

## EDITORIAL

**T**oda discusión valorativa sobre la conducta de los medios y los profesionales de las comunicaciones deriva, tarde o temprano, hacia el ámbito de la ética profesional y empresarial. En el debate se advierte la necesidad de criterios elementales de carácter moral para juzgar y orientar el comportamiento histórico y social de los comunicadores.

En el módulo sobre ética de Chasqui 41 exploramos la realidad cotidiana en que se desenvuelven profesionales y medios: las dificultades laborales, las presiones comerciales, la incidencia del poder en la función editorial, las amenazas a la libertad de expresión y a la seguridad física y psíquica del comunicador. Los artículos de Humberto López López, Norman Solomon, Rudolf Prevrátil, Joel Solomon y Ana Lucía Bravo abordan distintos aspectos de este tema.

Paralelamente, Gabriel Jaime Pérez propone una ética fundamentadora que sirva de guía para la conducta individual y colectiva del comunicador. Otros autores opinan sobre la utilidad de la codificación deontológica de deberes y derechos en sociedades donde el periodista aún arriesga su vida en su intento de informar, y donde los sistemas judiciales, lejos de ser imparciales, responden a los desequilibrios del poder y los recursos.

En la nueva sección "Autocríticas y contrapuntos" abrimos dos debates que esperamos continúen en las próximas ediciones. Márquez de Melo desentierra el tema del Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones (NOMIC) para plantear las críticas y autocríticas que considera indispensables para poner al día las actitudes de los académicos y profesionales de las comunicaciones en América Latina. Desde una perspectiva psicoanalítica tradicionalmente excluida de las ciencias sociales en América Latina, Allan Castelnuovo llama a reflexionar sobre la diversidad de cosmovisiones que coexisten en nuestras sociedades y su impacto sobre la posibilidad comunicativa.

Las entrevistas con el argentino Arturo Andrés Roig, el cubano Salvador Morales y el venezolano Antonio Pasquali también revisan las ideas que guiaron la acción en comunicaciones en décadas pasadas y su proyección futura.

Las campañas de comunicación social son el objeto de análisis de nuestro segundo módulo. Juan Díaz Bordenave presenta un marco teórico y un modelo práctico para la organización de las campañas. La experiencia de dos campañas de UNICEF en favor de la infancia en Ecuador y El Salvador sugieren innovaciones organizativas en otras áreas del trabajo social. Marco Encalada revisa las limitaciones que enfrentan los programas de comunicación en la defensa ambiental. Luis E. Proaño y Sandra Massoni destacan desde perspectivas distintas la importancia de conocer a fondo a los receptores y protagonistas de las campañas.

Incluimos en esta edición, correspondiente a enero-marzo de 1992, algunas de las actividades que CIESPAL realizará en capacitación, televisión, radio y sus programas de investigación y publicaciones.

En Chasqui 42 nos acercaremos más a los profesionales y medios de comunicación de masas en América Latina. Los reporteros, editores y productores de medios gráficos y electrónicos tienen mucho que aportar al debate académico y a la reflexión teórica sobre comunicaciones. Nos interesa hacer conocer los procesos en curso dentro de algunos medios importantes de la región en relación a los cambios económicos y políticos que se desarrollan en todos nuestros países. En el futuro esperamos poder ofrecer a nuestros lectores aportes importantes de colegas inmersos en la labor cotidiana de las comunicaciones en el continente.



Gino Lofredo

# Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

## Director

Asdrúbal de la Torre

## Editor

Gino Lofredo

## Director de Publicaciones

Nelson Dávila

## Comité Editorial Ejecutivo

Jorge Mantilla  
Edgar Jaramillo  
Fausto Jaramillo  
Gloria Dávila  
Lucía Lemos  
Ma. del Carmen Cevallos  
Francisco Ordóñez

## Consejo Asesor Internacional

Luis Ramiro Beltrán (Bolivia)  
Reinhard Keune (Alemania)  
Humberto López (Colombia)  
Francisco Prieto (México)  
Luis Rivera (Puerto Rico)

## Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la Universidad Central del Ecuador  
Luis Castro, UNP,  
Fernando Chamorro, UNESCO,  
Flavio de Almeida Sales, OEA,  
Rubén Astudillo,  
Min. Relaciones Exteriores,  
Rodrigo Rangles, Min. Educación,  
Louis Hanna, AER,  
Alba Chávez de Alvarado, Universidad Estatal de Guayaquil

## Diseño

Martha Rodríguez

## Asistente de Edición

Wilman Sánchez León

## Portada

Eduardo Cayón, Jaime Pozo

## Impreso

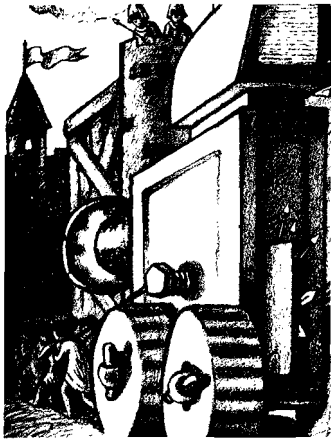
Editorial QUIPUS - CIESPAL  
Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI

CHASQUI es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584, Quito-Ecuador  
Telf. 544-624, Telex: 22474 CIESPAL ED.  
Fax (593-2)502-487

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

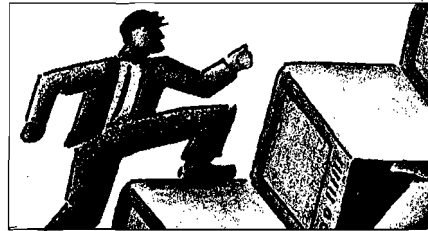
## Ética: encubrimiento o transparencia



Los medios y sus profesionales no satisfacen las necesidades informativas y culturales de nuestras sociedades. Hoy las exigencias ciudadanas y el espacio político son más amplios que la voluntad y capacidad de comunicar. Urge rescatar la ética fundamentadora de la información y la entretención para responder a los cambios en curso.

- 6 Ética, comunicación y violencia, *Gabriel Jaime Pérez*
- 12 El alto riesgo de informar en América Latina, *Joel Solomon*
- 18 Periodismo en tiempos de guerra, *Rudolf Prevrátil*
- 22 La ética cotidiana de la teleficción, *Valerio Fuenzalida*
- 25 De códigos, necesidades y tentaciones, *Rubén Astudillo*
- 26 Colombia: crece el control de grupos financieros en los medios, *Humberto López López*
- 28 Medios y clanes financieros, *Rafael Santos*
- 29 Los medios y la Constitución de 1991, *María Teresa Herrán*
- 32 Ética y poder en el periodismo norteamericano, *Norman Solomon*
- 36 Crítica a Solomon, *Bryna Brennan*
- 39 Francia: rentables travesuras del periodismo vedette, *Ana Lucía Bravo*
- 41 Bondades éticas del infoperiodismo, *Juan Manuel de Pablos*

## Autocríticas y contrapuntos

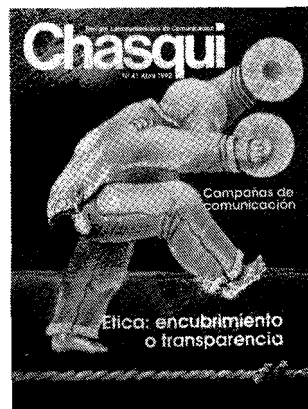


Las comunicaciones en América Latina carecen del marco conceptual adecuado para el fin de siglo en el continente. La búsqueda de orientación se inicia con la reflexión sobre lo pensado e intentado en las últimas décadas.

- 46 Autocrítica para el rescate del NOMIC, *José Marquez de Melo*
- 50 Psicoanálisis y comunicación: la existencia del otro, *Allan Castelnuovo*

## Entrevistas

- 55 Arturo Andrés Roig: la utopía de la transparencia, *Wilman Sánchez*
- 59 Salvador Morales: la ética de la Revolución, *Martha Rodríguez*
- 62 Antonio Pasquali: ¿Crisis de liderazgo?, *Ricardo Hays*



## Nuestra Portada

El pastel "Estudio de Percusión" y el óleo "La niña de azul", reproducidos en nuestra portada y contraportada son de Eduardo Cayón. El pintor colombiano nació en Santa Marta en 1946 y reside actualmente en Quito.

Talleres Cayón. Apartado 17-12-392.

Quito-Ecuador Telf. 231-631

## Campañas de comunicación



Las campañas de comunicación social se multiplican en América Latina. Sus impactos son cuestionables y cuestionados. Los frecuentes fracasos están ligados al insuficiente conocimiento del receptor, ciudadano o cliente de los bien intencionados esfuerzos.

- 66 La campaña como intervención social, *Juan Díaz Bordenave*
- 70 UNICEF - Campañas por la infancia. Medios, organización y participación.
- 71 ¿La democracia es asunto de niños?, UNICEF-Ecuador, *Javier Ponce Cevallos*
- 74 Entre la guerra y la paz, UNICEF-EI Salvador, *Hernán Jaramillo*
- 76 Lluvias, parálisis y desinformación, *Marco Encalada*
- 81 ¿Cómo seducir a un turista?, *Luis E. Proaño*
- 85 Los destinatarios como protagonistas, *Sandra Massoni*
- 89 ¿Por qué fracasan las campañas?, *Andrea Castelnuovo*

- 2 Editorial
- 3 CIESPAL '92 - Actividades
- 94 Organizaciones de Comunicación: UNESCO
- 96 Noticias
- 99 Reseñas

## EL SALVADOR

# Entre la guerra y la paz



Diario Hoy

**Hernán Jaramillo**

coordinación entre las entidades ejecutoras, la inadecuada selección de los núcleos de población y, obviamente, la incapacidad de llegar a los territorios controlados por los grupos guerrilleros.

El gobierno tampoco estaba preparado, para otra campaña porque no tenían vacunas disponibles. Faltaba la necesaria "cadena de frío" para conservar las vacunas. No había programación, ni mucho menos ánimo y moral entre el personal y los funcionarios que participaban en la campaña. No se contaba ni con el apoyo logístico ni con una adecuada promoción por radio, televisión y prensa.

El gobierno salvadoreño, UNICEF y la Organización Mundial de la Salud (OMS) organizaron una misión evaluadora y diseñaron los planes de la campaña. Se recomendó la vacunación de todos los niños en todo el territorio de El Salvador y montaron una intensa campaña de promoción. Se establecieron mecanismos de control y de seguimiento. A todos estos aprestos organizativos, se unirían varios organismos oficiales y otros no gubernamentales. Solamente de este modo se lograría el éxito total.

La iglesia católica ha desempeñado un rol muy importante en la sociedad salvadoreña y, específicamente, en la defensa de los derechos humanos y en la protección de los pobres. Por eso ha tenido la confianza de muchos grupos, entre los cuales se cuentan algunas facciones guerrilleras. UNICEF y la iglesia católica coordinaron sus actividades desde el inicio de la planificación.

La tarea mediadora de la iglesia fue crucial en todo el proceso. La iglesia fue informada periódicamente de todos los avances de la campaña. Las

**T**ras la tormenta viene la calma. Aún en la crudeza de la guerra se pueden dar momentos de tranquilidad y abrirse espacios de sosiego y meditación. Durante la guerra civil salvadoreña, recién finalizada, se pudo disfrutar momentos de tregua para la población civil envuelta en el conflicto, especialmente los niños y las mujeres.

En una de esas pausas en 1985 UNICEF organizó una campaña de

vacunación infantil, que pasó a ser un referente en el largo y tedioso proceso de paz, que culminó en diciembre de 1991. Fueron días de febril movilización y esperanzadora actividad. Fueron fechas para recordar, no sólo en esa nación, sino en otras partes del mundo en conflicto. Estos días de tranquilidad abrieron el camino a los esperanzadores "corredores de paz" en otros países del mundo.

Previo al inicio de la campaña, se comprobó que anteriores vacunaciones masivas entre los desplazados de la guerra, habían fracasado por falta de

**Hernán Jaramillo.** Coordinador de Programas que UNICEF desarrolla en Guatemala.

restricciones de llegar a las áreas de conflicto se discutieron y se analizaron. Estas discusiones fueron comunicadas por la iglesia a los líderes guerrilleros. También sirvió de canal para hacer llegar hasta los grupos guerrilleros todo el material educativo de apoyo para la campaña.

Los representantes de la iglesia con frecuencia se reunieron con el Comandante del Ejército, con el fin de conseguir una tregua de las operaciones militares por unos días, antes y durante la campaña. Igualmente la iglesia también transmitió a UNICEF las dificultades encontradas en las discusiones con los líderes guerrilleros.

La Cruz Roja Internacional se hizo presente con ayuda humanitaria para las familias de las áreas en conflicto o en las controladas por la guerrilla. Pudo llegar a estos sitios gracias a un permiso especial que le concedió el ejército. De este modo, pudieron llevar las vacunas y los equipos de apoyo, no obstante que en algunas ocasiones estuvieron expuestos a graves peligros. Los grupos guerrilleros solamente aceptaron el material médico y la ayuda de UNICEF que llevaron los voluntarios de la Cruz Roja. No querían saber nada de la ayuda que proviniera del gobierno.

También fue muy valiosa la colaboración prestada por el régimen. Fue vital la intervención del entonces presidente Duarte para lograr la cooperación decidida del ejército. Facilitó su oficina de información y otros medios de los que disponía, evitó que su propio partido político aprovechara la campaña de vacunación para sacar ventajas electorales. "Debo moverme sobre el filo de una navaja", dijo el mandatario en algún momento.

El ministerio de salud apoyó activamente la campaña y tomó parte en todas las reuniones de coordinación. Sin embargo, el personal del ministerio, a diferencia del Ministro, se mostró apático. Este desgano se explica fácilmente porque a los empleados públicos generalmente no se les toma en cuenta para decidir asuntos importantes y porque la guerra ya los tenía fatigados.

Por su parte, UNICEF sostuvo diálogos permanentemente con todas las partes involucradas en la campaña, con constante intercambio de experiencias, consultas frecuentes, respeto y



*La vacunación infantil fue un desvío hacia la paz*

comprensión para las diferentes ideas expresadas.

Los grupos insurgentes desconfiaron inicialmente, porque pensaban que el gobierno la capitalizaría políticamente. Cuando el proceso organizativo avanzó, los grupos guerrilleros entendieron que el asunto iba en serio y decidieron colaborar, pero con UNICEF, no con el gobierno. Aceptaron la tregua, promocionaron intensamente la campaña. La radiodifusora insurgente "Radio Venceremos" difundió ampliamente los objetivos y animó a sus seguidores para que prestaran el mayor apoyo posible a los equipos de vacunación.

#### **EVALUACION DE LA CAMPAÑA**

Terminada la campaña de vacunación sacamos algunas conclusiones. Primero, al menos por unos días, renació la esperanza y el optimismo en un país asolado por la guerra. A través de la campaña, todos los organismos involucrados se encontraron con el pueblo, conocieron directamente los problemas y el estado de pobreza generalizada del país. Por primera vez llegó ayuda a muchos sitios olvidados y renació la fe en la vida y la esperanza de alcanzar una paz duradera. Segundo, el pesimismo y desgano de la burocracia oficial cambió cuando se hizo evidente el apoyo internacional y la seriedad del esfuerzo invertido en la campaña. En muchos sitios, esta campaña fue la única presencia del Estado en muchos años.

Otra lección aprendida es que vacunar niños y prestar ayuda humanitaria a mujeres necesitadas, es un elemento catalizador que facilita puntos de encuentro entre bandos opuestos. Los niños son un factor importante para obtener la paz.

Así mismo, es de notar que agencias internacionales (UNICEF, OPS) y organismos no gubernamentales (Iglesia Católica), realmente pueden desempeñar un rol importante en el acercamiento de partes en conflicto. El optimismo y la buena voluntad son contagiosos y debe estimularse este contagio.

En años posteriores, y como una buena consecuencia de estos días de tranquilidad, fue posible realizar 17 nuevas campañas nacionales de vacunación sin necesidad de establecer períodos especiales de tregua. La infraestructura de la campaña inicial se mantuvo intacta en más de 60 organizaciones no gubernamentales. Las nuevas campañas se realizaron con más facilidad, apoyándose en las experiencias acumuladas.

Finalmente, la sociedad salvadoreña enfrenta un nuevo desafío: la reconstrucción del país después de una década perdida en la vorágine de la violencia, el deterioro económico y la falta de oportunidades para el desarrollo humano de la población. Las negociaciones entre el gobierno y la guerrilla llegaron a su fin, con el auspicio del Secretario General de las Naciones Unidas. Es un buen augurio para una paz duradera. ❁