

Editorial

Las víctimas y la pantalla

El foro que tuvo lugar ayer en la Universidad Externado de Colombia, organizado por esta, EL TIEMPO y la Autoridad Nacional de Televisión, sobre la responsabilidad que les atañe a los medios de comunicación frente a las víctimas del conflicto, sirvió para reflexionar sobre el lugar de estas en recientes producciones televisivas.

Es bien conocido el auge de series que reviven momentos claves del pasado reciente del país, salpicados por la violencia y el terror. Historias que, aunque basadas en hechos reales, incluyen importantes dosis de ficción y en las que se plantean lecturas subjetivas y con una serie de licencias, que si bien enriquecen su dramaturgia lo hacen muchas veces a costa de la fidelidad con

lo que realmente aconteció.

Por tratarse de hechos todavía frescos en la memoria de los colombianos y en particular de aquellos que los sufrieron en carne propia, tal situación ha dejado inconformes a muchos. Argumentan que a quienes fueron auténticos villanos en la vida real se les minimiza su dimensión criminal para hacer más visibles otras facetas no necesariamente negativas con fines, de nuevo, puramente dramáticos. Aseguran que muchas veces se desconoce o no se incluye a quienes padecieron sus acciones.

La polémica llegó a su punto más alto con el estreno del canal RCN de la serie *Tres Caines*, basada en la vida de los hermanos Fidel, Vicente y Carlos Castaño, principales impulsores de las Autodefensas Unidas de Colombia y responsables de numerosos y horrendos crímenes. Surgió, entonces, una campaña que invi-



El debate sobre el lugar de las víctimas en la televisión debe hacerle el quite a la censura y tomar la senda de la responsabilidad con la memoria histórica.

taba a las empresas a retirar su pauta de este programa, con el argumento de que la versión que aquí se ofrecía no hacía justicia a quienes sufrieron sus sangrientas acciones.

Es un debate que tiene dos caras. Por un lado está el derecho fundamental e inalienable a la libertad de expresión. El camino no puede ser limitarlo mediante acciones de boicot, pues finalmente se tra-

ta de creaciones que combinan realidad y ficción y que ofrecen una visión que debe ser respetada siempre y cuando no incurran en algún delito. Serán los televidentes quienes las premien o castiguen.

Abrir las puertas a la censura crearía un pésimo precedente en tanto que se estaría aceptando que solo es posible una versión de los hechos, algo que, por más justa y veraz que sea la elegida, envía el mensaje de que la creación artística debe estar delimitada por la política.

Por otro lado, hay que ser claros en que la libertad de expresión no es un derecho absoluto, obliga, como en estos casos, a asumir una ética de responsabilidad con la memoria histórica. El actor y antropólogo Nicolás Montoya lo dijo ayer en estas mismas páginas: "La televisión puede ser un negocio, pero también es un servicio, por lo que al tratar temas de im-

pacto social deberíamos comprender que no todo vale".

¿Qué significa esto? Bien sea a través de otros formatos o mediante un proceso más cuidadoso y pausado de construcción de las historias, los canales deben encontrar la manera de visibilizar y dar cuenta de forma veraz del drama de las víctimas, aportar herramientas suficientes que permitan una comprensión integral de los hechos que estas padecieron.

Esto se puede lograr de diferentes formas. Por ejemplo, como quedó planteado ayer, cuidando que sean los mejores y los más curtidors realizadores quienes se encarguen de contar los hechos de la historia. Es posible conjugar ficción con buena dramaturgia e inclusión de quienes conocieron la maldad de estos personajes en toda su dimensión, pero requiere, claro, de narradores tan talentosos como responsables.

Nadie es inútil en el mundo mientras pueda aliviar un poco el peso de sus semejantes.
CHARLES DICKENS

EL TIEMPO

CASA EDITORIAL
FUNDADO EL 30 DE ENERO DE 1911

Director General
Roberto Pombo
Gerente General
Jon Ruiz
Director de Publicaciones
Rafael Santos

CONTENIDO
Subdirector de Información
Andrés Mompotos
Subdirector de Opinión
Ricardo Ovín
Editor Multimedia
Dario Restrepo
Editor Jefe
Ernesto Cortés

Director Proprietario: Eduardo Santos / 1914
Fundador: Alfonso Villegas R. / 1945

NEGOCIOS
Gerente de EL TIEMPO
Santiago Álvarez
Gerente de Operaciones
Luis Vidal
Gerente General Financiero y USC
David Matos
Gerente de Publicidad
Jorge Stellabatti

Vicpresidente Ejecutivo
Jaima Céspedes

CITIVY
Gerente: Lorencita Santamaría

www.eltiempo.com
EL TIEMPO: PBX 294-0100
Avenida calle 50 No. 68B-71, Bogotá

Línea de servicio al cliente y suscripciones EL TIEMPO Bogotá: 5714444

Línea nacional: 01 8000 110 211
Fax nacional: 018000129100, extensión 111

Línea de servicio al cliente otros productos CEE Bogotá: 555-9988

Línea nacional: 01 8000 118 080
Todos los días de 8:00 a.m. a 8:00 p.m.

Oficinas: PBX 65853200
Vía aérea: 24, 3204902953

Clasificación: teléfono 4282000
Línea 8000 110 290

Redacción: PBX 294-0100, Fax 294-0200

Regionales: línea 01 8000 111 077
PUBLICIDAD: PBX 5553200, Publicidad y Pauta Internacional, carrera 7a. No. 113-43, of. 402, Torre Samsung

© 2013 EL TIEMPO S.A. Prohibida su reproducción total o parcial, así como la traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular. Reproducción total o parcial sin autorización sin consentimiento es prohibida. All rights reserved.

Cifras para leer con cuidado

No pocos signos de interrogación surgieron, en plena Feria del Libro, cuando la semana pasada se conocieron los resultados de la Encuesta de Consumo Cultural 2012 del Dane. En medio de la campaña gubernamental para llevar libros y colecciones a la primera infancia, y del fortalecimiento de las bibliotecas públicas y escolares, el estudio arrojó un descenso en el índice de lectura de libros en papel. La investigación afirma que los colombianos mayores de 12 años leen 1,9 libros al año en promedio, mientras que el mismo sondeo realizado hace dos años calcula-

ba ese indicador en 2,23 libros. Para el Ministerio de Cultura, las cifras revelan una transición de lectores hacia medios diferentes al papel.

De acuerdo con el Dane, el porcentaje de compatriotas que leyó un libro durante el último año descendió a menos de la mitad, pues era 55,3 por ciento en el 2010 y cayó a 47,7 por ciento en el 2012. Pero otros indicadores mueven a la confianza, como el del número de libros que leyeron quienes lo hicieron en el último año, que fue de 4,1 títulos en promedio. Podríamos decir que todo depende de cómo se lea.

En el mismo sentido, los libros pa-

recen menos populares en los ratos de ocio, a juzgar por el consumo de otras fuentes de información como la televisión (95 por ciento), la radio (67 por ciento) y los periódicos (63 por ciento). La asistencia a bibliotecas también bajó, al pasar de 24,5 por ciento en el 2010 al 19,6 por ciento el año pasado. La tendencia fue igualmente negativa en cuanto a visitas a monumentos, casas de la cultura, galerías de arte y salas de exposiciones.

Pero, más allá de las cifras, es necesario abrir un debate sincero sobre la lectura en Colombia, pues mientras expertos en tecnología sostienen que

nunca se había leído tanto como hoy, gracias a la proliferación de textos en Internet, teléfonos celulares y redes sociales, la realidad del negocio editorial es bien diferente. De hecho, otro ángulo inquietante irrumpió en la presentación de la encuesta del Dane, y fue el que ya habían revelado las pruebas Pisa (que evalúan la educación de estudiantes de 15 años), según las cuales uno de cada dos jóvenes de esa edad no entiende lo que lee. En fin, en todo caso, no debemos declinar nunca en impulsar la buena lectura. editorial@eltiempo.com.co

El salvamento de la Unión
Euromendicidad

Mauricio Pombo

Desde hace ya un buen tiempo venimos oyendo y leyendo sobre la crisis de algunos países de la Unión Europea. Chipre, Grecia, Italia, España y Portugal —unos más que otros— atraviesan por gravísimas crisis fiscales y de desempleo. En Nicosia, Atenas y Madrid los indignados llevan un buen tiempo protestando en las plazas públicas contra políticos de todos los partidos y banqueros, a quienes responsabilizan del hueco en el que dejaron caer a sus respectivos países. Más recientemente, los manifestantes se han ido contra Alemania, y concretamente contra la canciller Ángela Merkel, a quien en pancartas y consignas comparan con Hitler. Sus críticos —bastante ásperez, por lo demás— que no la bajan de zorra y puercos, consideran a su vez que Alemania está casi en la obligación de rescatar sus maltrechas economías. En la Bundesrepublik, por su parte, los teutones se están aburriendo de correr con los costos de los irresponsables mediterráneos.

El artículo de carátula de la revista *Der Spiegel* lleva como título la siguiente exclamación: "La mentira de la pobreza" y subtítulo: "Pobre Alemania". El autor considera que es injusto el asunto del salvamento de la Unión, cuando quienes reciben la ayuda son más ricos que quienes la ofrecen y cree ver llegado el momento de reabrir el debate sobre una nueva manera de repartir responsabilidades. Son muchas las razones y cunden las ficciones en cuanto a la distribución de la riqueza en la eurozona. Quienes exigen las ayudas dicen que Alemania es un país rico y el que mayor provecho ha sacado desde la introducción del euro, además de haber inundado a los otros con sus productos de exportación y a los otros con sus subsidios, sobre sus espaldas —las de las naciones más pobres—, su nivel de vida.

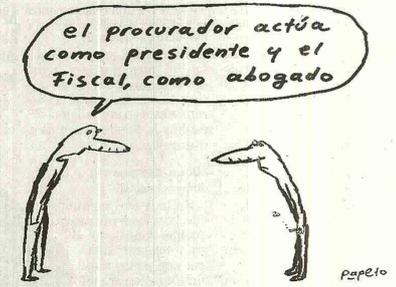
Como bien se señala en el artículo mencionado, hay otra manera de mirar el asunto y esta vez basados no en emociones sino en números. Estadísticas elaboradas recientemente por el Banco Central Europeo (encargado de manejar la política monetaria de los países miembros de la eurozona) muestran que la riqueza promedio por hogares es muy inferior en Alemania que en los países solicitantes de ayuda. Por debajo muy lejos de Chipre, España, Italia, Grecia y Portugal.

Como es usual en economía —esa ciencia que explica por qué pasó lo que pasó, pero no aventura a decir qué ocurrirá—, nadie se atreve a hacer vaticinios sobre el futuro del euro. Entre tanto, la indignación crece de lado y lado, y políticos y banqueros, muertos de la risa.

En paños no tan menores



Poliquería del país



Vocablos de moda

Día del idioma o del hedioma

Andrés Hurtado García

El castellano entre la juventud de las grandes ciudades y de otras no tan grandes se ha convertido en la repetición machacona de dos palabras.

¿Día del qué? ¿Del idioma? ¿O día del occiso? Porque al paso que vamos el idioma marcha a un cementerio. También hay cementerios de idiomas. Sí, los idiomas evolucionan, aceptan neologismos; lo sé muy bien, pues fue eso lo que estudié. Pero reducir el idioma, la conversación diaria a tres o cuatro palabras, especialmente si son insultos, se constituye en lento "idiomocidio".

Hice mi doctorado en Literatura en la Universidad Complutense de Madrid, la grande de España, y sacaba pecho entre los estudiantes españoles e hispanoamericanos cuando los catedráticos decían, y lo dijeron muchas veces, que el mejor castellano del mundo se habla en Colombia. Y era verdad. Pero ahora habría que repetir el verso de Eduardo Carranza: "Ah, tristemente es seguro, tanta belleza fue verdad".

El castellano entre la juventud de las grandes ciudades y de otras no tan grandes se ha convertido en Colombia en la repetición machacona de dos palabras: "marica" y "güevón", vomitadas por lo menos 15 veces por minuto. Algo así: "Marica, en el colegio el güevón del profe pone muchas

tarefas, marica, como si no tuviéramos que hacer más cosas, güevón; el cucho marica ese no sabe que tenemos que oír música, güevón, y que hay que ir a cine con la pelada, marica. ¿Si o no, güevón?". Y eso cuando no se añaden bellezas del idioma como la palabra gonorraea. "¿Si o no, gonorraea, que el cucho marica cree que no tenemos que hacer en la vida otra cosa que estudiar, güevón?".

Y así hablan ya niños de primaria, por supuesto los adolescentes y universitarios y muchos adultos jóvenes y... qué tristeza, el otro día o una conversación de tres profesores de universidad, cuarentones ellos, y hablaban exactamente igual. De su sapiente y doctoral boca salían disparados "maricas" y "güevones" a increíble velocidad.

Entonces vienen como anillo al dedo las anécdotas de dos rectores de colegio, civil el uno, madre superiora la otra. El primero entró al salón y comenzó a tomar lista así: marica 1, marica 2, marica 3, marica 4 y así sucesivamente, hasta marica 30, porque en el salón eran 30 los (maricas) alumnos. Uno de los alumnos, indignado, exigió respeto al "profe", quien le contestó: "No, joven, no soy yo el que los llamo así, son ustedes que en vez del nombre se dicen continuamente los unos a los otros 'marica venga', 'marica vaya', 'marica présteme el celular' ". Y la religiosa, que al grupo de alumnas les preguntó por

qué sus padres tenían tan poca creatividad e imaginación y les habían puesto a todas el mismo nombre. "¿Cuál?", dijo una alumna, indignada. "Marica —les respondió la inteligente religiosa—. Yo oigo que todas ustedes se llaman constantemente 'marica'. Marica López, Marica Pérez, Marica Rodríguez, etc.". De esta manera, no sé ya si es el día del idioma, del idioma o del hedioma; porque esa manera de hablar fue lo.

Me muero de la pena, como dicen las señoras, pero los periodistas radiales maltratan de manera horrible el idioma y como este es un país que vive pegado del aparato, sobre todo en ciertos ambientes sociales, los profesionales de la información hacen mucho daño al idioma porque la gente los imita. Ya sé que algunos de estos periodistas, muchos de los cuales son amigos míos, se van a malquistar o enfurecer, depende del término que quieran utilizar. Llevo muchos años recopilando con nombre propio, hora y programa, los errores que cometen. Allí caen los grandes y famosos hombres de la radio también. Pero, ¿cómo logramos que se corrijan cuando 'espantan' el horrible 'que galicado', si muchísimos no saben siquiera qué es 'el que galicado'. Hagan los lectores el ensayo con algún periodista conocido y dispárenle a quemarropa la pregunta. Se acabó el espacio. Volveré sobre el tema, porque da para largo.