

# PUBLICACIONES

***La muerte como espectáculo:  
la difusión de la violencia en Internet  
y sus implicaciones éticas.***  
**Michela Marzano (2010). Barcelona:  
Tusquets. 118 págs.**

**Ana María Pozo de la Torre  
Universidad de los Hemisferios**

Muchas veces creemos -la historia nos convence- que los espectáculos del circo romano, en los que la multitud se congregaba para ver la tortura y la muerte de esclavos o cristianos, se han terminado. La filósofa italiana Michela Marzano, sin embargo, nos recuerda que cada época tiene los combates de gladiadores que se merece. En el siglo XXI, gracias a la consolidación de nuevas tecnologías, nos enfrentamos a nuevos espectáculos en los que la crueldad y la muerte vuelven a ser el contenido que nos horroriza, nos cuestiona o, simplemente, nos entretiene. La afirmación es siniestra pero resulta mucho más atroz si pensamos que puede ser posible. En su ensayo *La muerte como espectáculo*, Marzano se plantea es-

tudiar la violencia real, en el formato de las llamadas *snuff movies*, puesta al alcance de todos los usuarios potenciales de la red. Sostiene que estas imágenes extremas que hacen de la crueldad un espectáculo generan una nueva forma de barbarie -la indiferencia- mucho más peligrosa justamente porque nace de las bases institucionales de la civilización. El texto se estructura en tres capítulos. En el primero, aborda de manera expositiva y clara el fenómeno de la *realidad-horror*, expresado en las películas *snuff*; en el segundo, analiza la cultura que se genera y se transmite en estos videos y, en el último, busca, desde una perspectiva ética, entrever una posible solución o, al menos, un criterio de análisis para la comprensión de este fenómeno.

El objetivo de las películas *snuff* es el de escenificar la muerte real de un individuo para visionar la humillación, el sufrimiento y, finalmente, la muerte. A partir de los años setenta, se empezó a utilizar la expresión *snuff* y si bien surgió el rumor de la existencia de este tipo de películas ninguna prueba formal pudo confirmar su existencia real. No obstante, la industria cinematográfica se apropió del fenómeno y produjo cierto número de ficciones. La autora sostiene que los primeros videos *snuff*, conocidos y divulgados, datan del año 2000.

En ellos se reproducen las imágenes de los malos tratos y asesinatos de civiles durante los enfrentamientos de Chechenia. Eran videos realizados por policías chechenos, los encargados de restablecer el orden, en el que filmaban sus crímenes con teléfonos celulares.

Según Marzano, un hito clave para el desarrollo de este tipo de videos supuso la invasión de Afganistán. Las secuelas de la guerra produjeron un cambio de naturaleza en las películas *snuff*, puesto que los islamistas se apropiaron del género para convertirlo en una herramienta de propaganda. Con esta afirmación, la filósofa italiana, que describe detalladamente las degollaciones de periodistas, comerciantes, traductores *-occidentales-* por parte de grupos islamistas, otorga a estos videos terroristas el sentido y el contenido de lo *snuff*, de modo que cae en la imprecisión de utilizar una categoría de Occidente para analizar un hecho cuyas bases de fondo desconocemos. Por otra parte, no analiza concretamente las implicaciones de la instrumentalización de estos videos como propaganda. Sin embargo, el hecho de que sean descritos como *propaganda* nos lleva a inferir como su paso para ser incluidos dentro del comercio comunicativo estaba cerca. Si Occidente los consideraba como una propaganda, aunque sea una propaganda del horror, ¿por qué no consumirla?

Estos videos, que se colgaron rápidamente en Internet, cada vez se hicieron más populares. Se abrieron páginas exclusivas que los vinculó con videos pornográficos, sadomasoquistas y con los *happy slapping*. Se instauraron foros en los que se promocionaba que estos videos formaban parte del derecho a la información. Este hecho demostró que lo *snuff* no era un fenómeno exclusivo del mundo islamista. Así pues, los países occidentales se acostumbraban poco a poco, y al mismo tiempo, a los espectáculos de violencia extrema. Se trataba, según la autora, de ficciones o de videojuegos y no de violencia real, sin embargo, establecieron una nueva retórica en la sensibilidad del espectador. Este aspecto resulta central para comprender el límite ambivalente entre realidad y ficción. El fenómeno de lo *snuff*, aunque la autora no lo aclara, nace de la conjunción de ficción y realidad, puesto que si se adquirió la costumbre de mirar imágenes de extrema violencia, ¿por qué contentarse con la ficción-horror y no acceder al horror-real?

En el horror-real no existen las mediaciones

que la representación canónica exige y, por ello, no existe una visión que pueda sublimar el terror. La autora sostiene que cuando una imagen muestra la realidad de la violencia y el horror sin ninguna forma de mediación, la mirada crítica se anula porque se ve enturbiada por la violencia extrema y difusa. Por esta razón, los videos *snuff* han implantado la cultura de la insensibilidad. Dentro de este contexto, el aspecto más interesante que la autora desarrolla es cuando vincula esta nueva cultura con la clásica oposición entre civilización y barbarie. ¿Se pueden calificar la fabricación, la difusión y la visión repetida de la tortura y la humillación como un retroceso de la civilización?

El proceso civilizatorio tiene como objetivo reducir las manifestaciones de las pulsiones humanas, pero, se pregunta la filósofa italiana, ¿podemos realmente dominar sin consecuencias estas pulsiones?, ¿qué ocurre cuando se olvida que el hombre no es únicamente un ser razonable? Sostiene, al igual que Freud, que la barbarie es un "rasgo indestructible" del ser humano que pone en evidencia nuestra naturaleza ambivalente. En este sentido, las pulsiones nunca pueden ser eliminadas a riesgo de generar un verdadero "malesstar en la civilización". Solo pueden ser encauzadas o contrarrestadas.

La filósofa italiana llega a la conclusión de que la barbarie nunca dominada por la civilización y ahora representada por la cultura de la indiferencia debe ser contrarrestada con la cultura de la compasión. En la cultura de la indiferencia, percibimos la realidad como una imagen virtual y, por esto, el sujeto que es torturado y que muere se convierte en un ente cosificado y deshumanizado. El horror se instala, sin ningún esfuerzo, en nuestra vida cotidiana. La ética debe ser rescatada de las bibliotecas porque es el único medio para combatir la cultura de la indiferencia. La ética de la compasión -diferente a lo compasional que sería la emoción fácil que va hacia uno mismo e intenta embellecer, por medio de otro, la bonita imagen que uno mismo se fabrica- tiende a eliminar la distancia entre el *yo* y el *otro* y constituye uno de los fundamentos del sentimiento de justicia. La compasión nos lleva a no neutralizar, ni cosificar, ni deshumanizar al otro. La compasión, por tanto, nos permite contener la crueldad.

Marzano se pregunta, entonces, cómo seguir siendo civilizado en una sociedad regida por el imperio de la imagen, la ley del espectáculo y donde el pensamiento y la "recta razón", paran-

gones de la civilización, tienen dificultades para encontrar su lugar. El último capítulo, ciertamente más débil y menos argumentado que los anteriores, esboza, entonces, posibles soluciones para enfrentar el fenómeno de lo *snuff*. En primer lugar, no es posible reaccionar a la violencia con la violencia de la prohibición, puesto que la censura sistemática daría lugar a consecuencias peligrosas. Sin embargo, desde los ámbitos de enseñanza, es importante trabajar para que no se confunda el derecho a la información legítima con la realidad-horror, puesto que este último fenómeno no añade información, sino que más bien deforma el sentido humano del derecho a la información. Informar significa sensibilizar al público hacia el problema de la realidad-horror y hacer comprender el papel de la compasión en el respeto de los derechos humanos. Solo así, defiende Marzano, se puede construir un dique que ayude a contrarrestar la crueldad bárbara e impida que la realidad-horror se compare con el derecho a saber.

*La muerte como espectáculo* es un ensayo que busca comprender el por qué la tortura y la muerte se han convertido en una práctica audiovisual y comunicativa cuyo auge apenas se empieza a vislumbrar. El texto plantea numerosos interrogantes, pero tal vez sean más importantes aquellos que surgen cuando terminamos de leer. Así pues, la autora no se pregunta de manera concreta si no ha sido la propia civilización la que normalizó ciertas prácticas de terror, por ejemplo la pena de muerte, de modo que, unida al desarrollo de la industria cultural, provocó el nacimiento de lo *snuff*. Dicho de otro modo, ¿no han sido los cimientos de la civilización, llevados hacia el extremo, los que han ocasionado perturbaciones en nuestra conducta?

### ***Lo que no se dice no es: comunicación y marketing municipal.***

**Daniel Ivoscus (2007). Buenos Aires: Sudamericana. 248 págs.**

**Harry Martín Dorn Holmann  
Universidad de Los Hemisferios**

El argentino Daniel Ivoscus escribe *Lo que no se dice no es: comunicación y marketing municipal*, pro-

ducto de su experiencia como asesor de políticos de su país. Su propuesta, ahora se orienta a la gestión municipal, ligada esta a lo que es el día a día de una ciudad y sus problemas. En este contexto, la obra es llamativa aunque su campo sea el del ya conocido marketing político.

En los primeros capítulos del libro, el autor desarrolla temas relacionados con el valor agregado de la comunicación, "de las palabras a los hechos", y cuáles son las claves de una comunicación exitosa, pues, tan importante como hacer, es comunicar, generar valores y construir así una buena imagen institucional.

Ivoscus argumenta con un discurso sencillo y carente de soberbia académica acerca de la importancia actual de los organismos seccionales en un mundo globalizado, acerca del veredicto ciudadano como práctica democrática diaria, verdadera y directa, y la importancia de la comunicación en términos de utilidad electoral.

En capítulos posteriores, Ivoscus se refiere a la importancia del *marketing* político y del *marketing* municipal, basado en servicios públicos de calidad para gestar credibilidad y buena imagen organizacional, donde la buena gestión supera y trasciende el discurso hacia lo empíricamente demostrable como sustento y validación de un buen gobierno.

Llama la atención el desarrollo del concepto de gestión, definido como acción pura a través de la cual se miden niveles de eficiencia y competitividad por parte de las autoridades seccionales, lo cual repercute de manera inmediata en lo que el autor denomina el "humor social".

En el libro, *Lo que no se dice no es: comunicación y marketing municipal*, Daniel Ivoscus ratifica una vez más la importancia de los procesos de descentralización de los servicios públicos, y la necesidad de reducir distancias entre ciudadanos y funcionarios públicos, entre la base clientelar y las instituciones seccionales, entre el origen de las expectativas y necesidades sociales y los generadores de soluciones. El crecimiento demográfico, el desarrollo urbano, y los requerimientos de servicios son cada vez mayores, lo que obliga a una mayor comunicación entre gobernantes y gobernados, entre ciudadanos y funcionarios públicos, entre la sociedad civil y la sociedad política.

En tal virtud, el autor insiste en la necesidad de comunicarse, pero, insiste en una comunicación de doble vía: aquélla que permite conocer sobre las aspiraciones, necesidades, reivindicaciones

ciones y requerimientos de las poblaciones, y aquella que informa, da a conocer y facilita el goce y uso pleno de los bienes y servicios a disposición de la comunidad.

En definitiva, las promesas electorales y los compromisos de la clase política revisten hoy en día una obligación sujeta al control ciudadano directo, gracias a las nuevas tecnología de la información y a una militancia política más activa y eficiente. En consecuencia, el éxito electoral y los nuevos liderazgos surgen de la capacidad de entender las necesidades ciudadanas, solucionar los problemas y llenar las aspiraciones de la comunidad, mediante una comunicación constante que permita diagnosticar, planificar, decidir y lograr los objetivos comunitarios auténticos, haciendo conocer a la comunidad de tales resultados, porque, si no lo dicen, no se sabe, y por tanto, no se dieron.

### ***La niebla y la brújula.***

**Javier Darío Restrepo (2008). Bogotá:  
Debate. 315 págs.**

**Paulina Escobar  
Universidad de las Américas**

Los dilemas a los que conduce a diario el ejercicio del periodismo y las alternativas que existen para enfrentar el reto de ser periodista en la actualidad son los principales temas que se abordan en *La niebla y la brújula*, obra de Javier Darío Restrepo, periodista colombiano y uno de los referentes éticos del periodismo en América Latina. Los diversos temas son una especie de compilación de sus exposiciones en talleres y seminarios, así como de sus experiencias como periodista durante más de 50 años.

El libro está dividido en dos partes. La primera, bajo el nombre de "La Niebla", tiene que ver con un panorama en el que se conjugan las dificultades, problemas y dilemas del periodismo frente a los conceptos de libertad, el desafío que representa el uso de la tecnología y la forma en que la prensa trata los temas. En la segunda parte, "La Brújula", el autor usa la metáfora de que aún en la niebla más espesa se puede ver la luz; esto para hablar sobre el reto que significa ver al futuro en medio de dilemas. Aquí la ética es un referente

y la esperanza una guía para lo que el periodismo tiene la capacidad de hacer y lo que se propone ser.

Son varios los temas que expone Javier Darío Restrepo como evidencia del ejercicio del periodismo y como posibilidad de reflexión. Por ejemplo, destaca el valor de reconocer los distintos tipos de libertad, para ejercer una verdadera libertad de expresión; el papel de las radios comunitarias en el desarrollo y en la identidad cultural de los pueblos, así como la acción "evangelizadora", alienante de Internet, pero a la vez de aporte que puede tener, según sus usos.

Sin embargo, los temas relevantes que se vislumbran en medio de "La Niebla" son los dilemas del cómo hacer periodismo y la búsqueda de la razón de ser del periodismo.

Por una parte, advierte el riesgo de que, al igual que muchos regímenes políticos, el poder mediático puede caer en prácticas totalitarias al imponer una sola voz, y no todo un contexto político, por ejemplo. En cuanto a los temas de justicia, el riesgo que subraya es que los periodistas se conviertan en espectadores de un "teatro" y no de un juicio, cuando todo apunta a un escenario montado y frente al cual el periodista se limita a registrar los hechos; respecto a la diferencia entre los tiempos lentos de la justicia al resolver casos y la urgencia de los periodistas para tratarlos, sugiere un término medio para una ágil operación de la justicia, así como un manejo menos precipitado de los casos por parte de la prensa. Así mismo, sugiere la necesidad de presumir la inocencia de los acusados, pues se corre el riesgo de que los medios "hagan justicia por su propia mano" y sancionen más rápido que un juez.

Por otra parte, expone al periodismo frente a la publicidad oficial y explica el riesgo de que a mayor publicidad siempre habrá menor independencia. Se analizan casos del manejo publicitario en otros países, como en Francia donde el gobierno prefiere la publicidad en TV que en diarios; y casos extremos como en Perú y Venezuela, donde existen periódicos populares que reciben subsidios del gobierno para poder subsistir.

Además, plantea la posibilidad de hacer una especie de trinchera en la redacción sobre la base de factores clave para los periodistas, como la identidad profesional, así como factores para el ejercicio responsable del periodismo. El cómo hacer periodismo también tiene que ver con la objetividad, vista como un objetivo.

Frente a un panorama donde la responsabilidad y la ética marcan un periodismo de calidad, un verdadero periodismo, es importante resaltar las propuestas que hace Javier Darío Restrepo, en la segunda parte de su obra.

En primer lugar, destaca la necesidad de cambiar casi con urgencia la falsa idea del concepto de solidaridad. Al comprender que no es compasión o caridad, sino la oportunidad de dar los enfoques de los temas, se podrá ser capaces de visualizar a las personas como actores del cambio en su entorno y ante la historia. En un mismo plano, destaca la validez del perdón para reconstruir la historia, enfrentar a ofensores y ofendidos para mirar hacia el futuro, pues no se puede registrar la ofensa sin la contraparte, sin el contexto.

En segundo lugar, destaca la importancia de lograr un buen periodismo, aunque -reconoce- la historia demuestra que el periodismo de calidad no tiene aún patrones fijos. Sin embargo, por una parte, propone a la ética como el alma de la calidad y como la evidencia de la pasión por la verdad, y, por otro lado, destaca los esfuerzos que se han hecho entorno a definir parámetros de calidad, donde predomina la autonomía de los medios respecto a intereses ajenos y el ciudadano como actor y destinatario de la información, por ejemplo.

En tercer lugar, plantea que el periodismo del futuro, el periodismo posible y responsable en el futuro es el periodismo de propuesta. Sin propuesta -reflexiona a lo largo de la segunda parte- no puede haber esperanza y sin esperanza no se puede mirar al futuro. Solo el periodismo de propuesta será capaz de entender que parte de su servicio "...es crear inconformidad con lo existente en busca de una realidad mejor...".

La posibilidad y única alternativa de hacer periodismo, desde la ética es una constante durante toda la obra de Javier Darío Restrepo. Sin embargo, el tema que más ha cautivado nuestra atención y reflexión es el de los retos para el periodismo de hoy.

Coincidimos en que si hay algo que agradecer a Internet es que nos ha llevado a los periodistas a reflexionar sobre la identidad profesional. Si gracias a las herramientas tecnológicas y los aparatos electrónicos todos pueden publicar información e imágenes en la red, ¿para qué están los periodistas? O ¿para qué van los jóvenes a las universidades a estudiar periodismo?

El creer que hoy todos pueden hacer perio-

dismo nos debe conducir al primer reto: rescatar el verdadero rol del periodista que, como lo señala Restrepo, es casi una misión social: la búsqueda de la verdad.

Asumir el periodismo con ética implica el mejor encuentro con lo mejor de uno mismo y representa el segundo reto periodístico. Javier Darío Restrepo señala que el código de ética no debe entenderse como un código de policía que presume el cumplimiento de obligaciones en "presencia de una autoridad".

El tercer reto debe ser, saber cómo contar historias, sin descuidar nuestra esencia como seres humanos. Mejores seres humanos, siempre serán capaces de ser mejores seres profesionales.

### ***Nota (R) Roja.***

**Marco Lara Klhar y Francesc Barata  
(2009). México, D.F.: Debate. 340 págs.**

**Fernando Salme**

**Universidad de Los Hemisferios**

Cuando miramos los productos comunicacionales que se transmiten en los medios de comunicación, especialmente aquéllos que hacen referencia a la seguridad ciudadana, notamos la necesidad inminente de replantear su tratamiento. La denominada "crónica roja", por el mal trato brindado a su quehacer, se ha convertido en un género repudiado pero que, paradójicamente, gana espacio en los rotativos, así como en la radio y la televisión.

Un interesante libro que abarca el tema y nos habla de la historia y el desarrollo de esta parte del periodismo es el trabajo presentado por Marco Lara Klhar y Francesc Barata: *Nota (N) Roja*. El primero, mexicano, y el segundo, español, son expertos en comunicación, quienes ante la necesidad manifiesta de replantear la cobertura periodística de hechos de seguridad pública, justicia penal y las referidas a desgracias sociales y personales, redactaron el libro que comentamos luego de una larga y profunda investigación realizada básicamente en México.

El subtítulo del libro dice: "La vibrante historia de un género y una nueva manera de informar", y en efecto, a lo largo de las 360 páginas de la obra los autores pasan revista al origen del pe-

riodismo y de la crónica o nota roja. Escriben sobre el posicionamiento del término y su degeneración. A renglón seguido profundizan en la ética periodística y el derecho ciudadano. La seguridad pública, la justicia penal y la industria periodística. Finalmente, proponen una guía mínima para el comunicador que cubre la fuente y rematan abordando varios conceptos que deben estar vigentes en el día a día del reportero.

La "nota roja", dicen Lara y Barata, por sus orígenes y por la coyuntura social en la que se desarrolló, sirvió como un reproductor de los prejuicios y los etiquetamientos sociales de las distintas épocas. A través de ese producto comunicacional se expusieron los hechos y se juzgó y se condenó a los involucrados violando todo derecho de las víctimas, los familiares de estas y también de los supuestos victimarios. Los hechos fueron "reducidos a un tratamiento superficial y alarmista, legitiman violaciones a los derechos humanos, gestionan el miedo social y/o representan escenarios que eventualmente incentivan o justifican formas autoritarias de ejercicio de poder", señala el texto.

El comportamiento de quien cuenta la historia, pues no siempre fue periodista, es, sin embargo, el resultado del mismo devenir social. La crónica roja nace al amparo de un sistema de justicia radicalmente punitivo. El criterio de vindicta pública que tiene organizada una estructura en la que impera el ritual del castigo, es el que prevalece y se traslada hasta el campo de la comunicación. La idea era llegar al pueblo mostrando el escarmiento para generar miedo y ganar respeto. Este procedimiento fue ampliado y ratificado con el desarrollo de los medios de comunicación masivos. En el siglo XIX, en los Estados Unidos, aparece la noticia policial que describe hechos relacionados con sucesos criminales, lo que permitió a diarios como The New York Sun y The New York Herald superar en tiraje a sus competidores con la redacción de notas de las cuales se dijo que atentaban contra "las normas conservadoras y morales de la época publicando materiales periodísticos sobre procesos criminales, violaciones, pecado y depravación". La práctica traspasó las fronteras y los mares y océanos, en Europa y especialmente en Inglaterra, se reprodujo el criterio y la crónica roja pasó a ser una forma de incrementar las ventas de los rotativos. Latinoamérica no podía ser la excepción y en nuestras naciones se imitó el mismo sistema de cobertura periodística, procesamiento de los datos y traslado de la información al público.

Con estos antecedentes, los comunicadores nos preguntamos si debemos realizar coberturas de crónica roja o los hechos de seguridad social. En el libro *Nota (N) Roja* se esboza la respuesta: "Hay una idea de Tina Rosenberg, de The New York Times que, aunque referida a la televisión puede aplicarse a los medios noticiosos en general: los sucesos de la seguridad pública pueden cubrirse de manera útil, veraz y trascendente. Con ello el público se sentirá -y estaría- más seguro. El tratamiento superficial y alarmista de la nota roja es el recurso periodístico menos adecuado para ello", dice.

Se puede y se debe entonces realizar la cobertura del suceso de seguridad pública, de la que se denomina crónica roja. El lío no está en el hecho sino en el cómo lo transmitimos. La obra de Lara y Barata delinean la forma y nos recuerdan, a los profesionales de la materia, que el respeto de los derechos del ser humano son el vértice para cumplir con nuestra misión de informar. *Nota (N) Roja* debería ser un documento de consulta obligatorio para el estudiante de comunicación y el texto de cabecera de quienes están en el diario quehacer de esta, la profesión del periodista.