



:: [portada](#) :: [México](#) ::

04-12-2008

Presentan la campaña de protección a periodistas

Saber es el primer paso para proteger

Quetzalcoatl G. Fontanot

Rebelión

"Hay días en que me levanto con ganas de tener esperanza. Por eso estoy aquí"

Lydia Cacho, durante la presentación de la campaña.

Proteger a los mensajeros

La libertad de expresión y el derecho a la información son pilares fundamentales de los sistemas de protección de derechos humanos. El artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH) y el 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos (CADH) los garantizan cómo esenciales porque su cumplimiento efectivo garantiza el acceso a otros derechos, como el acceso a la justicia, el debido proceso o la presunción de inocencia, por ejemplo. Adicionalmente a través del acceso a la información pública, muchas colectividades buscan herramientas para defender su patrimonio y territorio. De ésta manera el marco de derechos relacionado con estos temas constituye un estándar mínimo para países, como el nuestro, donde la impunidad es tan grande que alcanza a sus cronistas. Ya es lugar común decir que México es el segundo país del mundo más peligroso para los periodistas.

En este contexto este martes 2 de diciembre se presentó la *Campaña permanente de protección a periodistas en México* Te hace daño no saber. Desarrollada por un amplio grupo de auspiciantes -encabezados por Cencos y Artículo XIX-, la presentación oficial se dio en una gala en el Museo Interactivo de Economía, enclavado en el Centro de la Ciudad de México. El acto contó con una logística de factura sobria y profesional. Fue amadrinado por Lydia Cacho y Katia D'artigues, mujeres y periodistas quienes junto con una amplia pluralidad de sectores de la sociedad suscribieron la campaña.

En su mensaje, Lydia Cacho enfatizó la necesidad de defender a nuestros mensajeros, decisión que se concreta en la alianza, representada por la campaña, entre actores diversos de la sociedad. Ésta, nos dijo, es su primera etapa. Katia D'artigues tomó después la estafeta, resaltando la vinculación ya señalada aquí, de éste con los otros derechos. También señaló la importancia de la



pluralidad de los medios de comunicación para la defensa de los derechos humanos.

Los materiales y la campaña en sí

Posteriormente dieron paso a la campaña de radio: una serie de spots cortos cuya rúbrica es: "El Estado no responde. Hace daño no saber". Después la de TV, con dos clips cortos que apelan gráficamente a la memoria, a través de los nombres de los 29 periodistas muertos y los 8 desaparecidos, según la cuenta que llevan los impulsores de la campaña desde el año 2000. La campaña tiene la virtud de dirigirse a segmentos diversos y amplios de la sociedad. Desde el público común, que puede ser contactado con estos mensajes planteados de manera clara y sencilla, hasta públicos expertos.

Para esos últimos existen materiales especializados. Uno es la Guía práctica sobre la libertad de expresión en México. El otro es el Protocolo para el registro, documentación y seguimiento de las agresiones a periodistas. Ambos son herramientas preparadas por Artículo XIX y Cencos, cuyo objetivo es dimensionar adecuadamente el problema para poder establecer acciones concertadas de manera documentada. Herramientas para hacer más nítido el mensaje y más sólida la argumentación con que la sociedad civil exija al Estado el cumplimiento de sus obligaciones.

Desde la lógica de la comunicación civil es de destacarse el buen manejo del lema, también conocido como *copy* en el ámbito de la publicidad. Si en los impresos la campaña apela a sus interlocutores civiles -cada persona que sea contactada por ella- de manera personal a través del uso de la segunda persona del singular: "Te hace daño no saber". En los audios se posiciona con claridad y rubrica: "El Estado no responde. Hace daño no saber"; La tercera persona apela más a la colectividad. Y el reto de esta campaña precisamente es ese: alcanzar a las colectividades a pesar de la renuencia de los medios convencionales, especialmente los electrónicos. Definitivamente se trata de una campaña coherente, creativa y con contenido.

La vulnerabilidad cotidiana

Posteriormente se presentó un caso paradigmático, el de "El chino" Apac, director del periódico Eco de Tepalcatepec, desaparecido desde el Lunes 20 de noviembre de 2006, cuando fue *levantado* (secuestrado sin intención de pedir rescate). Habló su esposa en nombre de la familia. Con voz firme y clara pidió que se apoye más a los familiares de los desaparecidos y culminó con una lista que al Estado mexicano parece resultarle un zonzonete molesto, pero que a los ahí congregados nos unió en una suerte de oración civil por personas y familias con una esperanza: la fe en la justicia, el derecho a la verdad.



Lydia Cacho se unió en un abrazo intenso con la esposa de "El chino" Apac para después hablarnos desde la experiencia de la vulnerabilidad cotidiana. Pintándonos imágenes de ésta, nuestra impunidad de cada día logró, sin embargo, que en su voz resonara la esperanza. Hizo un llamado a los medios y a la sociedad para replicar la campaña. "Hay días en que me levanto con ganas de tener esperanza. Por eso estoy aquí". Culminó su participación de manera emotiva.

Sin duda es relevante el amadrinamiento de dos mujeres periodistas de reconocida trayectoria. Las 13 entidades civiles que auspician el proyecto están viendo el nacimiento de un buen esfuerzo que ojalá tenga frutos. La dirección de la página es <http://www.libertad-expresion.org.mx> y ahí mismo se pueden descargar algunos materiales.