



## Un espectador sobreviviente

José Salgar ha sido testigo, a través de las casi 10.000 ediciones de la recién desaparecida columna *El hombre de la calle*, que se publicaba en *El Espectador*, de los hechos más importantes del país en los últimos 35 años. **En directo** habló con quien, a sus 80 años, sigue siendo un trabajador continuo y bien informado, que transmite a las nuevas generaciones sus conocimientos.

Pág 4

## A la espera de egresados con iniciativa



La dicotomía entre lo que esperan los medios de comunicación de los nuevos egresados de las facultades de Comunicación Social y Periodismo y lo que realmente pueden ofrecerles las universidades, se hace cada vez más patente. Mientras los medios afirman que lo que hace falta es más iniciativa por parte de los estudiantes, éstos últimos sostienen que la academia no les brinda la formación técnica necesaria. El debate queda abierto.

Pág 6-7

# En directo

Noviembre de 2001. Publicación Bimestral.

Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Universidad de La Sabana. Chía No.06 ISSN 1657-5156 \$500

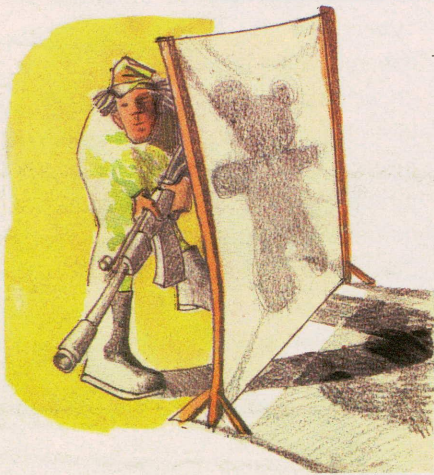


Ilustración: Humberto Cerdavid

## Las guerras de la información

Durante los enfrentamientos bélicos, la importancia de los medios de comunicación se hace aún más evidente. No son pocos los gobiernos que han tratado de controlarlos, manipularlos y censurarlos para mostrar la cara del conflicto que les es conveniente. Otros, por el contrario, han tenido que enfrentarse con la fuerza fiscalizadora de los medios, que arrastra también a la opinión pública y es capaz de cambiar el curso de la guerra. Algunos más, han visto en los medios canales de desinformación debido a la liviandad de la manera en que cubren los hechos. **En directo** analiza el papel que ha desempeñado la prensa en tres diferentes guerras: Vietnam, el Golfo Pérsico y el conflicto interno colombiano.

Pág 10/11

Periodistas internacionales analizan el conflicto

## Los medios frente al terrorismo

Con la incertidumbre de vivir un conflicto que, como dijera el presidente norteamericano George Bush, se sabe cómo empieza, pero no cómo termina, los medios de comunicación deben estar listos para cubrir la guerra. Pero, ¿saben los medios cómo hacerlo realmente? En el Encuentro Académico "Terrorismo conflicto y medios de comunicación", realizado a finales de octubre en la Universidad de La Sabana, experimentados periodistas internacionales analizaron la situación y sentaron algunos conceptos que deberán ser tenidos en cuenta por las empresas informativas a la hora de cubrir el conflicto.

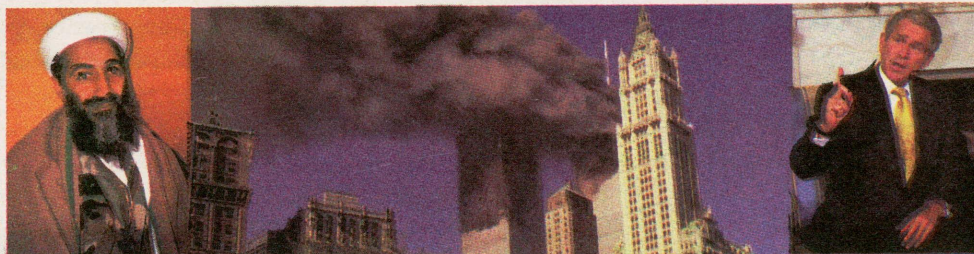
Carlos Soria, profesor de la Universidad de Navarra, España, expresó que los medios

tienen que establecer pautas y normas de cómo van a manejar las informaciones que tengan que ver con el terrorismo, eso sí "antes de que las bombas comiencen a caer". El compromiso debe ser asumido desde los propietarios, pasando por los editores y terminando por los redactores. La idea es que se tengan políticas claras para empezar a hacer las cosas bien desde el principio y no esperar hasta el final de la guerra para aprender de los errores y aplicar correctivos.

Soria dijo, además, que hay que informar del lado de las víctimas, no del lado de los terroristas, y según él, esto se hace dando a conocer aquello que los terroristas no quieren que se sepa; "aquí no cabe la

Págs 8- 9

Fotografía: Cortesía Diario Deportivo



### El Terrorismo: entre la información y la censura

El incremento en la crisis política de nuestro país y la guerra en Asia Central pondrán de nuevo a prueba la compleja tarea de transmitir los hechos relevantes y contingentes de la actualidad, ante una audiencia que actúa socialmente desde sus hogares según lo que vea y entienda a través de los medios masivos de comunicación. Es uno de los más importantes de la televisión, el medio masivo por excelencia. A través de ella, se transmite la relevancia de la guerra contra el terrorismo, se jerarquizan sus detalles, se relacionan eventos distintos, se califican sus resultados. Es la gobernabilidad política en toda su dimensión.

Pág 13



### No es lo mismo, pero es igual

El nuevo reto que enfrentan los más de 250 socios activos del Círculo de Periodistas de Bogotá va más allá de la recuperación de sus instalaciones. La creación de una conciencia gremial y el respaldo a los periodistas son las nuevas directrices que enmarcan a la agremiación. Para tener una visión más completa del resurgimiento del C.P.B., **En directo** entrevistó a su vicepresidente, Jaime Horta, y a dos directores de medios: Juan Gossain y Mauricio Vargas, quienes analizaron con una visión crítica el nuevo rumbo del Círculo. Pág 5

## Editorial

# Información en tiempos de conflicto

Por César Mauricio Velásquez Ossa  
Decano Facultad de Comunicación Social y Periodismo  
Universidad de La Sabana



Es inevitable que la labor de los medios de comunicación sirva de publicidad a la guerra; que los ataques y asesinatos de los actores del conflicto sean registrados, publicados y difundidos; y esto tiene resultados positivos y negativos. Sin duda, la simple presencia de los medios es capaz de contribuir decisivamente a la pacificación o a evitar la escalada en la confrontación. Por ejemplo, las cámaras de la CNN dispuestas a transmitir a todo el mundo los abusos, ataques y muertes en las guerras del Golfo Pérsico y Kosovo, sirvieron para remover la opinión pública a favor de la defensa de la vida y evitar guerras de mayores proporciones. Asimismo, los dictadores de derechas e izquierdas se han visto obligados a moderar sus instintos criminales ante la presencia de periodistas.

### Realidad y el morbo drama

En el caso colombiano los líderes de los actores armados han dispuesto de los medios de comunicación sin ninguna limitación. Los jefes de esos grupos hablan durante horarios de máxima sintonía de la televisión y de la radio. ¿Bueno o malo? Depende. Y depende del tratamiento, de la calidad profesional de los periodistas para confrontar con argumentos a los protagonistas de la guerra y ponerlos frente a la sociedad. Sin duda, cuenta mucho el grado de independencia y procedimientos que el

medio y el periodista, por ejemplo, utilizan para lograr una entrevista. Esta circunstancia siempre es definitiva a la hora de juzgar la conveniencia o no de darle *pantalla* o *micrófono* a una persona que utiliza métodos violentos para vencer.

En general, la experiencia muestra que esa mayor transparencia y publicidad de la guerra, de los actores, líderes y circunstancias es más beneficiosa que perjudicial para la democracia y para toda sociedad. En los últimos meses, los líderes de las guerrillas de Colombia y de los grupos de autodefensa han agotado sus discursos y sus propuestas y han perdido credibilidad ante la opinión pública. Sobre esto es importante distinguir entre la necesidad de informar sobre lo que ocurre, algo válido y propio de la comunicación, y entre la irresponsabilidad para *inflar* las noticias y generar *morbo dramas* con el dolor y la tragedia de la guerra. Una cosa es informar y otra es traficar con las noticias, explotando el sufrimiento de las personas para alcanzar más sintonía o mayor circulación.

La información no es una mercancía, es un derecho de la libertad de los ciudadanos y el recto ejercicio de este derecho exige que, en cuanto a su

contenido, la comunicación sea siempre verdadera e íntegra, y en cuanto al modo, honesta y conveniente, es decir, que respete las leyes morales, los derechos legítimos y la dignidad del hombre. Si algo se puede hacer desde las redacciones es recuperar el equilibrio informativo, el compromiso con la verdad, eliminar toda forma de discriminación y favoritismo, llamar a las cosas por su nombre y cerrar filas en defensa de la vida y la libertad.

### La utilidad del Acuerdo por la Discreción

La presencia constante de las escenas trágicas o catastróficas en los medios pueden hacer pensar a los espectadores que la sociedad es mucho más violenta de lo que es en realidad. Si sólo se difunden esas escenas las personas tienen que hacer un esfuerzo adicional para advertir que en la vida social hay otras cosas además de la violencia. Los actores del conflicto colombiano han sabido aprovechar la cobertura de los medios para atemorizar a la opinión pública y en ocasiones han coaccionado a los periodistas para difundir sus actos terroristas.



La ABC News prohíbe la cobertura en directo de los actos terroristas con rehenes, cuando peligra la vida de éstos: "Este tipo de sucesos no se emitirá en directo, excepto en las circunstancias más excepcionales y siempre con el permiso del director de la ABC News"<sup>1</sup>. La presión de la competencia por la sintonía, el extra, lo exclusivo y en fin, el síndrome de la *chiva* ha hecho que algunos periodistas olviden toda norma. Cabe preguntarse acerca del sentido de las entrevistas a rehenes y sus captores, sean guerrilleros o paramilitares. Si la finalidad es mostrar que están vivos y en buen estado, los instrumentos de la prensa, -una fotografía y un resumen de lo sucedido- son enteramente adecuados. Pero esto no funciona en televisión, donde sólo media un paso entre contar una historia de forma atractiva y explotarla interesadamente. Y esta es la cuestión: en estas producciones se puede abusar de su enorme potencial dramático, intrínsecamente unido al informativo.



Ilustraciones Orlando Valencia S.

La Cadena CBS News advierte en su Manual de Estándares que "un componente esencial de la noticia son las exigencias del terrorista, y debemos informar acerca de ellas. Pero al mismo tiempo, hemos de evitar convertirnos en un mero altavoz de sus exigencias"<sup>2</sup>. Este criterio de las grandes cadenas de televisión de Estados Unidos sobre el cubrimiento de actos terroristas, se extiende a los líderes de grupos alzados en armas que buscan desestabilizar a la sociedad y en este sentido el Acuerdo por la Discreción, firmado por 32 directores de medios de Colombia en noviembre de 1999 señala: "evitaremos que el medios sea manipulado por los violentos y no presentaremos rumores como si fueran hechos".

La omnipresencia de las cámaras en los escenarios conflictivos tiene también algunos efectos menos positivos. "El público, y aquí se trata del conjunto de la humanidad, recibe a través de la radio y la televisión una información puntual, casi en directo, del desarrollo de esas tragedias. Y como el número de conflictos sobre los que es preciso informar no es despreciable, al final el público se acaba acostumbrando a esas escenas terribles, que se convierten en ingrediente cotidiano y rutinario de nuestras sobremesas. Tenemos una limitada capacidad de atención, de asombro y de respuesta, y en cambio una casi ilimitada facilidad para acostumbrarnos aún a lo más tremendo. Los medios pueden actuar así mismo a modo de narcótico"<sup>3</sup> y esto también lo saben los actores de la confrontación.

Mostrar los hechos de cada día en su verdadero contexto, explicar la complejidad del conflicto y comprender que la exactitud debe primar sobre la rapidez, sería un buen esfuerzo de los medios para elevar la calidad de la información y ofrecer nuevos y mejores insumos a sus receptores.

<sup>1</sup> Manual de Estándares. ABC News, cap. II, p.9.

<sup>2</sup> Manual de Estándares. CBS News, p. 8B.

<sup>3</sup> NAVAS, Alejandro. *Periodistas ante conflictos*, Eunsa, Pamplona, España, 1998.

## En directo

Periodico universitario para comunicadores y periodistas. Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Universidad de La Sabana.

### Consejo Editorial

César Mauricio Velásquez, Martha Lucía Restrepo, Adriana Patricia Guzmán, Juan Carlos Gómez, Alfonso Forero, Sergio Llano.

### Gerencia General

Patricia Rocca

### Dirección Editorial

Liliana María Gutiérrez

### Editor General

Diego Patiño

### Editor Fotográfico

Juan Pablo Cadavid



### Diseño y Diagramación

Orlando Valencia Sarmiento

### Redacción

Álvaro Acuña, Jaime Alberto Amador, Yeferson Asprilla, Giuseppe Caputo, Jaiver Andrés Gómez, Oscar Segura, Gabriel Fernando Umaña, Guber Zora.

### Fotografía

Rocío Mendieta, Ana Palacios.

### Ilustración y Producción

Humberto Cadavid

Orlando Valencia Sarmiento

### Equipo Comercial y de Relaciones Públicas

María Carolina Arbeláez, Angélica María Hincapié.

### Preprensa e Impresión

Cacimpre Ltda. Teléfono: 4130659 - 4130660

### Universidad de La Sabana

Campus Universitario Puente del Común, Km. 21

Autopista Norte, Bogotá, Cundinamarca, Colombia.

Teléfono: 8615555 exte. 1907/08/10

Fax: 8618517 e-mail: endirecto@unisabana.edu.co

Los planteamientos de los columnistas no comprometen el pensamiento oficial de *En directo* ni de la Universidad de La Sabana.

## Opinión

## De Clarks Kents a Ignacios Gómez

Por Juan Carlos Aparicio  
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
Universidad de La Sabana

Se dice que en la guerra la primera víctima es la verdad. Y en Colombia, en plena guerra, parece que ésta ya ha muerto, incluso en repetidas ocasiones. Pero a veces, sólo a veces, pareciera que la verdad se encuentra en un estado de coma profundo, conectada a un respirador y llena de cables y monitores.

En la lucha por mantenerla viva se destaca el papel del periodismo investigativo, como medio de denuncia y búsqueda de la verdad, pero al parecer no es mucho lo que puede hacer. Para más de un colombiano hay más fuerza en un Galil o en una ametralladora M-60 que en el poder del papel y la tinta.

Mientras en Estados Unidos se devanan los sesos por evitar las muertes por ántrax, aquí es más bien poco lo que se hace por evitar las muertes generadas por la libre expresión y denuncia de hechos. A la larga, hay más muertes por balas que por bacterias y son más contagiosas las primeras que las segundas, sobretodo en Colombia, donde nos fascina usar la desmesura de la fuerza, o si no, habrá que preguntarle a la guerrilla y a los paras, aunque no son sólo ellos los que ponen en peligro la vida de los periodistas.

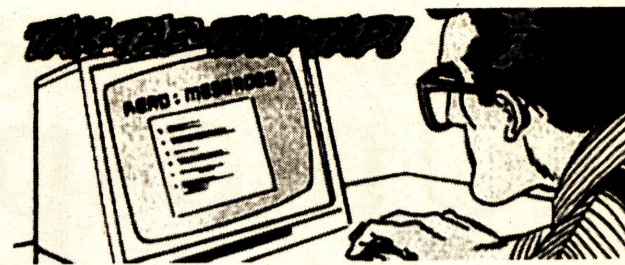
Hay desde organizaciones internacionales hasta sicarios «de a peso», inconformes con lo que se dice o se deja de decir.

Un ejemplo claro es el caso de Ignacio Gómez, quien en días pasados visitó la Universidad de la Sabana y es uno de los más importantes periodistas del género investigativo que hay en Colombia. Aunque esta afirmación es sólo un decir, y no exactamente porque no sea de los mejores. Va más ligado a la palabra «Colombia». El problema es el exilio forzado al que se ha visto sometido más de una vez, obligado a huir del país para no terminar muerto defendiendo la verdad.

Gómez habla del periodismo investigativo, en un término bíblico, como la eterna lucha entre David y Goliath: un grupo luchando a brazo partido por esconder un hecho, contra un periodista paciente y en busca de respuestas coherentes. Pero también afirma que a la gente se le olvida que «las represas más grandes son las que se destruyen con los huecos más pequeños», es decir, que una pequeña verdad desvirtúa una gran mentira.

Pero tampoco es mi intención volver a «pobretear» la labor del periodista colombiano y presentarlo como el «gran mártir» de esta guerra. A diario mueren también médicos, ingenieros, obreros y campesinos, a manos de exactamente los mismos que matan a los periodistas, y no hay ni siquiera un requiem por ellos.

De todas formas es innegable que se corre un riesgo muy grande al destapar ollas podridas. Siempre se van



a atacar intereses oscuros y quienes se ven afectados van a intentar silenciar esta verdad por los medios que sean necesarios. Gómez sabe muy bien, y se le nota, que le sirve más a su causa vivo en el exterior que enterrado en Colombia.

Señalar hechos como los de la matanza de Mapiripán y sus nexos con renombrados personajes y empresas nacionales y extranjeras, requiere mucho, pero mucho coraje. La venganza de los desenmascarados siempre va a estar latente, pero pese a esto vale la pena señalarlos, en un medio y un contexto que sirva para hallar soluciones a los problemas.

Definitivamente, el periodismo investigativo propiamente dicho, no es imitar a los periodistas heroicos de las películas, tipo Clark Kent o April O'neill de *Las Tortugas Ninja*. Requiere una labor bastante más consagrada a la investigación, valga la redundancia. Pero no la de meterse a escondidas a una fábrica de desechos tóxicos, sino la de sentarse durante interminables horas, leyendo documentos viejos y amarillentos en busca de un nombre. Es esto lo que verdaderamente tiene mérito en la vida real.

Por Diego Patiño  
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
Universidad de La Sabana

## La madre boba

A los medios en Colombia la boca les debe heder a vergüenza. Todavía la densa humareda levantada por la épica caída de las Torres Gemelas no se ha disipado y ya nuestros colegas nativos encontraron la excusa perfecta para voltear la tortilla: para traducir todo lo que parezca subversión, insurgencia y similares, en terrorismo. Para mandar al diablo cualquier posición asumida convenientemente con anterioridad y vomitar contentillo a quién sabe quién.

Para no sonar vago ni mucho menos somero, me refiero al sospechoso cambio de actitud que frente a las acciones insurgentes de la guerra colombiana (atentados, tomas, bombas, masacres... lo de siempre) han tomado algunos medios de comunicación, sobretodo los noticieros televisivos, luego de lo sucedido hace algunos meses en Nueva York. Me parece muy extraño que a partir de cierto punto -¿un 11 de septiembre tal vez?-, las actividades nefastas en el conflicto nacional por parte de guerrilla y paramilitares comenzaran a ser destacadas de manera enfática como acciones terroristas, particularmente a través de la «cajita diabólica».

Claro, nadie discute ni por un segundo que unos medios de comunicación sanos, capaces de contar lo que de veras pasa en un lugar como este, son de vital importancia para la preservación de la «democracia»

y la exaltación de los derechos humanos... ¿pero en nuestro país? No dejo de pensar que tuvo que suceder lo del 11 de septiembre para que los medios nacionales iniciaran su propia campaña informativa en aras de denunciar la conducta de los grupos al margen de la ley en Colombia. Como si hasta la fecha no hubiera pasado nada. Uno podría decir que se dejaron contagiar de la «moda internacional» del terrorismo. ¡Que ignominia! Valerse de la desgracia de otro país para finalmente dignarse a echar un ojito a la propia casa. Me parece una nefasta coincidencia y una completa falta de respeto con las víctimas y nosotros mismos, que se asuma esta posición mediática con tintes mesiánicos.

Me viene entonces a la cabeza la duda de si nos merecemos la mala fama que pesa sobre nuestra profesión. La falta de coherencia en la manera de informar sobre el conflicto armado contiene la respuesta: apesta a doble moral. ¿Son los medios de comunicación unos hipócritas? No lo dudo: Luego de ser artífices y explotadores de buena parte del siempre decadente proceso de paz del presidente, de crear personajes y anteponearlos a la guerra misma, de engrandecer actores y tiranos antes que a víctimas e implicaciones, ahora pretenden poner su granito de arena en la cruzada antiterrorista global que encabeza Estados Unidos y que ciertamente se distancia mucho de la situación colombiana.

Insisto, todavía no logro entender con mucha claridad por qué lo de Estados Unidos fue lo único que pudo pasar para que todo lo que oliera a subversión en nuestro país tomara un matiz de proscrito. El hedor a muerte que siempre ha estado ahí, sepultó nuestra propia ignorancia culposa y las «vistas gordas» de la opinión pública. Ahora alguien pretende enseñarlo a la luz sólo porque hay una tendencia política mundial que así lo exige: "Miren, mundo, también tenemos terroristas (y no nos damos el lujo de ignorarlos)".

¿Cuántos de los nuestros murieron antes que lo del World Trade Center pasara y no nos dignamos a saberlo? ¿Cuántos pueblos y caseríos miserables son destripados a punta de plomo todos los días sin que nadie haya dicho nada?

Lo malo no es denunciar ni mostrar que en Colombia, en efecto, se sobrevive a una guerra. Lo nauseabundo y repulsivo es usar la hecatombe gringa sólo para venir a enarbolar posiciones que se debieron, debimos, haber tomado muchísimo tiempo atrás.



En directo con

José, "el mono" Salgar

# Un espectador sobreviviente

Con más de 65 años de ininterrumpida vida periodística en el otrora diario de los Cano, el que es considerado "Patriarca del periodismo escrito en Colombia" señala que el éxito de un periódico en la actualidad está dada por la agilidad en el análisis y el buen lenguaje periodístico.

Por Álvaro Acuña

Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
Universidad de La Sabana



A pesar de su edad, José Salgar no es de los que considera que todo tiempo pasado fue mejor. Y es el que el *Mono* Salgar, como es conocido en el medio, se mueve, habla y se ríe como aquel niño de 12 años que un día llegó a los talleres de *El Espectador* con el firme propósito de ser el mejor periodista. En la década del 30, cuando el país a penas si avizoraba la radio informativa, *El Espectador*, colgaba diariamente de uno de sus balcones, a las 12 y a las 5 de la tarde, un tablero con las últimas noticias escritas en tiza, y allí la multitud se congregaba. Esta genial idea de Salgar, hizo que la Avenida Jiménez con carrera 7 se conociera como "La Mejor Esquina de Colombia".

Don José Salgar, actualmente profesor de la Universidad Sergio Arboleda, ha sido testigo -o espectador- a través de las casi 10.000 mil ediciones de la recién desaparecida columna "El hombre de la calle", de los hechos más importantes del país en los últimos 35 años. **En Directo** habló con quien, hoy a sus 80 años, se resiste al paso del tiempo y como el mismo dice: "No me queda ni una cana y ni un Cano".

**En Directo:** Muchos periodistas como Eduardo Zalamea, Felipe González Toledo y el mismo Gabriel García Márquez fueron y siguen siendo fieles a *El Espectador* ¿Qué hace que este periódico genere tanto amor?

**José Salgar:** El *Espectador* fue desde que nació, en 1887, como un crisol intelectual con un germen político liberal; era como una rebeldía impresa. Don Fiel Cano su fundador era un maestro de escuela que se inspiraba mucho en Víctor Hugo. Así fue como el diario nació con una escuela francesa. *El Espectador* siempre fue una empresa familiar pobre, de alto nivel intelectual. Recuerdo que eran dos o tres hojitas, pero con un rigor intelectual muy grande; desde que salió empezó a pelear

con todo el mundo, especialmente con los sacerdotes de la época. Tanto así que a los pocos días lo cerraron por un enfrentamiento con Núñez. El amor que genera el periódico es por el cariño de comunicar una idea, de defender unos principios.

**E.D.:** A diferencia de *El Tiempo*, que se crea con sentido comercial, *El Espectador* estuvo siempre más cercano de lo intelectual. ¿No conllevaría esto a la actual crisis del periódico?

**J.S.:** En gran parte. No hay que olvidar que hasta el Frente Nacional los periódicos eran muy sectarios. Desde el momento en que este sectarismo termina, los periódicos aceptaron columnistas de oposición. Sin embargo, *El Espectador* siguió diciendo en su cabezote: «*El Espectador* trabajará en bien de la patria con criterio liberal y en bien de los principios liberales con criterio patriótico».

**E.D.:** ¿Por qué la crisis de *El Espectador*?

**J.S.:** Hay mil razones, pero dos en concreto: El *Espectador* libró una campaña muy fuerte contra la corrupción del grupo Grancolombiano a la cabeza de Jaime Michelsen. El diario ganó, pero perdió. Condenaron a los culpables, pero se echó encima al poder económico colombiano de entonces. La otra razón es también sabida y fue el enfrentamiento contra Pablo Escobar y el narcotráfico. Guillermo Cano desenmascaró a Escobar con una foto donde lo descubrieron en un carro con droga. A partir de allí empezó la persecución, el asesinato de Guillermo, la bomba en 1989, etc.

**E.D.:** ¿Fue un error haberle vendido *El Espectador* al grupo Santo Domingo?

**J.S.:** El periódico estaba abocado a venderse por los hechos señalados antes. Además surgieron los problemas naturales de una familia que crece mucho dentro de una empresa. El periódico ya no podía subsistir y tenía que volverse una empresa distinta como se han vuelto todas las demás. Los periódicos familiares dieron paso a los conglomerados económicos y entonces había que buscar el mejor postor y ese era el grupo Santo Domingo.

**E.D.:** ¿Perdió independencia *El Espectador*?

**J.S.:** Los poderes económicos necesitan de las comunicaciones, entonces se han tomado la radio, la televisión, los medios impresos. Posiblemente con la venta de *El Espectador* se han cometido errores. A pesar de que trataron de mantener a flote el nombre, ellos tenían experiencia en vender muy bien su cerveza, pero no la tenían en vender letra impresa, es decir, en vender noticias y sobre todo noticias independientes.

**E.D.:** Habla como si hubiera muerto *El Espectador*.

**J.S.:** No, en ningún momento. De hecho un periódico nunca muere y menos un símbolo tan grande y una cultura que caló tanto en el país y en el mundo.

**E.D.:** ¿Qué salvaría a *El Espectador* como diario?

**J.S.:** Yo creo que la solución no pasa por lo económico sino por un periodismo impreso de calidad. El periodismo escrito ya no es el de las grandes circulaciones, pues la noticia ahora es de la radio y la televisión. La tendencia de hoy no es hacia un periódico que da la noticia sino más bien el que sale a analizarla al instante; la agilidad en el análisis volviendo al buen lenguaje periodístico y eso no se enseña en las escuelas. Los periódicos, incluido *El Espectador*, están diciendo lo mismo que la radio y la televisión.



Fotografías: Rocio Mendieta

Viene de la página anterior

“ Ellos tenían experiencia en vender muy bien su cerveza, pero no la tenían en vender letra impresa, es decir, en vender noticias y, sobretodo, noticias independientes. ”

**E.D.** ¿Quién pierde con el cierre del periódico?

**J.S.** Pierde finalmente la gente pues ya no tiene pluralidad informativa. Se necesitan varios periódicos para confrontar las informaciones. Es conveniente que existan diarios impresos enfrentados, pero no necesariamente iguales.

**E.D.** ¿Por qué no volvió a escribir su columna "El Hombre de la Calle"?

**J.S.** Carlos Lleras de La Fuente me envió una carta diciéndome, con muy buena intención, que esporádicamente (es decir cuando hubiera espacio) y en forma gratuita, podría seguir escribiendo mi columna. Le contesté que no aceptaba, porque eso no es lo que yo enseñé a mis estudiantes. Un periódico de tradición como *El Espectador* debe tener periodistas profesionales y exigentes.

**E.D.** ¿Cómo se siente hoy después de haber pasado prácticamente toda su vida en *El Espectador*?

**JS:** Como un sobreviviente, pues de mi gente la gran mayoría está muerta. Me considero uno de los pocos periodistas que disfrutó con su profesión y que la sigue disfrutando.

**E.D.:** ¿Le están dando vida artificial al periódico?

**J.S.:** El nombre es muy importante, tiene un peso y una tradición. Hace poco estuve en Londres y obtuve mucha información sobre una revista que data de 1928, *The Espectator*, siempre ha estado en crisis económica. Desde que nació ha estado muriéndose, ¿sabe por qué no se ha muerto?, porque ha tenido una idea central y un núcleo de gente que la sostiene. En Colombia, *El Espectador* interpreta muy bien un sector y este lo sostiene.

# No es lo mismo, pero es igual

Después de ocho años de desprestigio el Círculo de Periodistas de Bogotá vuelve a nacer. Recuperar la credibilidad, respaldar la profesión y salvar económicamente la agremiación son sus principales tareas.

Por: Luis Gabriel Ossa y Camilo Restrepo  
Estudiantes de Comunicación Social y Periodismo  
Universidad de La Sabana

Un aire de renovación golpea las ventanas resquebrajadas del edificio abandonado del Círculo de Periodistas de Bogotá. Sus corredores vacíos y húmedos ya no serán los mismos. El nuevo nombramiento de la Junta Directiva, respaldada por el Ministerio de Trabajo, y encabezada por Roberto Posada busca borrón y cuenta nueva. "Los malos manejos administrativos realizados durante la presidencia de Gloria Tamayo le dejaron al Círculo deudas que superan los ochocientos millones de pesos", afirma Guillermo Pérez Téllez, ex editor político de *El Tiempo* y vicepresidente del C.P.B en 1993. Esto sumado a las irregularidades de un préstamo en Granahorrar por 100 millones de pesos y el arriendo de un lote en la calle 81 con carrera 11, son algunas de las fisuras que tiene que subsanar la nueva Junta Administrativa.

*En directo* buscó a la anterior presidenta, Gloria Tamayo, quien fue removida por la nueva Asamblea, para conocer su posición frente a estos cambios. Pero ella no atiende en la sede del Círculo y no responde en sus números telefónicos, sin embargo, en declaraciones concedidas el año pasado a este medio, Tamayo aseguró que si quería podía quedarse cien años como presidenta del gremio.

El nuevo reto que enfrentan los más de 250 socios activos de la agremiación va más allá de la recuperación de sus

instalaciones. La creación de una conciencia gremial y el respaldo a los periodistas son las nuevas directrices que enmarcan al círculo. "El primer paso es reabrir las afiliaciones y revivir la gaceta, periódico fundado por la agremiación hace más de cincuenta años", aseguró Jaime Horta, vicepresidente del C.P.B.

«Lo primero es organizar la casa por dentro», asegura Horta al referirse a la primera etapa de reestructuración del C.P.B. Pagar las deudas con los bancos, recuperar los predios de la agremiación y analizar el tema de la regulación de imágenes, son las acciones que emprenderán este año.

La agremiación no es la misma, ahora cuenta con una nueva directiva que está dispuesta a recuperar la credibilidad y hacer rodar de nuevo el Círculo. Pero es igual en sus principios y doctrinas. Dogmas que llevaron a convertir al C.P.B en una de las agremiaciones más prestigiosas del país.

Las opiniones que han surgido alrededor del tema son disímiles, por eso, para tener una visión más completa del resurgimiento de la agremiación, *En Directo* entrevistó a dos directores de medios, quienes analizaron con una visión crítica el nuevo rumbo del Círculo de Periodistas de Bogotá.

En directo	Juan Gossain, Director RCN Radio	Mauricio Vargas, Director Revista Cambio
<b>1 ¿Cree usted que en Colombia es importante la existencia de una agremiación que apoye la labor periodística?</b>	Si el gremio va asumir una tarea más sindical y social en donde se luche por mejores salarios y condiciones de vida, bienvenido sea.	Sí. Siempre y cuando sea una entidad de los periodistas y no una entidad que dependa de trámites y leyes.
<b>2 ¿Qué características debe tener una agremiación que respalde verdaderamente los derechos de los periodistas?</b>	Señalaría principalmente que respalde la actividad laboral y contribuya a la formación periodística. Yo no soy enemigo de la vida social. Al contrario, hay que intensificarla para departir con más colegas.	Estar totalmente desvinculado del sector público. Nada de ley de periodistas.
<b>3 ¿Como ve usted el nuevo giro que ha tomado el C.P.B con Roberto Posada a la cabeza?</b>	Yo no tengo ninguna razón para pensar en que Roberto vaya a manejar el C.P.B. con intereses políticos, secundarios o mezquinos, pero si lo hace, la solución siempre existe en una democracia donde los asociados deciden. A la gente hay que dejarla actuar y luego juzgarla.	Yo estoy muy contento con la llegada de las personas que se han hecho cargo. Roberto es una persona muy seria y creo que se ha hecho un buen ejercicio de cambio.
<b>4 ¿Considera importante que dentro de la agremiación periodística exista un campo para la academia?</b>	La agremiación debe fortalecer entrañablemente las relaciones y las actividades mutuas con las facultades de comunicación, con los periodistas, decanos y profesores. Al fin y al cabo de allá vienen los periodistas.	Sí, creo que una entidad como el C.P.B. debe promover debates y foros académicos. Al reportero no le queda tiempo de pensar y cualquier espacio que se haga para el análisis es importante.

# Medios de comunicación, a la espera de egresados con iniciativa

Por Jaiver Andrés Gómez  
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
jandresgomez@hotmail.com



Los estudiantes egresados de las facultades de Comunicación Social y Periodismo del país no le están dando la talla a los medios de comunicación. El principal problema es que no se preocupan por estar informados, existiendo una evidente falta de vocación.

Lo que en un principio era una investigación para saber si los conocimientos dados en las academias eran aplicables en los medios, terminó no sólo con la conclusión de que no es así, sino que se convirtió en un jalón de orejas para los futuros periodistas. Según Juan Manuel Rodríguez, coordinador nacional de noticias de *RCN Radio*, los periodistas que recién ingresan al mercado laboral, son en su mayoría personas laboriosas y con voluntad, pero que no tienen vocación ni siquiera para estar mínimamente informados. "Hoy es prácticamente imposible encontrar a un periodista integral (profesionales informados, que hablen inglés y que tengan una especialización), así que hacemos énfasis en la calidad humana de la persona y terminamos formándola aquí", dijo.

Por su parte, Dario Fernando Patiño, subdirector de noticias del canal *Caracol* y director del programa *Lechuza*, agrega que el medio ha dejado de ser exigente y que se ha vuelto tolerante en aceptar condiciones externas como la belleza y la coquetería.

Juan Manuel Rodríguez cree que el problema está en los estudiantes y en la academia, y que es necesario que las universidades contemplen un programa integral que forme al periodista como ser humano y como profesional consciente de la realidad de su país y de su responsabilidad social para con éste. Por su parte, el director de *Lechuza* critica más la actitud de los estudiantes que a las Universidades. Para él, las cualidades de un buen periodista son talento, disciplina, calidad humana,



Dario Fernando Patiño, subdirector de noticias del canal *Caracol* y director del programa *Lechuza*.

La sociedad necesita de un periodista comprometido con el país y con la verdad; "optimista y patriota", que además esté informado y que en lo posible sea bilingüe.

inquietud constante y amor a la reportería; en estos dos últimos aspectos, coincide con Sonia Rodríguez, jefe de redacción del noticiero *CM&*, quien a pesar de que cree que no hay un vínculo de las facultades con la realidad de un periodista, afirma que el buen periodista necesita de actitud y de iniciativa, más que de universidad; "el verdadero profesional es el que se hace a sí mismo", dice.

Para Guillermo Rodríguez, jefe de redacción de *Caracol Radio*, la sociedad necesita de un periodista comprometido con el país y con la verdad; "optimista y patriota", que además esté informado y que en lo posible sea bilingüe. Añade que a pesar de que la metodología y la teoría son importantes en la academia, el ser o no buen periodista depende de la actitud y de la vocación, lo que se aprende en la universidad hay que complementarlo con iniciativa e inquietudes propias, concepto muy similar al de Sonia Rodríguez.

## ¿Qué responden las academias?

"Yo comparto las críticas que hacen los medios", dice con franqueza Mariluz Vallejo, coordinadora del área de Periodismo en la Pontificia Universidad Javeriana. Afirma que los periodistas que se están ofreciendo en el mercado no están siendo competitivos y que "les falta adquirir criterio". Es por eso que su programa está contemplando materias que promueven el análisis del conflicto. Con ojo bastante crítico y constructivo, Vallejo identifica como principal falencia de los estudiantes el que no son buenos reporteros, pues según ella, "le tienen pánico a salir a la calle, a untarse de realidad".

Reconoce como acierto la formación humanística que está brindando su facultad, pues cree en la gran responsabilidad social que tiene el periodismo y en la importancia de establecer unos principios que eviten el descarrilamiento de los valores. Piensa en la necesidad de construir "laboratorios de práctica", es decir, que la universidad funde sus propios medios y se establezca una relación profesor-editor y estudiante-redactor. Propone también la elaboración de manuales de estilo propios de la universidad con base en la tradición periodística colombiana, todo esto con el fin de irse acoplado a las situaciones del medio. Todas estas proyecciones necesitarán de tiempo y de una delicada planeación, pero ofrecen interesantes puntos de partida para que la academia evolucione en una institución de completa utilidad.

Algo es ya bastante claro, y es que los medios reciben personas con calidad humana, y es esto en lo que las academias hacen énfasis sin responder aún a la falta de vocación y conciencia social. Esto lo reafirma el decano de la Facultad de Comunicación-Periodismo de la Universidad Externado de Colombia, Miguel Méndez Camacho,

*Velásquez expresa que aunque las facultades sí deberían estar mirando con más seriedad la realidad del país y de las empresas informativas, es utópico pretender que un recién egresado sea un gran periodista.*

quien afirma que "antes que formar comunicadores hábiles y diligentes, nos interesa formar ciudadanos". Por otro lado, Méndez se queja de los medios, pues dice que estos se preocupan sólo por buscar personas que suban el rating, que produzcan escándalo e incrementen la pauta publicitaria. Según el decano del Externado, la Academia no tiene ese compromiso así que advierte que van a tener que ser los medios los que formen esas personas que consideran necesarias. Este choque entre academia y medios, que al parecer existe, no es nada conveniente y menos para los estudiantes que aspiren salir de la universidad a ejercer.

"Los medios nos necesitan y nosotros a ellos; deberíamos caminar en la misma dirección", asegura el decano de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, César Mauricio Velásquez, quien añade que ha tratado de acabar con las críticas que las facultades hacen a los medios, pues "en el fondo estaríamos criticando a nuestros propios egresados". Velásquez expresa que aunque las facultades sí deberían estar mirando con más seriedad la realidad del país y de las empresas informativas, es utópico pretender que un recién egresado sea un gran periodista, pues para que un profesional se distinga debe pasar años adquiriendo experiencia. "Tal vez las personas que opinan distinto no se acuerdan de cómo eran".

Puede que exista falta de tolerancia de los medios para con los recién egresados, y/o puede que las academias no estén implementando una formación adecuada. Como sea, hay que incluir en este debate a los estudiantes, pues tanto facultades como medios coinciden en que todo se encuentra en la actitud del periodista y que existe evidente falta de compromiso con el país, la carrera y la verdad en los futuros comunicadores.



Fotografías: Ana Palacios

## Practicando la academia

Por Álvaro Acuña

Estudiante de Comunicación Social y Periodismo. Universidad de La Sabana.

Son numerosas las solicitudes de estudiantes de periodismo que día a día llegan a los medios en busca de una oportunidad para la realización de prácticas profesionales, pero sólo algunas de ellas son seleccionadas. "Una actitud de compromiso, entrega, trabajo con diligencia y seriedad en el manejo de datos, son factores determinantes al momento de aceptar un practicante", afirma Rocío Arias, asistente de dirección y encargada de contratar a los practicantes en *RCN Televisión*. Arias señala que el practicante debe tener preferiblemente un manejo de fuentes definidas, clara su vocación y lineamientos específicos, es decir "que cuando llegue tenga una idea precisa de lo que quiere".

Por su parte, Luz Marina Villegas, quien elige los practicantes de *Caracol Radio*, sostiene que "la universidad, la preparación conceptual y la disponibilidad de tiempo son los aspectos tenidos en cuenta cuando se requiere un practicante".

Héctor Téllez es el coordinador de prácticas de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Externado de Colombia, donde tienen tres áreas definidas para realizar prácticas: Comunicación Organizacional, Comunicación para el Desarrollo y Periodismo. Téllez afirma que "los estudiantes escogen su perfil y a su vez la facultad les asigna un tutor al que acuden con cierta periodicidad para la entrega de un informe acerca de su trabajo. La práctica tiene dos visiones, una académica y otra operativa".

El director del área de Periodismo de la Universidad Central, Jorge Manrique, señala que, "aunque las instituciones educativas están haciendo énfasis en los nuevos medios, éstos mecanizan mucho la labor del practicante y no le dan la oportunidad de ser creativo". Ambos directores afirman que el periodismo On Line es el área que más requiere practicantes sin dejar de lado las empresas privadas y las entidades del Estado.

Por su parte, la mayoría de practicantes coinciden en afirmar que el academicismo con el cual arriban a un medio, dista mucho de lo que realmente se vive allí, que no es otra cosa que la noticia misma. Para Christian Meza, estudiante de la Universidad de La Sabana y quien realiza su práctica profesional en el programa "Hola buenos días" de *Caracol Radio*, la experiencia es muy importante. "A pesar de que no hay remuneración económica la práctica me da la oportunidad de conocer mucha gente y demostrar mis capacidades". Verónica Rodríguez estudiante de la Universidad Sergio Arboleda y practicante en la *Revista Semana*, considera que "las facultades deben propiciar más trabajos prácticos y menos teóricos para que no sea tan traumático el cambio en el ámbito laboral".

De todo lo anterior se concluye que la academia y los medios deben trabajar en conjunto para formar verdaderos profesionales de la comunicación. El debate está abierto.

8 Informe especial



# Informar del lado de las víctimas

Informar en contra del terrorismo, no trivializar la guerra y fiscalizar las acciones de los gobiernos, son algunos de los conceptos básicos para cubrir los conflictos.

Por **Jaiver Andrés Gómez**  
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
jandresgomez@hotmail.com

**Viene de la primera página**

neutralidad, pues eso es colaborar con el terrorismo", dijo. Concepto interesante que obliga a los medios a convertirse en actores del conflicto, informando en contra de los terroristas y dejando a un lado esa objetividad de la que muchos hacen gala. Soria agrega que la persona que tolera al terrorismo o que incluso justifica las acciones terroristas, se convierte en terrorista.

Gerardo Reyes, periodista del periódico *Miami Herald*, donde fue miembro del equipo que ganó el premio *Pulitzer* en 1999, aseguró que la audiencia está respondiendo en sentido contrario de lo que los periodistas creían. Esta apreciación se refiere a que mientras los medios de comunicación quieren, y tienen, una amplia libertad de prensa, las audiencias piden cierto control a la información, que al no darse, lleva a la gente a señalar su descontento con los bajos *ratings*. En Colombia, por ejemplo, el rating de los noticieros subió un 25% durante los

primeros días del atentado en *New York*; luego de cinco días, el porcentaje de televidentes comenzó a bajar hasta llegar debajo de los niveles normales. Este fenómeno se da debido al bombardeo de noticias que se refieren a un mismo tema y que logran que la gente se insensibilice y pierda la capacidad de impactarse ante los hechos, que aún siendo tan horrorizantes terminan por volverse cotidianos.

Reyes opinó además que en Colombia falta criterio por parte de los periodistas para

corregirse a ellos mismos y entre ellos. Según Reyes, en el país no se analizan los errores de los profesionales de la información y ni siquiera se señala con nombres propios a quienes los cometen. "Así no se puede aprender de los errores. Nuestra profesión es impune", dijo.

John Dinges, profesor de la Universidad de Columbia, Estados Unidos, quien anteriormente trabajó para el *Washington Post* como editor internacional y director editorial, afirma que el conflicto que hoy involucra a su país tiene cierta similitud con la Segunda Guerra Mundial. Los ataques

## Desafíos del periodista

Por **Juliana Carolina Díaz**  
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
Universidad de La Sabana

Quisiera traer a colación la intervención que realizó John Dinges, profesor de la Universidad de Columbia, quien participó recientemente en el Encuentro Académico Internacional Terrorismo, Conflicto y Medios de Comunicación, organizado por la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana. Dinges dejó entrever que el dolor de Estados Unidos es grande. «El desafío del mundo debe ser esperar un poco para el ajuste de cuentas de EE.UU... Considero que el terrorismo, pasó de serlo para llegar a ser un acto de guerra». Esto sólo se puede explicar teniendo en cuenta lo que dice el mismo Dinges: «Esta potencia mundial siempre se ha encontrado detrás de la pantalla de todas las guerras». Sin embargo, para efectos de este análisis, entenderemos al terrorismo como un medio violento de presión política, ejercido por grupos cuyo poder es insuficiente como para enfrentar directamente a las fuerzas regulares del Estado (situación de Osama Ben Laden).

Pero, ¿qué gran diferencia existió entre el cubrimiento que realizaron los medios de comunicación de Estados Unidos al ataque del pasado 11 de septiembre, en comparación al cubrimiento de otros hechos terroristas? Es aquí donde entran en escena los medios de comunicación, pues se convierten en la caja de resonancia para los fines de la agrupación terrorista, e indirectamente en sus cómplices. Pero para no serlo, Dinges habló de los desafíos del periodista en tiempos de guerra, teniendo como meta la planificación de la cobertura del futuro y aprendiendo del pasado lo que se logra a través del interés periodístico por tres aspectos: 1) Sacar la parte humana; 2) Cubrir la Inteligencia y la Policía; 3) Cubrir el Medio Oriente.

Dinges destacó la ética con que durante este tiempo los medios de comunicación estadounidenses han manejado el cubrimiento del conflicto, en parte por la orden del mismo gobierno que ha prohibido la publicación de imágenes que muestren los cadáveres de los atentados. Es cierto que la actitud tomada por éstos se ha robado la admiración de muchos, pero ¿será que se está obrando de buena fe al luchar por la dignidad humana o será que eso es producto de su «respeto al propio muerto?», y si es así, temo decir que los *mass media* de EE.UU. se encuentran en graves problemas.

Graves problemas porque su principal misión se ha perdido: el interés social que no sólo involucra a su sociedad sino al mundo. Los muertos del Medio Oriente son los mismos que los de Estados Unidos. Ahora bien, la cantidad no debe determinar la importancia de la noticia o la deontología que se debe manejar, porque sin ninguna discriminación el periodista donde quiera que esté, sin importar su nacionalidad u origen, debe ser objetivo frente a su realidad para ejercer su profesión.

Hay quienes lo ven no como el mejor ejemplo de ética, sino como un caso de censura. Robert Namias, director de información del principal canal privado francés, *TF1*, dice: «Lamento vivamente la censura que Estados Unidos nos ha impuesto, declara el periodista al diario francés *Le Figaro*, el 26 de septiembre de 2001. Las imágenes estadounidenses que los medios de comunicación franceses han comprado fueron filtradas, tratadas y depuradas por las autoridades estadounidenses ¿Cómo quieren que hagamos nuestro trabajo cuando está prohibido el acceso a las informaciones, y rodeado de las fuerzas del orden? Yo no quería enseñar imágenes horribles pero, para hacer correctamente el trabajo, hay que tener un mínimo de conocimiento». Censura o no, existe mucha responsabilidad de los medios frente a la guerra que estamos viviendo.

Parte humana





John Dinges, profesor de la Universidad de Columbia; Carlos Soria, profesor de la Universidad de Navarra; Juan Gossain, director de Radiosucesos RCN, y Gerardo Reyes, periodista del Miami Herald, durante el Encuentro Internacional Terrorismo, Conflicto y Medios de Comunicación, realizado en días pasados en la Universidad de La Sabana.

a Pearl Harbor y New York, han sido contestados con un fuerte patriotismo que ha exigido, por parte de la mayoría de los habitantes, una fuerte represalia contra el país agresor. Este tipo de unión nacional no siempre es buena, pues hace que los ciudadanos confíen demasiado en las acciones del Estado sin darse cuenta, o sin querer darse

cuenta, de sus excesos. "El patriotismo es peligroso, pues nos quita análisis y el trabajo de fiscalizar a los gobiernos", expresó Dinges.

El periodista estadounidense finalizó su discurso dando una idea de cómo se debe cubrir la guerra y expuso tres facetas. Primero, hay que analizar el

aspecto humano de la guerra, sacar las historias que hay detrás de las personas. Segundo, hay que ser entes fiscalizadores de las acciones del gobierno, y es aquí donde el patriotismo puede ser un obstáculo. El sentimiento revanchista de los norteamericanos, por ejemplo, les ha impedido preguntarse por qué no ha rodado aún

la cabeza del director de los servicios de Inteligencia, quien no vio venir un atentado de tal magnitud. Tercero, hay que entender mejor lo que es el medio oriente, pues, según Dinges, lo que se sabe de ese lugar es lo que la cobertura de Estados Unidos ha querido que se sepa: el conflicto Israel- Palestina y la defensa de las fuentes de petróleo, pero hay que descubrir qué pasa realmente en Afganistan y qué pasa con el Islam.

Se puede concluir que los medios deben unirse a la lucha contra el terrorismo sin dejar de observar las acciones del Estado, criticando sus excesos y elogiando sus aciertos; hay que informar del lado del bien, pero con objetividad, dándole a cada cual lo que le corresponde. Los medios tienen que informar cuidando no insensibilizar a la gente, ya que el bombardeo de noticias relacionadas con un mismo tema puede volver rutinaria esta guerra. La idea es que, dentro de unos años, la historia cuente la verdad de una guerra que tocó las fibras de la humanidad, que le permitió aprender de los errores y que no quiere tomarse el riesgo de cometerlos de nuevo.

## Inteligencia y Policía

La inteligencia estadounidense, que durante varios años fue admirada por el mundo, hoy es cuestionada. Ha quedado en vilo su eficacia al no haber detectado el ataque a las Torres Gemelas y al Pentágono. Un aspecto notable que nos incumbe en este desafío es el patriotismo.

Como lo dice el profesor de la Universidad de Columbia Estados Unidos, incluyendo los medios de comunicación, se encuentran sumidos en un patriotismo en donde las divergencias se vuelven discretas. "El sentimiento de orgullo nacional que se ha extendido por el país, tras los atentados del 11 de septiembre, plantea una vez más el debate sobre el equilibrio entre seguridad del Estado, libertad de expresión y patriotismo»

Varios periodistas como Juan Gossain ponen en duda la objetividad y la independencia de la prensa estadounidense, por verse afectada por «el patriotismo que nos hace menos críticos, menos objetivos». «Estamos frente a un enemigo que explota lo que hace de nosotros una sociedad fuerte y eficaz: la libertad, la apertura y la movilidad. Tenemos que garantizar que seguiremos siendo una sociedad abierta en la que se respeten las libertades individuales. Si no lo hacemos, el enemigo habrá ganado»<sup>4</sup>. Ésta es la solución, ser una sociedad abierta donde se supere el encubrimiento de la inteligencia, de la policía y del mismo gobierno, para llegar a la verdad de los hechos, y para no caer en las agotadas rutinas periodísticas de «cubrir» que se\* convierte en el significado del verbo: ocultar y tapar una cosa.

«Patriotismo, independencia, libertad de palabra: debatimos estas cuestiones prácticamente todos los días, en los periódicos o en las aulas de la universidad. Pero es demasiado pronto para sacar conclusiones del debate. Los medios de comunicación, que en su mayoría han hecho un excelente trabajo cubriendo los atentados, deben ahora continuar haciendo su trabajo pero en tiempos de conflicto», asegura Tina Golstein, de la Columbia University of Journalism.

## Medio Oriente

Soy una convencida de que Estados Unidos no ha entendido al mundo islámico. Los medios de comunicación han estigmatizado el ataque a las torres gemelas al mostrarlo como un hecho aislado en donde la historia no cuenta. Todo esto tiene una razón, que la explicaré desde aquella teoría de MaxweII McCombos llamada *Agenda Setting*: los medios informativos no sólo determinan en gran manera nuestra concienciación sobre el mundo en general por medio de su entrega de elementos primordiales para elaborar nuestras propias imágenes del mundo sino que también influyen sobre la prominencia de los elementos de esa imagen.

La referencia de muchos medios latinoamericanos y del mundo, sin duda alguna serán los *mass media* estadounidenses. Es una bola de nieve que sin darnos cuenta, no sólo estructura el pensamiento de la población de Estados Unidos sino del mundo. Pero, ¿por qué esta potencia mundial no se ha preocupado por contarnos que la gran miseria en la que vive el mundo islámico ha originado estos conflictos como consecuencia del resentimiento que tienen hacia Estados Unidos? Es vergonzosa la forma en la que esta nación ha abusado y manipulado al Medio Oriente. Su juego desde 1979 para sacar a la URSS de Afganistán fue bastante reprochable. Los movimientos fundamentalistas islámicos son producto, en parte, de sus injusticias y sin embargo, ahora la culpa de todo la tiene Osama Ben Laden. ¡No es justo! los periodistas debemos luchar contra esto. Definitivamente, Estados Unidos tiene que ponerse las pilas. Según Dinges, la cobertura extranjera se redujo en un 30 por ciento en la televisión comparado con lo que sucedía hace diez años. Si la política que está tomando esta potencia mundial ha sido la de "no añadir más horror al horror», debe empezar por sus medios de comunicación, el segundo poder actual después del económico. Si su lucha ahora es por acabar con el terrorismo mundial, entonces por donde debe empezar es por su país, por recuperar la veracidad y la honestidad de sus actos, de lo contrario, tarde o temprano Estados Unidos será víctima de su propio invento y los medios de comunicación su ayudante número uno.

## Medios Masivos: Víctimas del terrorismo

Por Yefferson Asprilla y Guber Zora  
Estudiantes Facultad de Comunicación Social y Periodismo  
yefri56@latinmail.com. guberzora@hotmail.com

Es evidente el poder que tienen los medios de comunicación al difundir noticias de carácter terrorista con las que los violentos consiguen no sólo despertar temor en las masas sino también adelantar una campaña publicitaria a favor de sus propósitos. "Entre los medios de comunicación y los terroristas existe una convivencia hasta cierto punto comprensible. Uno de los objetivos principales de la espectacularidad terrorista es conseguir publicidad y el objetivo básico de los medios es informar, particularmente sobre actos públicos espectaculares que producen grandes emociones en la audiencia.", según comenta el teórico Niceto Blázquez, en su artículo "El Terrorismo como objeto de Información".

A lo largo de los años y especialmente en este último, los medios han asumido, para bien o para mal, el reto de contarle al mundo hechos violentos que quizá nadie comprende, pero que afectan el desarrollo normal de la sociedad. A partir del atentado terrorista que sufrió Estados Unidos el pasado 11 de Septiembre y del cubrimiento que los medios de comunicación han hecho de éste y otros sucesos similares, resulta necesario analizar el papel que han desempeñado los medios en el tratamiento de la información relacionada con el terrorismo. La transmisión en vivo y en directo de los ataques a las torres gemelas y el Pentágono ponen en evidencia la teoría del especialista Carlos Soria: "Los terroristas saben muy bien de terrorismo e información, a tal punto que suponen la reacción y la forma de operar de los medios ante este tipo de hechos". Lo anterior se refleja en la respuesta que tuvieron los terroristas ante el primer impacto, que puso a las cámaras en primera fila para captar desde distintos ángulos la segunda parte de la tragedia. De esta manera millones de personas presenciaron un hecho que parecía una escena de Hollywood, pero que lastimosamente era la realidad, algo a lo que los medios estaban llamados a informar aunque el atentado representara toda una ofensa para la primera potencia mundial. Grant Wardlaw, especialista en el tema, plasma en su libro *Terrorismo Político* la siguiente idea: "Los atentados terroristas constituyen una noticia muy importante que no pueden pasar por alto los informadores y al mismo tiempo los medios de comunicación social son instrumento tan esencial para los terroristas como las bombas y las metralletas."

### Los errores y la censura

De cualquier forma, el afán de los medios por impactar y atraer la audiencia se ha convertido en uno de sus principales propósitos como lo señala el especialista Carlos Soria en su artículo *La ética periodística ante el desafío terrorista*. Una muestra fehaciente de esto es el caso del director de un noticiero de televisión colombiano, quien se aventuró a afirmar que 10 mil personas habían perdido la vida en el ataque al World Trade Center aduciendo que la información provenía del cuerpo de bomberos de la ciudad de Nueva York, sin que hasta ese momento se hubiera pronunciado esa fuente y sin que hasta el presente se haya determinado un número exacto de víctimas.

Existen otros casos en los que se han cometido actos irresponsables de parte de los periodistas quienes, motivados por el afán de

Pasa a la página 14

# Las guerras de la información

## Vietnam: Los medios detuvieron la guerra

Por Jaime Alberto Amador  
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
Jaabrom80@yahoo.com

Tal como lo señalan Josep Gómez Monpart y Enric Marín Otto, en la *Historia del Periodismo Universal*, de Editorial Síntesis, "La guerra de Vietnam fue un conflicto lejos de los Estados Unidos, donde se mostraban primero las hazañas y después las tragedias de los jóvenes norteamericanos en territorio asiático. Las imágenes que se veían en el "medio doméstico" o televisión, mostraban a la opinión pública sentimientos de miedo, desánimo, muerte e irracionalidad". Durante los primeros años de la guerra, los enviados especiales a Vietnam utilizaban expresiones tales como "la tenacidad y profesionalismo de nuestras fuerzas", a la vez que mostraban imágenes de potencia humana y militar, con aparatos de una impresionante tecnología para la época.

Según Néstor Barros, profesor de Semiótica de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, "las imágenes que se vieron primero a través de la revista Life, mostraron que el conflicto no era como la gente lo veía" y fue entonces cuando empezaron a surgir los sentimientos antibélicos y el malestar civil en contra del conflicto. En las pantallas de los televisores se reflejó una cara muy cruda de Vietnam.

Las imágenes de la guerra cayeron en un terreno abonado por los pacifistas, que también se oponían al conflicto con la explicación de que no querían una guerra ajena y un sacrificio de los muchachos estadounidenses. A los pacifistas se les unieron un grupo de intelectuales de la Universidad de Stanford, entre otras universidades, que empezaban a "coquetearle" a las ideologías comunistas y que luego harían una campaña en contra de la intervención estadounidense, por la obvia razón de que la intervención norteamericana en Vietnam era para

frenar el avance de las ideologías comunistas en el continente asiático.

Fue entonces cuando se produjo una unión entre los movimientos intelectuales, los movimientos pacifistas, la opinión pública y los medios de comunicación, con el fin de presionar al Presidente Nixon para que cambiara la política intervencionista contra Vietnam. Según el Dr. Manuel Pareja, profesor de Historia Contemporánea de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de la Sabana, "el pueblo estadounidense no quería sufrir, ni estaba dispuesto a hacerlo por una causa que no fuera suya".

### ¿Falta de marketing?

No es mentira que la tecnología le ha dado a los medios noticiosos una voz más potente en los asuntos internacionales. Pero en la época de Vietnam, la televisión aún se podía contar como un nuevo invento; es así como Lyndon Johnson, presidente norteamericano que sufrió la etapa más difícil de la guerra, nunca pudo dominar la televisión y plantearle al país, con una buena táctica de retórica, su argumento sobre Vietnam. Si bien Johnson se comprometió a sacar a los Estados Unidos del conflicto y así evitar tantas muertes ajenas al mismo, pudo haber usado una mejor estrategia explicarle al pueblo lo que estaba sucediendo y aplacar un tanto los ánimos.

En conclusión, la opinión pública influyó en la retirada de las tropas norteamericanas del territorio vietnamita. Si se analiza el papel de los medios y el desarrollo del conflicto se puede concluir que gracias al coraje de los corresponsales de guerra, que criticaron una política americana equivocada, se salvaron más vidas entre los soldados americanos y se podría decir que hasta se salvó un poco la economía estadounidense.

Ilustración:  
Orlando Valencia S.

## Golfo Pérsico: Hermetismo y censura

Por Oscar Eduardo Segura  
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
oscareduardosegura@latinmail.com

En épocas de conflicto diversos países, incluidos Colombia y Estados Unidos, han impuesto innumerables medidas restrictivas a la hora de emitir información sobre las operaciones militares, generando el fenómeno de la propaganda bélica en beneficio del ejercicio diplomático. La Guerra del Golfo manifestó un ejemplo claro de este hecho desde la cadena de noticias más representativa de Norteamérica: la CNN.

El concepto de inmediatez se había convertido en realidad gracias al nuevo sistema satelital, la Cable News Network auguraba para sus espectadores en todo el mundo una etopeya visual ágil y puntual, sobre el desarrollo de los sucesos. La realidad fue otra: mientras que CNN, única cadena extranjera de televisión autorizada para emitir desde Bagdad, se preparaba para transmitir la información inmediata, el Pentágono y los militares responsables de la "Operación Tormenta del Desierto" se habían encargado de coordinar la ofensiva armamentista desde otro frente: el de la opinión pública. "Los medios funcionan durante los conflictos bélicos como agentes propagandistas inducidos por las fuerzas militares y el gobierno, con el fin de mantener la opinión pública a favor de las decisiones tomadas por los altos mandos y satanizar al bando contrario", comenta el historiador José Ángel Hernández, profesor de la Universidad de La Sabana. "Es entendible que no se pueden revelar las estrategias de combate, pues es ante todo una guerra de espionaje donde no se le puede dar a conocer al enemigo más de lo que debe saber, intentando al mismo tiempo mantener en alto la moral del pueblo", añade Hernández.

Lo cierto es que gobierno y ejército tomaron medidas desproporcionadas para intentar detectar cualquier filtración de información. De este modo, el esfuerzo de los periodistas resultó infructuoso tanto afuera como en el mismo campo de batalla. Todo el material estuvo bajo control de los uniformados; las fotografías de heridos o las que reflejaran pérdidas humanas debían llevar una previa autorización. El ejército se reservaba el derecho de expulsar a los reporteros que no siguieran las normas establecidas, o de persuadirlos antes de arrestarlos.

### Realidades maquilladas

Sólo un grupo de 7 a 18 periodistas tenía acceso directo al sitio de la noticia. Los seleccionados funcionaban como puntos de enlace o *pools informativos*, a los cuales debía recurrir el resto de los corresponsales para difundir la información en sus propios medios. Los mensajes oficiales eran inspeccionados antes por miembros del ejército.

Durante los primeros quince días, la transmisión de imágenes fue exigua pero sin quitarle espectacularidad a la guerra. Los informativos saturaron a la audiencia con declaraciones oficiales, cronologías del conflicto, cuadros estadísticos de las tropas, armamentos desplegados, fabulosos mapas y discursos patrióticos en los que se exaltaban el espíritu bélico y armamentístico, mientras se condenaba a Hussein de una actitud prepotente con consecuencias imprevisibles.

El conflicto se convirtió en un producto de marketing publicitario en el que la CNN resultó vencedora de una guerra de audiencias. La Casa Blanca, por su parte, se refería amistosamente a la CNN como una fuente de información para el Ministerio de Defensa de los Estados Unidos; la hacían subsidiaria de una única información veraz y oportuna de acontecimientos que al final de la guerra serían develados por los mismos periodistas que se habían visto afectados por los estrictos procedimientos de selección, de modo que aquellas informaciones que habían permanecido censuradas salieron a la luz pública. Tiempo después se supo, por ejemplo, que pese a la superioridad tecnológica norteamericana, que puso en actividad los misiles y las bombas inteligentes, los ataques a objetivos militares previamente estudiados sólo habían dejado cientos de civiles muertos y enormes catástrofes ecológicas tras una serie de innumerables errores.

Así pues, la censura y la ambigüedad del lenguaje fueron las armas de más peso para el ejército norteamericano, que pretendía recobrar la vitalidad del caído patriotismo estadounidense tras la Guerra de Vietnam. Al final todo salió a la luz pública, pero los únicos que perdieron fueron los ciudadanos del mundo entero a quienes en lugar de informarles se les desinformó.

## Colombia: El conflicto de desinformaciones

Por Giuseppe Caputo  
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
gcaputo99@hotmail.com

Un elemento esencial del conflicto armado en Colombia, y de cualquier conflicto en general, es la interacción social que conlleva, puesto que se da entre individuos, entre colectividades y entre individuos y colectividades. Consecuentemente, es necesario que los medios dejen de cubrir la guerra como un hecho aislado, puesto que, además de abarcar toda la sociedad, comprende una lucha en torno a valores o pretensiones sociales, poder y recursos escasos, en la cual los participantes no sólo desean obtener los valores deseados, sino también neutralizar a sus rivales.

No se puede ser indiferente ante la guerra ni ante la paz. Según Alejandro Santos, director de la Revista *Semana*, la forma en que los *mass media* cubren el conflicto armado está provocando un adormecimiento nacional: "Se debe interpretar al país tal como es, contextualizando la información, presentando el rostro humano del conflicto y dejando de satanizar a los guerrilleros y paramilitares... Hay que revalorar la noticia positiva como tal: la gente está saturada de violencia."

Contrariamente, el excomisionado para la Paz, Luis Guillermo Giraldo, sostiene: "No es que la opinión pública se esté anestesiando frente a la guerra, sino que está aceptando que la solución al conflicto no tiene que ser necesariamente la negociación, que el diálogo falla y que hay que tener en cuenta una solución integral (que conlleve aspectos militares). No es que no se crea en nada, sino que se está dejando de creer en el diálogo." Así mismo, Giraldo afirma que los periodistas deben tomar posiciones con respecto al conflicto: no contra las Farc, ni contra el Gobierno, sino a favor de la paz.

Con relación a lo anterior, el Decano de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, César Mauricio Velásquez, dice en un artículo publicado en el diario *El Tiempo* el 15 de enero de 2001: "Los periodistas no pueden azuzar la guerra. Inclinarsse por cualquiera de los bandos a cambio de tener "chivas" altera la esencia de la información, y servir de idiota útil a los intereses de fuentes informativas que tienen un fusil en la mano es entregar el medio de comunicación a los violentos y olvidar la misión que se tiene frente a la sociedad. Si algo se puede hacer desde las redacciones es recuperar el equilibrio informativo, el

compromiso con la verdad... Si bien es necesaria la publicación de las versiones de la guerrilla, paramilitares, Ejército o Gobierno, no se comprende que la prensa se quede en simples versiones, partes de guerra, recuentos de masacres y en el *corre, ve y dile* que poco ayuda a conocer la realidad que vive el país».

Este tipo de "interpretaciones de la realidad" provoca una ola de desinformaciones que genera confusión social. Por consiguiente, los canales de información juegan un papel fundamental en la construcción de la sociedad ya que, al presentar algo como verdadero (aunque no lo sea), provocarán consecuencias reales.

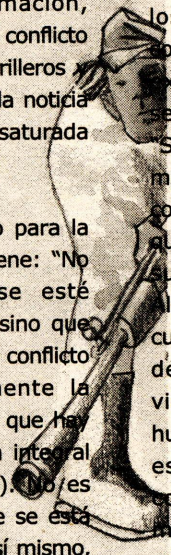
### Objetividad y sensibilidad:

#### ¿Criterios opuestos?

¿Se debe dejar de informar sobre la guerra para que los mensajes transmitidos por los medios de comunicación sean constructivos? Frente a esta disyuntiva existen dos opciones: objetividad y sensibilidad. Luis Guillermo Giraldo dice: "Si los medios creen que nos sensibilizan mostrándonos descaradamente el conflicto, pues lo que hacen es, más bien, que el colombiano sienta repugnancia por su propia patria". Del mismo modo, Alejandro Santos sostiene que se debe cubrir el conflicto armado desde el punto de vista de las víctimas y no de los victimarios, para rescatar así el rostro humano de la guerra: "El sensacionalismo está enfermado el alma de los colombianos. No creemos en nosotros mismos ni en el país: así es muy difícil salir adelante. Nos vamos a quedar con la crisis y sin la lección de la crisis."

¿Qué se puede hacer entonces? Como primera medida, los medios deben prever el impacto humano de la noticia y estar a favor de la paz y de todo lo que conduzca a la superación del conflicto. De igual manera, se deben mostrar los hechos de cada día en su verdadero contexto, explicar la complejidad del conflicto, no presentar rumores como si fueran hechos y comprender que la exactitud debe primar sobre la rapidez, sostiene Velásquez.

Estos criterios serían, indudablemente, una estrategia para que los medios dejen de ser canales de violencia, y se y se conviertan en un arma idónea para enfrentar el conflicto armado y el conflicto de desinformaciones que vive Colombia.



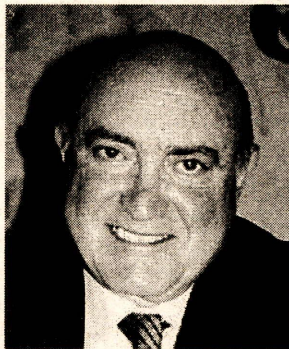
# Informe especial

Carlos Soria:

## “Los medios deben transmitir esperanza”

Por Guber Zera  
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo  
Universidad de la Sabana

“Qué capacidad de aguante, que valentía, que ganas. Aquí parece que lo único que hace falta es optimismo. Siempre que veo las noticias en televisión sobre lo que ocurre en Colombia inmediatamente pienso que no es posible vivir en medio de tanta violencia. Sin embargo no me canso de repetirle a mis alumnos en España que si este país no estuviera habitado por colombianos hacía mucho tiempo que hubiera desaparecido del mapa,” afirma Carlos Soria, profesor de Ciencias de la Información en la Universidad de Navarra (España), quien piensa que el periodismo debe transmitir esperanza en medio de tantos actos criminales que se presentan día a día en nuestro país. “Los medios tienen que transmitir esperanza, no desesperación. Los únicos que se tienen que desesperar son los terroristas?”



De cualquier manera habría que preguntarnos qué pasaría si los medios se dedicaran a difundir, sin perder detalles, todos los actos terroristas que se producen a diario en un país en el que mueren 14 personas por día -según estadísticas de la Comisión Colombiana de Juristas-. Seguramente la gente se acostumbraría a ver crueldades todo el tiempo -lo que al parecer ya está ocurriendo-, generando un ambiente en el cual los medios están adormeciendo a la audiencia. La gente ya ni siquiera siente repudio por los actos despiadados que se cometen a diario en Colombia. «Una saturación de asesinatos y muertes en los medios contribuye a insensibilizar a la audiencia. En definitiva, se produce un lamentable acostumbramiento de la gente», explica Soria.

De igual forma, habría que pensar en devolverle a la gente la sensibilidad, esa que les ha sido arrebatada por algunos medios de comunicación que a veces se preocupan sólo por brindar espectáculo, mientras se olvidan de su misión, que consiste en

trabajar por el bienestar común. Carlos Soria piensa que es necesario pensar en la gente a la hora de transmitir una información: «hay que dosificar el dolor para devolverle a las personas la sensibilidad que un día tuvieron».

### ¿Entrevista con el diablo?

«Carlos Castaño le debe su popularidad a los medios de comunicación», decía la periodista Salud Hernández mora en su artículo *Algunas reflexiones sobre periodismo y Colombia*, y tal vez esta frase nos remite a la entrevista televisada que realizó Claudia Gurissati al líder paramilitar en las montañas del Sumapaz. Soria sostiene que este tipo de entrevistas se pueden hacer, pero se deben buscar las condiciones necesarias para que la entrevista sea conducida por el periodista y se edite correctamente. Lo que se pretende es que el encuentro no se convierta en un alegato o un discurso del terrorista en el que el periodista no pueda intervenir libremente.

«No conozco la primera entrevista hecha a algún líder terrorista que se haya realizado y editado profesionalmente. Usualmente ocurre que el terrorista cae en el discurso de la justicia social con el que justifica sus actos criminales. Eso sí, sin aceptar que ha cometido errores o que está obrando mal». De cualquier forma, señala Soria, el entrevistador corre el riesgo de caer en el sometimiento que imponen las ramas para ser manipulado en condiciones en las que no hay posibilidad de resistirse, y surge entonces una inquietud: ¿es una entrevista profesional aquella en la que el terrorista dice al periodista cómo tiene que preguntar?

El profesor español lleva mucho tiempo escribiendo sobre la ética en el periodismo, incluso específicamente sobre información y terrorismo, y concluye que por más que se quiera no es posible enseñarla, «lo que sí es posible en cambio, es aprenderla». Pero en Colombia, ¿es posible tener ética para mostrar los actos violentos que cometen los terroristas? Soria afirma que no se trata de caer en el esquema maniqueo de contar únicamente lo bueno y esconder lo malo. «¡Eso no es ética! Se trata de hacer información de calidad. La ética consiste en apasionarse con la información, en vivirla, en pasar una noche sin dormir porque se está pendiente de una noticia», y concluye con una frase contundente que nos pone a reflexionar: «Si tenéis la pasión por el buen periodismo no os preocupéis por la ética, esa ya la tenéis».

## Gerardo Reyes y “el muro de lamentaciones”

Por Giuseppe Caputo  
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo  
gcaputo99@hotmail.com

Gerardo Reyes, periodista del Miami Herald y del Nuevo Herald, y miembro del equipo ganador del Premio Pulitzer en 1989, es también un escritor que se considera desobediente por no *tragarse entero*, que rechaza los ataques sistemáticos a la libertad de expresión y que le teme a las banderas porque “en nombre de ellas se han cometido muchos errores”. Es un profesional que cree en los estudiantes y en la posibilidad que estos tienen para analizar las situaciones sin temor reverencial. Es un enemigo declarado del “todo depende” que tanto caracteriza al conflicto colombiano y a la ética del periodismo. Es un hombre que “no conoce un sólo secreto que tenga un final feliz”. En fin, Gerardo Reyes es un periodista que ha dedicado gran parte de su vida a la construcción del “muro de lamentaciones” del ciudadano no escuchado; un reportero que, partiendo de la idea de que toda persona es sujeta a la investigación, rechaza “el radar de la conveniencia política y económica”. Es decir, un profesional de la comunicación consciente de la importancia que tiene la Unidad Investigativa de cualquier medio en la sociedad.



Según Reyes, el periodismo de exactitud surgió en Colombia como consecuencia del “síndrome de Watergate”, caracterizado por el afán de tumbar presidentes y denunciar congresistas. Basándose en la experiencia adquirida en la Unidad Investigativa del diario *El Tiempo*, dice que la denuncia de abusos provenientes de la población ignorada por el Estado constituyó una parte esencial en la creación y desarrollo de este tipo de entidades de investigación. Del mismo modo, sostiene que la regla de oro para ejercer esta actividad consiste en confrontar la información referente a los denunciados. “Ningún artículo debe ser publicado sin haber sido consultado por las personas afectadas.”

¿Qué implica, entonces, para los periodistas, ser el “muro de lamentaciones” del ciudadano no escuchado? En primera instancia, responsabilidad, independencia y un llamado de humildad porque, como dice Reyes, “es necesario no dejarse manosear por las fuentes y estar conscientes de que nuestro papel como buscadores de la Verdad es ser simplemente intermediarios entre la realidad y los lectores.” Además, dejar a un lado la estampida de emociones que conllevan ciertos acontecimientos (especialmente aquellos relacionados con la guerra) para no perder la objetividad, y tener en cuenta que el patriotismo (o, más bien, el patrioterismo) dentro de los medios puede sesgar la verdad transmitida.

Haciendo alusión a la situación desencadenada en Estados Unidos (y en el mundo entero) a raíz de los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001, Reyes advierte que los medios de comunicación no han informado sino saturado. “O no contextualizan, o lo dan todo en tres días.” Así mismo, sostiene: “En Estados Unidos son los estudiantes de periodismo los que le cobran a los profesionales los errores por la cobertura irresponsable o antiética de los hechos. Y lo hacen a través de revistas prestigiosas, analizando casos en que periodistas que merecen gran respeto han ocultado o exagerado la realidad por caer en compromisos políticos o en conveniencias personales. En Colombia, la Academia tiene un papel determinante: los estudiantes deben hacerse sentir y hacer valer su independencia.” La pregunta que Reyes hace es la siguiente: *¿Qué país es el que queremos?* Y, para contestarla, plantea otro cuestionamiento: “Para evitar la indiferencia patológica de los ciudadanos frente a los problemas del país, ¿tenemos los periodistas que romper el espejo para que la realidad no se refleje, o cambiar el manejo del espejo?” Es decir, para sensibilizar a la audiencia, ¿hay que dejar de informar la verdad de los hechos o empezar a cubrirlos con calidad informativa? Esta pregunta no es fugaz, ni mucho menos relativa. Su respuesta es una sola porque, como el mismo Reyes dice, “un periodista es un personaje ilustre y tan influyente que no puede manejar su propio poder.”

## Desde el observatorio

Por Germán Ortiz Leiva  
Jefe Área de Comunicación Pública  
Universidad de La Sabana

## El Terrorismo: Entre la información y la censura

Viejo es el debate sobre el papel que los medios de información cumplen en la difusión de hechos de violencia, en particular de acciones terroristas. Pocos ocultan su preocupación cuando de asignar responsabilidades se trata. En este sentido, no se debe olvidar la tensión generada en torno de la esfera de la información pública, permanentemente asediada por otros escenarios que exigen de la primera, cambios y compromisos. Por su lado la esfera constituida por sectores sociales diversos, responsabiliza a los medios de comunicación de convocar a acciones violentas como efecto del modelo socializante de cultura que a ellos les compete. La reacción a este sentimiento es de una creciente pérdida de credibilidad y, por tanto, de legitimidad de los informadores, lo cual a su vez redundará en una creciente disminución en el consumo de medios.



actúa socialmente desde sus hogares según lo que vea y entienda a través de los medios masivos de comunicación. Es uno de los logros - aunque otros vean lo contrario- más importantes de la televisión, el medio masivo por excelencia. A través de ella, se transmite la relevancia de la guerra contra el terrorismo, se jerarquizan sus detalles, se relacionan eventos distintos, se califican sus resultados. En últimas, se hacen llamados de atención a millones de televidentes para que apoyen irrestrictamente las acciones de los gobiernos involucrados y legitimen las decisiones políticas al respecto. Pero el asunto no termina aquí. El hecho de que se hable hoy más que nunca del terrorismo, ha dirigido todo el interés de la agenda pública a ver este fenómeno como algo de suma importancia. Y aunque el periodista sólo sienta que cumple con el deber de informar, la transmisión de una serie de atributos y calificativos sobre el tema despertarán la simpatía o el rechazo a los héroes, los mártires o los criminales, depende cómo se muestre, que intervengan en actos. Este es el punto álgido de la discusión. Muchos sectores

de la sociedad rechazan el hecho de que los medios de comunicación divulguen la información relacionada con el terrorismo. Incluso les culpan de ser incitadores o morigeradores del mismo fenómeno. Hay que tener entonces precisión, a la hora de calificar la tarea de los medios. Es verdad, ya los medios no sólo determinan qué pensar, sino también cómo pensar sobre algo. Es lo que el profesor norteamericano McCombs llamó el segundo nivel de la agenda-setting. Por eso ya no sólo basta con informar. Eso se entiende de suyo como una obligación del periodismo. Habrá que ir más allá. Fijar criterios, ampliar contextos, quizás hasta fijar responsabilidades. Porque la información siempre conlleva una acción social. Es el resultado natural de una sociedad que se reconoce y reconoce a través de sus medios masivos. Por eso con la noticia tradicional no es suficiente. Es otro el camino para alcanzar el verdadero compromiso social y un reto imprescindible para ganar credibilidad al informar como derecho fundamental de las sociedades políticas de hoy. Nadie mejor que Nayef Krayem, vocero de una cadena de noticias del Líbano, describió el asunto ante la cadena de noticias CNN "a veces la prensa es un arma más poderosa que las armas verdaderas. Sin la cámara, sin la televisión, las operaciones de resistencia no hubieran logrado el impacto y la influencia que han tenido en el conflicto".

Por su parte, los sectores económicos, pieza fundamental en el funcionamiento y desarrollo de las empresas informativas de hoy, comienzan a ver sus inversiones afectadas por las razones expuestas atrás, lo cual las obliga a intervenir en los contenidos que emiten los medios informativos tradicionalmente ajenos a estas intromisiones, pero víctimas de una búsqueda de más espacios de consumo, probablemente menos comprometidos con la crítica social y la duda metódica que ha caracterizado el ejercicio del periodismo en el mundo entero. Por último el sector político frente a los términos del debate, suele entrar a legislar de tajo las emisiones noticiosas en procura de la defensa de una información de interés público, procurando a su vez, reacomodar sus propios intereses que de otra manera se verían como resultado de una censura por parte del gobierno. Esta acción es la más peligrosa porque determina valores fundamentales para una democracia como se entiende en occidente y la cual se basa precisamente en la defensa de una libertad de expresión que a su vez busca construir un sentir de lo ciudadano en ella.

Si a esto se suma lo que un reconocido psiquiatra y experto en asuntos de terrorismo como Frederick Hacker escribía años atrás acerca de que las acciones terroristas aunque distintas y de diversas razones, lo que pretenden es asustar y así dominar y controlar a un público que quieren impresionar, para lo cual los terroristas actúan con y para el público y solicitan su participación, grandes serán los retos que tendrán los medios informativos del mundo entero de ahora en adelante.

### La noticia no basta

El incremento en la crisis política de nuestro país y la guerra en Asia Central pondrán de nuevo a prueba la compleja tarea de transmitir los hechos relevantes y contingentes de la actualidad, ante una audiencia que

## ¿Que puede hacer un periodista por la paz?

Conflicto es un proceso a través del cual dos o más actores ("bandos") intentan perseguir metas incompatibles mientras tratan de minar el potencial del otro para buscar sus metas. Conflicto no es lo mismo que "violencia". En muchos informes de prensa, la palabra "conflicto" es usada para indicar "violencia". Entender la diferencia es crucial para una aproximación al periodismo para la paz. Los conflictos pueden ser positivos y constructivos si abren vías de transición que sean manejadas con eficacia.

I. PERIODISMO DE PAZ/CONFLICTO	I. PERIODISMO DE GUERRA/VIOLENCIA
Explora la historia de la formación del conflicto, los diversos actores que toman parte en él, sus metas, los aspectos del conflicto; está orientado hacia un logro político aceptable para ambas partes.	Se concentra en el escenario del conflicto, en dos bandos, en una sola meta (la victoria), y está orientado hacia la "derrota-victoria"
Mira todo el contexto, no establece límites temporales ni territoriales; encuentra causas múltiples y soluciones también múltiples, incluso en la historia y la cultura.	Establece límites de tiempo y espacio; las causas y las soluciones están en el escenario de la guerra; busca quién tiró la primera piedra.
Busca la transparencia del conflictos.	Hace de la información sobre la guerra un material confuso y secreto.
Le concede voz a todas las partes, sus herramientas son la empatía y la disposición a comprender.	Asume el "nosotros-ellos". Es un periodismo de propaganda, que asume la voz de "nosotros"
Mira el conflicto y la guerra como un problema, y se concentra en las posibilidades creativas que genera todo conflicto.	Ve a "ellos" (los dos bandos) como un problema y se concentra en quién prevalece en la guerra.
Busca la humanización de todos los actores; todavía más, entre peor sean las armas	Deshumaniza a "ellos"; más, entre peor sean las armas
Es proactivo: busca prevenir antes de que la violencia/ la guerra tengan lugar.	Es reactivo: espera a que ocurra la violencia, antes de informar.
Se concentra en los efectos invisibles de la violencia (traumas y reputación, daño a la infraestructura y la cultura).	Se concentra sólo en los efectos visibles de la violencia (asesinados, heridos y edificaciones dañadas)
II. ORIENTADO HACIA LA VERDAD	II. ORIENTADO HACIA LA PROPAGANDA
Expone las mentiras de todos los bandos / deja al descubierto todos los encubrimientos.	Expone los engaños de "ellos"/ coadyuva a los encubrimientos y mentiras "nuestros".
III. ORIENTADO HACIA LA POBLACIÓN	III. ORIENTADO HACIA LA ÉLITE
Se concentra en el sufrimiento de todos; en mujeres, menores de edad, dándoles voz a los que no la tienen.	Se concentra en el sufrimiento "nuestro"; en hombres adultos pertenecientes a la élite, convirtiéndose en su vocero.
Menciona por su nombre a todos los malhechores.	Menciona por su nombre a los malhechores de "ellos".
Se concentra en los trabajadores populares por la paz (sin desconocer lo que hace la élite *).	Se concentra en los miembros de la élite que trabajan por la paz.
IV. ORIENTADO HACIA LAS SOLUCIONES	IV. ORIENTADO HACIA LA VICTORIA
Paz = no-violencia + creatividad	Paz = victoria + cese al fuego
Destaca iniciativas de paz, también para prevenir el escalamiento de la guerra.	Oculto las iniciativas de paz antes de que la victoria sea un hecho.
Se concentra en la estructura, la cultura, la sociedad pacífica.	Se concentra en los tratados, las instituciones, la sociedad controlada.
Consecuencias: resolución, reconstrucción, reconciliación.	Se marcha a cubrir otra guerra, retorna si las llaman vuelven a resurgir.

\*Tomado de Peace Journalism - How to do it? (Londres, Octubre 2000), de Annabel McGoldrick (BBC) y Jake Lynch (Sky News), del grupo británico de periodistas Reporting the World y miembros de la Red Internacional de periodistas TRANSCEND. El texto completo fue cedido gentilmente a Medios para la Paz por sus autores, que han dictado talleres sobre Periodismo para la paz a periodistas en Indonesia, Reino Unido, Noruega, Medio Oriente y Cáucaso. La tabla es del profesor Johan Galtung, en el libro *The Peace Journalism Option*, editado en 1998 por Conflict & Peace Forum. \* No está en el original, fue añadido por la profesora de Ética de la Facultad Marcela Uribe

Viene de la página 10

## Víctimas del terrorismo

protagonismo, han puesto en peligro la vida de muchas personas. Tal es el caso que cita Blázquez, ocurrido en 1983 cuando 60 personas en Beirut perdieron la vida por causa de la explosión de una bomba en la embajada norteamericana. El hecho era en sí mismo una verdadera tragedia y era inminente la captura de los culpables para lo cual se realizó un operativo que a un periodista le pareció pertinente publicar en una cadena de televisión. Por su puesto, los responsables del acto nunca fueron atrapados y reprendidos debidos a la imprudencia del comunicador. Errores como estos se pagan caro y, sin embargo, se cometen reiteradamente mientras los medios olvidan que su fin principal es informar y orientar a la opinión pública.

Pero la prensa no siempre ha contado con la libertad suficiente para informar sobre terrorismo. Eugene Goodwin menciona un caso en su libro *Por un Periodismo Independiente*: En 1985 el secuestro del avión de pasajeros de la TWA por una facción musulmana, por ejemplo, fue precensurado por funcionarios de los gobiernos de Estados Unidos y Gran Bretaña, quienes presionaron a los periodistas para que se abstuvieran de cubrir tal hecho. Casos como estos ponen en evidencia la falta de libertad de los medios a la hora de hacer un cubrimiento veraz y adecuado sobre actos de terror.

Recientemente el presidente de los Estados Unidos, George Bush, pidió a los medios que no transmitieran los comunicados de Osama Bin Laden, presuntamente culpable de los atentados del 11 de septiembre, a lo que gran parte de los medios respondió positivamente, excepto la prensa que pidió independencia y no intromisión en el cumplimiento de su labor.

Gerardo Reyes, periodista del Miami Herald, piensa que el comunicador debe ser rebelde cuando se le obliga a hacer cosas con las que no está de acuerdo y más cuando dichas restricciones están en contra de sus principios éticos. La mejor forma de hacer un cubrimiento responsable, sin estar sometido a imposiciones arbitrarias que no llevan a nada, es siendo sensibles a la dignidad humana, intentando aplicar los principios que señala el profesor Carlos Soria: Informar desde las víctimas y no desde los terroristas, no darle cabida a la neutralidad -porque para él no se puede ser neutral en el cubrimiento de actos terroristas-; transmitir esperanza -minimizar los daños-; controlar de buena fe la política antiterrorista del Estado e instar a la solución del problema.

En todo caso algo que deben saber los periodistas es que "los medios deben establecer la diferencia entre la propaganda y el cubrimiento de actos terroristas", sin abstenerse de contar el hecho sino estableciendo unos parámetros que le permiten hacer un cubrimiento adecuado, que no genere efectos negativos en la audiencia para lo cual los medios deben autorregularse en contenidos sin llegar a ser simplistas o reduccionistas, procurando hacer un tratamiento contextualizado de los hechos y evitando así desinformar a la opinión pública.



## El Fiscal en La Sabana

El Fiscal General de la Nación, Luis Camilo Osorio, visitó la Universidad de La Sabana invitado por la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, dentro de la cátedra de periodismo En Directo. El Fiscal se dirigió a estudiantes y profesores de la Universidad para analizar y debatir las relaciones de la Fiscalía con los medios de comunicación frente al nuevo Código de Procedimiento Penal. En la foto aparece acompañado del decano de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Cesar Mauricio Velásquez, y del rector de la Universidad, Álvaro Mendoza Ramírez.

## Ciclo de candidatos a la Presidencia

Ingrid Betancur inició el ciclo de candidatos a la Presidencia de la República que visitarán la Universidad de La Sabana con el fin de exponer sus respectivos proyectos políticos. Estos encuentros, de gran importancia de quienes aspiran a manejar el país, son organizados por Bienestar Universitario y la Facultad de Comunicación Social y Periodismo.



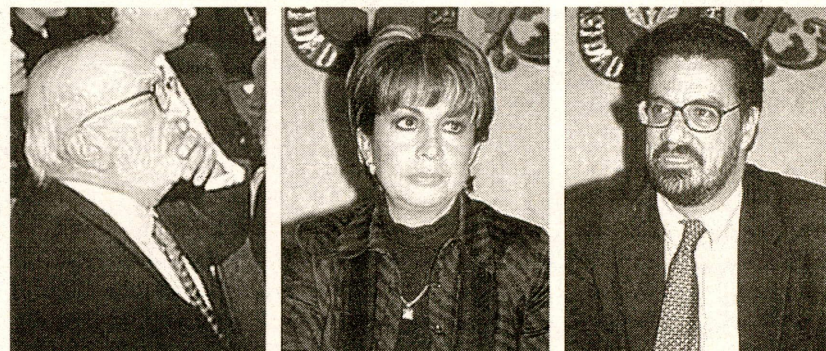
## Alejandro Santos y el papel de los medios

Alejandro Santos Rubino, director de la Revista Semana, dictó una charla a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, sobre "El papel de los medios de comunicación frente al conflicto armado". La conferencia se desarrolló dentro del área de Comunicación Pública.



## Crítica ministerial

El Ministro del Interior, Armando Estrada Villa, criticó duramente a los medios de comunicación por el tratamiento que suelen dar a las noticias de sobre el conflicto armado colombiano y el proceso de paz con las FARC. Durante el Encuentro Internacional terrorismo, Conflicto y Medios de Comunicación, Estrada sostuvo que los periodistas han contribuido al adormecimiento de la opinión pública debido a la avalancha de imágenes violentas y de informaciones sobre el tema y les achacó gran parte de la responsabilidad por la situación que sufre el país.



## Comentaristas del terrorismo

Los periodistas Cecilia Orozco, directora de los noticiarios De las Siete y Hora Cero; Juan Gossaín, director de Radiosucesos RCN, y Mauricio Vargas, director de la revista Cambio, participaron en el Encuentro Académico "Terrorismo, conflicto y medios de comunicación", en calidad de comentaristas de los invitados internacionales Carlos Soria, profesor de la Universidad de Navarra (España); John Dinges, profesor de la Columbia University Graduate School of Journalism, y Gerardo Reyes, periodista de El Nuevo Herald, con sede en Miami. Los tres directores de medios colombianos expresaron sus ideas y comentarios en torno al cubrimiento del conflicto interno del país y de la denominada "Guerra contra el Terrorismo"

## También nos visitaron

Destacados personajes acostumbran visitar la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, invitados por los profesores para aportar sus experiencias y conocimientos a los estudiantes de diferentes asignaturas. Entre las personas se hicieron presentes durante el semestre se encuentran:

El periodista investigativo, Ignacio Gómez, se refirió a la responsabilidad social que tiene el periodismo en cuanto sirve como fiscalizador de las acciones de gobernantes, empresas privadas y públicas y, en general, de todas las instancias de la vida en sociedad. Los estudiantes de los talleres de Reportaje y Redacción indagaron a Gómez sobre los riesgos de la práctica de la investigación en Colombia y sobre la necesidad de reforzar las unidades investigativas en los medios.

Manuel José Sarmiento, subdirector Antipiratería y Reprografía Ilegal de la Cámara

Colombiana del Libro, quien explicó a los alumnos de Taller de Entrevista las implicaciones legales, económicas y éticas de la piratería y la fotocopia de libros. Los alumnos tuvieron así la oportunidad de practicar, en rueda de prensa, algunos aspectos de la entrevista informativa.

Los periodistas Germán Santamaría, director de la revista Diners, y José Navia, subeditor de Reportajes del diario El Tiempo, compartieron con los alumnos de los talleres de Redacción y Crónica, sus experiencias como cronistas y les instaron a cultivar y revitalizar el género.

Pedro Medina, gerente general de Mc Donalds en Colombia, dictó la conferencia "Por qué creer en Colombia", como invitado del área de Comunicación Organizacional.

En la asignatura Taller de Entrevista estuvo presente el ex presentador de noticias Efraín Camargo, quien orientó a los estudiantes sobre la prevención en el

consumo de sustancias psicoactivas a partir de su propia experiencia.

Andrés Grillo, periodista de la Revista Semana, asistió como invitado a la asignatura Crítica de Medios, con el fin de analizar el cubrimiento que han dado los medios de comunicación colombianos a los actos terroristas ocurridos en Estados Unidos y al posterior conflicto bélico contra el terrorismo.

La periodista Mónica Puerta, quien dirige el portal de empleos Gestión Humana.com, indicó a los alumnos de Taller de Redacción cuáles son las nuevas formas de redacción para internet y medios electrónicos y las áreas en las cuales es posible abrir campos de trabajo a los periodistas.

Jorge Del Castillo, gerente de DIXIT S.A., fue invitado a la asignatura Gerencia de Medios que se dicta en noveno semestre.

## Premios Internacionales

Nombre	Area	Trabajo	Premio	Cierre
Concurso <i>Balnat</i>	Fotografía	Fotografía de paisajes montañosos	\$50.000 pts en material de montaña.	15 de noviembre
Premio Casa de Galicia	Literatura	Cuento	Primer premio \$75.000 pts	15 de noviembre
Becas cerveza y salud	Investigación	Investigaciones experimentales sobre la cerveza en relación con la salud y la nutrición	\$2.000.000. de pts para realizar la investigación en un centro en España	15 de noviembre
Premio Alfred Hitchcock	Literatura	Cuento Breve	Publicación en página web Publicación Impresa Porcentaje de 2% de dollar de la venta de los libros por mes Libro en formato electrónico en PDF o EXE.	28 de noviembre
Premio Azorín	Literatura	Novela	10.000.000 pts Publicación de Obra y difusión	30 de noviembre
Premio Martín I el Humano	Literatura	Novela Histórica	\$500.000 pts	30 de noviembre
Concurso Teidecolor	Fotografía	Fotos sobre viajes, La exploración, la aventura, la naturaleza y el medio ambiente.	Primer premio \$100.000 pts Segundo premio \$75.000 pts Tercer premio \$50.000 pts	30 de noviembre
Concurso La Cultura	Literatura	Cuento Breve	Obra de la escultora Diana Clerici Publicación en una página web durante tres meses	1 de diciembre
Premio Edelsa «Colección la Cuarta Consonante»	Literatura	Novela (profesores)	\$2.002 euros Publicación de la obra Porcentaje de 10% de los derechos de autor/anual	1 de diciembre
V Premio Primavera	Literatura	Novela	\$33.000.000 pts	5 de diciembre
Certamen Ciudad de Melilla	Literatura	Cuento breve sobre tema navideño	Primer premio \$125.000 pts Segundo premio \$75.000 pts Tercer premio \$25.000 pts	10 de diciembre
Premio Ciudad de Melilla	Literatura	Poesía Sobre tema navideño	Primer premio \$125.000 pts Segundo premio \$75.000 pts Tercer premio \$25.000 pts	10 de diciembre
Premios Arte Joven Latina 01	Literatura	Cuento breve	Primer premio \$100.000 pts Segundo premio \$50.000 pts Tercer premio \$25.000 pts	12 de diciembre
Certamen Diario de León	Literatura	Cuento breve	\$275.000 pts	16 de diciembre
Premio Gloria Fuertes para jóvenes	Literatura	Poesía	\$250.000 pts Edición en la colección «Gloria Fuertes»	31 de diciembre
III Certamen del Premio ATV Pilar Miró	Audiovisuales	Guines de películas para televisión	Primer premio \$5.000.000 pts Premio finalista \$ 1.000.000 pts	31 de enero / 02
Digital Photo Contest	Fotografía	Fotografía digital	Cámara digital al ganador de cada mes	Continuo

Si desea obtener mayor información acerca de alguno de estos premios escriba a: [ximena.cardoso@unisabana.edu.co](mailto:ximena.cardoso@unisabana.edu.co), especificando el(os) premio(s) en el(os) que está interesado(a)

OFICINA DE RELACIONES INTERNACIONALES UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
Casa Académica Piso 1, costado - Plaza de los Balcones Asesoría para estudios en el exterior: martes y jueves 9:00 am a 12:00 m y 2:00 pm a 5:00 pm.

16 Anaqueles

# La voz del crepúsculo

No soy más que un negro pelirrojo enamorado del mar, recibí una sólida educación colonial, de holandés, de negro y de inglés hay en mí, de modo que o no soy nadie o soy una nación

Derek Walcott, *El reino del caimito*

Por: Mónica Montes  
Docente Instituto de Humanidades  
Universidad de La Sabana



Encontrar, construir y dar testimonio de una identidad universal es un compromiso recurrente en las tendencias literarias de los últimos años; prueba de ello son los rasgos que sobresalen en las creaciones propuestas por un amplio porcentaje de autores que han merecido el Premio Nobel de Literatura durante las últimas décadas.

Ejemplos como la obra de Joseph Brodsky, Derek Walcott y el reciente Nobel -V.S. Naipul- confirman este postulado. Para ellos, buscar sus orígenes y entender los valores culturales de los que provienen es una invitación abierta para encontrar conexiones con tradiciones diversas y para contrarrestar los resentimientos o los remordimientos generados por los determinismos históricos, a través de una revisión crítica y renovada de los procesos.

Era eso a lo que se refería el antillano Derek Walcott cuando, en 1992, durante su discurso ante la Academia sueca, para recibir el Premio Nobel de Literatura, dijo: "La historia y el asombro elemental son siempre nuestro comienzo, porque el destino de la poesía es enamorarse del mundo a pesar de la historia".

La voz del crepúsculo, obra que compendia los ensayos más significativos de este autor, recoge sus reflexiones sobre el deber ser de la literatura, sus interpretaciones sobre la cultura de su país, sus cuestionamientos sobre la superficialidad con la que se aborda la historia, sus revisiones sobre la obra de algunos autores célebres -entre estos, Naipul y Brodski- con quienes comparte la preocupación por alcanzar universalidad en la definición del concepto "identidad".

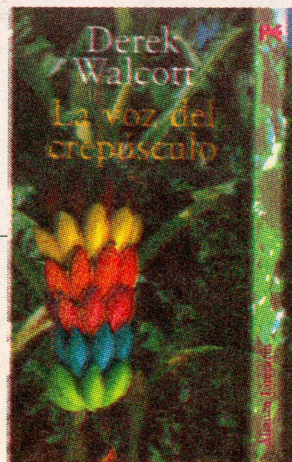
El libro reúne 14 documentos clasificados en tres apartados. El primero recoge tres ensayos que sintetizan su cosmovisión, el andamiaje de su obra.

Las Antillas: fragmentos de la memoria épica -discurso con el que recibió el Nobel- es uno de estos. La segunda parte está compuesta por sus análisis de autores diversos: Robert Lowell, Robert Frost, Ted Hughes y Ernest Hemingway, entre otros. La última parte es el relato Café Martinique.

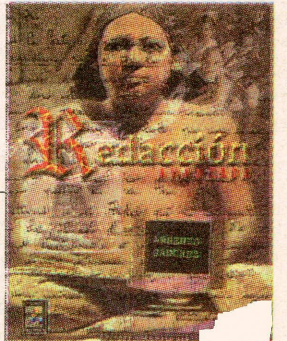
En Café Martinique, el autor da cuenta de las fusiones posibles en un café que, instalado en las Antillas, evoca la tradición francesa. El escenario se convertirá en pretexto para relatar las reflexiones de Maurice, un personaje que sintetiza en su postura las nociones que Walcott condena: es incapaz de afrontar su pasado y su raza le avergüenza.

Al final, Walcott le escribirá una carta. Sus consideraciones aparecerán bajo la pluma de Madame Vigée-Lebrun. Las palabras que concluyen su misiva serán, al mismo tiempo, una síntesis de su postura, la tesis de su voz del crepúsculo: "...El siglo ha cambiado... Por mucho que lo odies, eres tú quien cree en el tiempo, en la historia. Permíteme que te lleve la contraria. Eres tú el que espera. Y sólo tú sabes qué esperas. Mientras tanto, los demás tenemos cosas que hacer. Avanzamos".

Título: La voz del crepúsculo  
Autor: Derek Walcott,  
Editorial Alianza Literaria,  
España, 2000,  
traducción de: Catalina Martínez M.  
No. de páginas: 328 páginas



## Gramática actual



Título: Redacción Avanzada  
Autor: Arsenio Sánchez  
Editorial: Thomson  
No. De páginas: 558

Hablar de comunicación humana es centrarse en el complejo sistema conformado por los significados y significantes de los signos y símbolos verbales y no verbales, sistema que requiere su codificación y decodificación con el fin de facilitar a las personas decir lo que quieren comunicar en el momento oportuno y a través de la palabras hablada o escrita.

Para esta última comunicación el autor hace un inmenso recorrido por 18 capítulos para tratar los temas de la gramática, desde la fonación, hasta las palabras y locuciones latinas. La obra se divide en seis unidades didácticas que abordan con rigor académico la temática de la comunicación, la lengua oral, la lengua escrita, la lectura como fuente de información, la redacción con un amplio estudio del texto escrito y sus formas especiales.

Estos capítulos que se acompañan de ejercicios y talleres para su elaboración individual o en grupo e incluye fragmentos de obras clásicas con las cuales se ejemplifica el uso de la función gramatical para hacer posible la mejor y amena comprensión del contenido temático.

Esta obra se pone a disposición de docentes universitarios que deben desarrollar en los contenidos de sus asignaturas temas relacionados con la gramática del español, la ortografía y la redacción periodística, comercial y publicitaria.

Es hora de suscribirse a

En directo

Universidad de La Sabana  
Campus Universitario Puente del Común,  
Km. 21 Autopista Norte, Bogotá,  
Cundinamarca, Colombia.

Teléfono:  
8615555 exte. 1907/08/10  
Fax: 8618517  
e-mail: endirecto@unisabana.edu.co