoamericano, puerta abierta a la esperanza de un resurgir sobre la base de una justicia educativa. Se incluye la conceptualización sociocultural de la educación y un novedoso plan para el desarrollo

Wilman Sánchez

CIESPAL

Apartado 17-01-584

Quito-Ecuador

Envíe suscripción a partir del No. _____ por 1 años ☐ por 2 años ☐ Envíe primero factura ☐

Envíe ejemplares sueltos Nos _____ Envíeme más información ☐

Nombre _____

(Name) _____

Institución _____

(Institución) _____

Dirección _____

(Address) _____

Ciudad/Estado _____

(City/State) _____

País _____

(Country) _____

Código Postal _____

(Postal Code) _____

Fecha _____

(Date) _____

TARIFAS DE SUSCRIPCION

4 números por año	U.S.A. Europa y Asia
1 año (1 year)	US\$29
2 años (2 years)	US\$54
3 años (3 years)	US\$72
OFERTA PARA ECUADOR	
1 año	5.500 sucres
2 años	10.000 sucres

Chasqui

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION



A SENTE...
CI DE DIOS
OR HABER
ECHO ESTO
ALDITOS -
SERÁN.

Chasqui
CIESPAL

EL ARTE DE TIGUA, DE AÑO 1996

Francisco Vargha Jaquiché