
El papel del editor en la búsqueda de la calidad periodística

Memorias del seminario realizado en
Monterrey, Nuevo León, México,
organizado por la CAF y la Fundación
Nuevo Periodismo Iberoamericano
28 - 29 de agosto de 2006



***El papel del editor en la búsqueda
de la calidad periodística***

Depósito legal: If 74320040702370

ISBN: 980-12-0876-7

El material de este libro –compilado y editado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)– es producto de las intervenciones de directores, editores y periodistas de medios de América Latina que participaron en el seminario que da título a este libro.

El evento tuvo lugar en el Museo de Arte Moderno de Monterrey los días 28 y 29 de agosto de 2006. Fue organizado en conjunto por la CAF y la FNPI, como parte del programa Encuentros de Periodismo CAF+FNPI, y contó con el apoyo de CEMEX y de la Fundación Carolina.

Coordinación y producción editorial:

Unidades de Comunicaciones y Publicaciones
de la CAF y la FNPI

publicaciones@caf.com

editorial@fnpi.org

Transcripción y grabación de audio:

Maria Eugenia Fernández y Yajaira Mathieu

Edición de transcripción: Mauricio Gaviria Carvajal

Corrección de estilo: Armando Alfaro Patrón

Fotografías: Andrés Reyes

Diseño de la Colección: Pedro Mancilla

Diagramación: Jaqueline Carpenté

Impreso en: Gráficas Lauki

Caracas, Venezuela – febrero de 2007

Las ideas y planteamientos contenidos en las deliberaciones recogidas en esta edición son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no comprometen la posición oficial de la CAF ni de la FNPI.

© Corporación Andina de Fomento (CAF)

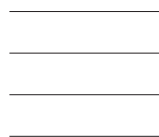
© Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)

La versión digital de este libro se encuentra en:

www.caf.com/publicaciones

www.fnpi.org

Contenido



Introducción

Palabras de bienvenida 5

Primer panel

El papel del editor en una sala de redacción que cambia: pistas para abordar un futuro incierto 13

Segundo panel

América Latina: hacia una agenda integrada de desarrollo 31

Tercer panel

El papel del editor en situaciones de conflicto y polarización política: un diálogo sobre los desafíos del caso mexicano y los aprendizajes de otras experiencias iberoamericanas 45

Cuarto panel

El trabajo sobre el texto y la organización en trabajo de la redacción: valores, certezas y dudas de los editores 83

Quinto panel

La edición de fotografía en los medios de América Latina: problemas y posibilidades 115

Sexto panel

La apuesta por el periodismo narrativo. Los retos de la nueva generación de editores de América Latina 141

Relatoría del seminario

¿Quién dijo que ser editor era fácil? *Roberto Guareschi* 169

Anexos

Listado general de participantes 187

Biografías de los expositores 193

Renovación Convenio marco CAF+FNPI 213

Encuentros de Periodismo CAF+FNPI 219

Introducción

Palabras de bienvenida



Jaime Abello

Quiero darles la bienvenida a nuestro encuentro de periodismo CAF+FNPI. Este es el cuarto seminario que hacemos aquí en Monterrey, organizado por la Corporación Andina de Fomento y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Para este encuentro hemos contado con el apoyo de CEMEX, de la Fundación Carolina de España y del Museo de Arte Contemporáneo de Monterrey (MARCO).

El MARCO ha sido escenario de nuestros encuentros para pensar el periodismo, para monitorear los cambios y para buscar una hipótesis sobre futuro en un oficio, negocio y servicio público que está cambiando de manera drástica. El cambio no es solo tecnológico; también hay cambios en los modelos de negocios, en la relación de los periodistas con las audiencias y en su posición en la sociedad, y en la función democrática de la comunicación y de la información.

La Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y sus aliados somos conscientes de que estos encuentros nos sirven para intercambiar visiones con el propósito de encontrar caminos que le permitan a los periodistas y los medios de América Latina prestar un adecuado servicio a la comunidad. Tanto la FNPI como la CAF, CEMEX y la Fundación Carolina reconocemos que el periodismo es esencial para la democracia y el desarrollo y que, dentro de



Javier Treviño Cantú, *vicepresidente de Comunicación y Asuntos Corporativos CEMEX*, México; Jaime Abello Banfi, *director ejecutivo FNPI*, Colombia; y José Luis Ramírez, *director Secretaría y Comunicaciones Corporativas CAF*, Colombia.

ese escenario, los periodistas tienen un papel central que está cambiando.

Con la CAF hemos venido haciendo encuentros de periodismo en forma de talleres y seminarios, y hemos compartido lo que en ellos se produce. Los debates de este seminario serán publicados, como ya hemos hecho con los tres anteriores, cuyas memorias hacen parte de la Colección Periodistas Siglo XXI, de la CAF. La idea ha sido compartir estas visiones con miles de periodistas de América Latina y miles de editores, quienes buscan luces sobre la orientación de su trabajo en un entorno que se mueve, así como con las empresas, que tam-

8 bien están un poco desconcertadas frente a estos cambios que están ocurriendo.

Ya que los caminos los construimos entre todos, les hago un llamado para que formulen sugerencias y recomendaciones para que la CAF y la Fundación mejoren su trabajo o hagan actividades más pertinentes, eso es parte de lo que estamos buscando con esta reflexión sobre el papel del editor en la búsqueda de la calidad periodística.

José Luis Ramírez

Es muy grato estar con ustedes, en especial en este cuarto encuentro conjunto que venimos realizando con la FNPI aquí en Monterrey. Antes de hacer unas breves reflexiones, quiero agradecer muy especialmente a CEMEX, entidad que ha colaborado muy activamente –no sólo como un aliado estratégico de la Fundación Nuevo Periodismo–, sino también de la CAF. Además quiero agradecer al MARCO la hospitalidad que nos brinda aquí en esta hermosa ciudad de Monterrey y a la Fundación Carolina que se ha vinculado de manera activa para apoyar este encuentro.

Voy a mencionar tres ideas. Creo que las mencioné el año pasado, pero no está demás repetir las pues muchos de ustedes no estuvieron aquí para escucharlas.

¿Por qué una institución como la CAF participa en este tipo de encuentro? Recuerdo que

Empecemos a tejer esta tertulia, esta gran conversación que vamos a tener a lo largo de hoy, de mañana, y en la cual quiero destacar muy particularmente la participación de los ganadores del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI: Mónica González, de Chile; José Carlos Paredes, de Perú, y Diego Goldberg, de Argentina, así como la de los nominados al Premio a quienes les rendiremos un homenaje mañana en la ceremonia de entrega.

hace seis años se cumplía el 30 aniversario de la CAF y se programó un encuentro en Caracas, al que asistió Miguel Ángel Bastenier, subdirector del diario español *El País*. Refiriéndose al tema de “periodismo e integración”, dijo algo que caló profundamente en el Presidente Ejecutivo de la CAF, Enrique García. Miguel Ángel decía que un periodista de cualquier país de América Latina, de Ecuador por ejemplo, para conseguir información de Paraguay, en muchos casos acudía a *El País*, cosa que a él le alegraba personalmente pues era una muestra de que su periódico tiene credibilidad. La gran pregunta que se hacía era: ¿por qué ese periodista no acude directamente a sus colegas en Paraguay para tener información de primera mano?, ¿dónde están esas redes de comunicación, de intercambio,

de cercanía, de amistad? Salvo muy pocos ejemplos, como el Grupo de Diarios de América (GDA), no existían esas redes ni canales de comunicación.

Ese día quedó sobre la mesa un punto interesante a explorar y la CAF asumió el reto de aunar voluntades, sumar experiencias e ideas, pero se necesitaba encontrar una forma concreta de llevar a cabo la propuesta de acercar a los periodistas, en lo posible buscar un aliado estratégico, que apareció con el nombre de Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. El presidente Enrique García y el maestro Gabo conversaron entonces al respecto, de ahí surgieron varias ideas y propuestas, y gracias a ello hoy estamos aquí reunidos. Este encuentro demuestra que dicho tipo de actividades está calando. Basta con mirar el grupo importante de personas que están aquí presentes, los maestros, los periodistas de destacada trayectoria y los ganadores y nominados del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI para darse cuenta de que este evento, si no lo es ya, se está convirtiendo en la actividad más importante de la región para pensar y repensar el periodismo.

La tercera idea que quería manifestarles tiene que ver con algo que Jean François Fogel dijo hace uno o dos años aquí en este mismo recinto: “En el único sitio donde no hay oportunidad de hablar de periodismo es en las salas de

redacción”. Las “afugias” cotidianas, el corre-corre de la noticia del día a día, no permite que la gente se sienta a pensar este oficio. Dado que la CAF, con sus 17 países accionistas, está vinculada muy estrechamente con la región, y dado que está propiciando procesos importantísimos de integración a nivel de infraestructura y demás campos de acción, ¿por qué no hacerlo a nivel también de periodismo, fortaleciendo de paso los esquemas de gobernabilidad, de buen periodismo vinculado al fortalecimiento de las instituciones?

Por eso era importante unir voluntades. De ahí la explicación del porqué ha habido un compromiso tan cercano entre las dos instituciones. En estos cuatro años de actividades conjuntas hemos realizado 32 eventos periodísticos en los cuales más de 800 periodistas han sido capacitados.

Hablando específicamente de la CAF, en seis años hemos realizado 64 eventos periodísticos y 2.200 periodistas han participado de dichas actividades. En la Corporación creemos profundamente en este tipo de eventos, pero no se trata de brindar tan sólo un patrocinio y un apoyo, sino que haya una vinculación directa, lo que explica porqué el maestro Gabo y el presidente García participan aquí de estas actividades y de cómo existe entre nosotros un estrecho vínculo profesional que hace posible llevar a cabo estos eventos.

10 Para terminar, quiero recordar que cuando comencé a hacer periodismo investigativo hace veinticinco años en *Vanguardia Liberal*, en Bucaramanga, Silvia Galvis, entonces directora del departamento investigativo del diario tenía en su oficina una frase hermosa de Albert Camus a quien seguramente alguien le preguntó alguna vez cómo justificaba el hecho de ser periodista, a lo cual respondió: “y nuestra única justificación, si es que hay alguna, es hablar, mientras podamos, en nombre de los que no pueden”.

Yo me preguntaba, ¿y si tuviéramos que justificar esta alianza estratégica para el buen periodismo entre la CAF y la FNPI, bajo qué parámetros lo haríamos? Me puse a reflexionar y encontré que hay varias similitudes entre la CAF y la Fundación, muchas más de las que yo pensaba. Son dos instituciones únicas en su género en el mundo:

1. Ninguna institución capacita a los periodistas con tanta intensidad como lo hace la

Fundación, y la CAF, a su vez, es una institución *sui generis* en su género dado que sus dueños son a su vez sus prestatarios, lo cual nos da una categoría muy especial, que nos identifica.

2. La CAF y la FNPI son dos instituciones pequeñas en cuanto a su tamaño y estructura, pero el impacto de las actividades que desarrollan es muy grande.

3. Ambas instituciones son bastante ágiles y muy flexibles dentro de su concepción y su elaboración.

4. Tienen, además, una gran capacidad de adaptación al cambio y de reinención.

5. Tanto en la CAF como en la Fundación cabe todo el mundo. Hay pluralismo. No hay ningún tipo de diferencias, lo único que se pide en el caso de la Fundación es que se quiera hacer muy buen periodismo, y en el caso de la CAF, que se quiera promover el tema de desarrollo bajo unos parámetros que sean coherentes.

6. Por último, ambas tienen una vocación iberoamericana.

Javier Treviño

A nombre de CEMEX, y del ingeniero Lorenzo Zambrano, quiero darles la más cordial bienvenida a Monterrey. Estamos muy orgullosos de tener a este espléndido grupo de editores y de periodistas de Iberoamérica aquí, con nosotros, en el marco de la entrega de la

quinta edición del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI, y de la celebración de los primeros 100 años de CEMEX.

Para CEMEX ha sido un privilegio poder trabajar, por cerca de una década, con la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericana.

no. También es un privilegio ser aliados estratégicos de la CAF para poder llevar a cabo estos encuentros de periodismo que han sido un éxito en años pasados y seguro este año también.

Creo que la mejor bienvenida es invitarlos a escuchar el primer panel.

Primer panel

El papel del editor en una sala

de redacción que cambia:

pistas para abordar un futuro incierto



Héctor Feliciano, *periodista /maestro independiente/ FNPI*, Puerto Rico; Jean-François Fogel, *asesor editorial/ maestro Le Monde/ FNPI*, Francia; y Roberto Guareschi, *director Programa de Capacitación para Editores Fundación Carolina Argentina*, Argentina.

El papel del editor en una sala de redacción que cambia: pistas para abordar un futuro incierto

Héctor Feliciano

Quiero recordarles que estos dos días van a ser de debate, así que en la sesión de preguntas insistiré en que estas sean breves para que las respuestas puedan ser densas, de manera que se de un verdadero debate y no una mera yuxtaposición de ponencias. Me educaron diciéndome que no se debe interrumpir a las personas, pero tal vez lo haga en los casos en que las preguntas sean muy extensas.

El primer expositor, Jean François Fogel, es experto en la política del gobierno de Cuba, crítico literario, maestro de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y responsable de desarrollo del sitio de Internet de *Le Monde*, en Francia. Jean François es asesor en América Latina, Estados Unidos y Europa para prensa e Internet y acaba de publicar un libro que en diciembre saldrá en español y que les recomiendo muchísimo, se llama *Una*

Jean François Fogel

Voy a intentar ser breve para que tengamos tiempo de intercambiar preguntas y respuestas. En el título de este primer panel se habla de cambiar una sala de redacción sin decir cómo, se habla de un futuro incierto. La situación es



Héctor Feliciano, *periodista /maestro independiente/ FNPI*, Puerto Rico.

*prensa sin Gutenberg*¹. Jean François es una de las pocas personas, que yo conozca, capaz, en un libro sobre el Internet, de citar a Paul Valéry, a Wittgenstein, a Marshall McLuhan y de ser inteligible al mismo tiempo, lo cual es muy importante.

muy obvia: me toca hablar del futuro y me toca hablar de el hoy.

Se puede empezar definiendo lo que está sucediendo con un ejemplo muy sencillo: *The Economist* tituló recientemente un edito-

1 Fogel, Jean François y Patiño, Bruno, *Une presse sans Gutenberg*, París, Grasset, 2005. (N.E)

16 rial con el interrogante “¿Quién mató al periódico?”.

No encontraría una forma más violenta para mostrar que la situación es de cambio. Yo no creo que alguien haya matado al periódico, tampoco creo que esté muerto ni que vaya a morir, pero vemos que ya se está buscando un culpable, lo que quiere decir que en esta época de cambio hay crisis, temor, falsas promesas.

Tengo la suerte de trabajar como periodista y asesor al mismo tiempo, y para mí sólo hay un cambio y es el comportamiento de la audiencia. Nunca, desde el auge de la televisión, la audiencia ha visto cambiar con tanta velocidad las imágenes. Cada día hay cambios tecnológicos, cada día cambian las herramientas, cada día cambian los medios, y la relación entre un medio gratuito y uno por que el que hay que pagar cambia de manera muy rápida.

El Internet, sexto medio de comunicación en aparecer, tiene, además, la capacidad para ser canal de difusión de los otros medios de comunicación. Esto le sirve a la audiencia que utiliza sus herramientas para producir, transmitir, pegar y cortar contenidos, lo que puede considerarse como el gran cambio que se ha efectuado en el comportamiento de las audiencias.

El editor, el pobre editor, está frente a un futuro incierto. Voy a intentar describir primero cuál es su papel y cuál es su entorno.



Jean-François Fogel, asesor editorial/ maestro *Le Monde* FNPI, Francia.

En octubre de 2004 se llevó a cabo una conferencia llamada “WEB 2.0.” En ella se intentaba crear un nuevo concepto para describir lo que estaba sucediendo con Internet, sobre la base de que cualquier sitio en él era una plataforma con capacidad para abarcar todos los contenidos y hacer uso de todos los recursos tecnológicos que hay en la web. Hablaba de la posibilidad de combinarlo todo, como haciendo un puré de papas, en un sitio de Internet.

En *Google News* y *Yahoo News* converge esta percepción. Y recién esta semana *New York Times*, para hablar de la marca de más prestigio en el mundo periodístico, empezó a poner en línea *My Times*, con lo cual intenta hacer algo como: “Soy el *New York Times*, estoy muy feliz, pueden ponerme cualquier contenido de cualquier otro medio de comunicación y

“El editor, el pobre editor, está frente a un futuro incierto”

además no le voy a dar jerarquía a las noticias”. En otras palabras, lo que están anunciando es que han dejado de hacer lo que ha sido su trabajo durante mucho tiempo.

Esto está sucediendo en Internet en este momento, y si miramos lo que pasa en la prensa de papel también encontraremos que existe un auge de los periódicos gratuitos. Los ensayos que se han hecho de “diarios impresos en casa” todavía no han dado muy buenos resultados pero son ejemplos de cambio. En radio vemos la llegada del *podcast*, en televisión la del *broadcast*.

En todos los medios hay tres tendencias que es importante señalar:

1. La fragmentación tanto en los medios como en las audiencias,
2. la personalización. Hay una presentación distinta para cada audiencia, y;
3. la agregación de contenidos a pedido de la audiencia. Esto nos permite concluir que con el Internet se ha hecho posible la idea de la aldea global que prometía McLuhan. Todo se parece a una sala de redacción donde cada uno puede tomar decisiones con relación al contenido, a la presentación y a la agregación.

¿Qué pasa con el editor? Sus herramientas están fuera de la sala de redacción, muy pocas

salas de redacción tienen su propio motor de búsqueda. La mayoría utilizan *Google*, no invierten tiempo en mantener una base de datos, sí tienen archivos, pero las bases de datos las buscan afuera. El redactor se pasa el día en su buzón electrónico y en otros sitios de Internet. Él ve que todo se centrifuga, que todo está afuera, y que vive en una organización cada día más horizontal.

Los RSS², que cumplen el papel de las agencias de noticias, también se manejan desde afuera. Y ni hablar del redactor, que se pasa el día en su buzón electrónico y en otros sitios de Internet. Él ve que todo se centrifuga, que todo está afuera, y que vive en una organización cada día más horizontal.

Es claro que las salas de redacción están buscando redefinirse. Después de los intentos de hacer el conocido *Continuous News Desk*, ahora se maneja un discurso global como: “somos una empresa que trabaja 24 horas al día, 7 días a la semana”. Pero no saben cómo hacerlo, pues, además de hacer eso también necesitan ir a sus casas y dormir. Y no voy a hablar de redacciones que intentan a la vez hacer una cadena de televisión y un sitio, como *NBC*.

Los editores tienen nuevas funciones. Por ejemplo, en el sitio de *Le Monde* y en el sitio de

2 Los canales RSS (*Rich Site Summary*) ofrecen el resumen de informaciones que han sido publicadas en determinado sitio web y un enlace a éste, donde se encuentra el texto completo. (N.E)

18 la BBC hablamos de un editor de audiencia. Esto no existía hace dos o tres años. En sitios como *OhmyNews*³ vemos personas con el cargo Comprobador Rápido de Noticias, personas que trabajan detrás de la audiencia. El *e-fra*, que es un grupo de asesoramiento para diarios de papel, puso un doble laboratorio, uno en Carolina del Norte y otro en Alemania, para intentar hacer a la vez un diario y un sitio, y se dieron cuenta de la necesidad de un *News Flow Editor*, es decir, una persona que se encargara de seguir los contenidos a través de varios medios. También existe el *History Builder*, aquel que construye la historia buscando el mejor medio; el *News Resourcer*, aquel que ve todos los medios, y por último un *Multi Skill Journalist*, la persona que sabe hacerlo todo.

El único análisis que yo puedo hacer a partir de todas las redacciones que conozco, es que hoy en día un editor se define mucho más por la manera en que está ubicado en un flujo de contenido que por su posición jerárquica. Por eso hablo de un mundo mucho más horizontal.

Claro que el pobre editor tampoco puede apoyarse solamente en el análisis del contenido. Nunca hemos tenido tantos textos pegados, cortados, copiados, transmitidos. Vivimos una situación similar a la que existía antes de la inven-

ción de la imprenta cuando el copista podía hacer muchos cambios. En Internet el número de elementos distintos que se pueden utilizar para transmitir contenidos sigue creciendo de manera increíble. Para hablar de interactividad, tuvimos el foro, el *chat*, y el *blog*. Algunos sitios ya han hecho conversaciones colectivas a través del teléfono de *Skype*. En *Le Monde* ya lo hicimos.

Estamos en un mundo donde los contenidos cambian. Ya no son para un solo medio. Es común que a un fotógrafo le digan que su fotografía va a servir para el periódico, para la revista, para el sitio de Internet y para la base de datos que todos comparten. La fotografía tiene que corresponder a ciertos criterios, ahora el medio no controla su contenido y además hay agregación, contenido que proviene de la audiencia. Por eso tenemos esa sensación extraña de que todo puede circular, que todo llega a Internet y que tenemos grandes dudas sobre lo que está sucediendo.

*Digitalizando las noticias*⁴ es un libro que fue traducido hace poco al castellano, es una especie de estudio etnológico de los primeros sitios de información. Su autor es el investigador argentino Pablo Boczkowski y en él dice que “las noticias mismas parecen estar cambiando en su proceso de expansión: de la tinta

“un editor se define mucho más por la manera en que está ubicado en un flujo de contenido que por su posición jerárquica”

3 <http://ohmynews.com/> Versión en inglés: <http://english.ohmynews.com/> (N.E)

4 Boczkowski, Pablo J., *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*, Cambridge, The MIT Press, 2005. (N.E)

“las noticias mismas parecen estar cambiando en su proceso de expansión: de la tinta sobre el papel a los píxeles sobre la pantalla”

sobre el papel a los *píxeles* sobre la pantalla”. Esto quizás explique esa sensación de que todas las fronteras han desaparecido; fronteras entre los medios, entre la prensa y la audiencia. En periodismo, el arte de contar historias a una audiencia es la última víctima de este proceso. No voy a hablar más del término *news breaking*, pero todos sabemos que la aceleración de la cobertura provoca trastornos profundos en muchas redacciones que no contribuyen de ninguna manera a la calidad. Cuando CNN tuvo la idea de hacer cobertura continua 24 horas al día no se podía entender la tremenda confusión que experimentaríamos con un factor de aceleración del trabajo como lo es Internet.

Soy un aficionado de McLuhan. En 1959, en una conferencia en Chicago, McLuhan ya lo decía: “Cuando las noticias se desplazan de manera lenta, el periódico tiene tiempo suficiente para entregar perspectiva, establecer el contexto completo y vincularlo con las últimas noticias, y el lector recibe un paquete completo. Cuando la información viene con gran velocidad, no hay tiempo para un tratamiento tan literario y el lector recibe un *kit* que arma por sí solo”.

El *kit* de noticias es lo que recibimos muchas veces en los diarios gratuitos, en los intentos que los medios clásicos hacen en Internet para cambiar. En estos casos lo que al final vemos es una especie de mezcla extraña: la cobertura del mundo real copiada al mundo

virtual. Cualquier persona que trabaje en Internet sabe que ya hemos perdido la audiencia. Lo que tenemos es una red, redes de lectores que se transmiten cosas por *e-mail* y que nos provocan esa sensación de haber perdido todos los puntos de referencia.

Voy a cerrar esa parte diciendo que el paradigma de esto es el *blog*. El *blog* no tiene forma ni horario de cierre como los otros medios. El *blog* es un fragmento, no hay una manera definida para escribir una entrada y una salida. El *blog* no tiene que ser texto, puede ser video, o sonido, o cualquier cosa. El *blog*, que apareció en la audiencia, al final fue adoptado por la prensa, que precisamente venía corriendo detrás de su audiencia diciendo: “¡ah!, sí, es algo interesante y lo vamos a poner en nuestra propia producción”. El auge del *blog* es un ejemplo del desconcierto total de la prensa frente a la manera como cambió la audiencia.

Entonces, ¿qué podemos hacer para resumir un poco lo que le ha pasado al editor? El editor ha perdido protagonismo. Lo veo claramente en el sentido de que ha perdido sus herramientas. Sus tropas miran hacia afuera, su audiencia hace periodismo y él mismo se plantea cuál es su papel.

No voy a entrar en el debate del cuarto poder, de su capacidad de establecer la agenda. Lo que es cierto es que hay una pérdida de protagonismo del editor. Es algo que no se puede negar cuando uno entra en una redacción.

20 Volviendo a Boczkowski, este investigador pasó mucho tiempo en las primeras redacciones de Internet y notó que una redacción era un grupo dentro de una red mundial donde había otros grupos. Y no propiamente una redacción de prensa sino emisores de noticias. Él describía esas primeras redacciones como una tribu primitiva, así, en lugar de generarse principalmente en los intercambios de los reporteros con sus fuentes y en las negociaciones que llevan a cabo los reporteros y los editores, los contenidos noticiosos *on-line* parecen estar profundamente determinados por las federaciones que se establecen entre los otros grupos y con ritmo creciente están poblando el mundo noticioso. Es decir, la vieja manera de trabajar del reportero —que habla con las fuentes, que negocia con el editor para saber lo que le corresponde en el diario—, desapareció con el Internet. Yo creo que los editores tienen que hacer un esfuerzo tremendo para recuperar una posición sabiendo que han perdido muchísimas cosas.

No voy a dar un manual de supervivencia del editor, tal como prometía el programa. A manera de apuntes enumeraré lo que pueden hacer los editores frente a estos cambios:

- Un editor tiene que ser digital. En abril del año pasado Rupert Murdoch habló de los indígenas digitales, las personas que nacieron con un teclado y una pantalla en la casa, y de los in-

migrantes, los viejos, como yo, que vieron desaparecer el telex y que vieron surgir nuevas cosas. La impresión de alguien que va y visita muchas redacciones es que los editores son muy malos en el uso de la tecnología digital. Muchos de ellos lo único que saben hacer es poner tres palabras en el rectángulo de *Google* y mantener tres favoritos en su computadora. La posibilidad de que ellos puedan tener un diálogo con la audiencia y los jóvenes es muy remota. No podrán ocuparse del futuro si se mantienen haciendo radio o haciendo un artículo en prensa escrita. Tienen que salir al mundo digital, dejar de ser inmigrantes y ver un poco lo que pasa.

- Los editores tienen que ubicarse tanto en el mundo real como en el virtual. Es muy difícil entender que hoy es necesario hacer una cobertura estrecha tanto del mundo virtual como del mundo real, pero así es. La noticia de que Zidane regresaba a la selección nacional de fútbol de Francia la dio el mismo Zidane en su propia página web, ningún medio tuvo esa primicia. De manera que tenemos que ubicarnos tanto en el mundo real como en el virtual. También tienen que ubicarse en el flujo del tiempo. Cualquier editor tiene que hacer arbitraje entre velocidad y calidad. Cuando uno entra en una redacción de Internet diferencia perfectamente quienes son los que se dedican a la velocidad, a atender el *homepage*, y quienes se

“El auge del blog es un ejemplo del desconcierto total de la prensa frente a la manera como cambió la audiencia”

“Hay que ser ‘glocal’, es decir, hablarle a una audiencia que vive en el mundo local y en el mundo globalizado a la vez”

dedican a la calidad, a hacer un contenido más sofisticado. Esta división no se ve en los medios que le apuestan a *news breaking*, aquellos que, intentando competir en velocidad, se pierden en el camino.

- Hay que ponerse al día frente a la globalización. Es increíble que en un diario de papel las secciones siguen siendo las mismas de hace 60 ó 70 años: sección internacional, sección de política, sección de nacional, sección de sucesos. Ahora todas pelean entre sí. ¿Por qué seguimos considerando que la tecnología hay que relacionarla solo con la ciencia? Hoy la tecnología es parte de la cultura de los jóvenes, como la música. Hay que ser “glocal”, es decir, hablarle a una audiencia que vive en el mundo local y en el mundo globalizado a la vez.

- Hay que convivir con la audiencia. Aceptar que existe y se expresa. De cierta manera hay que ser la audiencia de la audiencia. Hay centenares de empresas de *marketing* que se dedican a estudiar los *blogs*. Cuando aparece un nuevo carro, miran lo que dicen los *blogs* sobre éste para hacer el análisis del producto. ¿Por qué los periodistas no pueden hacer lo mismo? Mirar qué dicen los “blogeros” sobre política, deporte o ciencia. Sitios como *The Huffington Post*⁵, tienen a veces 500, 600 reacciones sobre un contenido. Hay que estar

atentos a las reacciones. Los editores no están siendo audiencia de su propia audiencia, no son los editores de su propia audiencia y tampoco saben cómo ser la competencia de su propia audiencia. El cuarto poder va perdiendo su voz, su poder, y parece que no somos capaces de mostrar que los periodistas tienen mucho que decir. Quizás porque no aceptamos las críticas. Todas las dificultades de la prensa tienen que ver con la dificultad de aceptar que hemos perdido el monopolio de la expresión pública. Eso trae muchas dificultades de comportamiento.

- Hay que recuperar la narración. Junto con el presidente del sitio en la web de *Le Monde*, Bruno Patiño, que también es maestro de la Fundación, he escrito un libro que se llama *Una prensa sin Gutenberg*. Nuestra posición es que hay un antes y un después de Internet, los historiadores del futuro encontrarán allí un choque fundamental. Hablando en términos de Umberto Eco, hemos pasado de las obras cerradas, es decir, del periódico que tenía sus páginas y sus secciones, de la radio o de la televisión que nos daba un flujo que se podía interrumpir pero no modificar, a algo donde todo se puede combinar.

El periodismo se enfrenta con el modernismo. Antes de la Primera Guerra Mundial, cuan-

5 <http://www.huffingtonpost.com/> (N.E)

22 do aparecieron y se desarrollaron los carros, los teléfonos, la circulación del saber científico, vimos aparecer algo extraño en la literatura, en el arte y en la música: obras con puntos de vistas múltiples, con una acción descontinuada, con un tiempo fragmentado, con una mezcla de niveles de conciencia. Lo vemos con Joyce en la literatura, con Calder en la escultura o Stockhausen en la música. Yo creo que el periodismo se está enfrentando con algo similar. Lo veo en Internet cuando miles de periodistas, y por supuesto la audiencia, protesta frente a una página donde encuentra contenidos de la propia organización, contenidos de las agencias, noticias, archivos, contenidos producidos con mucho cuidado o con muy poco, textos, audiovisuales. La

Héctor Feliciano

Gracias a Jean François. Ahora los comentarios de Roberto Guareschi, director del Programa de Capacitación de Editores de la Fundación Carolina en Argentina. Además, fue Secretario General del diario *Clarín* de Bue-

Roberto Guareschi

Escuchando a Jean François se me ocurrió parafrasear un dicho mexicano: “pobrecitos los editores, están tan cerca del pasado y tan lejos del futuro”.

audiencia acepta la discontinuidad y la falta de lógica en una película de Tarantino o en una novela de Virginia Woolf, ¿por qué no es posible pensar que lo mismo va a ocurrir con el periodismo? es decir, que vamos a pasar de algo lineal a algo fragmentado.

Frente a los cambios yo creo que los editores tendrán que reinventar su oficio. Es muy sencillo: sabemos que la tecnología ha traído cambios tremendos, se reinventó totalmente el sector de la información. Y sabemos que la audiencia cambió totalmente sus comportamientos. Es obvio, entonces, que los editores también den un paso para enfrentarse a este nuevo mundo.

nos Aires y allí mismo comenzó un rediseño completo del diario que incluyó el lanzamiento inicial de *Clarín.com*, uno de los sitios de diarios más interesantes, más importantes de América Latina.

Es totalmente cierto que estamos en un mundo cambiante, y aún no sabemos cómo adaptarnos a él. En los medios digitales los editores están en una posición incierta. En los me-

“Todas las dificultades de la prensa tienen que ver con la dificultad de aceptar que hemos perdido el monopolio de la expresión pública”

dios de papel, todavía están en el centro del proceso periodístico. Pero pese a esa importancia que tienen no cumplen bien su función y más aún, no se les da la importancia que tienen. Todos los días en nuestros países vemos que hay mucha imprecisión, mucha superficialidad, mucha opinión, muchos negocios y hechos políticos que se presentan como si fueran información periodística. Estoy hablando en términos generales, también sabemos que hay buenos medios y los periodistas premiados por la Fundación son una prueba de que todavía existe buen periodismo. Pero francamente yo no creo que esa sea la tendencia dominante.

¿Por qué digo que no hacen bien su trabajo? Primero, porque están sobrecargados de trabajo. Segundo, porque están mal pagos. Tercero, están mal preparados. Muchas veces trabajan en medios que tienen escasa, nula o intermitente independencia y en contextos políticos muy adversos. De manera que juzguen ustedes todo lo que dijo Jean François más algo de esto que estoy diciendo yo y se darán cuenta que la situación parece un desastre.

Los editores están sobrecargados y mal pagos porque, para mantener la rentabilidad en momentos de crisis, las redacciones se achican y los salarios también. Hay menos gente, hay menos plata y hay más trabajo.

Están mal preparados porque no hay suficiente oferta ni exigencia de capacitación.

Muchos editores, además, llegaron a la posición de editores solo porque eran buenos redactores o para aumentarles el sueldo, o sea, que cayeron en la trampa. A veces no tienen más remedio y terminan desperdiciando su propio talento y el de los demás.

En cuanto a la independencia, es muy difícil que un periodista pueda ser independiente en un medio que no lo es. Hay medios que se tornan independientes por un rato, hasta que logran algún objetivo extra periodístico y entonces sobreviene el pozo de la depresión y de la desmotivación, una especie de ducha escocesa que no se puede mantener por mucho tiempo sin un costo muy alto para los editores y los redactores.

En cuanto a los contextos políticos adversos, no hace falta explicar demasiado. En Argentina hay cinco provincias que tienen reelección indefinida de sus gobernadores. Imagínense esto, un contexto de esa naturaleza es una amenaza potencial a la libertad de expresión. En este marco tan complicado se está realizando la transición hacia un periodismo digital. Muchos periodistas y editores mal preparados no van a poder participar en la transición, van a ser lo que en Argentina se llama “una vaca en la vía”, o sea, un obstáculo, y seguramente van a ser relegados, porque el proceso va a seguir sin ellos.

En nuestro programa de editores de la Fundación Carolina de Argentina trabajamos

24 teniendo todo esto en cuenta. Más del 60% de las materias son estrictamente periodísticas. Tenemos cátedras de edición, narrativa periodística, nuevos medios y periodismo visual. También abordamos cuestiones que desde otras perspectivas ya son imprescindibles para un editor: liderazgo y legislación y ética, porque un editor es sobre todo un líder.

Trabajo en equipo es lo que se hace continuamente, tanto en el diario de papel como en la versión digital. No se trata de que reemplacen a los gerentes pero sí deben ser capaces de participar en un proceso que los involucra directamente y que muchas veces se hace sin su participación. Esto lo entienden mucho más los editores del área digital que los editores de papel que dicen: “esto no es periodismo”; sí, claro que no es periodismo, pero forma parte de las decisiones que afectan al producto periodístico. Tanto es así que hay publicaciones que están empezando a gastar más en *marketing* que en contenidos.

El aporte de la Fundación Carolina de Argentina está dirigido a lograr un mejor periodismo y a que los editores ayuden a construir un nuevo periodismo, pero eso no es suficiente. En un momento de crisis en el periodismo y en los medios, necesitamos muchas más iniciativas como las que realizan hoy la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y la Fundación Carolina.

Se necesitan muchas nuevas iniciativas que además tengan en cuenta todo este complejo tramado de condicionamientos y novedades que describía Jean François. No tiene sentido formar a los mejores redactores si van a tener editores que les cierran el camino por incapacidad, por envidia, porque no saben liderar, enseñar, motivar o porque le tienen miedo al talento.

Propongo entonces que haya más talleres en la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y del mismo modo me gustaría que hubiera en las universidades más postgrados para editores, que tengan en cuenta toda la riqueza y la complejidad del papel de editor en esta época tan crítica. Yo deseo que el periodismo digital avance con los valores de ética, rigor, responsabilidad social, humanidad e independencia que identifican al mejor periodismo. Pero no es una cuestión de buena voluntad sino de capacitación y talento.

Del mismo modo, si los periodistas de texto (periodismo de papel) se quedan al margen, no van a poder recibir los aportes de los periodistas del área digital, cuya alianza tal vez les sirva para no quedarse a un costado del camino o de caer de un pedestal que ya se está tambaleando. Los buenos editores de cualquier soporte, los editores digitales y los de papel van a tener que trabajar juntos para evitar el tsunami de los contenidos convertidos en *commodities* y para aumentar la oferta de mejores contenidos. Además, lo van a

“Los blogs son un ejemplo: no son periodismo pero seguro van a crear nuevos códigos de rigor y van a crear nuevas formas de construir credibilidad, y entonces sí van a hacer periodismo”

tener que hacer en las peores condiciones. Con la competencia de los gratuitos, con la competencia de Internet, con la migración lenta pero visible de la publicidad hacia Internet, los medios se empiezan a desesperar y a luchar con pies y manos, pero a veces sin cerebro. Nos enteramos de que hay un diario que utiliza su marca y su prestigio para venta telefónica de artículos para el hogar. Paralelamente, la gente y las instituciones van creando sus propios medios, y los grandes medios tradicionales están perdiendo el monopolio del discurso público. Los *blogs* son un ejemplo: no son periodismo pero seguro van a crear nuevos códigos de rigor y van a crear nuevas formas de construir credibilidad, y entonces sí van a hacer periodismo.

Hacen falta buenos editores para que participen creativamente en esa construcción y para que orienten a la gente en la saturación mediática, en la confusión, en este proceso de incertidumbre, de ensayo y de error. Ese es el rol del editor y si no lo asume va a desaparecer, va a ser reemplazado por otras formas de edición que seguramente ya están en gestación.

En este contexto, y con las nuevas herramientas, los editores tienen que estar mucho

más preparados para aprovechar las nuevas oportunidades. Algunas limitaciones pueden ser más fáciles de superar, por ejemplo, el tema de la propiedad, que a veces es también el tema de la independencia. Ya sabemos que las barreras de entrada en Internet son mucho más bajas, de todos modos no vaticino un futuro cercano maravilloso y horizontal. Los grandes conglomerados de medios no les van a ceder el terreno graciosamente a las personas con sus propios contenidos por más que Murdoch lo sugiera.

Todos los años en los cursos de la Fundación Carolina en Argentina veo editores que tienen intacta la pasión, y que lo único que necesitan son herramientas y oportunidades. Quieren seguir siendo periodistas. Saben o intuyen que están en los albores de nuevas formas de periodismo. El futuro dependerá en buena medida de ellos, ya sea que estén dentro de los llamados grandes medios, dentro de los medios que va creando la gente o dentro de sus propios medios. Los editores están desprotegidos en un presente muy complicado y frente a un futuro muy exigente. De manera que ayudémoslos, por favor.

26 Preguntas y comentarios

Paula Escobar

Trabajo en *El Mercurio*, de Chile. Jean François, decías que hay que recuperar la narración, pero ¿cómo hacer periodismo narrati-

vo en Internet donde el consumo es mucho más rápido, más de información dura?

Jean François Fogel

El último premio que concedió la Fundación en 2002, en la categoría de Internet, fue un trabajo sobre los piqueteros en Argentina. Fue hecho por el sitio de *Clarín*, todos creíamos que poseía gran narración, algo parecido a lo que hoy hace *interactive features* del *New York Times*. Hoy, después de hablar con los propios autores del trabajo, descubrimos que nadie lo haría de nuevo así, la evolución es muy rápida. ¿Cuál va a ser la narración en Internet?

No creo que se vaya a hacer una narración en textos largos. Más bien lo que veo es el manejo de una especie de micro cosmos alrededor

de un cierto tema. Habrá capacidad de mostrar y utilizar textos, videos, fotografías y sonidos para acercarse a una noticia desde varios ángulos, como si fuera cubismo. No sé si esto va a existir a largo plazo, pero me parece difícil que un medio no consiga contar historias a su audiencia. El proceso se va dando, hace tres años sólo se utilizaba la tecnología *flash* de macro-media, que era casi el instrumento universal para la narración sofisticada en Internet. Pero ahora hay otras tecnologías, y, otra vez, el molde se ha roto.

Raúl Peñaranda

Soy Director de *La Época*, de Bolivia. Tengo una pregunta para Jean François. Dices que las

fronteras entre los medios han desaparecido. ¿Qué pasa entonces con los derechos de autor?

Jean François Fogel

La desaparición de las fronteras entre los medios es algo que no deseamos que suceda, pero es así. El derecho de autor ha sido dañado de manera muy fuerte. Hay un gran debate para saber si habrá otra manera de retribuir a los autores, pero lo que se ve es que la capacidad de reproducir de manera indefinida sin costo adicional un contenido de cualquier tipo modifica totalmente el juego.

Hace poco un joven periodista me hablaba de un artículo que escribí hace casi 30 años en

París. Yo fui, lo busqué a través de *Google* y descubrí que alguien lo había pasado a texto digital y que circulaba en Internet, ¿qué puedo hacer como autor de ese texto? Absolutamente nada. Los grandes sitios de Internet han perdido la idea de quién tiene la propiedad de las fotografías que utilizan porque realmente es imposible seguir y ponerle etiqueta a cada fotografía que ves.

Andrés Hoyos

Soy Director de la revista *El Malpensante*. Tengo un breve comentario. La idea del “pobre editor” me parece exagerada. Ese discurso apocalíptico en el pasado siempre ha tenido resultados que no son los que se predecían. Yo quisiera por ejemplo que compararas, Jean François, la idea que había hace cinco o seis años de que los libros iban a desaparecer. Resulta que Internet no sólo no hizo que desaparecieran los libros, sino que ha multiplicado sus ventas. Entonces a mí me gustaría que comentaras si es tan seguro que esta situación apocalíptica se va a dar.



Andrés Hoyos, *director Revista El Malpensante*, Colombia.

Jean François Fogel

Yo creo que no es una situación de gran dificultad. Los editores han perdido muchísima capacidad de influir en los medios que tienen una plantilla grande. Tenerla es más difícil para un editor donde hay 60, 200 ó 300 periodistas. Los editores tienen una visión coherente de lo que hace su equipo, pero por otro lado hacen parte de un medio que se está fragmentando. Lo que digo es que el editor está en una situación compleja y de menos influencia, pero no voy a decir que es algo terrible, al contrario, pienso, como el maestro Gabo, que este sigue siendo el mejor oficio del mundo.

Roberto Guareschi

Los editores no están preparados para la transición hacia la convergencia. Todavía están discutiendo si la sala de redacción tiene que incluir a los periodistas digitales o no. Parece un chiste, todavía hay editores que están menospreciando lo digital. Por eso digo “pobres edi-

Aiola Virella

Trabajo en el diario *El Vocero*, de Puerto Rico. ¿Cómo puede contextualizar el editor los contenidos que se van a ofrecer al lector ante las nuevas formas de comunicación de flujos, co-



Jean-François Fogel, *asesor editorial/ maestro Le Monde/ FNPI*, Francia y Roberto Guareschi, *director Programa de Capacitación para Editores Fundación Carolina Argentina*, Argentina.

tores”. Lo digo con compasión, no estoy haciendo una burla, digo que están quedándose a un costado porque este proceso se va a dar con o sin ellos. Lo que quería decir es que los editores podrán seguir aportando en cuanto se pongan al día.

nexiones e hipertextos? ¿Queda espacio para contextualizar en esa abundancia de informaciones inconexas?

Jean François Fogel

Depende de una decisión. Tiene que ver con lo que he dicho sobre calidad y velocidad. Cuando se opta por el camino de la velocidad, sobre todo en Internet, el contexto resulta pobre. El contexto se parece un poco al motor de análisis de *Google*, que nos brinda distintas opciones. Todos estos motores que son automáticos a veces son pobres, sabemos que son algoritmos que toman las decisiones. Un tercio de lo que vemos publicado en *Le Monde* es producto de los algoritmos. Y no estoy seguro, pero supongo que de 100 personas que utilizan

Google 100 se quedan con *Google*, aun cuando nos da mucha basura. Hemos aceptado un medio que no es perfecto.

Esto también sucede con los *blogs*. Alguien puede decir “este *blog* es basura”, pero también recomendará otro que conoce y que le parece excelente. Entonces la persona funciona como un filtro, en Internet también hay una capacidad crítica, tal como puede existir en el papel, donde unos recomiendan a un columnista y otros a otro.

Javier Perera

Trabajo en *Radio Caracas* en Venezuela. Ante ese panorama que ustedes divulgan y que es la realidad de la influencia del Internet, ¿cómo queda la radio, como vislumbran ustedes la radiodifusión, el futuro de la radio? Más allá de

la *BBC* de Londres o de las grandes cadenas de radio del mundo, ¿cómo quedan las pequeñas radio emisoras con todos estos avances y el arrollamiento de las tecnologías?

Jean François Fogel

Internet es un canal de difusión magnífico, a través de él uno puede escuchar una radio de otro continente. Yo veo gran futuro para la radio, lo que me preocupa es su modelo económico pues la base de la radio es la audiencia y eso es lo que permite cobrar por la pu-

blicidad. Se vende la audiencia a los anunciantes. Y si la radio llega a ser la descarga de contenidos unidos en un sitio de Internet para una audiencia que tiene una escucha no simultánea, el modelo económico se va por abajo.

30 Pero por otra parte, el gran medio de América Latina sigue siendo la radio, es el me-

Óscar Serrano

Soy reportero del diario *Primera Hora*, de Puerto Rico. Mi comentario es el siguiente: el Internet y la democratización de la información han traído abundancia de datos. Lo que realmente hay es un montón de desinformación y por tanto una mayor necesidad de que exista un ente que diga qué es correcto y que no, qué es veraz y fiable, y qué no lo es. En ese sentido, los editores y los periodistas seguiremos siendo necesarios, ese cuerpo de profesionales que da forma, coherencia y credibilidad a ese montón de datos.

Roberto Guareschi

Muchos diarios creyeron que tenían el monopolio de la opinión pública. Jean François Fogel se refería al monopolio del discurso público, pero

dio que cuenta lo que pasa a la gente y que se queda con la gente a lo largo del día.



Óscar Serrano, *reportero Diario Primera Hora*, Puerto Rico y Juan Miguel Dumall, *subdirector El Periódico de Catalunya*, España.

el monopolio de la opinión pública, eso ha sido una parte de la arrogancia de los medios, que ya perdieron y no se dieron cuenta.

Segundo panel

América Latina: hacia una agenda integrada de desarrollo



Gustavo Bell, *director Diario El Heraldo*, Colombia;
Enrique García, *presidente ejecutivo CAF*, Bolivia; y
Jaime Abello Banfi, *director ejecutivo FNPI*, Colombia.

América Latina: hacia una agenda integrada de desarrollo

Jaime Abello

A continuación, Enrique García, presidente de la Corporación Andina de Fomento y Gustavo Bell Lemus, director del diario *El Heraldo* de Barranquilla, Colombia. La presentación del presidente García abre el panel *América Latina: Hacia una agenda integral del desarrollo*. Él nos ha acompañado todos estos años en estos encuentros en Monterrey. Hemos tenido la oportunidad de compartir su visión, las ideas de la Corporación, las propuestas sobre el estado del continente, la dinámica de las economías y de las sociedades y algunos caminos y posibilidades de trabajo que le interesan también a medios y periodistas. La idea es que comparta esa agenda con nosotros. Luego vendrán los comentarios de Gustavo Bell y enseguida intercambiaremos algunas ideas sobre la situación en nuestros

Enrique García

He escuchado con mucha atención el panel anterior, donde se ve claramente todo este cambio que está experimentando el periodismo debido a los avances de la tecnología y a los nuevos ambientes. Se ve con toda claridad que la función del editor está en un punto de inflexión. Si no se adapta a las nuevas circunstancias, a las nuevas condiciones de trabajo, a la



Jaime Abello Banfi, *director ejecutivo FNPI*, Colombia.

países. Aquí hay gente de toda América Latina, es la oportunidad para hacer comentarios y preguntas, y para escuchar la voz autorizada de quien dirige una organización que es un motor del desarrollo regional.

nueva tecnología, puede quedar muy rezagado o incluso desaparecer. Y creo que lo mismo se puede decir de América Latina: si no se pone las pilas, si no mira profundamente cuáles son los problemas que tiene, si no deja de ser auto-complaciente con éxitos temporales, tiene el riesgo de quedar muy rezagada en el contexto internacional.

34 Hace cuatro años, en la primera mesa redonda que realizamos aquí en Monterrey, ofrecí una visión sobre el continente. Era un momento en que todos estábamos muy deprimidos porque el mundo estaba en recesión. Cuando ya se creía que comenzaba a salir adelante, en realidad América Latina estaba pasando un momento extremadamente difícil, con crisis en las economías principales. En este momento, año 2006, uno puede tener una visión optimista pero con cautela. Si miramos qué ha sucedido en la región en los últimos tres años, podemos observar que ha recuperado algunos de los factores que había perdido. Por ejemplo, hoy posee la mejor tasa de crecimiento de los últimos 30 años, lograda dentro de un marco de estabilidad de precios. Y, algo no muy común en la América Latina de hace 20 años, hoy no hay países con hiperinflación. El promedio en la mayor parte de ellos está por debajo del 6% y aunque hay dos países que tienen un índice superior al 10%, ninguno pasa del 14%. Además, existe un superávit en la balanza de pagos, las reservas internacionales son muy altas. Todo lo anterior nos parece muy bueno, pero yo me pregunto lo siguiente, ¿debemos estar satisfechos con eso?, ¿ese resultado positivo es producto de nuestro esfuerzo?, ¿o tiene que ver con que otros lo están haciendo bien y eso nos favorece, o es una combinación de los dos factores? La buena noticia es que en gran

parte se debe a la madurez que ha tenido la gente y los países. Especialmente en el ámbito macroeconómico, uno encuentra que –independientemente de las diversas corrientes de pensamiento e ideologías que puedan existir en el continente, y del hecho que van cambiando los gobiernos y las tendencias– los equipos económicos que manejan la parte fiscal y la monetaria tienen una experiencia muy importante y una responsabilidad grande. Eso es un gran logro.

Pero ahora viene la mala noticia: esta situación de bonanza se debe en gran medida a que otros países lo están haciendo muy bien. Le damos las gracias a Estados Unidos por tener una economía que está creciendo a un ritmo de alta productividad, gracias a los japoneses que salen de la recesión después de casi diez años y, desde luego, muchas gracias al Este Asiático y especialmente a China por el crecimiento que ha tenido en sus inversiones y exportaciones. Todos ellos han contribuido a que los principales productos de exportación de América Latina, más precisamente los de Suramérica, tengan precios altamente favorables.

Entonces, si bien aquí hay un fenómeno muy positivo, muy interesante, debemos preguntarnos: ¿y cómo estamos en lo demás? Yo diría que la macroeconomía está muy bien, pero la microeconomía está mal. ¿Por qué está mal? Tengo algunas cifras para demostrar que

América Latina está muy rezagada en materia de eficiencia, de productividad. Es decir, no es que haya empeorado la situación, yo creo que si la comparamos con la de hace cuatro años las condiciones han mejorado en términos relativos, pero las cifras no son alentadoras.

Veamos, en primer lugar, el crecimiento económico. Podemos estar contentos de haber crecido en los últimos años a un promedio superior al 4,5% ó 5% en la región, pero preguntémosnos qué ha pasando en el resto del mundo. En la década de los 80, América Latina decreció a un promedio de 1%; en los 90 creció a una tasa inferior al 2%, y en lo que va de esta década su crecimiento promedio es cercano al 2%. Comparemos estas cifras con las del Asia del Este y del Pacífico que desde los años ochenta han crecido a un promedio del 6%. ¿Esto qué significado tiene? Hace 25 años el ingreso *per cápita* de América Latina, en precios de poder de compra, representaba el 35% del ingreso *per cápita* de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y hoy representa el 25%. Por el contrario, en los países del Este Asiático, que representaban el 5%, hoy representan el 17%. Entonces véase la diferencia fundamental en el ritmo.

Otro tema importante: América Latina ahorra poco e invierte poco. De esta bonanza de la que les estoy hablando el promedio de ahorro de los últimos dos años no pasa del 20% del in-



Enrique García , *presidente ejecutivo CAF*, Bolivia.

greso nacional. Y en esta estadística incluyo los casos más favorables, como el de la economía venezolana que ha tenido una situación muy especial y que tiene una capacidad de ahorro superior al 30%, lo cual quiere decir que hay varios países con una capacidad de ahorro inferior al 15% del ingreso nacional. Yo no pido que seamos igual que China, 40% de ahorro, pero tomemos el caso exitoso de Chile, que ha mostrado un ahorro promedio más o menos del 25% del ingreso.

Vamos al otro lado, la inversión. ¿Cuánto invierte América Latina? Invierte alrededor del 20% ó 21% del Producto Interno Bruto. ¿Cuánto debería invertir la región para poder crecer? Si quiere crecer en forma continua a un 7% y cerrar una brecha, tendría que invertir por lo menos un 25% del PIB.

36 Aquí viene otro tema, la productividad. Las economías del Este Asiático han tenido un crecimiento dramático en los últimos 20 años –casi seis veces lo que era su productividad de hace 30 años– mientras que América Latina ha crecido marginalmente.

En cuanto al aspecto social, los indicadores que miden la calidad de vida en América Latina presentan índices de desarrollo humano evidentemente superiores a África y a algunas regiones de Asia, pero no han tenido mejoras sustanciales. Hay dos temas delicados. El primero es la distribución del ingreso, que es peor en América Latina que en cualquier otra región del mundo. En cuanto a los índices de pobreza, en los últimos años hay menos pobres. Algunos países han tenido bastante éxito en la lucha contra la pobreza, pero de todas maneras, todavía hay un porcentaje cercano al 25% de la población que vive con menos de dos dólares por día.

Otro indicador de importancia relativa: las exportaciones en el contexto mundial. En 1948, las exportaciones de América Latina representaban un 12% del total en el contexto mundial y hoy no llegan al 5%. En el mismo año, la cifra para el Sudeste Asiático era de 2,5% y hoy sus exportaciones representan prácticamente ese 12% que nuestra región representaba en el pasado.

Si América Latina no aprovecha esta coyuntura de relativa bonanza macroeconómica



Enrique García, *presidente ejecutivo CAF*, Bolivia y Jaime Abello Banfi, *director ejecutivo FNPI*, Colombia.

para que la economía sea más eficiente y pueda crecer en forma sostenida, vendrá el ciclo negativo. Lamentablemente los ciclos se repiten y puede que de aquí a dos o cuatro años estemos lamentándonos porque perdimos una oportunidad mientras otros ganaron. El mensaje central, eso que la CAF viene tratando de apoyar, es que América Latina debe tomar conciencia de algunos temas fundamentales. Lo primero es que el esfuerzo comienza en casa, no esperemos que otros hagan por nosotros lo que no hacemos por nosotros mismos. Lo externo es importante pero es complementario, no es sustituto.

El otro elemento es, y vuelvo al tema de los editores, reconocer que la globalización es un hecho que está fuera de nuestro control, es un hecho tecnológico. Por eso, tenemos que mirar

al mundo si queremos que el mundo nos vea a nosotros y tenemos que adaptarnos a las nuevas reglas en lo económico, en lo político, en lo social, en los derechos humanos, en todos los aspectos relevantes. Es fundamental saber que no es posible resolver los problemas de pobreza, marginalidad e inequidad, si no construimos economías sólidas, que tengan una calidad de crecimiento apropiado. Sin ánimo de establecer un solo modelo, nosotros sugerimos algunos principios, el primero de los cuales es lograr ese crecimiento, pero que sea sostenido, de buena calidad, donde haya empleo y se respete la diversidad cultural y el medio ambiente.

Lo que planteo es trabajar simultáneamente. Imagínense tres aros unidos: uno es la estabilidad, condición necesaria para poder tener crecimiento y desarrollo social; el segundo es la eficiencia, y el tercero es la equidad. Lo que planteamos es que al definir acciones de políticas públicas, de participación de la sociedad, debemos mirar integralmente estos tres temas porque no es factible superar la pobreza si tenemos economías que no crecen adecuadamente. América Latina debe aumentar la inversión en todas las formas de capital, pues eso permite que exista equidad y estabilidad en el crecimiento. ¿Qué es el capital? No es solamente aumentar la inversión en carreteras o en telefonía; también existe el capital humano, es decir: educación, salud; el capital natural, don-

de América Latina tiene una gran riqueza, y, desde luego, el capital social es un tema central. ¿Qué es el capital social? Es construir bases de confianza entre los miembros de la sociedad para lograr lo que le falta a nuestra región: un común denominador para una agenda de largo plazo, con consensos fundamentales sobre temas que no tienen solución en el corto plazo y, por tanto, requieren de un plazo mucho mayor.

No se puede transformar la educación en un gobierno de tres o cuatro años; no se puede cambiar la productividad en tres, cuatro o cinco años; no se puede lograr que las instituciones de la justicia, las de derechos humanos, las que son veedoras de la competencia, se vuelvan perfectas en dos o tres años. Para eso es necesario construir una agenda de largo plazo. Y aquí hay un tema que tiene la región y que lamentablemente tenemos que admitir. Es lo que yo llamo el “fundacionalismo sistémico crónico”, esa tendencia de las personas, ya sea el presidente de un país o el gerente de una empresa, que en lugar de construir sobre lo que existe, o de desechar lo malo y tomar lo bueno para mejorarlo, parten de la premisa de que todo lo anterior está errado y lo descartan.

El segundo elemento, ya lo mencioné anteriormente, es esa euforia triunfalista que se da en los ciclos altos. Eso es un autismo muy grande. La tendencia contraria se da en época

38 de vacas flacas y es la de transferir responsabilidades a otros: “yo no soy culpable de lo que me pasa, el vecino es el culpable”.

El tercer aspecto fundamental para tener en cuenta es que el desarrollo no es responsabilidad del gobierno de turno, sino que es una responsabilidad compartida de la sociedad en su conjunto. Incluye al gobierno y a la oposición, a los poderes del Estado, a la empresa privada, a los trabajadores, a la sociedad civil. También debe existir un respeto por parte de la comunidad internacional.

Esta es la línea en que nosotros tratamos de impulsar el esfuerzo, aclarando que no hay una medida ni un traje a la medida para todo. ¿Cuál es el rol del Estado y cuál es el rol del sector privado en el mercado? Esto es algo que está en debate en estos momentos. Algunos países tienen la capacidad para ser un Estado mucho más grande, otros no tienen esa capacidad. Consecuentemente, cada país debe escoger su camino. ¿Cuál es el balance entre lo urbano y lo rural? Estas son algunas de las iniciativas que nosotros estamos impulsando en forma pragmática, o sea, a través de programas y proyectos en las diversas áreas.

Un último comentario: ¿dónde está la integración? La integración regional es uno de los objetivos centrales de la misión corporativa de la CAF y yo diría que ésta también se encuentra en un momento de inflexión. Actualmente hay

mucho más movimiento que hace dos años. Hace tres o cuatro años el ALCA estaba en marcha, hoy prácticamente ha quedado al margen. También está el caso del Mercosur, que hoy no es el mismo de hace dos años. Hace seis meses Venezuela dejó la Comunidad Andina, ahora es miembro del Mercosur. Por otro lado, la Comunidad Andina hoy no es la misma de hace seis meses. Entonces, hay un realineamiento. Hay casos interesantes como el de Chile que se vuelve a asociar con la Comunidad Andina, aunque no como miembro pleno. Otro hecho destacado es la confluencia de intereses de países de la región (Chile, Perú, Colombia, México, Panamá y otros de Centroamérica) en la Cuenca del Pacífico.

Todos los anteriores factores están hoy en la mesa y tienen que encontrar un punto de convergencia, pues la fragmentación que yo veo es peligrosa. Si América Latina no piensa en una integración mucho más realista, no sólo por los factores económicos que ya mencioné sino por su posicionamiento en la geopolítica del mundo, va a perder importancia. Ni Brasil, ni México, con el tamaño que tienen, pueden ser jugadores importantes en la realidad de la gran política del mundo. En cambio, regiones integradas sí tienen mucha relevancia. Por eso esta tendencia a la fragmentación. Los acuerdos de libre comercio deben centrarse en una visión de largo plazo.

Creo que el período 2006-2007 debe ser un momento de reflexión para los políticos.

Parte de la polarización vista en las diversas elecciones tiene que ver con estos temas: ¿cuánta apertura?, ¿cuánto sector público y cuánto privado?, ¿qué rol tiene el Estado para resolver los problemas de la pobreza?, ¿qué rol tiene la sociedad descentralizada? Todos son

temas que están en la mesa. Y yo creo que los periodistas, que ejercen una profesión de tanto valor, tienen que ser voceros autorizados, y bien informados, para la interpretación de estas tendencias que en lo político, lo económico y lo social son complejas y que tanto influyen en el desarrollo futuro de nuestros pueblos.

Gustavo Bell

Es realmente muy poco lo que se puede añadir a esta visión panorámica que ha dado don Enrique sobre la actual coyuntura económica de América Latina.

Yo simplemente voy a hacer énfasis en algunos puntos que él ya esbozó y voy a arrancar por algo que dijo hacia el final de su intervención: si Latinoamérica no piensa, no reflexiona de manera integrada en este mundo globalizado, las posibilidades de que se siga rezagando serán mayores. Si no tenemos ni desarrollamos una actitud como bloque geopolítico para jugar en el escenario mundial, y si no desarrollamos un pensamiento autónomo sobre los organismos multilaterales que marcan la pauta en el desarrollo económico mundial, vamos a perder.

Don Enrique decía que en los últimos años Latinoamérica viene experimentando unas tasas de crecimiento bastante favorables, positivas con respecto a décadas anteriores pero,



Gustavo Bell, *director Diario El Heraldo*, Colombia.

que a pesar de ello, el rezago continúa. Yo me voy a remitir a lo que sucedió en América Latina en los años cincuenta y sesenta para hacer énfasis en la necesidad de desarrollar un pensamiento crítico.

En la segunda mitad del siglo XX, después de la Segunda Guerra Mundial, se creó la Comi-

40 sión Económica para América Latina (una dependencia de las Naciones Unidas), que desarrolló un pensamiento económico coherente sobre la base de la experiencia latinoamericana y fijó unas políticas, unas recomendaciones que, mal que bien, se siguieron en los países latinoamericanos.

Me refiero a las teorías de la CEPAL gracias a las cuales los países de Latinoamérica se industrializaron, se creó una base industrial más o menos razonable, hubo crecimiento sostenido durante más o menos dos décadas y media, mejoraron nuestros recursos humanos, mejoró incluso el ingreso per cápita, se generaron algunas políticas que dieron una estabilidad suficiente para que hubiera un crecimiento macroeconómico sostenido y, más importante aún, se creó el pensamiento económico latinoamericano, que se tradujo en la creación de organismos de integración subregional como el Pacto Andino y otros bloques dentro de Latinoamérica.

Por supuesto que no logramos el desarrollo anhelado, por supuesto que no logramos el despegue que lograron otras zonas del mundo, pero, a mi juicio, el balance histórico de la CEPAL es más positivo que negativo. Todos conocemos lo que se ha denominado en la teoría económica como la “década perdida”. De una u otra manera todos padecemos la década en que América Latina se endeudó, la década de la corrupción, la década de las dictaduras. ¿Hoy en qué estamos?

Don Enrique lo ha dicho: hemos seguido un recetario diseñado por los organismos multilaterales, ya sea el del Banco Mundial, o el del Fondo Monetario Internacional, hemos seguido un recetario en cuya elaboración nosotros participamos muy poco. El Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional nos dijeron: “Ustedes tienen que seguir este recetario y el desarrollo económico volverá a los países de Latinoamérica”. Unos países más, unos países menos, han seguido ese recetario y hay unos resultados más o menos aceptables. La pregunta que se hace don Enrique es de primera importancia: ¿qué tan sostenible es ese crecimiento?, ¿qué tanto se debe a que la economía mundial ha estado creciendo y nos ha ido jalando?, y, ¿qué tanto se debe a nuestros propios méritos?

Creo que la respuesta la dio él mismo. El crecimiento de Latinoamérica en los últimos años no se debe tanto al mérito propio, o al crecimiento de nuestras economías y mercados, sino por el contrario, a que otros bloques del mundo están jalonando la economía. Nosotros vamos en el último vagón de ese tren y obviamente nos jalona, pero basta con ver las cifras, en sentido comparativo, para ver que ese crecimiento es bastante mediocre. No miremos las cifras escuetas de crecimiento económico, miremos las de desarrollo económico, las que hablan de un aumento del nivel de bienestar de la población,

“Si no tenemos ni desarrollamos una actitud como bloque geopolítico para jugar en el escenario mundial, y si no desarrollamos un pensamiento autónomo sobre los organismos multilaterales que marcan la pauta en el desarrollo económico mundial, vamos a perder”

“estamos en el mundo de la globalización, un fenómeno inevitable en el que tenemos muy poco margen de defensa frente a las tendencias mundiales”

una mayor democratización de la riqueza, una menor concentración del ingreso y un mejor nivel de capacitación en nuestro recurso humano. Estos son los indicadores que realmente nos dirán si estamos avanzando o no.

Pero, ¿cómo tratar de encontrar una visión optimista en este panorama? Yo creo que don Enrique lo dijo muy bien, tenemos que situarnos en el momento histórico y en la región del mundo en que estamos. Por más que desarrollamos un pensamiento económico autónomo, muy apropiado a nuestra configuración histórica, estamos en el mundo de la globalización, un fenómeno inevitable en el que tenemos muy poco margen de defensa frente a las tendencias mundiales. La mejor manera de insertarnos en este mundo globalizado es conformando un bloque, como lo han hecho otras regiones del mundo.

Veamos el panorama de Latinoamérica. En este momento México está siendo arrastrado por el TLC que firmó con los Estados Unidos y con Canadá. En Suramérica las cosas están críticas: el Pacto Andino está bastante debilitado con el retiro de Venezuela, Bolivia está asumiendo una postura crítica, incluso dentro del mismo Mercosur hay conflictos latentes como el de Argentina y Uruguay por unas papeleras. Tampoco hay muy buenas relaciones entre Bolivia y Chile, Chile y Perú, y Colombia y Ecuador. Cada uno está buscando su pro-

pio beneficio. Si no generamos, si no estimulamos un proceso más sólido, más estable de integración sub-regional, con mucha dificultad estaremos en capacidad de soportar una desaceleración del crecimiento de la economía de Estados Unidos o de la economía de China, como todo hace prever que sucederá en el mediano plazo.

Entonces, como dice don Enrique, es posible que aquellas conquistas de estos últimos años se vengán al suelo, y con eso comenzaría otra vez ese ritmo inestable de nuestro comportamiento económico.

Ahora bien, ¿cómo generar ese proceso de integración? Yo creo que vale la pena tratar de revivir un poco lo que en los años cincuenta y sesenta desempeñó la CEPAL: una reflexión desde nuestra realidad histórica, una reflexión desde nuestros países; no para tratar de generar unas teorías y unos modelos de desarrollos originales, pero sí que tengan en cuenta ciertas características socioeconómicas e históricas de nuestro comportamiento en el contexto mundial.

Es lamentable ver algunas cifras que muestran cómo Latinoamérica sigue siendo exportadora de capitales. Muchas de nuestras industrias, que se hicieron posibles gracias a nuestro ahorro nacional y en parte gracias a las políticas de la CEPAL, ahora están siendo absorbidas por las grandes multinacionales como un

42 efecto de la globalización. Pero más lamentable aún es ver que el recurso humano de Colombia, que hace un gran esfuerzo para capacitarlo con maestrías y doctorados, no se queda en el país sino que, absorbido por la globalización, termina trabajando en las grandes empresas multinacionales de Europa, Estados Unidos y Japón.

Jaime Abello

Sin duda ambas intervenciones nos plantean temas que vale la pena debatir, como la polarización política de América Latina y el caso mexicano. En la sesión de debate habrá oportunidad de que ustedes comenten esta visión y esta advertencia tan interesante y tan válida que hemos recibido hoy de parte del presidente de la Corporación Andina de Fomento.

Sobre el convenio entre la CAF y la FNPI quiero resaltar lo siguiente: el 3 de septiembre de 2003, hace tres años, se firmó el convenio marco de la alianza entre la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y la Corporación Andina de Fomento. Al cabo de este periodo,

José Luis Ramírez

Esperamos que con estos tres años adicionales, con las propuestas que se tienen previstas, entre ellas el Centro de Memoria, se fortalezcan

Entonces, de una u otra manera tenemos que ver cómo tratamos de situarnos con más fuerza, con más autonomía, para que todo ese gran esfuerzo que estamos haciendo no termine ahondando las diferencias con el resto del mundo sino que aumente nuestro nivel de bienestar colectivo, el que, en últimas mide el éxito o no de la macroeconomía, como señalaba don Enrique.

que se vence dentro de pocos días, hemos realizado cerca de 30 talleres y seminarios en los que han participado 662 periodistas. Además se puso en marcha la colección de libros Periodistas Siglo XXI y también una serie de redes de trabajo de periodistas de América Latina. El objeto del convenio ahora es continuar con esas líneas dentro del programa de Formación de Periodistas para la Integración Regional, trabajar en un Centro de Memoria del Periodismo Iberoamericano y reafirmar el apoyo de la CAF al desarrollo organizacional de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

aún más estos esquemas de integración, de cercanía entre los periodistas de la región. A Gabriel García Márquez, presidente de la

FNPI, y a Enrique García, presidente de la CAF, quiero agradecerles muy especialmente la confianza que han depositado en sus equipos de trabajo para que esto se pueda desarrollar y que sigamos contando con el apoyo a las labores que vamos a realizar de ahora en adelante.

Tercer panel

**El papel del editor en situaciones de
conflicto y polarización política:
el caso mexicano y los aprendizajes
de otras experiencias iberoamericanas**



Fernando Molina, *director Semanario Pulso*, Bolivia;
María Jimena Duzán, *columnista Diario El Tiempo*, Colombia;
José María Izquierdo, *director Informativos Cadena Cuatro TV y CNN plus*, España;
Rossana Fuentes Berain, *editora Foreign Affairs en Español*, México;
Luis Cañón, *editor General Diario Panorama*, Venezuela; y
Roberto Rock, *director Editorial Diario El Universal*, México.

El papel del editor en situaciones de conflicto y polarización política: el caso mexicano y los aprendizajes de otras experiencias iberoamericanas

Rossana Fuentes-Berain

Haré algunas reflexiones y al final, después de las intervenciones de los panelistas, compartiré con ustedes una primicia. Soy periodista, trabajo actualmente en *Foreign Affairs en Español*, una revista de política exterior que circula en América Latina y en Estados Unidos que se hace desde el Instituto Tecnológico Autónomo de México, ITAM. Estuve en el periodismo de información durante mucho tiempo, hasta el año 2000, cuando me dediqué al periodismo de opinión.

El tema del presente panel es de enorme coyuntura. En este momento los mexicanos no estamos de acuerdo en casi nada, estamos en el mundo del “conmigo o contra mí”. No nos ponemos de acuerdo en nada. Y ni hablar de política, un escenario donde pareciera que nos acercamos a la guerra nuclear.

El escenario de las elecciones en México era muy distinto hace 30 años. En 1976 José López Portillo recorrió el país para ser elegido presidente, el 99% de los sufragios emitidos fueron para él, era el único candidato. No es fácil pasar al escenario de hoy en día, donde tenemos a un presidente elegido, según la autoridad oficial, con una diferencia de votos menor al 1%. En ese escenario quiero citar un texto escrito en 1986 que se llama *El cataclismo de Damocles*:



Rossana Fuentes Berain, editora *Foreign Affairs en Español*, México.

“Un minuto después de la última explosión, más de la mitad de los seres humanos habrá muerto, el polvo y el humo de los continentes en llamas derrotarán a la luz solar, y las tinieblas absolutas volverán a reinar en el mundo”.

“Esto no es un mal plagio del delirio de Juan en su destierro de Patmos, sino la visión anticipada de un desastre cósmico que puede suceder en este mismo instante: la explosión –dirigida o accidental– de sólo una parte mínima del arsenal nuclear que duerme con un ojo y vela con el otro en las santabárbaras de las grandes potencias”.

“Puede decirse, por último, que la cancelación de la deuda externa de todo el Tercer Mundo, y su recuperación económica durante diez años, costaría poco más de la sexta parte

48 de los gastos militares del mundo en ese mismo tiempo. Con todo, frente a este despilfarro económico descomunal, es todavía más inquietante y doloroso el despilfarro humano”.

Sigo leyendo: “Desde la aparición de la vida visible en la Tierra debieron transcurrir 380 millones de años para que una mariposa aprendiera a volar, otros 180 millones de años para fabricar una rosa sin otro compromiso que el de ser hermosa, y cuatro eras geológicas para que los seres humanos a diferencia del bisabuelo pitecántropo, fueran capaces de cantar mejor que los pájaros y de morir de amor”.

Nos advierte el autor, que me imagino ya descubrieron se trata de Gabriel García Márquez, que todo esto puede estar en riesgo si ocurre una hecatombe nuclear. Y dice también: “Dentro de millones de millones de milenios después de la explosión, una salamandra triunfal que habrá vuelto a recorrer la escala completa de las especies, será quizás coronada como la mujer más hermosa de la nueva creación. De nosotros depende, hombres y mujeres de ciencia, hombres y mujeres de las artes y las letras, hombres y mujeres de la inteligencia y la paz, de todos nosotros depende que los invitados a esa coronación quimérica no vayan a su fiesta con nuestros mismos terrores de hoy”.

Los mexicanos, toda proporción guardada, no estamos frente a una hecatombe nuclear, pero sí estamos frente a un espacio inédito de

confrontación en el que estamos divididos no en dos partes, sino en tres. En esta situación el papel de los editores se complica enormemente porque hay grandes desafíos como el de hacer a un lado la sentencia de “conmigo o contra mí”.

Con interés quisiera pasar el micrófono a mis colegas para aprender de lo que sucede en sus propios países. Sé, por ejemplo, que en Colombia, en el caso del ex presidente Samper y del proceso que desató, se dio una situación semejante en donde la sociedad se dividió. En Bolivia también está pasando algo que nosotros estamos experimentando de otra manera en México. Allá hubo una campaña negativa contra Evo Morales, una campaña muy semejante a la que se usó aquí para mostrar al candidato del Partido de la Revolución Democrática como un gran peligro. En el caso de Evo, la campaña no tuvo el resultado que esperaban los que la promovieron, pero sin duda dejó heridas.

Venezuela, como sabemos, es una sociedad polarizada con enormes problemas. Y sería bueno escuchar qué hizo Guatemala con el Sistema de Naciones Unidas para los diálogos democráticos nacionales, y cómo han avanzado ellos en donde nosotros apenas nos estamos aventurando.

Después de la intervención de cada panelista, estaré con ustedes para darles una noticia final.

Luis Cañón

Debo hablar simplemente de las experiencias que he tenido día a día en las redacciones como editor. No voy a hacer un discurso elaborado sobre el problema del periodismo.

A partir de mis experiencias en Colombia y más reciente en Venezuela –dos escenarios polarizados– yo identificaría tres problemas básicos que enfrenta el editor en esas situaciones. El primero lo defino como la pérdida de la brújula, el segundo son las presiones a las que se enfrenta día a día, y el tercero es el alejamiento de la redacción y del editor de otros escenarios informativos.

En junio de 1994 Colombia se estremeció con los llamados “narcocasetes”, una conversación entre el jefe de la mafia, el llamado “Cartel de Cali”, y un periodista que servía de intermediario entre esa mafia y los grupos políticos. Le dice el periodista al jefe de la mafia: “Mira, la realidad es que necesitan 5.000 millones, de los cuales tienen conseguidos dos y necesitan tres más”. Le responde Miguel Rodríguez Orejuela, hoy preso en Estados Unidos: “Eso los hay, eso está definido”. Y le dice el intermediario: “Claro, en cambio a mí no me dan”. El jefe de la mafia le responde: “Es que vos no nos podés arreglar la vida a nosotros. Ahora, el día que seas candidato presidencial y tengas el 47% de la opi-



Luis Cañón, *editor General Diario Panorama, Venezuela.*

nión, no sólo tenés eso, tenés hasta la vida de nosotros”. La conversación dura casi hora y media, eso estremece a las redacciones y a mi juicio marca la agenda informativa: informaciones explosivas, grabaciones, fotocopias de cheques girados por la mafia a los políticos, y extractos de las indagatorias de aquellos que iban siendo detenidos.

¿Cuál es mi experiencia y qué hubo en la redacción? Primero, uno pierde un poco la brújula informativa. Se emociona, le parece que es una cosa gravísima contra el país, y conciente e inconcientemente empieza a hacer una especie de proselitismo ético, moral con la información. Todos los periódicos que yo conozco tienen intereses económicos e intereses políti-

50 cos. Si uno cree en la profesión le toca moverse en ese contexto y librar una batalla día a día.

Se cae en esa avidez de noticias, de exclusivas, de tener el retazo de la grabación, o algo de la indagatoria y se pierde la posibilidad, que sería un reducto que le queda a los periódicos, de tratar de explicar el contexto de esa situación. Esa no era una novedad en Colombia, era el epílogo de todo un proceso de penetración de las mafias del narcotráfico en la institucionalidad del país en todos los órdenes. Ya había tenido control sobre el Congreso, ya habían estado las mafias en otras campañas presidenciales, y Ernesto Samper, responsable en gran medida de su suerte, termina siendo a la vez una víctima, y termina pagando las consecuencias. Su padre político, el más poderoso y también ex presidente salió indemne de algunos escándalos y hasta el día de hoy ha salido indemne.

Perder la brújula y no contextualizar la información es un riesgo grande en las situaciones de polarización. En Venezuela, donde llevo menos tiempo, soy extranjero y estoy conociendo el proceso, los medios también tienen una tendencia muy fuerte a hacer proselitismo político a favor o en contra de Chávez con un radicalismo beligerante. No se explican los procesos. Cuesta trabajo enterarse por qué Chavez está en esa situación o cómo llegó al poder.

Hay una serie de quejas permanentes en los sectores de la información pero no se habla de la estrategia geopolítica de Chávez, ni se contextualiza el momento político en que se encuentra; tampoco se hace mucha investigación y ese espacio se le cede en las redacciones al periodismo de opinión. Casi que se vuelve una experiencia subjetiva, el debate se polariza mucho entre columnistas, y las redacciones ceden terreno.

Ocurre un poco lo que señalaba Daniel Ocre, el editor público del *New York Times* cuando este periódico hacía una autocrítica bastante seria frente a su cubrimiento de la guerra de Irak en la época en que había ganado siete premios Pulitzer. Cito a Daniel Ocre: “La avidez por las exclusivas, la cultura periodística que valoraba espectaculares historias de primeras páginas, una tendencia al periodismo de golpea y corre, muy poco seguimiento, diría que eso ocurre en las situaciones de polarización”. Yo creo que la cita ilustra lo que sucede en situaciones de polarización.

¿Qué estrategias puede desarrollar uno para no perder la brújula informativa? Yo diría que hay varias. Lo primero es crear equipos especializados que manejen el tema. Estoy de acuerdo con que dividir las redacciones por secciones y fuentes es algo del siglo pasado, de una época que ya se fue. Hoy hay que crear equipos especializados que atiendan los temas.

“El debate político es al tiempo un debate mediático y los medios son el instrumento para librar ese debate en situaciones de polarización”

Lo segundo es tener una mirada desde afuera, convocar especialistas que nutran las redacciones, que las oxigenen, que les den información suficiente y abran espacios. Es lo que se debe hacer por ahora porque creo que faltan todavía unos años para que realmente los periódicos desaparezcan, como nos lo anunciaron con cierto tono apocalíptico esta mañana.

Crear equipos especializados, formar a los periodistas, llevar especialistas a que expliquen el contexto. En mi experiencia como editor durante 20 años en periódicos de América Latina, he visto un problema esencial, más allá de las presiones de los dueños, que las hay sin duda, y es la formación de los periodistas. Yo creo que un editor que quiera hoy liderar equipos, que quiera sobrevivir, tiene que tener una agenda propia, no solo informativa sino una agenda propia de formación a mediano y largo plazo de sus equipos de redacción. Y lo decía esta mañana Enrique García, el Presidente de la CAF, de manera muy amable pero con cierto reclamo: “hay que estar muy bien informados”.

Este es un problema gravísimo, así lo aprendí con Enrique Santos Castillo, gran editor de periódicos, una persona muy bien informada y estudiosa, quien siempre nos recordó que si el periodista no tiene una muy buena formación y no está muy bien informado hará un trabajo mediocre.

Hoy adolecemos de la formación necesaria. La gestión de la Fundación vale mucho y hay que seguir haciendo tareas pedagógicas, acercando las redacciones a las universidades, haciendo talleres entre decanos y editores, porque el problema de la formación es gravísimo. Ya sea a través de Internet, o cualquiera que sea el canal de distribución de la información, la calidad de los contenidos va a tener un peso definitivo y la verdad es que la formación de los reporteros promedio de hoy es muy limitada, ahí debemos trabajar mucho.

La segunda reflexión que quiero hacer en torno a este aspecto de la polarización tiene que ver con el manejo de las presiones, que siempre las hay. En Colombia ocurre, y en Venezuela también, que las fuentes entregan información condicionada a partir de sus propios intereses; el debate político es al tiempo un debate mediático y los medios son el instrumento para librar ese debate en situaciones de polarización. En Colombia entregaban a los medios copias de los cheques girados por la mafia a algunos políticos, a algunos periodistas, a algunos actores públicos, con la intención política de hundirlos. Era un proceso selectivo con claros intereses políticos. Jamás se publicó la lista de todos los cheques girados por la mafia y hoy todavía no se ha publicado.

Uno muchas veces titula con cierta línea editorial, pero hay que extremar los cuidados

52 en esas situaciones de polarización y cito un ejemplo clásico reciente que debería ser un tema de estudio permanente. Me refiero a lo que sucedió el 11 de marzo de 2004 en Madrid. Ocurre el atentado de ETA a los cuatro trenes, la ciudad se conmociona, hay 190 muertos. Como lector habitual voy rápido a comprar *El País* de España, y leo el titular: “Matanza de ETA en Madrid”. Tremendo compromiso asignarle ese acto de terrorismo a ETA, una organización terrorista que no era la autora del atentado, tal como se comprobó después.

En este caso no hubo ninguna presión del dueño, simplemente estuvo el poder que seduce, que utiliza los medios. Eso fue lo que escuché después en la versión explicada por *El País*. Llamaron al director del periódico y le dijeron que había sido ETA y la llamada provenía de José María Aznar. En ese caso se perdió el contexto, no hubo reflexión. La realidad indicaba que la autoría debía ser del terrorismo árabe. Seguramente la decisión de titular de esta manera no se hizo colectivamente y el hecho quedó como un caso para analizar. Yo creo que siempre en las situaciones de polarización hay que tener claro que las fuentes tienen intereses políticos, que difícilmente van a dar información de manera altruista y lo que quieren es utilizar al medio.

Una tercera reflexión importante que quiero hacer es que en estas situaciones de polarización el periodista, de manera inconsciente, privilegia una clase de información sobre otras. Sucede cuando se emociona con un tema, por ejemplo, cuando tiene una convicción política, una visión de país y de lo que éste debería ser, de la democracia, etc., entonces descuida otros escenarios informativos que a la gente le preocupan, le interesan. A la gente le importa su día a día, la situación de su barrio, su salud, cómo va la economía, pero uno tiende a privilegiar esa información política, que es la que más lo toca, y a descuidar otras notas. Entonces también creo que hay que tener mucho cuidado con esta situación.

Quiero terminar con una frase de Tomás Eloy Martínez que creo tiene plena vigencia y debe ser tomada en cuenta en estas situaciones de manejo informativo en escenarios polarizados políticamente. El periodista no puede ser “un agente pasivo que observa la realidad y la comunica, no es una mera polea de transmisión entre las fuentes y el lector sino, ante todo, una voz a través de la cual se puede pensar la realidad, reconocer las emociones y las tensiones secretas de la realidad, entender el porqué, el para qué y el cómo de las cosas con el deslumbramiento de quien las está viendo por primera vez”.

José María Izquierdo

Fui durante diez años Director Adjunto de *El País*, lo fui cuando sucedió lo del 11 de marzo, ahora soy el Director General de los Servicios Informativos de CNN Plus, y el Director de los Servicios Informativos de la Televisión en Abierto del Grupo Prisa.

El día de hoy ha estado triste. Fogel nos ha dejado sin trabajo y Rossana nos ha dejado sin mundo, así que realmente nos espera un futuro duro, bastante incómodo.

Da la casualidad de que yo había preparado precisamente el tema del 11M, y os juro que no tenía ni la más ligera idea de que iba a salir a flote, pero sí creo que ilustra muy bien el tema del presente panel, y creo, además, que es mucho más entretenido para todos nosotros contar aquellos hechos, cómo ocurrieron, que leer una conferencia.

A ver si soy capaz de explicar con tranquilidad qué fue lo que pasó, porque según lo voy contando me voy poniendo de muy mal humor. Si se me va agriando el carácter, me lo perdonáis.

Uno de los errores profesionales más grandes que he cometido en mi vida fue adjudicarme parte del error que me correspondía como director adjunto. Naturalmente quien cometió el mayor error fue el director, para eso es director. El jueves 11 de marzo de 2004, un poco después de las siete y media de la mañana,



José María Izquierdo, *director Informativos Cadena Cuatro TV/ CNN plus*, España.

hubo una cadena de explosiones, entre cuatro y cinco, en varias estaciones de Madrid.

Empezamos todos los periódicos a mandar periodistas para averiguar lo que estaba ocurriendo y los datos que nos iban llegando eran terribles. A las ocho u ocho y media de la mañana, eran cinco muertos, a las diez, 20, no recuerdo bien. La tragedia ya se veía que era enorme con un número de heridos grande y en ese momento decidimos hacer una edición especial para intentar estar en la calle antes de las tres de la tarde. La redacción, como suele ocurrir en estos casos, se entregó del todo a este hecho. No hay nada que funcione mejor para las redacciones que los grandes sucesos, mucho mejor que una paga

54 extra. En ese momento todo el mundo se puso a trabajar de verdad.

Completamos 20 páginas que a la una de la tarde estaban magníficamente hechas, 20 terribles páginas, porque en ese momento ya sabíamos que había habido más de 100 muertos y miles de heridos. Fue el atentado más grande ocurrido en Europa. A la una de la tarde teníamos una primera página con el título: “Matanza terrorista en Madrid”, y un subtítulo que decía: “Más de 100 muertos en una cadena de atentados en estaciones de tren”.

Ese día, 11 de marzo era jueves, y las elecciones en el país eran el 14 de marzo, domingo. La polarización política era terrible. Aznar, el mejor aliado de Bush en Europa junto con Blair, había mandado tropas a Irak. Las manifestaciones en España en contra de ese envío de tropas eran multitudinarias. Fácilmente salieron a la calle más de dos millones de personas y se da la circunstancia, que todo el mundo recuerda, supongo, de que José Luís Rodríguez Zapatero, el candidato de PSOE que encabezaba esas manifestaciones, prometió que si ganaba el Partido Socialista traería las tropas a España. En ese momento el enfrentamiento entre medios de comunicación y partidos era terrible.

Y fue en ese momento cuando el Secretario de Estado de Comunicación se comunicó con el director del periódico y le anunció que el Presidente del Gobierno lo iba a llamar. La gue-

rra abierta entre el Partido Popular y el Gobierno de Aznar y nuestro periódico era obvia, era fuerte. Nosotros teníamos una posición editorial muy alejada, y la verdad es que los enfrentamientos y los choques eran continuos. No era normal que el Presidente del Gobierno llamara. Era la primera vez en ocho años que llamaba al director de *El País* para darle una información, y la información que le dio fue: “Estoy en condiciones de asegurarte que el atentado ha sido obra de ETA, no tengas ninguna duda, tenemos todos los datos de que ha sido ETA”.

En ese momento el director estaba en mi despacho, estábamos los dos solos. En un momento dado creímos que el título, “Matanza terrorista en Madrid”, era el que teníamos que haber mantenido con el subtítulo, “Más de cien muertos”, y un segundo subtítulo, “El gobierno afirma...”, porque Aznar le pidió al director que no hiciera pública esa conversación pues nos estaba dando datos de los servicios que no podía hacer públicos. Pero sí podíamos haber hecho algún sumario que dijera: “El gobierno asegura que ha sido ETA”. No lo hicimos, quisimos ser más fuertes, ir con la última hora y con lo que sin duda era un añadido de información, porque claro, lo que el Presidente del Gobierno nos estaba transmitiendo, lo mismo que estaba diciendo su ministro del Interior ante las cámaras de televisión, no era una opinión, no era un dato político, sino una informa-

ción que provenía de los servicios y de su ministerio, y por ello nos podía asegurar quien había sido autor del atentado.

Así lo titulamos y al poco tiempo, al día siguiente, y en los días sucesivos, tuvimos que explicar hasta la saciedad por qué habíamos cometido ese error. Y no explicamos en qué había consistido sino después de más de diez días de ocurrido el suceso, cuando Aznar, una vez perdidas las elecciones, contó que había hablado con los directores de los medios a quienes les había dado una información veraz que cada uno utilizó como quiso. Al día siguiente no hubo más remedio que contar en el periódico cómo fue todo, el director lo escribió con dos artículos, el consejero delegado Juan Luís Cebrián, escribió otro artículo más, e hicimos una historia de cuatro o cinco páginas contando lo que ocurrió.

Como todo el mundo sabe, no fue ETA el autor del atentado. Ese mismo día se supo que el Ministerio de Interior se había guardado durante algunas horas los datos de que se había encontrado una furgoneta con versos árabes escritos y unos casetes con música árabe también. Todas las investigaciones policiales y judiciales –el sumario está cerrado ya y dispuesto para empezar el juicio oral en algún momento– han demostrado hasta la saciedad que fue obra del terrorismo islámico.

Simplemente quería leer un par de frases que escribió el 21 de marzo el propio Jesús

Ceberio: “A todas luces fue un gran error cambiar el título con el que había decidido encabezar la edición especial del jueves 11 de marzo, ‘Matanza terrorista en Madrid’, un error que asumo en su totalidad. Lamento que esa decisión equivocada haya podido contaminar el formidable esfuerzo profesional llevado a cabo desde primera hora de la mañana por una redacción que fue capaz de superar su propia conmoción para elaborar 19 páginas de información rigurosa. La redacción hizo un trabajo irreprochable. Yo me equivoqué al decidir el título de primera página”. En esa edición del 21 contó Ceberio su conversación con Aznar, sólo después de que el Presidente del Gobierno lo había revelado el día antes en declaraciones públicas. Y Ceberio dejó claro en otro artículo su opinión sobre los hechos. “A propósito de mentiras”, se titulaba ese editorial.

Y ya para acabar y de forma muy rápida y para no aburrirlos, unas conclusiones. La primera es: nunca jamás te fíes de un Presidente del Gobierno. Segunda: no intentes ir más allá de los datos que tienes contrastados. Tercera: si te equivocas, reconócelo en público y discúlpate con tus lectores, que te perdonarán un error pero no una mentira. Y cuarta: desnuda al mentiroso y escribe “Aznar me mintió y les mintió a todos ustedes, han hecho bien en echar del Gobierno a unos mentirosos que no tienen vergüenza”.

56 Así que, ¿cuál es el papel del editor en situaciones de conflicto? Pues el de siempre: lograr que sus equipos hagan unos productos magníficos, decidir con rapidez y con honestidad y,

María Jimena Duzán

Yo quisiera hablar de dos experiencias que he vivido muy de cerca. Una de ellas en 1984-1985 siendo miembro del equipo de investigación de *El Espectador*, periódico en el que trabajé desde muy temprano bajo la tutela de Guillermo Cano. Fue prácticamente en la década de los ochenta cuando *El Espectador*, junto con otros medios como *Semana*, empezó a sacar la que después sería la historia de los carteles de la droga, el Cartel de Cali y el Cartel de Medellín.

Hoy soy columnista de *El Tiempo*, y la segunda experiencia que quiero comentar es la de trabajar la realidad que vivimos hoy los periodistas frente al fenómeno del “narcoparamilitarismo”.

En 1984 Guillermo Cano, director de *El Espectador*, había descubierto que el fenómeno del narcotráfico se convertiría en el fenómeno que nos iba a marcar a los periodistas y a los colombianos en el futuro. Él empezó a ver por televisión a todos los nuevos representantes de la clase política de ese momento, uno de ellos era Pablo Escobar, quien había llegado al Congreso. Viéndolo tanto, un día se nos acercó a la sala de redacción y nos dijo: “Yo a ese tipo lo he

claro que te equivocas, pero dedícate a otra cosa si no estás dispuesto a vivir con un montón de errores a tu espalda.



María Jimena Duzán, columnista *Diario El Tiempo*, Colombia.

visto en algún lado, búsqenlo en los archivos del periódico”. Lo buscamos y al cuarto día encontramos la foto de Pablo Escobar con “escapulario”, la foto que se les toma a las personas que van a pasar a la prisión. En 1976 el señor Pablo Escobar había sido apresado por narcotráfico y por primera vez teníamos una prueba fehaciente de que él era realmente lo que todo el mundo decía pero nadie podía probar. ¿Qué hicimos?, Guillermo llamó al entonces ministro de Justicia Rodrigo Lara Bonilla, le dijo:

“Tenemos una prueba contundente contra el señor Pablo Escobar y la vamos a publicar mañana”. El ministro supo de qué se trataba y dijo: “Listo, ustedes la publican y yo empiezo a empujar de alguna manera para que el Congreso le quite la investidura a ese congresista para que podamos capturarlo”. Y dicho y hecho.

Al otro día salió la historia de Pablo Escobar y al mes le quitaron la investidura como congresista. Desde ese momento vivió en la clandestinidad. Lo que no sabíamos los periodistas en *El Espectador*, ni mucho menos el ministro que había tomado esa decisión, era que Pablo Escobar había comenzado una guerra contra lo que yo hoy entiendo era el establecimiento colombiano.

No era una guerra contra la democracia, creo que era contra el establecimiento colombiano. Primer balance de esta guerra: matan inmediatamente al ministro de Justicia, matan a policías, a jueces y a magistrados que investigan el caso de Pablo Escobar y de otros miembros del supuesto Cartel de Medellín, y matan a Guillermo Cano, mi editor, mi director. Y, además, empieza una persecución contra el diario. Una bomba explota en el periódico y toda la información impresionante que teníamos sobre quienes eran los señores del Cartel de Medellín queda prácticamente sometida a lo que llamamos la autocensura. Ni los editores, ni los miembros del equipo de investiga-

ción sabíamos qué hacer y teníamos una cosa que en Colombia llamamos “culillo”, teníamos susto, pavor de que nos fueran a matar como habían hecho con Guillermo Cano.

No sé si lo que hicimos estuvo bien. Yo todavía tengo ciertas reflexiones acerca de hasta dónde debe llegar el periodismo, si es que el periodismo debe convertirse en una especie de soldado en una batalla o si debe mantener, como nos dicen las clases anglosajonas, una conducta políticamente correcta. Nosotros hicimos todo lo contrario. Después del asesinato de Guillermo Cano conformamos un grupo. Yo hablé con Enrique Santos Calderón, le dije: “¿Qué vamos a hacer?, tenemos una gran información que no va a salir, cómo hacemos para sacar esta información?”, y Enrique me dijo: “Saquémosla en *El Tiempo*”. Y yo le dije: “¿Pero cómo vamos a sacar la información de *El Espectador* en *El Tiempo*?”. Él me dijo: “Sí”. Y de pronto Mauricio Vargas, que está aquí, me dijo: “Yo la saco en *Semana*”. Andrés Pastrana, que entonces no era presidente sino periodista, dijo: “Yo la publico en mi noticiero”.

Entonces formamos una cosa que se llamaba *El kremlin*, y durante unos dos meses nos reunimos en mi casa con la idea de vincular a los demás medios nacionales –radio, televisión y prensa– para que publicaran esa información todos al mismo tiempo. Era una campaña de reacción para que no mataran a más periodistas

58 porque, ¿cuál es y sigue siendo el principal problema del periodismo y de los editores en Colombia? Hacer un periodismo compatible con la vida. De los periodistas de todo el mundo, nosotros somos los que más hemos tenido que enfrentar el temor a la muerte. Y aunque las cosas han mejorado, son muchos los periodistas que han sido asesinados. En ese momento, y para sorpresa de nosotros los periodistas de *El Espectador* –seamos sinceros, los periodistas somos poco comunitarios y solidarios, somos codicia y queremos la primicia– la respuesta de todos los medios fue positiva. Empezamos a sacar las investigaciones que nosotros teníamos sobre el Cartel de Medellín, información investigada por el periodismo colombiano –no por la DEA– y durante unos ocho meses cada semana salía un informe. Yo creo que esta fue una experiencia muy importante e impactante para nosotros. Ahí descubrimos una fibra, una solidaridad entre los periodistas.

Obviamente era un experimento y no podía extenderse más allá de ocho meses. Pero fue importante en ese momento porque el periodismo reaccionó y dijo: “No nos van a callar y vamos a seguir publicando las informaciones”, y de hecho seguimos publicando todo sobre el Cartel de Cali.

Ahora los invito a ir más adelante en el tiempo. Año 2000. Es la Colombia después de aquella época de la que ha hablado Luis Cañón. Un

presidente que recibió dineros del narcotráfico, un país que tuvo que soportar el “Proceso 8.000”. La sociedad se dividió, unos decían que era responsable, otros que no. Y en el fondo, ese episodio dejó un sabor de manipulación política. Si bien había un interés por sacar el tema de la corrupción a flote, no creo que el primer ideal fuera encontrar la verdad. Más bien creo que se estaba cocinando el fenómeno al que nos estamos enfrentando ahora, un fenómeno mucho más sutil, mucho menos evidente, mucho más difícil de informar y mucho menos importante para los editores de los periódicos en Colombia: el “narcoparamilitarismo”. Y los periodistas no le estamos prestando suficiente atención pues en el fondo –aunque los reporteros hagan su función– el periodismo responde a intereses de una clase dirigente.

Pues bien, hace dos años el primer informe de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) nos dio una muy buena noticia y una muy mala. La primera es que ya no nos matan. Ya no matan periodistas en Colombia, lo cual, personalmente, me parece muy bien pues personas muy cercanas a mí han sido asesinadas. Es una muy buena noticia, una realidad importante y hay que reconocerla. Unos dicen que es por cuenta de la seguridad democrática del presidente Uribe, puede ser. Pero, ¿qué ocurre? En ese mismo informe aparece algo que se llama “el mapa del silencio”. Es un mapa que señala

“¿Cuál es y sigue siendo el principal problema del periodismo y de los editores en Colombia? Hacer un periodismo compatible con la vida”

las regiones donde hay “narcoparamilitarismo” y donde hay corrupción generada por la mafia.

El mapa muestra que en esas zonas los periódicos locales no informan sobre estos temas. Cuando se les pregunta a los periodistas por qué no dicen nada, responden: “Porque me muero del susto, no quiero que me maten”. La peor autocensura es el silencio. ¿Qué es lo que nos está pasando? Las mafias locales se han ido consolidando a través de una alianza entre una clase política tradicional y una nueva clase ilegal emergente. Poco a poco han ido haciéndose a la salud, a la educación, a dineros del Estado y se comportan como las mafias de los barrios de Nueva York. Eso ha ido creciendo y se ha ido articulando de alguna manera a nivel político. Hoy tenemos un Congreso donde los representantes de esa nueva clase política, de esa recomposición de élites políticas, es evidente. Y lo triste es que el único estudio que hay sobre eso no lo hicieron unos periodistas sino unos asesores de la ONU.

Se está creando una nueva cultura, una nueva estética que nosotros hemos llamado la cul-

tura del “traqueto”. Buscando una traducción para el término, un “traqueto” es un mafioso que no mata pero corrompe. En Colombia se ha creado una alianza casi cultural, aunque no se ha firmado ningún papel, entre esa clase dirigente y esa nueva emergente cultura política.

Este es el fenómeno sobre el que más difícil ha sido informar. Los periodistas colombianos no han podido hacerlo ni desde las salas de redacción ni desde los *blogs*. Y no ayuda mucho el clima unanimista que existe en el país frente a temas como el presidente Uribe. La cultura más bien jala al unanimismo, y no a la controversia ni a la crítica, lo que hace más complicado que los periodistas puedan desmenuzar bien qué es lo que está pasando en este momento tan complicado.

Concluyo diciendo que este es un fenómeno frente al cual no hemos tenido una reacción como la que tuvimos en los años ochenta. Y creo que la falta de reacción es un síntoma grave de lo que está pasando en el periodismo frente a fenómenos tan evidentes como la corrupción y el narcotráfico. La verdad se nos refundió.

Rossana Fuentes-Berain

Vamos al caso de Bolivia. Hasta donde yo sé, Antonio Solá, el publicista que ayudó en la campaña de Felipe Calderón, uno de los candidatos en México, también trabajó en Bolivia,

sobre todo en la parte de anuncios televisivos, para Jorge *Tuto* Quiroga, el candidato que fue vencido por Evo Morales.

“Cuando se les pregunta a los periodistas por qué no dicen nada, responden: ‘Por que me muero del susto, no quiero que me maten’”

60 **Fernando Molina**

Quisiera empezar con una cita. René Zabaleta, un teórico boliviano decía: “En Bolivia, como en Francia, la política adquiere su forma más pura”. Evidentemente este es un exceso nacionalista, como corresponde a Zabaleta, que era un nacional marxista. Pero tiene algo de cierto, sobre todo el hecho de que en Bolivia, y seguramente también en otros países de América Latina, la política no tiene un carácter institucional sino que involucra y enfrenta directamente a los hombres, a los grupos sociales. Con enorme facilidad sucede que lo que está en juego no es una reforma sino el destino mismo del poder, el derecho de propiedad. Por supuesto no voy a tratar de explicar porqué ocurre esto –porque tendría que contarles la historia de mi país–, pero es muy importante para entender el tema del que quiero hablar.

Cada tanto en nuestra historia se exagera la lucha de clases, la confrontación étnica, el choque de partidos políticos. En Bolivia ocurre muy a menudo lo que Krauss llamaba las “ideologías armadas”, esa imposibilidad de diálogo entre sectores de la sociedad. Y dado que la política no solamente es la pasión sino el deporte principal de los bolivianos, todos estamos involucrados cuando esto ocurre. Los momentos de crisis son existenciales para los bolivianos porque nos conducen a tomar



Fernando Molina, *director Semanario Pulso*, Bolivia.

una opción. Y esto se refleja en las redacciones de los periódicos como lo que yo llamaré, con el riesgo de ser ambiguo, “periodismo comprometido”, que se presenta en mi país cada vez que hay luchas de clases y grandes dificultades políticas.

Voy a expresar algunos argumentos en contra del “periodismo comprometido” porque considero es uno de los resultados negativos que el conflicto trae a nuestra profesión. El “periodismo comprometido” implica una concepción instrumental de los hechos. ¿Qué quiero decir con esto?, que el periodismo se concibe como un instrumento para cambiar y mejorar el mundo, y cuando se piensa así, entonces se justifican las nobles causas. Eso se-

“En resumen, el periodismo comprometido se convierte en un factor de división en un país con conflictos”

guramente puede merecer al aplauso de muchos, pero con los mismos argumentos se podrían justificar causas menos nobles.

Si el periodismo empieza a jugar un rol en la polarización social, por ejemplo para lograr justicia social, igualmente legítimo y lógico sería que el periodismo funcionara para conservar los intereses de quienes quieren mantener la sociedad como está. De manera que tener causas nobles como norte del periodismo también justificaría tener como norte causas que no lo son. Así, el “periodismo comprometido” se aleja del ideal de observar la noticia, y entender lo que sucede sin introducir un enfoque externo al hecho noticioso. Es decir, en tanto yo sea periodista, no voy a cambiar el mundo sino a preguntarme cómo funciona. Eso es lo que podríamos llamar una concepción de entendimiento, distinta a la concepción instrumental del “periodismo comprometido”.

Otro elemento negativo del “periodismo comprometido” es que convierte en un absoluto las posiciones y las creencias del periodista como persona. Si el periodista no va a comprender los hechos tal como se presentan en la realidad sino que hace de su profesión un medio para transformar el mundo, entonces su visión de lo que está mal o bien es irreductible y lo impondrá. El resultado de esto es que la verdad queda banalizada. Si todos tienen su propia verdad, “la verdad objetiva” –si es que existe– se banaliza.

En la política se admira al político más astuto, al que tiene mejor efecto en la opinión pública, aunque mienta. Aquí, el triunfo justifica los medios. Y lo mismo puede suceder con el periodismo: si logra éxito, si consigue lectores, si tiene influencia y si finalmente está transformando el país, entonces se justifica, aunque no respete toda la verdad.

En resumen, el “periodismo comprometido” se convierte en un factor de división en un país con conflictos. ¿Qué hacer? Hay algunas propuestas que a mi juicio son fallidas. Una de ellas es el estrecho positivismo, la simple recolección de datos y de hechos como antídoto contra la politización del periodismo. Pero esto traería una sobreadundancia de datos que nos asfixiaría y no nos permitiría pensar para entender el mundo, que es de lo que se trata, y simplemente funcionaríamos como una correa de transmisión de los estímulos que recibimos.

Una segunda propuesta fallida es la idea de anular, mientras uno es periodista, las inclinaciones personales. Es decir, ser capaces de abolir nuestros pensamientos, nuestras creencias y nuestros valores, quitarnos eso como si fuera una camiseta e ir a trabajar al periódico. Pero ¿esto es realmente posible? Es muy difícil que un ser humano sea capaz de desdoblarse de esa manera esquizofrénica. Lo que habría que intentar es fijar una clara metodología de trabajo de manera que lo que prime en las redac-

62 ciones no sea la visión instrumental. Una clara metodología que deje a un lado la idea de que el periodismo debe ser para cambiar el mundo y que más bien contribuya a pensar que el periodismo debe buscar la más fiable interpretación de lo que está ocurriendo.

Otra recomendación es hacer explícito aquello que somos, que tenemos y que pensamos. No podemos estar fuera y dentro de Troya. Es muy útil saber en donde estamos cuando escribimos. Y finalmente, creer en la posibilidad de que haya un diálogo entre diferentes perspectivas. Eso significa abrirnos a la verdad de otros. En Bolivia, por ejemplo, ahora hay un gran conflicto entre las regiones ricas y las regiones pobres. Lo que cada periodista piensa depende de la región en la que vive, pero debe tener fe

Rossana Fuentes-Berain

Como dije hace un momento, iba a darles una primicia sobre esta polarización de la que hablábamos en México, pero, con el dolor de mi corazón, porque no hay nada que nos guste más

Roberto Rock

Buenas tardes y gracias por la invitación. No sabía que tenía que venir preparado con todas las primicias, más bien vengo equipado con muchas conclusiones. Efectivamente, el Tribunal Elec-

en que es posible una conversación entre las visiones. Visiones cruceñas de un lado y visiones occidentales de otro. Y, en otro escenario, pensar que es posible una conversación entre un boliviano y un chileno. Ambos países tendrán un criterio sobre su relación pero es posible que encuentren elementos en común que permitan construir una verdad que vaya más allá de la propia.

Finalmente, creo que es necesario que haya una constante crítica de los procedimientos y de los resultados de la prensa. La prensa debe olvidar el temor a criticar al colega y más bien debe hacerlo. Debe ser una crítica sana, que busque construir una verdad mayor, colectiva. Una crítica que sea uno de los métodos para evitar la actitud instrumental.

a los periodistas que dar una primicia, voy a dejar que sea mi colega Roberto Rock quien les informe sobre lo que pasó hoy en la mañana en el Tribunal Federal Electoral.

toral, que es la última instancia para asuntos electorales en México, cerró la etapa de contabilidad de votos. Son tres las decisiones que debe tomar el Tribunal Electoral. Primero, de-

finir cuántos votos obtuvo cada quién. Segundo, declarar la validez de las elecciones, es decir, si estuvieron de acuerdo a la ley o si fueron afectadas por mecanismos de inequidad, intervención del Estado, manipulación de los medios electrónicos, etc. Y tercero, y casi simultáneamente, calificar la elección y declarar al presidente electo.

Hoy cerró solamente la primera de esas tres etapas, la que más polémica había levantado pues Andrés Manuel López Obrador tenía la obsesión de que hubiera un recuento total, lo que para muchos era legítimo y para otros era un exceso, de las 130 mil casillas que se instalaron en el país. Esta mañana el Tribunal desechó esta petición. Anuló una serie de votos, un poco más de 80 mil votos a favor del candidato de Acción Nacional, Felipe Calderón, y 71 mil votos que habían sido emitidos a favor de Andrés López Obrador. De tal suerte que la diferencia de votos en términos porcentuales sigue siendo la misma, medio punto de la votación total, que fue casi 42 millones de votos.

Siete magistrados votaron de manera unánime para cerrar esta primera etapa y ahora resolverán los otros dos aspectos. Se asumía que lo iban a hacer esta misma semana, pero hay evidencias de que estos siete magistrados no tienen una postura coincidente en cuanto a la validez de la elección y, en consecuencia, la declaratoria de presidente electo llegaría hasta inicios de la siguiente semana.

Creo que esto cierra la etapa tan compleja que ha vivido México en los últimos meses o si ustedes quieren en los últimos años, donde se han producido lo que yo he bautizado las “elecciones amargas”, algo que también ya han vivido muchos otros países de América Latina. Las “elecciones amargas” no solamente son elecciones muy competidas, muy cerradas, sino que también están acompañadas de un proceso de crispación y de enfrentamiento muy agudo.

En México, solamente para aportar algunos elementos, Felipe Calderón, del Partido Acción Nacional (PAN), un partido de centro-derecha, ganó en la mitad de los estados del país. En la otra mitad de los estados, ganó una coalición encabezada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), un partido de centro-izquierda. Esto es bastante más que una división geográfica. El partido de la Revolución Democrática toma control electoral de la parte norte de la república, la más pobre y rezagada, la que ha sido menos beneficiada por los acuerdos comerciales y otra serie de medidas tomadas en el pasado reciente en México. Por su lado, el Partido Acción Nacional se fortalece en la parte más próspera y beneficiada de los 32 estados que tiene la república. Se asume que los beneficios, por ejemplo los del Tratado de Libre Comercio, se concentran notablemente en siete de esos estados. En el resto del país los beneficios son difíciles de encontrar.

64 Esta fuerza de izquierda, el Partido de la Revolución Democrática, surgió en 1988, cuando fue postulado Cuauhtémoc Cárdenas después de unas elecciones igualmente complicadas y que a decir de muchos vino acompañada también de un fraude electoral que nunca fue documentado porque las características del sistema electoral eran notablemente distintas en aquella época, eran totalmente controladas por el Gobierno y no había capacidad de transparentar los procesos como ahora. Desde 1988 hasta 2006, la fuerza electoral de esta agrupación de centro-izquierda se ha cuadruplicado. Su participación en el Congreso era aproximadamente del 9% y pasó a tener aproximadamente el 30%.

Lo que seguramente veremos en las siguientes semanas es una doble estrategia de esta izquierda, que tiene una base social indudable. Por un lado tendrá una expresión en el Congreso, es decir, el asiento tradicional del cambio democrático expresado en un Congreso muy fuerte, dividido casi en tres donde el PRD es la segunda fuerza. Y por otro parte, una vía de carácter de movilización popular que va a expresar sus lineamientos principales en una convención democrática convocada por el señor López Obrador para el próximo 16 de septiembre, el día en que se celebra la independencia de México. Es casi imposible no otorgarle vocaciones históricas a esta convención pues a lo lar-

go de la historia hemos tenido similares como la convención de Aguascalientes, a principios del siglo pasado, y otras a mediados del siglo anterior de las que se derivaron cambios institucionales importantes y ciertamente complejos.

Esta circunstancia cierra de alguna manera una etapa donde la prensa enfrentó notables desafíos para entender, para explicar y para definir su tarea frente a una realidad notablemente compleja. Creo que, a semejanza de lo que ha ocurrido en otros países con “elecciones amargas”, la prensa en ciertos segmentos importantes ha sido rehén de las fuerzas en competencia. Esta contienda electoral en México vino acompañada de una polarización muy importante. Una polarización de pocas propuestas y muchos ataques, una polarización que tuvo en la televisión su principal herramienta. Estas fueron unas elecciones libradas a golpes de *spots*. El país quedó confrontado no solamente entre estados del norte y del sur sino que también es muy común que hayamos visto familias donde había discusiones y, créanmelo o no, golpes entre quienes habían votado por una opción y quienes habían votado por la otra.

Esta madrugada un pequeño grupo de simpatizantes del PAN se manifestó afuera de la casa particular del jefe de gobierno de la Ciudad de México, Alejandro Encinas, reclamándole que desalojara, mediante la fuerza pública, a una manifestación que desde hace más

o menos tres semanas se plantó en un circuito central de la Ciudad de México, en el circuito Reforma-Alameda-Centro Histórico: varios kilómetros de un área muy sensible y por supuesto muy visible de la capital del país donde han llegado a congregarse diez mil personas.

En México estamos viendo un ejercicio muy torpe del uso de la fuerza pública para enfrentar concentraciones populares o gremiales. Hace un par de meses en una ciudad minera, en Lázaro Cárdenas Michoacán, hubo muertos cuando la fuerza pública quiso desalojar un plantón de mineros. También los hubo cuando en la población de Atenco, en los suburbios de la capital del país, quiso desalojar a un grupo de vecinos con fama de aguerridos. Conocen ustedes seguramente el caso de Oaxaca, donde ya llevamos 100 días de enfrentamientos que han dejado cuatro o cinco muertos. Se han tomado el Palacio de Gobierno, el Palacio Municipal, el Congreso, el Tribunal, al menos seis o siete de las principales alcaldías y la ciudad está lejos de tener algo que parezca un gobierno. De tal suerte que puede ser algo complicado tomar la decisión de desalojo.

Solamente un par de elementos más que interfieren en esta circunstancia: estamos tratando de entender al país bajo las luces del viejo régimen, del régimen priista que gobernó a México setenta y tantos años. Las instituciones, los mecanismos, las legislaciones, todo



Roberto Rock, *director Editorial Diario El Universal*, México.

está determinado para ese régimen y no para uno tan diverso como el actual.

Y no los quiero aburrir con las mismas historias que se repiten cuando se habla de narcotráfico, pero durante los últimos seis años, es decir, en el periodo del actual Gobierno del presidente Fox, 26 periodistas han sido asesinados, heridos o desaparecidos en diversas zonas del país, especialmente en la frontera norte. Y en el proceso electoral que acaba de terminar, hay indicios muy fuertes de que el narcotráfico, en lugares como Tamaulipas, canalizó recursos para las campañas de los tres principales partidos del país. Tendríamos entonces una posibilidad de contar a “narcodiputados” en el Congreso Federal, habrá que ver su desempeño en el futuro inmediato. Estoy a sus órdenes para cualquier comentario.

66 Rossana Fuentes-Berain

Durante la comida que hoy compartimos con nuestro mexicano adoptivo Jaime Abello, yo me refería a la forma como han cambiado los *spots* de televisión. Un estudio de la Escuela de Prensa y Gobierno en Harvard documenta que desde los años sesenta hasta el final de los noventa, la extensión del *soundbite* disminuyó. El *soundbite*, esas expresiones cortas de los *spots*, antes duraba más de un minuto y medio y ahora sólo ocho segundos. Y bromeando, yo imaginaba la escena de la obra *Julio César* de Shakespeare en la que Marco Antonio está frente a la tumba de Julio César: hubiera tenido que decir “*friends, romans, countrymen, lend me your...*” ya no le alcanzaría para decir “*ears*” y todo lo demás. A golpes de *spots* se intercambian consignas, pero no ideas.

En su *blog* semanal, Fogel hacía referencia a una entrevista que le hizo Juan José Millás a Rodríguez Zapatero donde este último decía: “Los políticos estamos advertidos por nuestros asesores de que solo tenemos que dar titulares, no ideas”. Igual que como sucede con los *spots*.

En las situaciones de polarización de nuestros países encuentro algunos elementos que son compartibles. Luis Cañón nos habló de la emoción con la que se mueve un periodista en una situación polarizada y polarizante. Evidentemente eso se relaciona con lo que Fernando Molina

nos cuenta sobre la prensa comprometida. Si un *spot* repetido al infinito en televisión es un peligro para México, entonces un buen periodista mexicano tiene que salirle al frente, pero también, en el caso contrario, si el periodista cree que un candidato es el salvador de México, el que va a purificar la nación, entonces tenderá a exaltar sus virtudes y a olvidar sus defectos. Y aquí retomo algo muy sencillo que José María Izquierdo dijo y que tendemos a olvidar: no hay que confiar mucho en los políticos.

María Jimena Duzán nos habló de las reuniones que hacía en su casa con otros periodistas con el objetivo de preservar sus vidas como periodistas. Y Roberto Rock mencionó el caso de los 26 periodistas –23 muertos y 3 desaparecidos–, del sexenio foxista. Yo escribí este domingo, en un periódico de esta ciudad, una reflexión personal titulada “Monterrey, el narco”, donde hablo de cómo la sociedad se ha ido acomodando al fenómeno “narco”.

Yo diría que hay muchos periódicos, en el caso de Monterrey es evidente, que no están haciendo su trabajo y no detectan eso porque están en una zona de confort y porque, claro, lo que importa es lo que está pasando en el espectáculo de la lucha libre. En México hay dos cosas que nos fascinan y compartimos gozosamente con ustedes: los melodramas –sea en

forma de canción, de película, de telenovela y la lucha libre. En la sociedad de Monterrey estamos viendo un proceso de abandono de la responsabilidad del servicio público como parte de lo que es el periodismo. El del narcotráfico es un tema que no se está cubriendo porque es más fácil tener a los traidores adentro de casa que afuera de casa.

Termino con la idea de la verdad banalizada que señalaba Fernando Molina y que me parece importantísima. Eso lo relaciono con un texto sobre la Revolución Francesa escrito por el

historiador Robert Darton, donde cuenta qué era el *Árbol de Cracovia*. Era el lugar donde los petimetres, los sacerdotes, las mucamas de la corte, los espías y demás se juntaban para contarse y enterarse de los rumores, los trascendidos y la información no corroborada. Luego toda esta información se convertía en libros, pero no citaban el nombre de los sujetos en cuestión. La idea de que la verdad queda banalizada me parece una provocación entre periodistas. Espero que podamos platicar de esto.

Preguntas y comentarios

Horacio Verbitsky

Una pregunta para José María Izquierdo. Yo, y algunos otros colegas con quienes hemos hablado en el pasillo, no entendemos qué razón hubo para que mediaran diez días, y una declaración de Aznar en ellos, hasta que el diario se decidiera a contar cuál había sido la historia. Entendemos que en una situación de conmoción tremenda como la que suscita el mayor atentado de la historia europea, un editor pueda, sometido a la presión del momento y con la incapacidad de imaginar que el Presidente de Gobierno esté mintiendo alevosamente, ceder

a la tentación e incurrir en el error que describiste. Lo que se nos escapa, probablemente porque nos falta información, es por qué no revelaron cómo se había producido el error al día siguiente, o dos o tres días después, y recién esperaron a que Aznar lo dijera. Y además nos llamó la atención el giro que usaste cuando dijiste: “entonces no nos quedó más remedio que...”. Es decir, la sospecha que nos surge tras tu relato es que, en realidad, el error más grave fue ese y no el del título original, sin quitarle importancia al error original.

José María Izquierdo

No, el error fundamental fue titular así. Nosotros no lo contamos por una serie de razones. La fundamental fue que en ningún momento quisimos develar una conversación del director con el presidente del Gobierno. Y sobre todo lo que no quisimos fue culpar a nadie de un error nuestro. Con la exposición que he hecho yo no he tratado de culpar al presidente. Sé que siempre que lo contamos, incluso cuando lo publicamos en el periódico, da la impresión de que estamos culpando al presidente. Yo tengo mi opinión sobre lo que el

Horacio Verbitsky

El de ustedes es un error de falta de método profesional para evitar ser víctimas de una operación política deleznable, pero no revelar que el presidente había tenido esa conversa-

José María Izquierdo

El presidente ya había tenido su castigo con la pérdida de las elecciones. Si el presidente no tergiversa esas conversaciones, no acepta sus responsabilidades, y encima, contra toda evidencia, sigue manteniendo la posibilidad de que participara ETA, nosotros dábamos por zanjado el incidente. No las mentiras de esos

presidente hizo en aquel momento que fue una utilización deleznable desde mi punto de vista, pero la culpa fue nuestra por no hacer nuestro trabajo bien.

Ni yo ni Ceberio, al que algunos de los aquí presentes conoce bien, quisimos en ningún momento descargar nuestra responsabilidad sobre alguien. No podía descargarse sobre nadie, ni siquiera sobre el presidente del Gobierno. La responsabilidad fue enteramente nuestra, nosotros teníamos que haber titulado: “Matanza terrorista en Madrid”.

ción con el director de diario es una manera de proteger al presidente en esa operación deleznable, eso es lo que a nosotros nos cuesta entender.

días. Solo la conversación. Él ya ha quedado como un mentiroso para la historia.

Durante todos aquellos días *Le Monde* tituló a toda página: “Las mentiras de Aznar”, y *La República*, como otros muchos diarios europeos, lo repetía. Nosotros no nos cansamos de denunciar durante esos días la campaña políti-

ca de falsedades y de mentiras de Aznar y su Gobierno, pero no tenía nada que ver con la conversación concreta con el director, son dos

Jaime Abello

Hay un tema que me parece interesante en contextos de crispación y polarización: una especie de trampa de las audiencias. Lo que he observado es que los medios empiezan a tomar posiciones, y empieza a darse una especie de retroalimentación estimulada por la audiencia y, cuando ya la polarización está planteada fuertemente, los medios jalonan cada uno hacia un lado del espectro. Retomar una posición más serena, un poco más independiente de esas presiones es muy difícil. ¿Por qué?, porque si lo haces la gente ya no te sigue.

Yo vi el caso en un periódico venezolano. El director de un periódico que era antichavista me dijo en un seminario hace dos años: “Si tratamos de hacer otra cosa el público nos castiga”. Resulta que el país está tan dividido que los antichavistas son los que compran el periódico, y no quieren que se aparte de esa posición.

Juan Miguel Dumall

Soy el subdirector del *Periódico de Catalunya*, de Barcelona. A propósito de lo que dices, en España se da una situación que yo creo es co-

cosas distintas. Nosotros sí denunciábamos sistemáticamente aquella campaña y lo seguimos haciendo.

Luis Cañón mencionaba cómo los periodistas tienden a olvidar que el público tiene otros intereses distintos a la política y el fenómeno de negarse a entender que la gente no quiere saber y que está saturada. Esto también me recuerda lo que pasa en Estados Unidos con la guerra. La cadena Fox alimenta la sensación de que “lo estamos haciendo bien y no tratemos de ser críticos”. Y la llamada prensa liberal es la que trata de poner en duda y de cuestionar eso de que “nosotros los patriotas lo estamos haciendo bien”. Medios como Fox se inclinan por el patriotismo y a la gente le gusta. Son otras formas de polarización o de generar unos extremismos al interior de los debates de la sociedad. La gente no quiere ver que la realidad puede ser diferente, los medios se meten por ese camino y luego no pueden salirse de ahí.

mún a todos los momentos de gran polarización, o de lo que llamaba Roberto Rock “elecciones amargas”. En esta situación, los medios

70 tienden, o por lo menos ha pasado en España, al descrédito entre la sociedad. Según el Centro de Investigaciones Sociológicas, un órgano oficial, en tiempos de la transición democrática en España, el oficio de periodista era el más valorado por la sociedad y ahora está en la cola junto al de los militares. Hay una causa, tam-

Jaime Abello

Quiero decir algo para que no se me malinterprete. Yo no quiero decir que López Obrador no tenga derecho a reclamar, advierto, sino que ha escogido la vía de generar la tensión y de los plantones, la vía de la movilización y la vía del

Mónica González

Los medios no son más que el reflejo de la sociedad en que vivimos y cuando las sociedades en que estamos se polarizan, los medios de comunicación no pueden evitar entrar en ella. Otra cosa es cuando están en la génesis de la polarización, ahí es donde yo creo que los medios pueden jugar un rol importante, porque cuando se inicia un proceso de polarización jamás se sabe donde termina, como el caso chileno durante la Unidad Popular y el de otros países en donde el descrédito total provocó la pérdida de credibilidad de los medios que se habían abanderizado con uno u otro bando.

bién hay que decirlo, y es la proliferación de programas de prensa del corazón y otras. Pero también la gran polarización que hay cuando oyes la radio por la mañana o cuando vas al quiosco y parece que te estuvieran hablando de dos países diferentes. Ese también podría ser un elemento para la reflexión.

desafío total a las instituciones. Pero por supuesto tiene todo el derecho de dudar del resultado y de exigir. Aclaro eso para no desviar la conversación.

Yo quiero ir a un punto que se tocó en un debate, que me parece tiene que ver con lo anterior. Se decía que el periodismo no puede aspirar a hacer cambios. Yo no estoy en lo absoluto de acuerdo con esto. Si el periodista, el editor, los equipos no están dispuestos a trabajar duro, a recolectar datos duros, a recolectar y a buscar y a hacer todo el esfuerzo por encontrar aquello que se quiere esconder y que no se quiere decir; si no lo hace con el objetivo de cambiar su entorno para mejorar la calidad de vida, para que los ciudadanos sepan desenvolverse en su ciudad, en su país, ¿para qué en-

“Los medios no son más que el reflejo de la sociedad en que vivimos y cuando las sociedades en que estamos se polarizan, los medios de comunicación no pueden evitar entrar en ella”

tonces? Esto es una pasión, esto es convicción, y puede que no lo logremos, pero el ob-

jetivo es cambiar el entorno porque queremos cambiar la calidad de vida.

Fernando Molina

Respecto a la intervención de Jaime, se ha estudiado mucho y existen muchas experiencias y bibliografía acerca de la presión que pueden ejercer los poderes fácticos sobre los medios de comunicación. Hay presión cuando el medio quiere hacer una cosa y hay diferentes poderes y fuerzas que quieren que haga otra.

Me parece que a veces descuidamos la discusión acerca del papel de la convicción frente a la presión. ¿Puede ser peligrosa la convicción? No hablamos en este caso de que un medio quiera hacer una cosa y lo obliguen a hacer otra, sino que el medio mismo se decide a hacer algo, porque se deja empujar por las corrientes sociales. Entonces me parece que es muy importante ver hasta qué punto la convicción puede ser peligrosa para el periodismo. Y creo que el ejemplo más patente de esto es el patriotismo.

Andrés Hoyos

Yo quería preguntarle a Roberto Rock: ¿qué ha pasado con la prensa mexicana, tanto en la campaña como en este dramático final? La he

Yo hablaba de las relaciones Bolivia-Chile como un ejemplo que tal vez fue malinterpretado. Pero en general podemos decir que una de las cosas que más difícil nos resulta a todos es librarnos del patriotismo, tanto si cubrimos un evento deportivo en el que ha habido algún incidente como si hacemos lo mismo con respecto a un tratado comercial. ¿En qué medida, por ejemplo, la convicción de ser boliviano, chileno, o peruano nubla nuestra capacidad para ver realmente lo que está sucediendo? A eso es a lo que fundamentalmente he apuntado. Por supuesto que nuestra actividad tiene efectos y ojalá que sean positivos para el mundo. Pero hay que tener cuidado con la convicción, con la fe, porque la fe puede ser a veces engañosa. Eso es todo.

visto muy jugada, pero no sabría si la polarización la ha penetrado mucho.

72 **Roberto Rock**

Hay una frase que dice que los ciudadanos votan cada cuatro años pero los poderosos votan todos los días. Y el voto de los poderosos en México tuvo la mayor presencia que yo haya visto jamás. La voluntad de sectores de opinión e influencia se reflejaba en la prensa de manera muy importante. La prensa en México también se polarizó, hubo periódicos que fueron muy militantes, unos abiertamente a favor de Felipe Calderón y otros, no tantos, abiertamente a favor de Andrés Manuel López Obrador.

La televisión se manifestó con línea editorial, es decir, con coberturas noticiosas, con comentarios de analistas. Lo hacía abrumadoramente a favor de Felipe Calderón. Y desde el Gobierno hubo un activismo muy importante que está bajo cuestionamientos. ¿Los Gobiernos pueden militar a favor del candidato del partido del Gobierno o no? Algunos dicen: “Eso pasa en Estados Unidos y no ocurre nada”. Pero, ¿ese modelo vale para un país como México o no? Igual sucede con los periódicos, ¿se vale o no se vale que hagan militancia?

Alberto Bello

Edito en México una revista quincenal de economía y negocios llamada *Expansión*. Tiene

Hace un par de años cuando aquí me invitaron a una conversación similar, había periodistas que defendían muy abiertamente el derecho de los diarios a manifestarse en favor de una postura política. Citaban una entrevista que en *La Nación* le habían hecho a un colega después de que este entrevistó a Kirchner, palabras más palabras menos, decía algo así como: “Argentina se ha dado un Gobierno para diez meses”. Ese era el remate de la entrevista y yo sé que esa postura está bajo debate.

Desde mi punto de vista los medios deben tender a un equilibrio y creo que especialmente en una democracia en construcción, como ocurre en México, pueden tener posturas fundamentales para fortalecer esa transición y para consolidar un nuevo régimen democrático. Pueden hacerlo con cuestiones tan básicas como hacer foros de ideas no para hacer transformaciones pero sí para alentar el acuerdo, el consenso y también para someter a los Gobiernos a un control de rendición de cuentas, y así generar mayor equilibrio de poderes, etc. Esa es mi visión.

una circulación menor que la de los periódicos mexicanos pero se considera importante por su

audiencia. No he hecho encuestas pero probablemente el 90% de la audiencia a la que me dirijo votó por Felipe Calderón. En esas circunstancias evidentemente hay ciertas presiones de tus fuentes.

Somos una revista que se ha mantenido en el centro. Andrés Manuel López Obrador nos dio una entrevista, algo que no ha hecho con muchos otros medios. A partir de lo que se ha dicho sobre la banalización de la verdad, yo me pregunto si tener fe en esas conversaciones entre dos monólogos que no se encuentran puede convertirnos en militantes de la banalidad. ¿Cuándo empezamos a tomar decisiones sobre lo que es o no ideal?

Si Andrés Manuel López Obrador convoca a una combinación nacional, si Reforma sigue ocupado por una manifestación, si las instituciones ya han elegido un presidente, ¿qué hacemos los medios?, ¿nos atenemos al orden constitucional o seguimos en esa equidistancia

Hernán Ramos

Soy Editor General de *El Comercio*, de Ecuador. Quiero hacer una pequeña reflexión teniendo en cuenta lo que ha dicho Roberto Rock sobre la polarización que está viviendo México. Una las cosas que llaman la atención es la normalidad con que empiezan a vivirse en América Latina las crisis políticas y la polarización social.



Juan Miguel Dumall, *subdirector El Periódico de Catalunya*, España; Alberto Bello, *director Editorial Expansión*, México; Paula Escobar, *editora de Revistas Diario El Mercurio*, Chile y Julio Villanueva Chang, *director Editorial Revista Etiqueta Negra*, Perú.

que puede confundirse con banalización? Esa es mi incertidumbre, no sé que voy a hacer de aquí a dos o tres semanas. Al hacer el cierre de edición va a haber un presidente declarado y probablemente el 22% de la población va a decir: “no reconozco a ese presidente”.

Como saben, en Ecuador tenemos una profunda y prolongada crisis institucional a nivel político. Cuando cayó el Gobierno de Fernando De la Rúa, en Argentina, mandamos un periodista a Buenos Aires. Y lo primero que me dijo cuando ya estaba haciendo la cobertura fue que ver salir al Presidente del palacio en

74 un helicóptero de gobierno y ver la agitación social en las calles era más o menos una historia repetida. Como periodistas casi ya predecimos cómo se dan y cómo evolucionan las cosas: la gente en las calles, la agitación social que crece, el desconcierto en la clase política, etc. Luego fuimos a cubrir la crisis política en Bolivia con en el gobierno que precedió al de Evo Morales y más o menos encontramos la misma situación: agitación, polarización de la prensa, radicalismo en las posiciones, en las posturas editoriales.

Entonces uno se pregunta, ¿estamos convirtiendo la excepción en una norma? Las crisis políticas en América Latina se están convirtiendo casi en una norma. Estoy hablando desde una perspectiva institucional. A lo mejor tenemos que hacer una revisión de las mecánicas de trabajo y de las valoraciones en el manejo de la información cuando nos avocamos a crisis políticas profundas.

Hemos dicho que el editor tiene que evolucionar, tiene que pensar que existen nuevas herramientas de trabajo, de lo contrario va a quedar fuera de combate. Posiblemente debemos pensar igual en cuanto al manejo de información política y de las crisis. Es decir, los parámetros tradicionales para medir y para procesar la información en momentos de crisis y de polarización quizá ya no son útiles como lo eran antes puesto que la institucionalidad polí-



Diego Goldberg, *colaborador Revista Dominical del diario La Nación*, Argentina y Hernán Ramos, *editor general Diario El Comercio*, Ecuador.

tica y democrática de los países de América Latina está totalmente resquebrajada.

En ese sentido, el caso ecuatoriano es patético: entre 1996 y 2005 vimos caer tres Gobiernos y, ¿cómo se manejó la información en esas etapas de crisis?, ¿cómo se vivió ese fenómeno dentro de una redacción? Lo que se aprende en el camino nos lleva a lo que siempre hemos tenido como normas básicas del periodismo. Soy enemigo del periodismo militante y mucho más en momentos de crisis y de polarización social y política. Me parece que una combinación entre crisis política y periodismo militante es el peor daño que se le puede hacer al periodismo.

Creo en un periodismo absolutamente riguroso. Es difícil hacerlo bajo esas condiciones,

claro, no es lo mismo hacer periodismo político en un escenario donde las instituciones funcionan, las reglas del juego están definidas, donde los actores definen sus líneas de trabajo y sus intereses. Cuando es así, el periodismo navega en unas vertientes más o menos normales. Pero cuando tenemos convulsión política, agitación social, polarización y ese tipo de factores, evidentemente los parámetros de análisis ya no funcionan y las normas de trabajo también se alteran. Nosotros, por ejemplo, hemos tenido que crear equipos de trabajo diferenciados para manejar las crisis políticas y las crisis económicas.

Rodrigo Pardo

Soy Director Editorial de la revista *Semana*. Tengo una pregunta para Luis Cañón sobre el proceso electoral que está comenzando en Venezuela. Usted nos mencionó tres puntos acerca de cómo debe actuar un editor en momentos de polarización. ¿Se están aplicando, son aplicables, se van a aplicar en Venezuela y concretamente en el periódico que usted dirige? Desde afuera uno tiene la impresión de que la

Luis Cañón

Es una situación difícil. Hay un forcejeo permanente con los dueños para convencerlos

En 1999 vivimos en Ecuador una crisis económica muy profunda. Se desmoronó el sistema financiero, perdimos la moneda, el Sucre; el 75% del sistema financiero quebró, y el Estado tuvo que asumir esas deudas, 7.500 millones de dólares, una cifra que evidentemente es muy alta para la economía ecuatoriana. Y los costos que derivan de esta crisis obviamente tienen grandes secuelas en la sociedad y el periodismo no puede ignorar ese proceso. Entonces, ¿cómo se hace periodismo en medio de unos desbarajustes tan brutales y tan tremendos?

polarización social en Venezuela ha llegado muy intensamente a los medios de comunicación y a los periódicos. Sucedió así en el referendo revocatorio de agosto del año antepasado. ¿Hasta dónde, entre ese momento y este proceso electoral, ha habido un cambio que permita a los medios tener una actitud un poco más tranquila y menos militante en este proceso electoral que se avecina?

poco a poco de que el trabajo periodístico documentado, serio, investigado, termina por

76 darle lectores al periódico. Ese es un trabajo lento, uno no puede llegar a una redacción a decir que tienen que cambiar la política editorial. Primero hay que mirar el conjunto de la redacción, sus problemas estructurales, los problemas de salario, los problemas de falta de formación, etc. Frente a eso diría que, de aquí a la campaña, lo que hago es forcejear para que haya cierto equilibrio. Y no es nada distinto a lo que he tenido que hacer en otros diarios.

Sobre el contexto venezolano, la prensa se polarizó de una manera extrema, perdió su papel y así lo reflejan las investigaciones sociales. Datanálisis, una encuestadora venezolana, mostró cómo la credibilidad de los grandes diarios venezolanos pasó del segundo al sexto lugar. Querer derrotar políticamente a Chávez a partir de titulares informativos es muy ingenuo, es sobreestimarlos, como decía con lucidez meridiana Teodoro Petkoff, alguien que tiene mucho más capacidad que la que yo pueda tener para ver la realidad venezolana, una persona capaz de hacer un periódico que compran todos los sectores de opinión para leer el editorial que él escribe.

La prensa se equivocó y no es un caso particular de Venezuela. En Estados Unidos, durante la última campaña, la mayoría de los grandes diarios se inclinaron por John Kerry, pero Bush ganó la reelección. En Europa los grandes diarios hicieron cantidad de trabajos en defensa

del sí al referéndum para avalar la Constitución europea y resultaron derrotados en la mayoría de los países. Entonces los medios han perdido esa especie de poder político que creían tener.

¿Ahora, qué hay en Venezuela? Con la mediación del Centro Carter se logró, antes del referendo del 15 de agosto de 2004, que durante unos meses los medios se comprometieran a hacer un cubrimiento en el que entregaban información más o menos equilibrada. Esa situación ayudó a que hubiera una especie de tregua que está vigente. Hoy hay unas líneas a favor de Chávez y otras en contra, pero no hay confrontaciones tan beligerantes como las que se dieron antes del referendo.

Yo pienso que poner las cosas en perspectiva es una función del periodismo y eso va a durar hasta diciembre. En diciembre Chávez va a ganar las elecciones, sin trampa, es lo que creo, porque hay un escenario político que lo favorece, tiene todas las instituciones, tiene presupuesto, etc. Y el panorama se va a agravar mucho. Esto no lo estoy inventando, basta leer con juicio el discurso de Chávez. Es evidente que apenas gane estas elecciones él va a radicalizar su proyecto político, su proyecto de socialismo con una nueva visión de la propiedad privada, con un nuevo sentido de la distribución de la tierra, etc. Al margen de que a uno le guste o no eso, los medios serán vistos, tal como Chávez públicamente ya lo ha dicho, como sus enemigos políticos.

Luis Alberto Ferré

En Puerto Rico tenemos un problema de polarización político-partidista. Todavía no hay un problema como el del narcotráfico, aunque está empezando a surgir. La situación es que la mitad de la población está con un partido y la otra mitad con el otro. Y el problema de los periodistas y de los dueños de los medios es qué decir y cómo decirlo sin que automáticamente se caiga en desgracia con la mitad de la población. Es triste que esto sea una consideración, pero no podemos olvidar que trabajamos en empresas y para los dueños es muy importante no sólo llegar a la mitad de la población sino a la mayor cantidad de la población.

Ese criterio ha tenido mucho que ver con la claridad al decir las cosas y con la contundencia a la hora de hacer las denuncias. Y a veces caemos también en la banalización de la verdad. Creemos que con decir lo que dijo fulano y lo que dijo su contrario es suficiente y que así cumplimos con todo el mundo. Aunque muchas veces con este comportamiento se filtran mentiras y demagogia, lo cual, incluso, termina por agravar la polarización.

Hay otro elemento y es que esto se da en un escenario en el que los partidos, particular-



Óscar Serrano, *reportero Diario Primera Hora*, Puerto Rico y Alberto Bello, *director Editorial Expansión*, México.

mente uno de ellos, tiene una maquinaria muy efectiva para desprestigiar a aquellos periodistas que, según ellos, los están amenazando con sus líneas de investigación o con sus líneas editoriales. Es una maquinaria muy efectiva que se manifiesta principalmente a través de la radio, porque lamentablemente la radio está rendida al partidismo político, está llena de opinión, en vez de noticias. Quería saber si tienen algún consejo para Puerto Rico en este sentido.

Fernando Molina

Hay que diferenciar entre la línea editorial, que puede decir lo que se le antoje y debe explicitar la posición que tiene el medio porque eso ayuda al lector a evaluar lo que sucede, y lo que consideramos trabajo periodístico. Respecto al ejemplo que ponía Roberto Rock, el trabajo periodístico debe intentar entender las otras razones. Si la posición editorial del medio es a favor de un candidato, Calderón por ejemplo, el trabajo periodístico no debe cerrarse a las ideas, a las opiniones, que tenga López Obrador.

La línea editorial del periódico en el que yo trabajo es contraria al Gobierno. Creo que es

obligación del trabajo periodístico escuchar las razones, intentar comprender realmente qué es lo que plantea el Gobierno con respecto a determinada cuestión. En definitiva, se trata de la intención que tienes cuando dices: “el presidente es tal”. Si tu intención es instrumental entonces estás haciendo un periodismo que a mi me parece rechazable, pero si tu intención es cognoscitiva porque lo que querías decir es que eso realmente está ocurriendo, aunque cometes errores como a veces los ha cometido un diario como *El País*. Creo que un periodismo con esa intención es el que necesitamos.

María Jimena Duzán

Creo que una de las grandes conclusiones de hoy es que podríamos cerrar todas las facultades de comunicación de América Latina. Es cierto que después de oír a Jean François Fogel queda una incertidumbre futura, pero yo sí creo que estamos por repensar todo. Sería una idea audaz cerrarlas y dejar de decirnos mentiras creyendo que es posible ver una luz al final del túnel cuando la situación está tan confusa. Mejor metamos a los estudiantes en los periódicos para que vivan esa confusión real. Nadie sabe nada y todo se rompe, esa sería la mejor escuela. Sería, por lo menos, mucho más real.

Hemos hablado de convicciones y de temor al periodismo comprometido. Ese también es un debate viejo. El periodismo no fue neutral cuando queríamos que fuera neutral ni el periodismo comprometido es tan comprometido. Ninguna de estas dos posturas garantiza que un buen periodismo.

Lo que realmente garantiza un buen periodismo es aquel que tiene un norte, cualquiera que sea. A mi me gusta el norte de la verdad. Lo que hay que hacer es mantener ese norte con coherencia. No sirve que las convicciones funcionen por periodos de cuatro años. Cuando es

así pasa lo que está pasando en España, que los periódicos pierden la legitimidad y la credibilidad con las que han tenido tantos éxitos en las décadas anteriores. Yo creo que la coherencia en las convicciones es lo más importante. El periodismo comprometido o neutro, como ustedes lo quieran llamar, me parece del pasado. Esa es otra discusión que podríamos cancelar en las facultades de comunicación.

Para terminar, no se ha hablado de investigación. Una de las cosas más importantes, y que sí permite el Internet pero de su manera anárquica, es la investigación periodística que prácticamente ha sido subordinada a otras cosas. Cuando hay rigor la investigación periodística se mantiene como una puntal importante en cualquier periódico, sea partidario del Gobierno, del centro, de izquierda o de la derecha.

Me parece que está en declive el tema de cómo se hace investigación en el mundo globalizado. Es un tema que también está en paña-

José María Izquierdo

Ya que nos piden alguna recomendación, daré una a los organizadores: definir claramente, para las ponencias, cuál es el lenguaje que estamos utilizando y cuáles son las denominaciones de los cargos que estamos utilizando. Yo creo que ha habido un problema al utilizar



María Jimena Duzán, *columnista Diario El Tiempo*, Colombia.

les y que hay que repensar porque no se están siguiendo las instrucciones que estamos dando sobre cómo se debe hacer investigación. Es una reflexión que dejo para aquellos que están preocupados no solamente por el tema de qué hacer sino que también se preocupan por cómo lograr que lo que estamos aprendiendo aquí se pueda enseñar pedagógicamente y se creen nuevos periodistas, o lo que sea.

la palabra “editor”. Yo creo que en cada sitio es una cosa distinta.

La responsabilidad de un editor como dueño o como director de periódicos no es la misma que la del editor que se limita a editar y a distribuir el trabajo en una mesa de redacción

80 teniendo por encima al jefe de sección, al redactor jefe, al subdirector, al director adjunto, al director, al consejero delegado, al presidente, etc. En algunos momentos nos hemos confundido con los planos del editor y con lo que tienen que hacer los periódicos, los periodistas y las empresas. La conversación sobre el papel del editor depende de cuál sea el nivel del editor. No es tan fácil que todos quieran lo mismo y no está demostrado que los periódicos los hagan solo los periodistas y, sobre todo, no está demostrado que los redactores sean los que llevan la línea editorial y los que toman las decisiones, más aún en situaciones de conflicto.

Roberto Rock

Recientemente me he acordado mucho del profesor Javier Darío Restrepo. Alguna vez platicábamos sobre la cobertura periodística de noticias que tenían que ver con la guerrilla y él hablaba de la ética del miedo. Yo creo que aquí necesitamos una ética de la crispación, una ética para la confrontación.

Yo no descalifico a los periódicos mexicanos que desde mi punto de vista tomaron una postura militante. No frente a la abrumadora uniformidad que tuvo la prensa por tantas décadas. Es muy difícil distinguir si la postura es del periódico o es de los periodistas, porque hay diarios importantes en el país que no tienen



José María Izquierdo, *director Informativos Cadena Cuatro TV / CNN plus*, España.

un espacio editorial que exprese la opinión del diario y vemos que en sus portadas privilegian a una de las partes. Creo que están en su derecho y creo que habrá público para todos.

En el diario donde yo laboro hay muchísimas cosas en las que no estamos de acuerdo con López Obrador. Pero creemos que parte de una democracia es la tolerancia. Uno es tolerante con las cosas que no está de acuerdo, porque es muy fácil ser tolerante con lo que uno está de acuerdo, eso lo puede hacer cualquiera. Creo que una democracia debería procesar este tipo de expresiones que a veces están en el margen de la ley o a veces están

ciertamente en confrontación con un proceso de diseño institucional.

Me han comentado algunos compañeros que yo dije o pareció que dije hace unos minutos, en la primera intervención, que hay un nuevo fraude electoral en México similar al de 1988. Yo no sé siquiera si hubo un fraude en el año 88, no había indicadores para saberlo y por supuesto no tengo ningún elemento para suponer que en estas elecciones haya habido un fraude electoral.

Creo sí, que hubo un alineamiento de diversos sectores de influencia muy poderosos que mostraron a un personaje, a López Obrador, como un peligro para México. Y creo que el principal colaborador para forjar esa imagen fue López Obrador, que desarrolló en su comunicación, con muchos sectores, un manejo particularmente agresivo y particularmente torpe desde mi punto de vista. No estoy hablando solamente de los grandes empresarios, muchos de ellos de Monterrey, que se alinearon para enfrentar a López Obrador, sino que ese miedo

fue tan eficaz y tan mal enfrentado por el propio López Obrador que incluso en gente de clase muy humilde se generó ese miedo. Yo escuché a una trabajadora doméstica decir que le habían dicho que si ganaba López Obrador iban a meter una familia pobre a su casa, y que ella sinceramente no tenía espacio ni para sus hijos y mucho menos para otra familia pobre.

Es un fenómeno bastante complejo, estamos frente a una crisis institucional que habría que ver de manera más general. En muchos países de América Latina nos gusta imaginar el futuro viéndonos el ombligo, sin levantar la mirada. Creo que hay que hacer muchas reformas y muchas de ellas tienen que tender a evitar esta crispación. Por ejemplo, si en México tuviéramos una segunda vuelta de elección presidencial, otro gallo nos cantarían, como dicen en mi pueblo.

También dije que México se había dividido en dos. Me refería a la elección presidencial. Obviamente en el Congreso se dividió en tres.

Rossana Fuentes-Berain

En 1989, cuando se cayó el muro de Berlín, alguien que tiene más cara dura que yo dijo que era el fin de la historia. Hoy nos cargamos a los editores. Dijimos que era el fin de los editores. María Jimena adosó y dijo: “el fin de las escuelas de periodismo”. Yo concluí, y quiero que

esa sea la línea de esta noche, que dentro de millones de milenios de años, después de la explosión, siempre hay esperanza de que quede una salamandra viva, eso nos dijo Gabo en su texto de 1986, y quizás sea coronada como la mujer más hermosa del mundo.

Cuarto panel
El trabajo sobre el texto
y la organización del trabajo
de la redacción: valores, certezas
y dudas de los editores



Rosental Calmon Alves, *miembro del Consejo Rector FNPI*, Brasil;
Luis Miguel González, *director periodístico Diario Público-Milenio*, México;
José Luis Ramírez, *director Secretaría y Comunicaciones Corporativas CAF*,
Colombia;
Sergio Muñoz, *columnista/maestro Los Ángeles Times/ FNPI*, México;
Adolfo Rufo Medina, *editor Diario ABC Color*, Paraguay;
Hernán Ramos, *editor general Diario El Comercio*, Ecuador; y
Juan Miguel Dumall, *subdirector El Periódico de Catalunya*, España.

El trabajo sobre el texto y la organización del trabajo de la redacción: valores, certezas y dudas de los editores

Luis Miguel González

En vez de presentar una ponencia demasiado sistemática voy a esbozar algunos temas que para mi son fundamentales. Lo primero es tratar de contestar una pregunta: ¿por qué el periódico es una mala suma de la inteligencia y la sensibilidad de los periodistas que integran la sala de redacción? De alguna manera, cualquiera que hace un periódico puede constatar que el periódico es más tonto, más aburrido, más predecible, más simple que las conversaciones que tienen sus reporteros, y que la vida que tienen sus reporteros.

La primera respuesta es que la organización periodística está hecha para podar las conversaciones y las aspiraciones de los reporteros, y tiene problemas muy serios para ayudarlos a desplegar su talento y para consolidar sus habilidades.

En buena medida esto tiene que ver con que no sabemos medir el desempeño. Lo que no se puede medir no se puede mejorar y por lo tanto uno de los problemas más serios de los periódicos es que no sabemos qué tanto estamos produciendo y qué tan bien lo estamos produciendo. Nos molesta que la parte administrativa quiera aplicar controles, saber cuántas notas se producen por día y cómo se deberían producir. Pero lo cierto es que hemos sido incapaces de producir una especie de antídoto frente a esto.



Luis Miguel González, *director periodístico Diario Público-Milenio, México.*

¿De qué manera podemos saber si el tiempo asignado a la producción de un reportaje es el correcto, y si su calidad es la esperada? Y sobre todo, ¿cómo podemos corregir esto en caso de que el tiempo no sea el correcto y la calidad no sea la esperada?

Pensar una redacción no es sólo pensar en dónde ponemos el corazón o dónde ponemos el cerebro, también hay que pensar en dónde asignamos los recursos. Haciendo autocrítica de lo que fue la cobertura mexicana del proceso electoral, me atrevo a decir que, como generalidad, los periódicos asignaron verdaderas fortunas al pago de encuestas, gastaron muchísimo dinero en contratar articulistas de opinión, y prácticamente no hubo

86 presupuesto adicional para hacer periodismo de investigación ni periodismo narrativo. De tal manera que la consecuencia, al final del proceso electoral, fueron muchas encuestas, muchas opiniones y pocos artículos memorables. No tenemos grandes perfiles de los candidatos ni reportajes a fondo sobre financiamientos. Lo que tenemos es un montón de opinadores. Me atrevo a decir que la mayor parte de los grandes talentos de las redacciones pasaron más tiempo haciendo cabildeo en medios masivos de comunicación para su propia carrera que haciendo investigación y “recolección de hechos”, lo que considero fundamental en el periodismo.

Ayer se discutía acerca de si el periodismo tiene que ser neutral, comprometido, etc. Respecto a eso yo diría, en primera instancia, que el periodismo tiene que ser eficiente, eso quiere decir, que debe que tener los recursos donde está la apuesta y donde está el interés de los lectores.

Otro tema tiene que ver con algo que es muy obvio y no se ha mencionado: cuando hablamos de periodismo tendríamos que hablar de periodismo en plural o de periodismos. Por alguna razón tengo la extraña sensación de que siempre estamos dando por hecho de que hablamos del periodismo que se hace en las capitales de los países. Lo que tendríamos que decir claramente es: “Hay varios niveles de

periodismo”. Y en términos generales se podría decir que el mejor periodismo, por más malo que sea, es el que se hace en las capitales. Luego, dependiendo de la importancia de las ciudades, vienen segundas, terceras y cuartas divisiones, hasta llegar al infierno, que es el caso del periodismo que se hace en los pueblos.

En México la relación es mucho más complicada. Un crítico literario acuñaba una frase que para mí es muy interesante. Comparaba “El arte de los elefantes contra el arte de las termitas”. Decía: “El arte de los elefantes lo hacen los importantes y cualquier movimiento cimbra al mundo. Y al margen de los movimientos de los elefantes hay termitas tejiendo durante mucho tiempo”. Yo diría, en términos generales, que en las capitales se hace periodismo de elefantes y en las provincias se hace periodismo de termitas.

En México tenemos una cosa muy peculiar, los que nos conocen lo sabrán, y es que, a pesar de la cortesía, somos bastante fríos. Entonces las relaciones entre periodistas se reducen a una fórmula muy boba: “Si yo no existo para ti, tú no existes para mí”. Es casi imposible obtener cruces de información entre periódicos o citas amigables entre periodistas de diferentes medios. De tal manera que, en vez de tener un conocimiento colectivo acumulativo, tenemos un conocimiento que compete y se anula.

Hace algunos meses me preguntaban por una periodista de Puebla que había hecho en su ciudad un reportaje maravilloso sobre las maquiladoras. Durante un mes estuvo disfrazada de trabajadora y presentó un reportaje que cimbró la esquiladora de Puebla. Para mi vergüenza tuve que reconocer que ni siquiera había leído el artículo, ni conocía la periodista. Y estoy hablando de Puebla que es la cuarta ciudad del país, tiene tres millones de habitantes. La periodista no tiene una red de relaciones públicas y por supuesto no tenía ninguna posibilidad de que su artículo tuviera repercusión.

El periodismo de provincia en un país como México tiene el problema de que es incapaz de trascender el lugar donde se hace. Debo confesar que estar en contacto con la Fundación Nuevo Periodismo me hace sentir muy *esnob*. De repente estoy muy enterado de lo que están haciendo periodistas en Argentina, en Colombia, en Perú, en España y no tengo la menor idea de lo que están haciendo en Tabasco, en Tamaulipas, en Colima, en Michoacán.

Tenemos muchos problemas para construir un diálogo rico entre regiones y así, de alguna manera, construir una realidad más compleja. Insisto: el periodismo no es solamente el periodismo que se hace en las capitales sino la suma

de los periodismos. Los que practican montañismo tienen una máxima que para mí es válida y es que el ritmo del grupo lo determina el más lento. El nivel del periodismo de nuestros países no está dado por el periodismo de elite sino por el de las partes más rezagadas, por desgracia.

Ya para cerrar: en el caso del periodismo local lo que yo he percibido es que depende muchísimo de un factor que es la autoestima de la comunidad donde se da y al mismo tiempo favorece a esa autoestima. ¿Por qué se hace buen periodismo local en Nueva York? Porque el periodista en Nueva York asume que escribir acerca de un cafecito en frente de Broadway es interesante para todo el mundo. ¿Y por qué a alguien que está haciéndolo en Córdoba, Argentina, Guadalajara, México, le da vergüenza hablar de un cafecito de su ciudad? Porque hay una baja autoestima. Para definir lo que es una ciudad o lo que puede ser una ciudad, los urbanistas hablan de territorios inteligentes. Cuando hablamos de territorios inteligentes, la pregunta que me surge es si los periódicos y los periodistas somos el cerebro, el corazón, el hígado o el intestino de ese territorio inteligente.

88 Sergio Muñoz

El tema de mi presentación es el papel del editor en la búsqueda de la calidad periodística y empiezo por reconocer que ayer aprendí dos lecciones importantes sobre el tema. De Jean François Fogel aprendí que en la era digital el editor ha perdido su papel protagónico, sus tropas y sus herramientas. De Luis Cañón que en la cobertura de situaciones de conflicto es común que el editor pierda la brújula y, agobiado por las presiones, ceda el espacio a la opinión. Deslumbrado por la contundencia de las dos observaciones no me queda otro remedio que reenfoque mi presentación y replantearme si el papel del editor en la página de opinión de un periódico depende de la geografía. Algo así como “dime dónde vives y te diré cómo editas”. ¿Por qué? Porque pareciera que la geografía determina la función del editor. Me explico: En Estados Unidos, y más concretamente en la página editorial de *Los Angeles Times*, donde escribí por más de una década, no hay ninguna diferencia entre el trabajo de un editor de noticias y otro de opinión. Los mismos filtros que se aplican a la nota de un reportero se utilizan al editar un artículo de opinión.

La rutina diaria empieza con el editor de primera línea, continúa con un *copy editor* y culmina, normalmente, con un *slot editor*. Y digo normalmente porque a menudo después de que



Sergio Muñoz, *columnista/maestro Los Angeles Times/ FNPI*, México.

el *slot editor* culmina su trabajo sigue una lectura del jefe y luego una del jefe del jefe, etc. Por cada escritor hay un mínimo de tres editores revisando la nota.

Acostumbrado a esta rutina, cuando empecé a escribir artículos de opinión en periódicos en América Latina, me di cuenta que en el 99,9% de los casos la función del editor es distinta. Al igual que en las salas de redacción de los periódicos franceses, los textos de los escritores se respetan íntegramente. En mi caso, y para mi sorpresa, mis editores latinoamericanos generalmente ni le quitan ni le añaden una coma a mis textos.

Ha habido ocasiones, lo confieso, en las que motivado por una especie de reflejo condicio-

“Calidad significa claridad en la escritura, unidad en la historia, foco puntual, precisión, atribución exacta”

nado al estilo del perro de Pavlov, he intentado provocar un comentario, una sugerencia, una crítica amistosa, una crítica positiva, una crítica negativa a mis artículos, pero, generalmente, con poco éxito.

La respuesta invariable de mis editores siempre ha sido: “nosotros no censuramos los textos de los colaboradores”. En este sentido, no resulta exagerado decir que el papel del editor en los artículos de opinión depende, en gran parte, de los usos y costumbres de la región donde habita.

Pero como mi masoquismo es infinito, yo sigo pensando que es precisamente la ausencia de un editor con poder para editar textos lo que hace que en muchos periódicos las páginas de opinión sean anacrónicas, autobiográficas, monotemáticas, blandengues y aburridas.

Respecto a los contenidos de las columnas no es inusual que los artículos tengan estos tipos de defectos:

- Atemporalidad.
- Poca claridad en el mensaje central.
- Indefinición respecto al destinatario del mensaje.
- Excesiva repetición de la noticia.
- Debilidad en la estructura.
- Argumentación poco convincente.
- Ausencia de propuestas propias.
- Escasez de llamados a la acción.

Otro problema muy serio es la selección de

los colaboradores. A menudo, quienes escriben en las páginas de opinión son los parientes o los amigos del dueño y a veces, incluso, los heredados del dueño del diario.

“¿Y éste por qué escribe?”, le pregunto al editor. “Porque el abuelo del dueño lo invitó a escribir una columna”, es la respuesta. “¿Y éste? “Ah, es amigo de mi tía”. “¿Y éste?” “Es del mismo partido político del dueño”. Otras veces, la página la dicta el azar: “¿Por qué escribe éste?” “Ni idea”. Y a menudo la página es víctima del más absoluto desorden: “¿Por qué escribe éste?” “Porque no hay otro y ya llegó la hora de cierre”.

La razón principal por la que las páginas editoriales de un periódico son autobiográficas y monotemáticas es porque el editor no tiene control sobre su *real state*. No tiene autoridad para pedirle a un autor que escriba sobre un tema específico ni para negarle la publicación de su artículo. Atribuciones todas que no deberían estar a discusión.

Lo que un editor no debe hacer es permitir que sus ideas personales dicten el contenido de las páginas. El editor no es un juez que lucha por hacer un mundo más justo y equitativo. Tampoco le corresponde persuadir a los lectores de la infalibilidad del punto de vista del autor de un artículo.

El papel del editor es abrir un espacio de opinión a los temas de actualidad; pulir los ar-

90 títulos para hacerlos elocuentes; contribuir al debate de los temas noticiosos solicitando escritos originales, brillantes. Textos bien redactados, independientemente de su ideología. No importa si el autor es de izquierda, de derecha, de centro, lo que importa es que los textos estén bien escritos y bien fundamentados.

En este contexto, calidad significa claridad en la escritura, unidad en la historia, foco puntual, precisión, atribución exacta. Yo he leído artículos en los que me citan y no me reconocen porque no dije lo que me atribuyen. Lo que el reportero puso entre comillas no tiene nada que ver con lo que dije.

La razón de ser de una página de opinión es presentar escritos que provocan ideas, sentimientos, acciones; hay que escribir para sorprender al lector y obligarlo a que cuando lea nuestro artículo diga: “nunca se me habría ocurrido ver esto de esta manera”.

Calidad es también mitigar la academia. Hay un exceso de historiadores escribiendo textos atiborrados de fechas y hechos que agobian al lector sin compasión.

En las páginas de opinión modernas hay que privilegiar a los *news makers*. A los lectores les interesa saber qué piensa ese señor que es tan famoso, o porqué tal señora está ahora en las noticias. Hay que invitar a los novelistas, dramaturgos, poetas y artistas a que narren sus experiencias más interesantes. Eso es lo que le in-

teresa a la gente. Hay que declarar la guerra a las páginas aburridas, convencionales, predecibles. Hay que erradicar el lugar común, hay que abolir los lenguajes privados. Los escritores que escriben para cinco lectores no deben tener cabida en un periódico de circulación masiva... que escriban cartas, o manden correos electrónicos, pero que no escriban en un periódico. Hay que proscribir también la “estupidización” de los temas. No se trata de escribir trivialidades, se trata de explicar lo complicado pero de manera clara.

En conclusión, una buena página de opinión es aquella que motiva un debate, que hace que la gente piense de maneras distintas y procura la exposición de nuevas ideas. Una buena página no es un sustituto del libro ni para el lector ni para el escritor; su aspiración es contar con grandes pensadores, pensando bien y explicando con claridad y brevedad. Lo bueno, si breve, tres veces bueno.

“La página editorial”, cito, “es el corazón y el alma de un periódico, es el espacio de la pasión, el agravio, el humor, la bondad, la sabiduría y la responsabilidad, es la esfera de ideas, del pensamiento lúcido y de la frase elegante. Es el foro del debate acalorado y del análisis frío, es rincón de la verdad y zona de diversión, y si no las hacemos divertidas menos nos van a leer”.

“Una buena página de opinión es aquella que motiva un debate, que hace que la gente piense de maneras distintas y procura la exposición de nuevas ideas”

Hernán Ramos

“Un editor se mueve como una bisagra, entre el área de contenidos y el área gerencial y administrativa”

Ayer, cuando escuchaba la intervención de Jean François, me provocó mandar, de regreso, mi renuncia –por email por su puesto– y dedicarme a otra cosa. Después de asimilar el golpe y mientras se acerca el día del juicio final, creo que vale la pena hacer algunas reflexiones desde la perspectiva del trabajo de un editor, desde ese ángulo donde las papas queman y la información va y viene. Voy a hacer una aproximación a la forma como yo concibo el papel del editor no solamente en escenarios de conflicto social o político, sino también tomando en cuenta las presiones que vienen por el lado de la tecnología, las fuentes de información y los giros del negocio.

A mi manera de ver, el papel del editor se puede resumir en una pequeña frase: el editor es el administrador de los siete oficios y de las catorce necesidades. Es decir, un editor se mueve como una bisagra, entre el área de contenidos y el área gerencial y administrativa. No olvidemos que el gran paraguas que sostiene la información son las empresas y las empresas son entidades con fines de lucro, que se deben a un directorio, o a un accionista. Esperan lucro y ganancia a partir de la generación de información y publicidad.

En ese contexto, el papel del editor tiene una dualidad. Y no hay nada malo en ello, lo



Hernán Ramos, *editor general Diario El Comercio*, Ecuador.

complicado es administrar ese punto medio en donde el editor tiene que cumplir por un lado, con las exigencias éticas del manejo informativo, por ejemplo la rigurosidad en el manejo de la información, y por otro, tiene que cumplir con el escenario donde el presupuesto y el manejo del recurso humano inciden. El tiempo determina el comportamiento y calidad de un proyecto.

El negocio periodístico está evolucionando, está dando un giro y más ahora con la transformación tecnológica que nos está obligando a pensar de otra manera el oficio. De manera que un editor debe ser pragmático por definición y por esencia pues tiene que administrar recurso humano.

92 Doy un ejemplo: hace más o menos un año decidimos hacer un rediseño completo, en estructura y en esquema de contenidos, a nuestro periódico. Y por supuesto, las primeras preguntas fueron, ¿cuánto nos va a costar y quién lo va a hacer?, ¿cuáles son las definiciones y las líneas que vamos a seguir? A la hora de hacer un cambio como este hay que tener un pie puesto en la tierra y también es importante vender imaginarios y soñar. Tiene que haber complemento entre una idea realizable y la limitación de los recursos.

A veces no se entiende la dimensión no periodística del editor y creo que muchos editores cometen el error de taparse la cara e ignorarlo también. Un proyecto periodístico es bueno cuando se sostiene en el tiempo y cuando resulta viable. Penosamente, en América Latina hemos visto que grandes proyectos periodísticos nacen, crecen y mueren con mucha velocidad. Han sido excelentes proyectos, con excelente estructura conceptual, con muy clara definición y orientación periodística, y con grandes talentos sosteniéndolos, pero pasa el tiempo y los proyectos empiezan a desinflarse y terminan pulverizados o perdidos en una gaveta, ignorados al final. ¿Por qué? Porque no necesariamente eran proyectos viables. No estoy diciendo que lo único que se necesita para que un proyecto sea bueno es que sea viable. Para ser bueno necesita un buen contenido, que

cumpla con parámetros de calidad periodística, y que sea sostenible en el tiempo, cosa que muchas veces no se logra porque los periodistas no somos formados como administradores ni como gerentes.

En América Latina los editores ascienden por mérito propio, por la calidad periodística de su trabajo, por el tiempo que han trabajado, por responsabilidades. Se instalan en puestos de mando editorial pero no necesariamente llegan con todo el conocimiento para poder administrar los proyectos desde un plano que no es puramente periodístico.

La tarea de los editores de ahora, estoy pensando en aquellos que tienen poder de decisión, está desdoblada. Se ha vuelto muy difícil de administrar. Y en ese sentido sí cabe la expresión que se dijo ayer: “pobres editores”. Pero en otro sentido. Es una necesidad vital ser pragmático, combinar alta calidad periodística, y ética del manejo de información con la posibilidad de gerenciar, aunque no me gusta esa palabra pero la uso para ilustrar aquello de lo que estamos hablando. Cuando esas cosas se combinan tenemos una posibilidad concreta de ir evolucionando hacia escenarios y espacios editoriales más desarrollados.

El periodismo en América Latina ha caminado largos trechos. Todavía hay muchas fracturas regionales, sociales y políticas. Mientras a veces a la sociedad le va mal, al periodismo

“Los editores nos debemos a la rigurosidad periodística, al uso ético de la información, y al lector, por encima de cualquier otra consideración”

“Tradicionalmente en América Latina poco se habla de la presión de los administradores sobre la orientación editorial y el manejo de la redacción”

no le va tan mal, a veces incluso le va bien. Las fracturas políticas, sociales y económicas son de tal calibre y de tal magnitud que ciertamente constituyen espacios importantísimos para crecer periodísticamente.

También es importante hacer una reflexión sobre lo que en este momento son las relaciones del editor con la estructura administrativa de una empresa. A mucha gente no le interesa el tema de cómo se establece la relación entre una redacción, que genera la información de la que vive el periódico, y los dueños, los accionistas o todo aquel que maneje las finanzas y las estructuras empresariales de los medios. Alguna vez se comentó que las empresas periodísticas son más o menos como una sociedad en donde hay una clara división entre el Estado y la Iglesia. Es decir, gerencia y contenido se mueven por caminos distintos y convergen en determinadas circunstancias. Tradicionalmente en América Latina poco se habla de la presión de los administradores sobre la orientación editorial y el manejo de la redacción. Y yo sí creo que en eso tenemos que ser un poco más sinceros y más categóricos también. La coexistencia entre la administración y los contenidos no es un tema que se discute tan claramente en nuestros países. Los editores tienen que entenderse con los administradores y tienen que intentar salir airosos para evitar una lesión en el área de contenidos.

Hay dueños de medios que utilizan a sus medios como instrumentos de poder. De hecho, una empresa periodística es un instrumento de poder. Eso se ve en las formas como las utilizan, en algunos casos de forma desembozada, en otros de manera sutil y con guante blanco. Y quizá empiezan a aparecer medios en América Latina que se están tomando muy en serio el concepto de la independencia frente a los grupos de poder. Independencia que les otorga la credibilidad tan deseada que todos buscamos. Pero también hay otros medios que no lo hacen, empresas periodísticas que se conciben básicamente como un gran negocio. En este escenario, la tarea de un editor se vuelve mucho más compleja porque, a medida que las crisis se profundizan, la presión sobre las áreas de contenidos crece y siempre va a estar ahí.

El tema es: ¿cómo administra el editor esa presión? Los elementos para tener en cuenta y manejar esa presión son claros: los editores nos debemos a la rigurosidad periodística, al uso ético de la información, y al lector, por encima de cualquier otra consideración. Está bien que el resto de la empresa piense en el anunciante, pero no es tarea de un editor pensar en el anunciante. Para eso existen otras instancias dentro de las empresas. La cohabitación entre el área de contenido y el área gerencial determina el perfil de un medio de prensa. Hemos visto experiencias interesan-

94 tes en América Latina, en Estados Unidos y en Europa.

En América Latina nos hace falta correr el velo, discutir el tema y no ignorar esas realidades. Nuestra sociedad tiene la madurez

Adolfo Rufo Medina

Habrán escuchado hablar de Paraguay por algunos futbolistas, por el contrabando, por la corrupción, por Stroessner, pero quizás no conozcan más que eso. Somos una especie de agujero negro dentro de América Latina y, como decía nuestro afamado escritor Augusto Roa Bastos, somos una especie de isla rodeada de tierra. Junto con Bolivia, somos los países mediterráneos de América Latina. Primero quiero hablarles un poco sobre Paraguay, un país de 406 mil kilómetros cuadrados, con cerca de seis millones de habitantes. El periodismo independiente es bastante reciente en la historia de Paraguay, pues en el pasado los medios de prensa eran más bien voceros de las corrientes políticas de turno.

El periodismo independiente nace en mi país en 1967 con *ABC Color*, al cual pertenezco. Es independiente porque no pertenece ni depende de corrientes políticas. Convivió con la dictadura de Stroessner del 67 al 84, cuando fue clausurado por cinco años luego de haber sostenido durante varios años una lucha frontal

para hacerlo. El crecimiento cualitativo de nuestro periodismo va para allá, al margen de la evolución tecnológica a la cual nos vamos a ver avocados también todos en los próximos años y meses.

contra la misma. En el 89, un mes y unos días después de la caída de Stroessner, volvimos a la palestra y felizmente seguimos siendo el diario de mayor circulación de Paraguay.

Toda esta información es para decirles que la profesión periodística en Paraguay se da un poco a los tumbos. La mayoría de los periodistas no son egresados de escuelas de periodismo porque éstas aún no brindan una educación de calidad. Por eso se ha recurrido a profesionales de diferentes disciplinas, y son quienes conformaron inicialmente el núcleo del periodismo actual. Eso está cambiando de a poco, cada vez hay más jóvenes ingresando a los diarios.

Me adhiero plenamente a lo que dijo Sergio Muñoz en el sentido de que los editores tienen que tener mucha formación periodística y también capacidad para entender la función administrativa gerencial y su relación con el entorno comercial, lo cual no significa una relación de subordinación.

En mi país las radios se han multiplicado como hongos en toda la geografía patria. En

“La gente de la redacción tradicional se siente molesta ante esta especie de “advenedizos que están viniendo a tratar de escribir y nos quieren robar las noticias””

este momento es uno de los medios que tiene mayor expansión. Para una población de casi seis millones de habitantes, hay cuatro diarios de circulación nacional y dos periódicos populares, también de circulación nacional. Estos seis diarios son de Asunción, hay otros dos regionales pero de muy poca circulación. Entre todos, apenas llegamos a los cien mil ejemplares, esa es la venta total de diarios en la república, lo cual significa un gran déficit. En este momento, hay una cantidad creciente de periodistas que trabajan en un diario y también son contratados por la televisión y por la radio, entonces tienen escaso tiempo para dedicarle a su trabajo específico en el diario. Y no se puede luchar contra esta tendencia porque también es una cuestión de oferta y demanda, el tema de la remuneración juega un papel importante dentro de la estructura laboral periodística.

A todo esto hay que sumar la irrupción de Internet. Ayer se decía que todavía se discute en las redacciones si la gente de Internet debe formar parte de ellas. Esa discusión quiere decir que todavía no existe una comprensión plena acerca de cuál es la potencialidad de Internet, de cuál es el papel que deben cumplir los periodistas dentro de esa bicefalia existente entre la redacción e Internet. La gente de la redacción tradicional se siente molesta ante esta especie de “advenedizos que están viniendo a tratar de escribir y nos quieren robar las noticias”. Todavía



Adolfo Rufo Medina, *editor Diario ABC Color*, Paraguay.

no se le ve como un medio en sí mismo sino como un apéndice no deseado, incluso, de la redacción tradicional. Lo que quiero decir es que todas estas exposiciones hablan del clima de la redacción, pero quizás no hay una discusión seria sobre cuáles son los caminos para ir resolviendo esos problemas, por lo menos tal como sucede en mi país. Como decía, nuestra situación geográfica determina lo que sucede en nuestro periodismo. En Paraguay estamos lejos de las definiciones y de cómo tratar ciertos temas que quizás ya fueron resueltos o están a punto de ser resueltos en otros países con mayor tradición periodística.

Este tipo de foros son importantes para nosotros porque nos acercan a todo un laboratorio de ideas que se están dando en otros países. En Paraguay también han desaparecido dia-

96 rios, estamos en una sociedad en transición entre la dictadura de Stroessner a una democracia que tarda en llegar, y el periodismo también está sufriendo esas transformaciones. Al fin y

Juan Miguel Dumall

Para empezar mi exposición quiero volver a una inquietud que planteó ayer Jesús María Izquierdo sobre qué es un editor. En España tenemos dos acepciones. En primer lugar, es el propietario, de hecho la patronal del sector en España se llama Asociación Española de Editores de Diarios (AEED). También lo entendemos como un corrector. Los que corregían, cuando hacíamos los periódicos en máquina de escribir, pasaron a llamarse editores. En periódicos como el mío –relativamente grande, con una redacción de unos 200 periodistas y una difusión de unos 170 mil ejemplares diarios–, consideramos que con la tecnología que tenemos, el periodista tiene que ser capaz de autoeditarse. Es decir, entregar su información, su reportaje, su entrevista, etc., perfectamente ajustada, titulada, incluso con los ladillos puestos en su sitio, sin viudas. En nuestra jerga, los editores son los periodistas de mesa o de las áreas de información. Para aclarar este asunto voy a explicar qué tipo de funciones realizamos en el periódico quienes nos dedicamos a las tareas de coordinación de la información.

al cabo, él mismo no es sino un reflejo de toda la sociedad y lógicamente eso significa que las mediocridades y los problemas existentes en la sociedad se reflejan a través de él.

Nuestro trabajo gira alrededor de lo que llamamos la mesa de redacción, que tiene varias funciones básicas:

- Asigna los espacios a las distintas secciones y a los distintos contenidos según las previsiones que haya a primera hora de la mañana, pero que van variando conforme la actualidad lo reclame.

- Arbitra los temas fronterizos, determina dónde tiene que ir una noticia, si en la sección de economía o en la sección de política.

- Impulsa las apuestas informativas del diario. La mesa de redacción, por ejemplo, dice: “En todo este ‘marma’ que tenemos de información hoy vamos a apostar por estas tres dándoles espacio y un tratamiento especial”. En este sentido la mesa impulsa un tipo de información ya sea reforzando el personal, contratando enviados especiales, solicitando artículos de opinión a colaboradores, pidiéndole documentación a los expertos, etc.

- Vela por el respeto a los géneros periodísticos especialmente en temas fuertes para que el periódico no sea una yuxtaposición de infor-

“El editor no es un defensa central que está matando a codazos a los hábiles extremos sino que, al contrario, es un creador de juegos, un distribuidor de pelotas”

“Nuestro enfoque es hacer un periódico cada vez más diferenciado, más valiente, más comprometido pero no en el sentido político, sino más comprometido con los intereses de los ciudadanos, más abierto a la audiencia”

maciones tradicionales al estilo de los despachos de agencias. De esta manera promueve la realización de reportajes, informes, entrevistas, piezas de opinión, infografías y páginas específicas de fotografías cuando así lo reclame el acontecimiento, etc.

En mi periódico la mesa de información es parte del periódico *on line*. La información que recibimos por agencias, boletines de radio, o sitios web, es administrada tanto para el diario escrito de la mañana como para lo que en el momento se está sacando en la Web. Entendemos que el diario escrito y el sitio web son las dos caras de una misma moneda: la preparación del diario para su salida al día siguiente, y lo que se saca en la Web de manera urgente, se realiza con los mismos criterios de selección, de jerarquización.

Otra función importante que realiza la mesa de redacción es el control de calidad en los temas que se seleccionan durante un día normal de trabajo. En la primera reunión que la mesa realiza al día siguiente el control de calidad gira en torno a la comparación de nuestra edición del día anterior con la de nuestros competidores. Ahí se detectan ventajas, errores, aciertos, goles a favor y en contra, y desde eso se puede corregir el tiro de la edición del día siguiente.

Desde la mesa, por tanto, tratamos de mejorar la calidad del diario y de evitar algunos de los vicios que, por desgracia, están proliferan-



Juan Miguel Dumall, *subdirector El Periódico de Catalunya*, España.

do en la prensa. En España, en los periódicos disfrazados de prensa seria y de calidad, vivimos un incremento del amarillismo; amarillismo en forma de exageraciones, de verdades a medias, de apriorismos políticos e ideológicos, etc. Vivimos un auge del periodismo de espectáculo que a mi juicio también es un tema que hay que vigilar desde las redacciones.

Por ejemplo, en la primera guerra del Golfo muchos diarios publicaron, entre ellos el mío, una fotografía muy famosa de un cormorán que no podía volar porque tenía las alas manchadas de petróleo. Luego se supo que esa foto había sido montada por el propio fotógrafo, quien impregnó al animal de petróleo, y transmitió la imagen como una cosa tremenda y nadie se dio cuenta de la verdad del asunto sino hasta un tiempo después.

98 Otro ejemplo: en un diario español, que no citaré, se publicó una crónica de un enviado especial a la guerra de Serbia. Hubo un bombardeo de la OTAN sobre Belgrado que destruyó un autobús donde viajaban civiles, y el periodista contaba la manera como lo seguían los silbidos de los misiles de la OTAN. Nuestro enviado especial me dijo: “pero si este tío estaba conmigo en el hotel, a 300 Km. de donde sucedió esto”. O sea, para darle color a la información, el periodista había inventado todo.

También es un caso de periodismo espectáculo aquel del enviado especial de televisión que mientras está haciendo un directo tiene a un productor detrás que hace una ráfaga de foguero para que parezca que está cerca de las trincheras. Estas son cosas que tenemos que combatir desde las mesas de redacción. Hay que combatir lo que llamamos las portadas muertas, las de acontecimientos que la gente ya ha visto el día anterior en todos los boletines de televisión, o ha oído en la radio. Hay que combatir las portadas iguales.

Para nosotros es un fracaso cuando nuestra portada coincide con la de *La Vanguardia* o con la de *El País*, que son competidores directos. Y hay que velar por la calidad. Por ejemplo, nosotros consideramos que los diarios gratuitos son al periodismo lo que la comida rápida es a la cocina. Nosotros tratamos de ha-

cer un buen cordero a lo largo de media tarde, y un diario gratuito te embucha una hamburguesa, te pone un poquito de *ketchup* y tira. El problema que tenemos es que mucha gente se conforma con la hamburguesa.

El editor no es un defensa central que está matando a codazos a los hábiles extremos sino que, al contrario, es un creador de juegos, un distribuidor de pelotas. Su objetivo es ordenar el caos que es la gran cantidad de información que le llega a través de sus propios redactores, de la red, de las agencias, de la televisión o de la radio y empaquetarla de tal forma que sea fácil de leer para el lector, que sea ágil, entretenida, interesante, e incluso, emocionante.

Evidentemente hay que reflexionar sobre la crisis que está afectando a la prensa tradicional escrita. Nuestro enfoque es hacer un periódico cada vez más diferenciado, más valiente, más comprometido pero no en el sentido político, sino más comprometido con los intereses de los ciudadanos, más abierto a la audiencia. Recientemente hubo una huelga salvaje en el aeropuerto de Barcelona y 200 mil personas vieron afectadas sus acciones, sus viajes de negocios, etc. El escándalo fue mayúsculo, y nosotros hicimos una portada cuyo titular era: “El grito en el cielo”. El texto estaba conformado por las cartas de los lectores en las que contaban sus odiseas. Un chico esperaba un riñón, que venía en un avión, para serle trasplantado,

y el riñón no llegó. La apuesta de darles voz a los lectores fue arriesgada.

También estamos trabajando en temas novedosos, como el fenómeno del ocio, y en temas culturales o tecnológicos con el propósito de ponerle coto a la información institucional, la que procede de gabinetes de prensa, de políticas estatales o de otras clases, de empresas, de instituciones. Sé que es muy difícil pero hay que intentar no publicar ese tipo de cosas sólo por quedar bien. Sólo se debería publicar lo que realmente le interesa al público en general. Habría que trabajar en reinventar los servicios. Nuestro periódico ha creído con firmeza en el periodismo de servicios, pero evidentemente estos servicios cambian. Un clásico en la prensa española era anunciar las farmacias que estaban de guardia, pero ahora prácticamente todas trabajan las 24 horas, así que no tiene sentido informarle a la gente que farmacia esta de guardia. A lo mejor sí tiene sentido informarle dónde puede comprar las entradas para algún concierto o espectáculo.

Rosental Alves

Yo también voy a hacer todo lo posible para dejar un mensaje de optimismo. Sin embargo, primero tengo que hacer un *disclaimer* como el de las cajetillas de cigarrillos para que ustedes por favor tomen sus precauciones. Prepárense

Hay que apostar por los géneros narrativos, por la crónica, por las piezas con cierto sentido artístico, con la gracia para contar una buena historia con interés humano y de alguna forma emocionante.

Para terminar yo quiero dejar un mensaje de optimismo pese a que soy conciente de la crisis que hay y de las grandes transformaciones que se están produciendo en nuestro trabajo. Cuando en mi generación empezamos a trabajar en los periódicos, escribíamos en las viejas Olivetti, y le dábamos el folio a un señor que lo pasaba en un procesador muy primario. Ahora tenemos un corrector de texto, libros de estilo, e-mail, teléfonos móviles, Web, editores de textos cada vez más sofisticados, etc. Y todo esto lo hemos aprendido a hacer aun siendo zurdos de las dos manos. Más que aprender a manejar las cosas que continuamente están apareciendo en estos tiempos, hay que hacer una apertura mental. Si estamos atentos y cada día debatimos nuestros nuevos problemas, yo creo que podemos salir adelante.

porque vamos a tratar asuntos muy serios que pueden afectarlos a todos.

En sus principios, la Web fue vista como un medio más de comunicación que iba a competir con los medios tradicionales. Generó una

"Más que aprender a manejar las cosas que continuamente están apareciendo en estos tiempos, hay que hacer una apertura mental"

100 sensación de *déja vu* que fue lo mismo que pasó con la radio y la televisión en su tiempo. Uno de los análisis más interesantes que yo conozco es el de Roger Fidler, un pionero de los nuevos medios que fue atropellado por la Web. Él dio una mirada hacia atrás para ver qué había pasado cuando surgieron los otros medios. Dice que con cada nuevo medio se producía un movimiento sísmico. Cada vez que surgía un nuevo medio se sospechaba que los anteriores a él iban a morir.

Pero en verdad, lo que sucedía era que los medios anteriores sufrían una metamorfosis, se adaptaban, evolucionaban y sobrevivían. La televisión no mató a la radio, la radio no mató al periódico. Durante los primeros años de la Web ha sucedido más o menos lo mismo, algo similar a ese proceso de metamorfosis, al cual Fidler llamó “mediamorfosis”. Quizás estábamos en un proceso similar desde que apareció la Web. Pero la llegada de la banda ancha cambia bastante el escenario. Después de ella, la relación con la Web es otra cosa. Internet ahora es otro animal, la situación es completamente diferente.

Con la radio llegó la audición; con la televisión, la visión, pero los cambios de la Web son mucho mayores. La Web tiene la capacidad de absorber las características de los medios existentes. Los medios tienden a converger hacia ella, primero como un canal de distribución y después como una guía de transmutación.

Si mi amigo Roger inventó la palabra “mediamorfosis”, yo inventé otra para decir que lo que puede pasar es mucho más fuerte: el “mediacidio”, la muerte de los medios de comunicación que se tornen obsoletos en este nuevo ambiente mediático creado por la revolución digital. No estoy diciendo que los medios se van a tornar obsoletos sino que ese es un escenario que hay que contemplar. El “mediacidio” puede ser también la muerte de compañías periodísticas o de comunicación, o el fin de carreras de profesionales que no entiendan las dimensiones de lo que está pasando.

Tenemos ahora la tendencia a ser muy *blasé* en relación a los cambios tecnológicos. Y nos olvidamos, por ejemplo, de cómo era el mundo antes del e-mail, de los teléfonos celulares, de Internet, etc. No creo que estemos en el simple proceso evolutivo de “mediamorfosis” del siglo pasado. Y no estoy hablando de Internet, que es simplemente la punta del iceberg. El iceberg se llama revolución digital, un cambio paradigmático enorme. Si la radio y la televisión causaron temblorsitos sísmicos, Internet causa un gran terremoto.

Hay que tener en cuenta la dimensión revolucionaria de los tiempos que estamos viviendo en los medios. No se sabe si el periódico impreso y si la televisión van a sobrevivir a esta revolución o no, pero sí creo que van a morir aquellos periódicos que no entienden lo que

“La Web tiene la capacidad de absorber las características de los medios existentes”

“En esta primera década el periodismo digital ha estado buscando su estilo, su audiencia, su lenguaje, su modelo de negocio, etc. Como género periodístico todavía está en construcción”

está pasando, que no reaccionen a este cuadro dramático de cambios que está en curso.

En términos de manejo, distribución y acceso a la información, ésta es la más importante revolución en la comunicación desde la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg en 1455, pasé años creyéndolo pero sólo ahora me atrevo a decirlo. Hace unas semanas encontré a un “compañero” de 75 años que está de acuerdo conmigo, y declaró a la revista *Wired* (edición de julio 2006) a propósito de las dimensiones de lo que está pasando en el mundo de la media: “Para encontrar algo comparable, tienes que ir hacia atrás 500 años, hasta la prensa, el nacimiento de los medios de masa –lo que, por casualidad, fue lo que destruyó el viejo mundo de los reyes y las aristocracias. La tecnología está sacando el poder de los editores, de los dueños de medios, del *establishment*, de la elite de los medios. Ahora, la gente está tomando el control”.

Este “compañero” de 75 años de quien les hablo entiende un poco de media, es Rupert Murdoch, el gran barón de la prensa global, el hombre que firmó un cheque de 580 millones de dólares para comprar *MySpace*⁶. Y cuando le conté lo mismo al director de una compañía de media que asesoré, él me dijo: “Sí, compré *MySpace*, pero también gastó mil millones de

dólares en rotativas el año pasado”. Una de las cosas más importantes es que estamos en una era en que lo importante no es esto o aquello sino esto y aquello.

Yo no estoy diciendo que el periódico se va a morir mañana o en 20 años. Si lo supiera no estaría aquí sino en Acapulco gastando mi dinero. En esta primera década el periodismo digital ha estado buscando su estilo, su audiencia, su lenguaje, su modelo de negocio, etc. Como género periodístico todavía está en construcción. En ese proceso de “mediamorfosis” es visto como un medio aparte, como decían aquí, un anexo del periódico.

El periodismo de Internet, cualquiera que sea, todavía está basado en una metáfora del periódico. Cuando el Internet que conocemos inició sus operaciones a mediados de los noventa, se contrató gente de los periódicos, porque todo estaba basado en textos. Pero aún falta para que se llegue a la consolidación de un lenguaje, un estilo nuevo, una narrativa más apropiada. Ayer Paula Escobar decía que el periodismo es contar historias, y nosotros ya hemos estado intentando hacerlo. Jean François Fogel dijo que el trabajo de *Clarín* que ganó el Premio Nuevo Periodismo en la categoría Internet en 2003 nos pareció en su momento una manera espectacular de juntar audio, texto,

6 <http://www.myspace.com> (N.E)

102 video, animación, bases de datos. Pero todavía ese es un reto por delante.

Como parte de esa transformación hay que tener en cuenta procesos como desintermediación y desconstrucción, y perdonen por usar esas palabras que ya son un cliché. El año pasado yo hablaba aquí del *blog* del alcalde de Río, con el que consiguió una audiencia inimaginable. Creció tanto, tenía tanta audiencia y tenía tanta actividad que tuvo que cancelarlo; el alcalde no hacía más que estar “blogueando” 16 horas por día.

En múltiples aspectos, hay una clara transferencia de poder y de control a la audiencia. Los modelos periodísticos se crearon en un ambiente de escasez de información, cuando ésta tenía un valor que se podía cobrar, pero ahora entramos en un ambiente opuesto de súper abundancia caótica y confusa de información. No tiene sentido que conservemos una organización basada en la escasez cuando estamos en la abundancia.

Disminuye el poder del periodista como *gatekeeper*, encargado de filtrar. Pero no es que se acabe su poder, no es una cosa u otra sino una cosa y otra. Ese papel de filtrar incluso ahora se valora más, antes era un papel impuesto, ahora nos lo van a pedir cada vez más, porque la gente necesita entender todo este diluvio de información.

Además, el periodismo se ve forzado a abandonar el concepto de la revolución indus-

trial, que ha generado productos estáticos para abrazar algo propio de la revolución de la información, el servicio dinámico. Ese es un cambio importante de paradigma.

Para el producto estático se crearon salas de redacción que en el caso de los periódicos trabajan en ciclos de 24 horas, pero que ahora tienen que adaptarse a la era digital.

Los sistemas mediáticos del siglo XX están muriendo, están naciendo otros que los van a reemplazar y nos tenemos que embarcar en ellos. Pasamos de una sociedad extremadamente pasiva y dependiente de los medios, a una sociedad menos dependiente y más activa en relación a los medios, y tenemos que responder a eso.

Los nativos de la era digital de los que hablaba ayer Jean François nunca conocieron un mundo que no estuviera basado en bases de datos. Tenemos que encarar eso. Lo digital abre el camino para lo que yo llamo una comunicación “yocéntrica”. En esta era en que todo es a la carta decimos: “Yo consumo sólo lo que yo quiero, a la hora que yo quiero, donde yo quiero, en el formato que yo quiero”. Si no entendemos que el mundo se encamina hacia ese tipo de relación con la media, no vamos a llegar a ningún lugar, nos vamos a convertir en dinosaurios. Esa es la “deconstrucción” de los modelos productivos vigentes y la creación de una nueva dinámica de comunicación. Uno de los

retos más importantes es adaptarse a estos nuevos paradigmas.

El periódico deja de ser el paquete cerrado producido en la línea industrial del siglo XX, cada 24 horas. No estoy diciendo que deje necesariamente de existir, sino que deja de ser solamente eso y pasa a ser un continuo proveedor multimedia de información 24 horas por día, siete días a la semana. Lo fundamental es adaptarse a una arquitectura de servicio, y no solamente el periódico; la televisión y la radio también se fragmentan, rompen limitaciones de tiempo y geografía, y sufren mutaciones importantes gracias a esta revolución.

Voy a repetir algo: la alternativa a los cambios es la muerte. En el siglo XX las compañías de periódicos que no se adaptaron a la radio murieron. Y ahora las transformaciones y las amenazas son muchos mayores.

Con estos nuevos paradigmas las fronteras entre un medio y otro se debilitan. El periódico tiene que evolucionar a la multimedia. Aunque no esté clara la forma narrativa de la Web, tenemos que seguir buscando la manera de contar historias que las nuevas generaciones entiendan, porque lo que hacemos aparentemente no lo entienden.

Hay que empezar a prepararse, no hay que esperar. En muchos de nuestros países dicen que la penetración de Internet es muy pequeña,

pues bien, hay que empezar a ocupar espacio desde ahora, antes de que otros lo hagan.

El esquema de comunicación de masa tradicional estaba basado en la terna: emisor, mensaje, receptor. Todo eso se está rompiendo. Por ejemplo, el receptor de antes es ahora también emisor. A lo mejor se exagera mucho sobre los efectos del *blog* pero es más peligroso subvularlos. Al principio los periódicos menospreciaban el *blog*, pero ahora todos los medios parecen entender que es una herramienta que ellos también pueden usar. La discusión sobre si el *blog* es o no periodismo es absolutamente irrelevante. El *blog* es una herramienta donde se puede hacer periodismo o se puede hacer cualquier otra cosa.

El periodismo dejó de ser monopolio de los periodistas. Si en el servicio que prestamos no damos un espacio a las personas, ellas van a encontrarlo en otro lado y nos vamos a perder la oportunidad de participar de esta inmensa conversación. El periodismo ha sido un sermón, como dice el cliché del periodismo ciudadano. Hay que transformarlo en una conversación.

A ustedes que son poco creyentes de los efectos de los *blogs*, del periodismo ciudadano o participativo, los dejo con una cita de Arthur Sulzberger, director del *New York Times*:

“Estamos apenas comenzando a comprender las ramificaciones sociológicas y antropológicas de este fenómeno. Yo no quiero ser

“Los sistemas mediáticos del siglo XX están muriendo, están naciendo otros que los van a reemplazar y nos tenemos que embarcar en ellos”

104 muy hiperbólico, pero no tengan duda sobre ello, nuestro firmamento cultural está cam-

biando y nosotros necesitamos ajustarnos y tenemos que hacerlo rápidamente”.

Preguntas y comentarios

Paula Escobar

Una pregunta para Rosental. Decías que el periodista ha perdido el monopolio de la información por los *blogs* y por la información construida por la propia audiencia. Yo me pregunto: ¿eso es periodismo? Entiendo que para nuestro quehacer es importante que existan *blogs*, pero, ¿pueden considerarse periodismo cuando son hechos por cualquier persona, sin rigor en las fuentes, sin certificación de los datos, sin ninguna responsabilidad incluso con lo que está opinando, sin aplicar ninguno de los procesos básicos del periodismo?

Rosental Alves

Yo no dije que todo lo que estuviera en los *blogs* es periodismo. Lo que es periodismo es periodismo. El año antepasado estuvo aquí Bill Kovach, que escribió *Los elementos del periodismo*⁷, un libro que para mí es importantísimo y donde hay nueve principios básicos.



Paula Escobar, editora de revistas *Diario El Mercurio*, Chile.

Lo que yo dije es que el *blog* es una herramienta. Tú puedes hacer en un *blog* lo que quieras. Hay *blogs* que son periodísticos por que son hechos por periodistas, son editados, incluso. Los periódicos están adoptando *blogs* como una forma narrativa y con eso se inventaron

7 Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom, *Los elementos del periodismo*, Madrid. Ediciones El País, 2003 (N.E)

una manera excelente para acompañar hechos. Tampoco se puede decir que es periodístico

Andrés Hoyos

Yo también quería referirme a lo que dijo Rosental. La idea de que los jóvenes van a destruirlo todo es más vieja que el hilo verde. Siempre se ha dicho que los jóvenes lo iban a destruir todo, pero nunca ha sido así. El problema con los *blogs* es que hay tantos que uno no sabe cuál escoger. La función de un editor, según la entiendo yo, es la de escoger, y los jóvenes también necesitan alguien que les ayude a escoger. Se exagera muchísimo sobre la desa-

Rosental Alves

Puede parecer así, pero yo no dije que los jóvenes van a destruir todo; al contrario. Tienes razón, en el pasado se predijo estúpidamente la extinción del periódico porque los jóvenes no estaban leyendo periódicos. La única profecía que yo hice es que quienes no se adaptan van a morir y eso a mí me parece bastante razonable. La teoría de que el periódico no iba a durar porque los jóvenes no leían periódicos no funcionó. Se olvidaron de que los jóvenes dejan de ser jóvenes y se casan, y tienen familia, y carreras y entonces necesitan el periódico. La di-

todo aquello que sea en papel y tenga formato de periódico.

parición de la intermediación. Puede que un joven, muy encerrado en su yo, esté tratando de hacer periodismo él mismo. Eso podrá durar unos meses o unos cuantos años, pero luego él, como cualquier otra persona, va a querer que le ayuden a seleccionar la información. La función de alguien que ayuda a escoger va a subsistir, independientemente de que se haga en papel o no. Por eso yo no creo mucho en el apocalipsis del que tanto hablan.

ferencia es que los periódicos ya no tienen la exclusividad que tenían en aquel entonces. Además los jóvenes vienen con otras habilidades cognitivas, y tienen otra relación con la información, entonces el peligro de la *desintermediación* ahora es mucho más grande. Yo no dije que la *desintermediación* elimina la mediación. Al contrario, dije que la mediación del periodista se valora en la cacofonía que surge y donde la mayor parte es basura. Dije que antes era una intermediación impuesta, ahora es una mediación requerida, que nos van a pedir.

106 Adriano Tejada

Creo que lo que se nos ha olvidado es que ya no tenemos el monopolio de la noticia, del titular. Los hechos los controlan los más rápidos, es como la evolución de la especie. El problema del editor de los periódicos tradicionales, los que se van a seguir haciendo con seis horas entre el cierre y la circulación, es poder encontrar aquello que el lector va a querer ver y leer seis horas después de la hora de cierre. Creo que todavía estamos pensando que tenemos el monopolio de esos hechos, cuando eso lo da la televisión, la radio, los *blogs* y las noticias instantáneas de otros medios. ¿Qué es lo quiere leer el lector seis horas después de mi cierre de edición? Ese es el

Fernando Molina

Una pregunta para Sergio Muñoz. ¿Cómo conjugar la falta de recursos económicos con el

Sergio Muñoz

Es una pregunta clave porque, por un lado, involucra un cambio de actitud, es decir, los dueños de los periódicos no están acostumbrados a invertir dinero en contratar editores para mejorar la calidad de la página editorial, y por otra parte, porque generalmente los escritores en



Adriano Miguel Tejada, *director Diario Libre*, República Dominicana.

gran reto de los editores en esta revolución que nadie niega.

tipo de página de opinión que tan brillantemente has presentado?

América Latina no admiten la edición. He visto fenómenos curiosos de escritores mexicanos a los que aquí en México nadie les toca nada, y cuando me mandan a mí un artículo a Estados Unidos lo hago, lo deshago, se los regreso y les digo “aquí esta tu artículo”.

“¿Qué es lo quiere leer el lector seis horas después de mi cierre de edición? Ese es el gran reto de los editores en esta revolución que nadie niega”

Una vez un escritor muy famoso mexicano me mandó un artículo difícilísimo. Lo reescribí, lo edité y le dije: “Aquí te mando tu artículo de regreso con buenas noticias y malas noticias”. Me preguntó: “¿Cuáles son las malas noticias?”, y yo le dije: “Lo malo es que tu estilo se fue al ca-rajo, pero lo bueno es que por primera vez en la vida alguien va a entender lo que estás dicien-do”. Y funcionó, a él le pareció maravilloso.

En fin, sin recursos es muy difícil. Había un cómico aquí en Monterrey que creo se llamaba

José Luis Ramírez

Un comentario de mi propia cosecha. Recuerdo que en mis tiempos en *El Espectador* traté de hacer lo mismo que tú hiciste, aunque no con una pluma famosa, y me gané un “madra-

Carolina Ethel Martínez

Aprovechando que están Luis Miguel González de *Público Milenio* y Hernán Ramos de *El Comercio*, que son periódicos regionales⁸, yo creo que también sería interesante hablar del papel del editor en la fijación de las agendas. Con todo esto de la cantidad de información y de la inmediatez de la que son capaces los grandes medios y el Internet, ¿cómo asumir las agendas

El Piporro, y una vez explicó por qué bailan los perritos parados de puntas. Él era de la frontera y por eso hablaba entre el inglés y el español, y dijo: “*with money the dog dances*”, “con dinero baila el perro”.

Hay maneras económicas de hacerlo. Pero es un hecho que los periódicos que valen la pena ganan muchísimo dinero, y si quieren tener credibilidad pues van a tener que invertir.

zo” que todavía me resuena en la cabeza porque fue muy poco amable el comentario que recibí del autor después de que salió el artículo publicado.

locales? La información debe ser oportuna, y muchas veces ya nos hemos enterado con anterioridad de lo que el diario anuncia como gran noticia. Mejor sería buscar información local, aquello que el ciudadano no obtiene de los grandes medios. Entonces, ¿cuál es el papel del editor en la fijación de esas agendas?, y, ¿realmente hay que hacer un giro hacia esas agendas locales?

8 *Público Milenio*, de Guadalajara, México, y *El Comercio*, de Quito, Ecuador (N.E)

108 **Luis Alberto Ferré**

Pregunta para Luis Miguel González. ¿Cuál es tu opinión sobre el periodismo cívico, y cuál es el futuro de esa tendencia? Y, ¿el periodismo

comunitario cabe dentro de la definición clásica de periodismo?

Luis Miguel González

Creo que el periodismo local tiene un objetivo fundamental que es contribuir a crear una identidad colectiva más inteligente, con más capacidad de respuesta, menos embotada. Creo que tiene que ser una buena brújula de la sociedad en la que se mueve. De la manera como yo lo entiendo, el periodismo cívico no sólo es dialogar con los lectores, sino construir iniciativas que algunas veces trasciendan lo que es la tarea periodística. Uno se tiene que poner tareas no tan grandes como para que rebasen, ya no al periódico, sino a la propia sociedad.

En el caso de la ciudad de donde vengo, tenemos dos metas que ejemplifican muy bien esto. El mayor lago de México está muy cerca de ahí y se esta muriendo. Evidentemente el periódico no puede meterse en una cruzada para salvarlo porque se requieren, según los cálculos, siete mil millones de dólares, tendrían que ser recursos federales. Lo más que puede hacer el periódico es generar conciencia de cuáles son las razones, etc. El otro ejemplo es que el periódico puede impulsar esfuer-



Luis Miguel González, *director periodístico Diario Público-Milenio, México.*

zos para que se rescate una joya patrimonial arquitectónica, puede hacer conciencia de lo que vale eso para la vida de la ciudad, puede eventualmente comprometerse con otros grupos, con arquitectos, incluso con empresarios para que se rescate.

El periodismo comunitario es una manera de decir “al periódico le importa lo que ocurre en la ciudad, lo que ocurre en el entorno pero también mide sus fuerzas”. Creo que cuando el

periódico se compromete con proyectos que son muy grandes y que rebasan sus esfuerzos, termina por generar una sensación de frustración y me parece que a la larga es terrible.

Un pequeño comentario respecto a cómo conciliar calidad con pobreza: yo creo que los que hacemos trabajo editorial tenemos que medir mejor los resultados de los recursos que nos están entregando. Me parece que la mayoría de los editores somos un desastre a la hora de medir lo que está haciendo nuestra gente. Cuando se le asignan tres semanas a un reportero para hacer un reportaje, yo me pregunto,

¿qué pasaría con el reportaje si le asignáramos dos semanas en vez de tres?, ¿verdaderamente perdería el 33% de la calidad o no? No lo medimos y nos molestamos porque contabilidad nos recuerda que trabajamos con recursos escasos. Es una realidad, incluso los periódicos muy ricos tienen recursos escasos. Tenemos que aprender a dar mejores cuentas, no las cuentas de los contadores, sino una especie de contabilidad editorial sensata en nuestros propios términos. Hemos sido bastante negligentes y, si no hacemos eso, los contadores van a hacerlo por nosotros.

Juan Miguel Dumall

A propósito de la información local, hay que reflexionar sobre cómo conjugar esta información de proximidad con la información general a la que los periódicos de provincia no tienen acceso. En aquellas sociedades avanzadas donde la información fluye igual por las ciudades grandes que por las ciudades pequeñas, el habitante de una ciudad pequeña tiene las mismas ganas de saber qué pasa en el Líbano que el de una ciudad grande. Pero los grandes periódicos que le explican bien la guerra del Líbano no le hablan de los problemas de su entorno cercano. La solución tradicional es que ésta gente tendrá siempre que comprar dos periódicos, pero



Juan Miguel Dumall, *subdirector El Periódico de Catalunya*, España.

esa es una solución falsa. A este ritmo que llevamos tendríamos que hacerle un homenaje

110 al que lo haga. No estaría mal que reflexionáramos sobre el problema de la información

Luis Eduardo Lora

Sentimos gran respeto y admiración por los periodistas colombianos que han puesto una cuota de sacrificio en la lucha contra el narcotráfico y la corrupción. En los demás países, en diferentes épocas, hemos sufrido por otros motivos, como la corrupción desde el poder. Los dominicanos vimos caer a muy queridos compañeros, sufrimos persecución, cárceles, etc. Ahora tenemos una situación menos dramática, pero sí más sutil y quizás mucho más peligrosa: la compra y fundación de medios por parte de grupos económicos con una clara intención de defender sus intereses.

Rosental Alves

Sí, yo creo firmemente que Internet da la posibilidad de un escape, de una puerta para enfrentar a los monopolios de medios. Internet bajó las barreras para entrar en el escenario de los medios. El gran ejemplo de eso es *OhmyNews*. Sé que es un ejemplo especial de Corea del Sur, pero es un periódico que existe solamente en Internet, altamente lucrativo que se volvió el periódico más importante de Corea del Sur y es periodismo ciudadano.

local en el mundo global, yo creo que es un desafío importante.

En mi país hubo un banco que llegó a tener 6 diarios, 51 sistemas de cable de televisión en diferentes localidades, y 4 canales de televisión de cobertura nacional. Hoy los ejecutivos de ese banco están ante los tribunales acusados de un desfalco que quebró al país. Ante ese proceso de adquisición y concentración de medios por parte de sectores no periodísticos, ¿qué potencial tiene Internet de convertirse en la puerta de escape a ese círculo? La pregunta es para Rosental Alves.

Tiene 43.000 reporteros que son gente de la comunidad, gente cualquiera, pero también tiene 70 editores y tiene verificadores de información. Y, a pesar del monopolio que hay en Corea, tuvo un rol fundamental para que el partido de oposición ganara las elecciones presidenciales de 2002. Lo último que escuché acerca de ellos es que el Congreso de Corea estaba preocupado con el poder que había acumulado este periódico *online*. O sea,

Internet realmente abre posibilidades y obviamente las corporaciones están haciendo

todo lo posible e imposible para disminuir esa posibilidad.

Sergio Muñoz

Hablando de la defensa de los intereses que tiene la gente, ¿qué es mejor para el periodismo?: ¿que el medio pertenezca a una familia o a una corporación? Y pongo una posibilidad, ¿qué prefieren?: ¿una familia oligárquica o una corporación con ideología? Y pongo otra posibili-

dad, ¿qué prefieren?: ¿una familia ilustrada o una corporación ausente? No tengo una respuesta específica, depende de cada caso, depende de cada periódico, depende de cómo se dé la relación entre los dueños y la redacción del periódico.

Horacio Verbitsky

Yo tiendo a coincidir con la lectura de Rosental, pero me llamó la atención, si no entendí mal, cuando atribuyó la caída del editor de CNN a los *blogs*. A mí me parece que en realidad el *blog* fue un sitio donde se hicieron explícitas unas posiciones, pero que lo que motivó la caída de estos periodistas (por haber hecho observaciones en algunos casos muy atinadas sobre la conducta del ejército norteamericano en Irak

disparando sobre periodistas) fue la reacción del fortísimo sector belicista que hay en la sociedad norteamericana. Habrían logrado el mismo resultado de otro modo pero en este caso todo se canalizó a través de un *blog* específicamente creado para cortar esa cabeza. El *blog* está y se usa para distintas cosas, pero no me parece que esto se le pueda atribuir.

Rosental Alves

Antes de responder contextualizo un poco: el Presidente de la División de Noticias de CNN estaba en Davos en el Foro Económico Mundial. Y en una de las sesiones se encontraban varios periodistas que habían estado

de acuerdo con la condición de *off the record*, ese acuerdo que a veces hacemos, nos comprometemos a no publicar ciertas cosas. Pero también había otras personas, entre ellos un empresario que tenía un *blog*, un tipo que no

112 tenía ningún compromiso con esos acuerdos, con esa ética que nosotros desarrollamos de respetar la fuente, etc. Y obviamente salió de ahí y publicó en su *blog* que el presidente de CNN Noticias había dicho que el ejército americano tenía como blanco a los periodistas en Irak y que debería parar de hacer eso. Ustedes saben que en un año y medio murieron más periodistas en Irak que los que habían muerto en 20 años de guerra en Vietnam, o algo así. Era una cosa grave.

Sin los *blogs* no hubiera pasado nada. O sea, la capacidad de movilización de la derecha militar sería mucho más pequeña. Pero el presidente terminó cayendo. El otro ejemplo que puse, el de Dan Rather, el presentador más im-

Hernán Ramos

Yo creo que hay que reconocer algunas verdades. La prensa escrita tiene algunas guerras perdidas. La más angustiante es la de la inmediatez. Está perdida porque todo lo que publica ya pasó, y quizás hay que irse concentrando en aquellas trincheras que todavía se pueden proteger. La televisión ha ido carcomiendo, la radio también y ahora viene como un tsunami el tema del Internet y la era digital. Hay que reconocerse en el terreno de los hechos. Y quizás los instrumentos más importantes para sobrevivir son la calidad, la forma como se accede al

portante de la televisión americana. Según la leyenda de la “blogósfera”, 26 minutos después de que el programa periodístico investigativo más prestigioso y con más audiencia de la televisión americana dijera que el señor George W. Bush había falsificado sus documentos militares para escapar de Vietnam, alguien empezó en *blogs* conservadores a poner en duda el reportaje: “Es mentira porque los documentos que muestran están en una letra que no es de máquina de escribir y en el año 1973 no había computadores para hacer texto”. Lo interesante de este medio, que no es periodismo necesariamente, es su capacidad de diseminación viral, o sea, de distribuir las informaciones rápidamente. Y fue eso lo que posibilitó la caída de los dos.

tema y la posibilidad de acceder a un hecho más allá del registro normal. La televisión también tiene sus esclavitudes, como la liviandad y la temporalidad. La prensa escrita permite, para decirlo gráficamente, saborear la noticia. Todavía hay una cultura fuerte que permite acceder a la información por la vía del papel.

Somos testigos y actores a la vez de una transición histórica en donde el manejo de la información está condicionado por una revolución tecnológica. La prensa escrita tiene que hacerse un espacio para sobrevivir y no ve

“Esa es la tarea del editor. Ya no es el que hace una corrección de acuerdo al manual de estilo del medio, ahora tiene que ir pensando en esas ventanas de acceso, de cara a una competencia brutal y a una guerra perdida frente a la inmediatez”

otra manera de hacerlo que no sea con rigurosidad, frescura, calidad literaria, concisión, innovación en los enfoques. Uno puede acceder a la noticia por veinte mil ventanas, y para sobrevivir hay que buscar la más adecuada para atraer al lector y que éste se acerque a la información de una manera amigable. Esa es la tarea del editor. Ya no es el que hace una corrección de acuerdo al manual de estilo del medio, ahora tiene que ir pensando en esas ventanas de acceso, de cara a una competencia brutal y a una guerra perdida frente a la inmediatez.

La prensa escrita tiene grandes desafíos, y también excelentes herramientas de desarro-

llo, pero es clarísimo que la tecnología nos está arrastrando hacia nuevos horizontes que todavía no tenemos muy claros. Rosental decía que la era digital está superando el concepto de revolución industrial en el que aún vivimos. Los diarios son todavía grandes rotativas que cuestan millones de dólares que imprimen placas sobre papel y tinta y resulta un producto físico llamado periódico, o revista. Y ahora todo es virtual. Todavía no se ha teorizado lo suficiente sobre esa dramática mutación, pero creo que nos han quedado algunas pistas de trabajo.

Quinto panel
La edición de fotografía
en los medios de América Latina:
problemas y posibilidades



Ernesto Bazan, *fotógrafo independiente*, Italia;
Diego Goldberg, *fotoperiodista colaborador Revista Dominical del diario La Nación*, Argentina;
Javier Darío Restrepo, *miembro del Consejo Rector FNPI*, Colombia;
Donna DeCesare, *profesora de fotoperiodismo Universidad de Texas*, Estados Unidos; y
Susan Meiselas, *miembro del Consejo Rector FNPI*, Estados Unidos.

La edición de fotografía en los medios de América Latina: problemas y posibilidades

Javier Darío Restrepo

En los minutos siguientes hablaremos de los problemas y posibilidades de la edición de fotografía. Este es un tema que se veía venir desde la primera edición del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI. Si ustedes miran, en 2001 el premio en la categoría Texto fue entregado a Claudio Cerri y Ernesto de Souza, porque fue voluntad del reportero y autor de esa excelente crónica (Cerri) que su nombre figurara junto con el de su fotógrafo (de Souza). Su decisión fue acatada y prácticamente marcó al Premio. El fotógrafo ha adquirido cada vez más importancia dentro de nuestras consideraciones.

Ante el compromiso de moderar este panel y estar aquí con los más grandes fotógrafos tuve que recurrir a mis viejas lecturas y desempolvé las notas que había tomado cuando leí *La cámara lúcida* de Roland Barthes. Y no resisto la tentación de compartir con ustedes algunas cosas que encontré. Él enumera las sorpresas del espectador y los éxitos del operador. Denomina en latín a los tres protagonistas del acto fotográfico: *operator*, el fotógrafo; *spectator*, quien aprecia la fotografía, y *spectrum*, el fotografiado. El *spectator* se sorprende ante la imagen porque encuentra que allí luce el *punctum*, o sea el punto que el ojo normal no registra y que resulta evidente para el ojo de estos profesionales. El ojo del fotógrafo es profe-



Javier Darío Restrepo, miembro del Consejo Rector FNPI, Colombia.

sional y privilegiado. Pensando en el tema que nos va a ocupar, concluyo que ese mismo ojo privilegiado que percibe el *punctum* es el mismo que debe intervenir a la hora de editar, por que no basta el clarividente hallazgo del *punctum* sino también esa otra lucidez necesaria para hacer explícito y comunicable el primer hallazgo: esa es la edición.

Barthes es implacable y plantea que el reto de los fotógrafos es luchar para que la fotografía deje de ser el reino de la muerte y de ofrecer el ambiente sin vida de los museos. Por eso describe la fotografía como una resurrección. Él explica que la fotografía es una micro experiencia de la muerte cuando el sujeto fotografiado, ante la lente, se convierte en un objeto de

118 museo. Sin embargo es posible que la fotografía sea vida renovada, como una resurrección. ¿Como obtenerla? Los temas, los interrogantes, las provocaciones se acumulan ante la sola

Diego Goldberg

El 13 de Noviembre de 1985 recibí un llamado de *Time Magazine* para que fuera lo más rápido posible a Colombia porque se había producido una catástrofe natural, casi bíblica. El volcán nevado del Ruiz explotó y destruyó la población de Armero, hubo 25 mil muertos. Supongo que me llamaron a mí porque yo estaba en Argentina, en Suramérica, cerca de Colombia y había que llegar lo más rápido posible, eso es parte de nuestro trabajo periodístico. Cuando yo llegué, la mayor parte de los fotógrafos americanos y europeos ya estaban volviendo de la zona de la catástrofe. Yo llegué 48 horas después, tardé dos días en ir de Buenos Aires hasta Bogotá y después al pueblo de Armero.

Menciono esto porque, aunque pertenecemos a un mismo continente y a una misma cultura, estamos muy distanciados geográficamente y relativamente aislados los unos de los otros. Admito que no conozco muchas realidades de diarios y revistas de otros países, sin embargo, mi experiencia como fotógrafo toda mi vida y seis años de editor de fotografía en *Clarín* me llevan a sacar algunas conclusiones

perspectiva de escuchar a Diego Goldberg, a Donna DeCesare, a Susan Meiselas y a Ernesto Bazan. Es obvio, por tanto, que los invite a posar para la foto.

y a ver ciertas problemáticas que supongo compartimos.

Para contextualizar, tengo que confesar que me siento un dinosaurio. No en el sentido que decía Rosental, porque yo personalmente creo que estoy muy informado y muy metido en toda la revolución digital y periodística en general, sino porque muchas de las cosas de las que vamos a hablar tendrían que haber sucedido hace 20 años. Si esta reunión hubiera sido en 1980 estaría bien, pero tener que hablar de estos conceptos básicos en el 2006, eso me hace sentir un poco viejito.

Quiero hacer un cuadro con los puntos claves que están interrelacionados y que enmarcan mis comentarios sobre los editores:

- Problemas en el interior de las redacciones. Hay una relación muy complicada entre los periodistas de texto y las secciones de fotografía. Eso se expresa en la forma como nos vemos los unos a los otros y en la forma como están organizadas las redacciones. Y también es problemática la forma como se entiende la fotografía periodística y la forma como son utilizados los

“No hay que perder de vista que lo más importante aquí, no es ‘la realización personal’, sino cómo hacer un periodismo útil para los lectores que buscan en nuestras páginas elementos para informarse, asombrarse, maravillarse y conocerse”

recursos de los departamentos de fotografía.

- Hay pocos editores, y esos pocos funcionan más como jefes de fotografía, administradores y coordinadores de las secciones, que como verdaderos editores fotográficos.

- El mercado laboral. Los fotorreporteros de América Latina trabajan esencialmente en relación de dependencia. Cada uno de nuestros países tiene una estructura periodística demasiado pequeña como para soportar la subsistencia de fotógrafos *freelance*. Y esto es muy importante para que se entiendan muchos de los temas a los que me voy a referir.

Quiero aclarar que acá no hay víctimas ni victimarios. Esto no es una queja ni una acusación. Mi intención es comprender el por qué de los bajos niveles de la fotografía periodística en nuestros medios. Comprender por qué muchos de nuestros colegas sienten tanta frustración y por qué, en definitiva, se empobrece nuestro aporte a la comunidad para la que trabajamos. No hay que perder de vista que lo más importante aquí, no es “la realización personal”, sino cómo hacer un periodismo útil para los lectores que buscan en nuestras páginas elementos para informarse, asombrarse, maravillarse y conocerse.

Para que no haya posibilidades de confusión quiero dejar sentados dos conceptos básicos. El primero es la supremacía del texto sobre la imagen en el contexto periodístico. Y el segundo es

la limitación intrínseca del lenguaje fotográfico. La fotografía periodística y documental no existe sin el epígrafe y sin el texto que la acompaña. Por sí sola, es incapaz de trascender el juego de luces y sombras que nos propone. A la fotografía le resulta imprescindible el qué, quién, cuándo, cómo, y dónde, que vienen en el complemento de las palabras adjuntas. Y sin embargo, qué poderosa es, porque apela a nuestros sentidos de manera directa, porque son trozos de realidades que cuentan, relatan, muestran y alimentan nuestro conocimiento, y porque además la buena fotografía periodística se transforma con el tiempo, como el vino, adquiere sabor y color, se añeja y se vuelven documentos de una época. Pasa a ser registro de la memoria colectiva, patrimonio de todos.

Dicho esto, ¿por qué entonces tantos conflictos de producción, creación y utilización dentro de nuestros medios? El meollo del problema, a mi entender, está en la organización de las redacciones y en la manera como es vista la fotografía dentro de ellas. El concepto esencial que hay que retener es que la fotografía periodística es información limitada, subjetiva, parcial, pero información útil al fin.

Sin embargo, en muchas redacciones se entiende el aporte de la fotografía como mera ilustración. Hay quienes la ven como un mal necesario, porque es competencia constante en la lucha por el espacio, y quienes la usan casi como

120 figuras de colores para adornar las páginas. Pocos son quienes la valoran como una manera distinta de contar la realidad, como un complemento esencial de la información escrita. En estas estructuras, el flujo de trabajo es una calle que tiene un solo sentido: desde la redacción hacia la sección de fotografía. Los departamentos de fotografía funcionan como cuarteles de bomberos, allí los fotógrafos esperan las órdenes y salen a cumplir sus tareas, según los requerimientos de la redacción. Son muy, pero muy raras, las ocasiones en que los fotógrafos proponen historias o coberturas en sus respectivos medios. Los departamentos de fotografía funcionan como un área de servicios casi al mismo nivel de automotores: se genera una nota en la redacción y se pide un chofer, y un fotógrafo.

Digámoslo claramente: en nuestros países los fotoperiodistas no son vistos como verdaderos periodistas. Pero para ser honestos hay que señalar que los fotógrafos son, en parte, responsables de esta situación. Esto tiene que ver con la forma en que ellos se ven a sí mismos y con la manera como luchan por un lugar en el espacio competitivo que es la redacción de un periódico o una revista. Y, claro, funciona como una profecía autocumplida: se les ve como ciudadanos de segunda categoría, por lo que se sienten rechazados y se convierten en actores pasivos, lo que confirma la imagen de profesionales de rango menor.



Diego Goldberg, *fotoperiodista colaborador Revista Dominical del diario La Nación, Argentina.*

Este es un círculo vicioso que es imperativo romper. Somos periodistas y escribimos con luz. Vemos, pensamos e interpretamos la realidad. Somos muy subjetivos y eso está bien: el mito de la objetividad de la fotografía está bien sepultado y es justo que así sea. Pero nuestro aporte a la comprensión de los hechos que afectan a nuestras respectivas comunidades es esencial. Por eso es imprescindible que los fotógrafos asuman el lugar que les corresponde dentro de las estructuras periodísticas de nuestros medios. El fotógrafo tiene que funcionar como un periodista *full time*, tiene que tener agenda temática, contactos propios, lograr accesos, conseguir exclusividades, investigar temas, sugerir notas. Y no me estoy refiriendo a producciones estrictamente fotográficas, sino a notas normales de la producción cotidiana del

“Los departamentos de fotografía funcionan como cuarteles de bomberos, allí los fotógrafos esperan las órdenes y salen a cumplir sus tareas, según los requerimientos de la redacción”

medio. Esto es lo que hay que exigirles, y mi temor es que no estemos preparados.

Al comienzo mencionaba a los fotógrafos *freelance*, esto es, a los fotógrafos independientes que trabajan por su cuenta o con una agencia que los represente. Quienes encaran de esta manera su vida profesional adquieren un entrenamiento invaluable. Aprenden a pensar por sí mismos, a estar informados, a discriminar qué es importante y qué es accesorio, a generar ideas, a proponer coberturas, a ser creativos, a desarrollar un punto de vista, a hacerse escuchar, a investigar los temas que quieren cubrir y a producirlos. En fin, a ser periodistas integrales. Es casi una exigencia darwiniana, se le juega a la supervivencia en el intento.

Quienes, por el contrario, están en relación de dependencia, y en el esquema descrito anteriormente, circulan por un camino donde la parálisis y la frustración siempre los acechan. Están para hacer lo que otros piensan por ellos. Son todoterreno y difícilmente logran profundizar en su disciplina. Pero esto no es inexorable, no es una fatalidad del destino. Y el tema que nos convoca, el de los editores, puede ser una de las claves para desatar este nudo.

En mi opinión, el rol del editor fotográfico ha ido mutando, y en estos momentos, más que nunca, es decisivo, o debería serlo. Antes, la discusión acerca de la validez del rol del editor estaba centrada en quién debía elegir las imá-

genes que iban a ser publicadas. En la mayoría de los medios eran los periodistas de texto quienes decidían qué imágenes acompañarían sus notas. Se concebía, y todavía se concibe en muchos casos, al fotógrafo como una especie de escribano público que está allí para certificar o confirmar la veracidad de los textos. Luego, en muchos lugares, se fue imponiendo la idea de que debían ser personas especializadas en la imagen, que tuvieran conocimiento del trabajo del fotógrafo y desde su punto de vista propusieran las fotos correspondientes para enriquecer las coberturas.

La fotografía periodística y el periodismo escrito deben complementarse y enriquecerse mutuamente. Establecer un diálogo, aportar puntos de vista, ofrecerle al lector entradas diversas a la información y ayudarlo a comprender. Este es el objetivo último, y el editor fotográfico ocupa un lugar central decisivo en ello. El editor es el nexo, la bisagra entre la redacción y el departamento de fotografía. Sabe lo que necesitan unos y otros, escucha y sugiere, propone y acepta. Debe ser el representante de la visión de los fotógrafos, pero además, y es de capital importancia, desarrollar su propia visión y aportar a la forma y contenidos del medio.

El editor tiene que inspirar, dirigir, sugerir y motivar a los fotógrafos; tiene que establecer las pautas de trabajo y canalizar las inquietudes y sugerencias de los fotógrafos; tiene que

122 saber qué fotografías convienen para cada historia a cubrir; tiene que ayudar a generar un flujo de iniciativa desde la fotografía hacia la redacción; tiene que transformar esa calle de sentido único en una avenida de doble circulación. El editor debe tener un rol activo en la redacción y una posición jerárquica acorde con sus responsabilidades.

El editor puede y debe dejar su impronta en la tarea. Tiene que alentar la exploración de nuevas formas de relato, estar atento a las tendencias estéticas, ser capaz de innovar, y de tensionar los límites de lo posible.

El lenguaje visual va mutando con el tiempo y los aportes que llegan desde distintas áreas de la creación, como el cine, la televisión, la publicidad, la pintura, la escultura, la arquitectura, Internet, los videojuegos; todos ellos mutan y se alimentan entre sí. Los medios audiovisuales están en un constante proceso de exploración y la fotografía periodística no es ajena a ello. Pero además, tanto diarios como revistas, tienen infinidad de secciones y suplementos, cada uno con sus especificidades: espectáculos, deportes, moda, arquitectura, escultura, cocina, autos, etc., y cada uno de ellos cultiva, o debería cultivar, un lenguaje diferente apropiado para su particular discurso. Esto también es periodismo y se necesitan editores que co-

nozcan estas áreas tan diversas y trabajen con los fotografías que mejor se expresan en ellas.

Ahora se abren otros horizontes y con ellos nuevos desafíos. Internet nos está esperando, hay todo por inventar, y la verdad es que nadie sabe cómo. Estamos en los albores de un medio nuevo, síntesis superadora y abarcadora de todas las herramientas que tenemos hoy a nuestro alcance, y otras que ni soñamos: interactivos, personalizados, de orígenes múltiples, que trascienden fronteras, aptos para plataformas distintas, pero complementarios.

Este nuevo mundo tendrá su lenguaje propio con otras gramáticas y otras sintaxis. Los chicos ya lo están haciendo, ya están balbuceando este nuevo idioma hecho de palabras abreviadas en los mensajes de texto de los celulares, en los videos caseros de *YouTube*⁹, en las redes sociales de *MySpace*, en los juegos en red, en las fotos que van y vienen de los celulares, en el acceso permanente a la web. Hay que aprender a expresarse de nuevo. Seguiremos contando historias porque de eso estamos hechos pero lo haremos apelando a modos que todavía ni siquiera imaginamos. No hay que tenerle miedo a la renovación y, por sobre todas las cosas, no hay que subestimar a los lectores. Mi experiencia me indica que existe una avidez insatisfecha entre quienes nos leen y quie-

9 <http://www.youtube.com/> (N.E)

“Tenemos que formar editores que sean verdaderos periodistas y que al mismo tiempo sean versados en fotografía y comprendan de diseño gráfico”

nes nos miran, y que cualquier esfuerzo de nuestra parte por enriquecer la calidad de la información en contenidos y formas es apreciado y recompensado.

Por último, un punto clave: ¿de dónde salen estos editores, dónde se forman? La respuesta es: en ninguna parte. Y esto es dramático. Los editores en general, o son fotógrafos reciclados, o vienen de alguna disciplina relacionada con el arte, o han tenido alguna experiencia con archivos fotográficos o actividades similares. Esto no puede ser. Tenemos que formar editores que sean verdaderos periodistas y que al mismo tiempo sean versados en fotografía y comprendan de diseño gráfico. Y aclaro que este no es un problema centrado en América Latina, sucede en la mayoría de los países del tercer mundo y en muchos lugares de Europa y Estados Unidos.

En mi relación con el *World Press*, la organización establecida en Ámsterdam que es sede del concurso de fotografía periodística más importante del mundo y que además organiza talleres de información para fotoperiodistas, ha planteado estos temas y la necesidad de que encaren cursos de información para editores fotográficos. Quisiera sugerir entonces la posibilidad de que la FNPI se ponga en contacto con ellos porque son gente extraordinaria, apasionada con el periodismo,

con infinidad de contactos con la gente más valiosa de nuestra profesión y realizar actividades conjuntas.

Otra organización con la que sugiero se pongan en contacto es la del festival de Perpiñan, que es el mayor encuentro mundial de fotoperiodismo, al que van fotógrafos, editores, agencias, diarios y revistas. Este es un lugar al que hay que ir, es un lugar de encuentro y enriquecimiento con exposiciones y sesiones plenarias, donde además se come muy bien. Estoy seguro que pueden surgir actividades conjuntas con estas u otras organizaciones para ayudar al desarrollo de la fotografía periodística en nuestros países. Es tanto para fotógrafos como para editores.

Para resumir, los editores ocupan un lugar central en la cadena de producción periodística. En muchos lugares, y en nuestros países también, son el eslabón más débil de esa cadena: o no existen o tienen funciones reducidas. Sin embargo, es un puesto clave en el medio periodístico, una tarea llena de posibilidades creativas. Tenemos que crear las condiciones para revolucionar las estructuras de nuestras redacciones, integrando a los fotógrafos, exigiéndoles compromiso y participación y dándoles a los editores las responsabilidades adecuadas para llevar adelante su trabajo.

124 **Donna DeCesare**

Diego habló de manera muy elocuente de todos los temas que yo también quiero tocar. Soy profesora de fotoperiodismo en la Universidad de Texas. En mi país tenemos una larga tradición de fotoperiodismo, pero también tenemos, aunque menos marcados, algunos de los mismos problemas de los medios latinoamericanos. Los fotógrafos siempre habían sido tratados de manera secundaria pero eso ha cambiado mucho con los nuevos medios, que son más visuales. El papel del fotógrafo puede crecer, pero tenemos que pensar en dónde estamos en este momento. Diego habló muy claramente sobre eso.

Cuando fui a Perú a dictar un taller sobre fotografía, lo primero que hice fue mostrar el trabajo de Martín Chambi, el primer fotógrafo indígena de América Latina, y casi nadie en la audiencia sabía quién era él. Eso me conmovió mucho y me entristeció porque hay un analfabetismo visual y una falta de conocimiento de la propia historia visual en cada país.

Pienso que un buen editor debe conocer por lo menos la historia de la fotografía en su país, y además tener interés por los debates éticos y estéticos sobre el papel y poder de la fotografía documental. Además de las herramientas y de tener los criterios técnicos para seleccionar las fotos, debe tener criterios para evaluar a los fotógrafos con los cuales está



Donna DeCesare, profesora de fotoperiodismo
Universidad de Texas, Estados Unidos.

trabajando. Y si uno no tiene experiencia en el medio, no sabrá cuáles son los problemas de los fotógrafos. Si el editor no ama la fotografía, si no es aficionado al medio visual, ¿cómo va a poder entender realmente el punto de vista del fotógrafo?

Otra de las cosas que también me impactó mucho en Perú fue cuando los reporteros me dijeron que en sus diarios les entregaban una cámara digital y que les decían que, además de reporteros, tenían que ser fotógrafos. Me decían que no sabían cómo tomar fotos y me preguntaban si las cámaras que tenían tomaban o no buenas fotos. Y, bueno, las cámaras son sólo herramientas, ellas no toman buenas fotos por sí mismas. Son las personas que

“El editor tiene que conocer a sus fotógrafos, saber cuáles son sus habilidades, sus preferencias y sus intereses para asignarles el trabajo que ellos puedan hacer mejor”

manejan la cámara las que lo hacen. La cámara es como una pluma o una computadora, es una herramienta. Muchas veces la gente habla de las cámaras como si estas pensarán y tomarán las fotos.

El editor ideal comparte con sus fotógrafos. Es una figura de responsabilidad en el trabajo ético, tiene que seleccionar el contenido de las fotografías que se van a publicar y también decidir cual fotógrafo es más apto para ciertos trabajos. Nosotros también tenemos especializaciones: hay algunos que son excelentes tanto para cubrir eventos deportivos como para ir más a fondo e investigar temas sociales. Por eso el editor tiene que conocer a sus fotógrafos, saber cuáles son sus habilidades, sus preferencias y sus intereses para asignarles el trabajo que ellos puedan hacer mejor y con el que puedan crecer como reporteros gráficos.

Veo que muchas veces falta comunicación entre los escritores y los fotógrafos. Los fotógrafos llegan cuando el reportero ya ha hecho toda la investigación y entonces se pierden momentos decisivos dentro de la historia con los que podrían lograr una narrativa visual; una crónica visual que realmente cuente la historia. Los lectores también pierden.

La idea de un editor ideal choca con la realidad de muchos medios latinoamericanos, especialmente fuera de la capital, en los periódicos regionales. Así como no hay editores,

tampoco hay fotógrafos. Y cuando hay editores, muchas veces son considerados como un fotógrafo más. En mayo de este año hablé con un grupo de editores de Guatemala del problema del respeto a la fotografía y ellos me contaron de los problemas que enfrentaron como editores de fotografía dentro de los medios.

Uno de ellos me habló sobre una decisión que tuvo que tomar para poner en portada una imagen muy gráfica y amarillista sobre un linchamiento. Con lágrimas en los ojos me dijo: “Todos creen que nosotros queremos publicar esas versiones crudas. Muchas veces yo mismo me siento golpeado al ver tantas cosas horribles y me pregunto cómo van a sentirse los lectores al ver diariamente estas imágenes. Pero en nuestro medio ese es el pan de cada día. Los directores creen que vamos a perder lectores si no publicamos fotos sangrientas, y realmente nadie sabe si eso en verdad sería así, pero es la concepción que se tiene. Yo casi pierdo mi trabajo luchando por no publicar una foto aún más cruda que la que publicamos al final. En el medio yo soy un fotógrafo más, me ascendieron a editor porque fui a Miami para un curso de dos días. Tengo el título de editor pero no tengo mucho poder, todo es una lucha cuando se trata de fotografía”.

Eso demuestra que hay analfabetismo visual en los medios. Algunos directores no tienen un compromiso ni una idea del potencial

126 del reportero gráfico. Como muchas de las ponencias de hoy han mostrado, estamos en un momento de cambio. Y este es el momento que tenemos que aprovechar para no repetir los errores del pasado. Es imprescindible que la FNPI haga un trabajo enfocado en los editores visuales de los medios.

Hay mucho talento y entusiasmo entre las nuevas generaciones de fotoreporteros, pero ellos se quejan de la falta de espacio que hay en sus medios para contar sus historias. A veces hacen un trabajo invirtiendo su propio tiempo libre y los medios no quieren publicarlo o si lo publican no quieren pagar por él.

Ahora la Web nos ofrece nuevos espacios y formas para contar historias. La interactividad

Susan Meiselas

Diego y Donna han tocado temas muy importantes que también están en mi mente. No he seguido los medios latinoamericanos tanto como antes, cuando venía más a América Latina. Ahora mi acercamiento tiene que ver con la forma como los periódicos se hacen presentes en Internet. Mi perspectiva también está fundada en lo que he podido escuchar de los fotógrafos en los talleres de la FNPI, donde intentamos inspirar y dar confianza en la experimentación.

En noviembre del año pasado, en Buenos Aires, de nuevo pude ver que la frustración

y los multimedia también están dirigidos con lógica visual y esa es una oportunidad en la que tenemos que trabajar. Mis alumnos de fotoperiodismo están logrando abrirse espacio en el sitio web de los periódicos porque ellos también entienden la lógica multimedia, tienen las herramientas y saben cómo contar historias visuales, se están posicionando como los nuevos editores de estos medios.

Entonces creo que la oportunidad está y que debemos enfocarnos en la formación de editores capaces no sólo de apreciar y editar imágenes sino también de promover espacios nuevos y facilitar una mejor colaboración entre audio, imagen y texto para informar e inspirar los lectores.

continuaba. No es solamente el periódico el que posiblemente va a morir, sino que los mismos fotógrafos se están muriendo desde adentro por la falta de posibilidades. Eso es bien fuerte para mí. Entonces, cuando pienso en un editor, me pregunto: ¿es un adversario o es alguien que puede defender a la fotografía y ponerse en la línea de fuego? Todos sabemos que para la fotografía que debe ir en primera página se busca algo que atraiga la atención, en cambio no se defiende la idea de darle espacio y tiempo a un fotógrafo para in-

“La idea de un editor ideal choca con la realidad de muchos medios latinoamericanos, especialmente fuera de la capital, en los periódicos regionales”

“Pensando en la creación del contenido hacia el futuro, ¿cómo cambiar esta actitud de solamente buscar una foto para que acompañe un texto en vez de lograr compartir también la mirada de los fotógrafos, que también somos periodistas y testigos?”

vestigar de la misma manera que se le da a un escritor.

Pensando en la creación del contenido hacia el futuro, ¿cómo cambiar esta actitud de solamente buscar una foto para que acompañe un texto en vez de lograr compartir también la mirada de los fotógrafos, que también somos periodistas y testigos?

Como jurado, Donna me estaba comentando que entre los cinco mejores trabajos enviados al Premio Nuevo de Periodismo, sólo uno había sido originalmente asignado por el periódico. Los otros fueron hechos por los fotoreporteros en su propio tiempo; algunos en dos semanas, otros en dos años. Y el periódico aprovechó para publicarlos, pero no fue su iniciativa producirlos.

Quienes más se ven afectados cuando no hay apoyo para apoyar iniciativas son los *freelance*. El impacto también se ve en los fotógrafos del *staff* de un medio. Muchos periódicos no están invirtiendo en investigación ni están dando tiempo a los fotógrafos para que descubran, encuentren y desarrollen relaciones con sus sujetos.

En los periódicos estamos viendo imágenes por separado, no estamos viendo ensayos fotográficos. Con Rosental hemos dicho que esta revolución digital es la mejor posibilidad para los fotógrafos. ¿Por qué? Porque es barato. Poner una imagen en una página impresa cues-



Susan Meiselas, miembro del Consejo Rector FNPI, Estados Unidos.

ta bastante, pero en Internet puedes tener una serie de fotos más desarrolladas, incluso puedes poner sonidos, etc.

Y algo que Rosental no ha mencionado es que en este movimiento multimedia todo depende completamente de los fotógrafos, pero son mencionados de último.

Estoy de acuerdo con Donna cuando dice que tenemos que invertir, por un lado, en los editores visuales que tengan más capacidad y, por otro, en la experimentación. Está surgiendo un nuevo lenguaje entre los fotógrafos, tienen que entender todas las posibilidades porque ya nada es como se había hecho antes, tienen que aprender todo de nuevo. Sé que hay multiplataformas y que una misma fotografía se puede usar de muchas maneras, ya sea en el periódico, en la Web, o en un teléfono celular,

128 pero siempre debe estar la idea del fotógrafo como un autor que tiene algo que decir. Si hay

Ernesto Bazan

Para mí, que soy fotógrafo, que desde hace cuatro años he tenido la posibilidad de desligarme de los medios para dedicarme plenamente a la enseñanza fotográfica, el secreto de la fotografía es la lentitud. Ser dinosaurio. Yo me considero un dinosaurio porque no utilizo cámara digital y porque creo firmemente que solamente dedicando tiempo y profundizando en los temas se pueden sacar fotografías que sean interesantes, que tengan un valor, que vayan mas allá de lo que consumimos diariamente en los periódicos. Para mí como jurado del Premio no fue ninguna sorpresa que los mejores ensayos fotográficos fueran aquellos que habían dedicado más tiempo que el que normalmente dan los periódicos.

Si queremos que el medio mejore en cuanto a fotografía, debe dejar de considerar al fotoreportero como un mero servidor del texto. La fotografía no debe ser simplemente una manera de llenar espacios. El fotógrafo debe tener independencia y contundencia.

Los jurados le hemos propuesto al Concejo Rector de la FNPI desarrollar talleres de fotografía y a la vez de edición, donde los editores que tienen el poder de escoger las fotografías también participen y aprendan al lado de los fo-

algo decisivo para mí, es la colaboración con los fotógrafos.

torreporteros. Porque generalmente, como se ha dicho en este panel, los editores son totalmente analfabetos en el lenguaje de la fotografía. Uno no se convierte en fotógrafo o editor porque no tiene nada más que hacer o porque ha tenido la oportunidad de ir a Miami a tomar un taller de fotografía. Ser editor conlleva un estudio, un conocimiento y una conciencia también. Si se quiere cambiar el nivel fotográfico de los medios hay que hacer talleres. Y no necesariamente hay que ir a Ámsterdam, yo creo que en nuestro continente tenemos buenos editores, buenos fotógrafos y buenos maestros que pueden ayudar a que eso se haga.

Otra cosa muy importante es que los fotógrafos pueden mejorar sus capacidades de edición. Donna DeCesare, Graciela Iturbide y yo recibimos los 54 ensayos finalistas y después escogimos como doce o catorce. Y con mucho placer y con mucho gusto porque adoramos y amamos profundamente la fotografía tuvimos que hacer la edición de todos los trabajos para que lucieran. Siempre digo que basta con una fotografía mediocre para diluir el contenido y la fortaleza del conjunto fotográfico. Eso nunca falla, la fotografía es implacable.

“Si queremos que el medio mejore en cuanto a fotografía, debe dejar de considerar al fotoreportero como un mero servidor del texto. La fotografía no debe ser simplemente una manera de llenar espacios”

Les voy a dar un ejemplo: en uno de los trabajos que recibimos, los jurados encontramos solamente dos fotos buenas de ocho. Es decir, si el fotógrafo no hubiera enviado otras fotografías junto a las que publicó el periódico, jamás hubiera llegado a ser un finalista. ¿Eso qué quiere decir? Que quizás tanto la edición del fotógrafo, como la del editor fueron malas y de eso resultó un trabajo mediocre. La edición es algo, entonces, que también hay que tener muy en cuenta.

Lo que dijo Diego es interesante: estamos en el año 2006 teniendo una conversación que quizás se tenía que haber hecho en los años ochenta. Pero nunca es tarde y siempre pode-



Ernesto Bazan, *fotógrafo independiente*, Italia.

mos empezar a poner nuestro granito de arena para que las cosas mejoren.

Preguntas y comentarios

Rosental Alves

Respondiendo al comentario de Susan sobre el lugar de la fotografía en el mundo multimedia, obviamente la fotografía tiene un lugar muy destacado. El videoperiodismo, por ejemplo, es un nuevo género que los periodistas están creando junto con los fotógrafos o con los reporteros que llevan una cámara. Yo trabajo en la misma escuela que Donna. Uno de sus alumnos es hoy un periodista importante en el periódico de nuestra ciudad. Él contó en mi clase

que cuando llegó al periódico lo primero que hicieron fue conseguirle una mesa, una computadora y considerarlo un técnico. Él quería ser considerado como lo que era, un videoperiodista que hace fotografía y también video, y obviamente luchó porque se respetara su género, y yo diría que conquistó el lugar.

Yo simpatizo mucho con eso porque fui editor y trabajé con fotógrafos y conozco la realidad. El primer experimento multimedia del

130 *New York Times* dio voz al fotógrafo. En el primer paquete multimedia que hicieron en *Flash* en 1997 aparecía Sebastián Salgado, un fotógrafo, hablando de una exhibición de fotografías sobre los sin tierra en Brasil.

Que los fotógrafos tengan voz no es apenas una cuestión de justicia sino que es algo imprescindible para adaptarse a este nuevo contexto. Así como el periodista perdió el monopolio del texto, el fotógrafo también perdió el de la fotografía porque todo el mundo está sacando fotografías. La industria que más vendió cámaras el año pasado no fue Canon o Nikon, fue Nokia. Más de 100 millones de cámaras en celulares. Eso no significa que muera la fotografía, por el contrario, quiere decir que hoy el trabajo profesional tiene un valor y un lugar

Adolfo Rufo Medina

Sólo hasta hace pocos años es que los fotógrafos periodísticos comenzaron a querer ser llamados reporteros gráficos, y ese es el nombre que ahora se les da, pero muchas veces se han limitado a lo gráfico sin avanzar como reporteros. Diego dijo que funcionan como una especie de departamento de bomberos. Muchas veces los fotógrafos no están contentos con la cantidad de trabajo que realizan con los reporteros, porque tienen que hacer todo de urgencia y eso afecta la calidad de su trabajo.



Rosental Calmon Alves, *miembro del Consejo Rector FNPI*, Brasil.

mucho más importante y que el fotógrafo tiene que asumir y tomar conciencia de esta nueva posición donde tiene voz y voto.

¿El editor es un jefe de fotógrafos, o hay un jefe de fotógrafos que debe tener también su relación con el editor? ¿Cómo es esa relación? Yo creo que el trabajo del fotógrafo comienza con la relación que establezca con el periodista. El periodista debe querer mostrar algo y que no sea solamente que la imagen se ajuste al texto periodístico o que quede como una simple ilustración.

Diego Goldberg

Creo que es absolutamente cierto. Por razones económicas hay menos fotógrafos que periodistas en las estructuras de nuestros medios y es una realidad con la que hay que convivir. Me parece que la clave es, por un lado, usar con inteligencia los recursos de los que se dispone, y por otro, alentar para que la relación entre la fotografía y la redacción sea una avenida de do-

ble circulación. Es decir, que los fotógrafos participen como periodistas dentro de la estructura de la redacción al mismo nivel y con la misma jerarquía. Cada uno tiene que aportar su visión al tema que ambos tienen que cubrir. Ambas visiones son igual de importantes y se complementan entre sí.

Sergio Muñoz

Ernesto dijo que los jurados editaron los trabajos presentados al Premio ¿Podrías ser más explícito? Cuando dices que editaron, ¿quieres decir que reenmarcaron, que le dieron más

contraste a las fotografías? ¿Significa esto que tienen más ventaja los trabajos de fotografía? ¿Acaso los jurados de texto también editan los textos?

Ernesto Bazan

Nosotros recibimos ensayos fotográficos de 30 y hasta 40 fotografías, porque en la bases del concurso no había un número límite. El trabajo de edición que hicimos consistió en eliminar las fotografías banales, las que no significaban absolutamente nada o que no aportaban al contenido del ensayo fotográfico. Haciendo eso logramos llegar a las que sí aportaban. Como decía hace un momento, basta con una mala fotografía para diluir todo el contenido de un ensayo fotográfico.

Por eso hemos hecho la propuesta al Consejo Rector de admitir en las bases que un máximo de doce fotografías no publicadas en el diario también entren a hacer parte del concurso.

En cualquier tipo de trabajo siempre se pueden encontrar razones para considerar que una fotografía no es más que un mero registro de un evento, o para considerar que una fotografía logra convertirse en la quinta esencia de nuestra vida, de nuestras emociones, de nuestros sentimientos. Generalmente las fotografías

132 ícono de nuestra memoria visual son capaces, como decía la revista *Life*, de expresar mil palabras con una imagen.

Hay algo más que quiero aclarar. Los fotógrafos de los periódicos me podrían decir: “tú hablas de la lentitud y todo eso, pero nosotros tenemos que cumplir con cinco asignaturas todos los días en poco tiempo”. Lo primero que hago cada vez que imparto un taller es quitarme el sombrero y decirles que los admiro por enfrentarse a ese oficio tan duro. Pero creo firmemente que si se inculca esa cultura fotográfica se podrán sacar mejores fotografías de lo que sea, de un accidente automovilístico o de una intervención política.

La dinámica de unos futuros talleres podría consistir en fotografiar los mismos eventos varias veces y enseñar a que los fotógrafos los



Ernesto Bazan, *fotógrafo independiente*, Italia.

vean de una manera distinta. Que no solamente sea ir, hacer muchos disparos, regresar, mirar en la cámara digital y llevar fotos al periódico. El lenguaje fotográfico se puede mejorar desde la base.

Paula Escobar

Quiero plantearles una conducta que veo se da con los fotógrafos para ver cómo piensan ustedes que se pueda resolver. Y esto desde el punto de vista de un editor periodístico, como soy yo. Ustedes hablan de una situación de desmotivación: no tienen espacio en los diarios, les pagan poco, hay pocos fotógrafos y no tienen el mismo reconocimiento que sus pares periodistas. Observo que eso genera una escisión.

Por una parte, en su taller personal, en su tiempo libre, hacen las fotos que realmente les gustan, unos ensayos fotográficos maravillosos pero de temas que no tienen relación con la actualidad y que no necesariamente tienen cabida en un medio porque no son relevantes o atractivos para los lectores. Y por otra parte, en el día a día, son muy mecánicos, hacen unas fotos convencionales, no les ponen pasión y entonces entregan un trabajo convencional, que

por lo tanto tampoco va a tener nunca una mayor relevancia.

No digo que eso pase en todos los casos, porque hay notables excepciones. De hecho yo trato de motivarlos, que se sientan autores. Que le pongan la misma pasión que le pondrían a un reportaje sobre la gente del metro que a un reportaje sobre un día con el presidente, por ejemplo. Sé que la pasión que le pongan al tema de un día con el presidente va a dar para una portada y van a tener el reconocimiento

Óscar Serrano

Mi comentario tiene relación con el de Paula. Probablemente yo lo diga de una forma que me generará enemistades con los fotógrafos pero lo voy a hacer como un sacrificio para ver si podemos desarrollar una conversación. Se refiere al círculo vicioso que planteaba Diego. Ciertamente hay analfabetismo visual de parte de muchos editores, pero lamentablemente también hay analfabetismo noticioso de parte de algunos de los fotógrafos que están en la redacción. Yo quisiera ver a los fotógrafos como colaboradores de tú a tú, pero no los encuentro. A veces encuentro un fotógrafo que no conoce el sujeto noticioso, otras veces encuentro un fotógrafo que llega al evento noticioso y cuando ya tiene las fotos pregunta si se puede ir. El círculo vicioso ya está identificado y sa-

que merecen, mientras que al tema de la gente del metro habría que inventarle un contexto para poderlo publicar y hacer feliz al fotógrafo.

Creo que la fuerza está en juntar un gran texto con una gran foto. ¿Como piensan ustedes que se puede romper con eso? Con aquello de que en sus horarios de trabajo los fotógrafos sólo hagan clic, y que en su tiempo libre sean fantásticos autores de cosas que probablemente no van a ser publicadas.



Óscar Serrano, *reportero Diario Primera Hora*, Puerto Rico.

bemos que no solamente es culpa del fotógrafo. Pero, ¿cómo romperlo? ¿Cómo realmente aumentar la conciencia noticiosa de estos compañeros?

134 **Diego Goldberg**

En mi charla dije que no había víctimas ni victimarios. Desde mi punto de vista los fotógrafos no somos víctimas, ni somos juzgados ni somos esclavos de nuestros colegas de la redacción, de los editores, de los jefes, etc. Lo que yo planteé, y creo que muy claramente, es que los fotógrafos somos muy responsables de esta situación.

Les voy a contar una anécdota. Es algo que nunca le dije a quien era el secretario general de redacción de *Clarín* pero ahora se lo voy a confesar públicamente. Lo único que yo escuchaba de los fotógrafos eran quejas, quejas y quejas prácticas más que conceptuales. Entonces, justamente para tratar de combatir esta situación, tomé una decisión por mi cuenta, bajo mi responsabilidad y sin consultar con el secretario general de redacción. Reuní a los fotógrafos y les dije: “Si esto termina mal, yo voy a cargar con la culpa. Traíganme cualquier proyecto que les interese y que estén trabajando fuera del diario. Y si yo considero como jefe de fotografía que es útil para el diario, yo los saco del trájín cotidiano, no tendrán que hacer ninguna otra cosa, les doy el tiempo que necesiten, una semana, dos semanas, un mes, lo que quieran para

que vayan y hagan el trabajo y después lo peleamos en la redacción para que esto sea utilizado como tema a cubrir”. No recuerdo en este momento cuantos fotógrafos teníamos, *Clarín* es un diario gigantesco, pero podrían ser más de 40. Y de todos esos, sólo dos vinieron con propuestas, y esas dos propuestas terminaron siendo la tapa de la revista dominical del diario que en ese momento tenía más de un millón de ejemplares de tirada.

Uno fue un trabajo sobre la bomba de la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA), donde hubo más de 80 muertos. El trabajo era muy interesante, con retratos de sobrevivientes. Y el otro era de un tema, ni político ni social, sino de interés general, era sobre unos mellizos, un trabajo muy interesante de una fotógrafa del diario.

En ese ejemplo están las dos caras de la moneda. El rol del editor es muy importante cuando tiene iniciativa, y si pelea por su lugar, lo consigue. Pero a su vez está la responsabilidad de los fotógrafos que no asumen el rol que les corresponde porque están desmotivados, porque creen que no tienen voz ni voto, etc.

Donna DeCesare

A eso quiero agregar que también es necesario un poco de psicología. Cuando se invita a los fotógrafos a que hagan propuestas y el resultado es exitoso, se genera una competencia para proponer más cosas. La respuesta es inmediatamente positiva. Esa es una manera de motivar. Están acostumbrados a sentir que proponen sin ser escuchados y, bueno, también existen ya ciertos complejos en donde se ve que no solamente son víctimas sino que ellos contribuyen a eso.

En Guatemala los fotógrafos se quejaban porque no les dejaban escribir los pies de foto

de sus propias fotografías. ¿Cómo es posible eso cuando ellos fueron los que llegaron al lugar y realmente fueron los reporteros?

Cuando hay desigualdad o se encuentran estancados, la primera reacción es la queja. Buscar cambios requiere flexibilidad, creatividad y paciencia de parte de todos. A los fotógrafos y a los reporteros hay que ponerles desafíos. Tal vez unos adolecen de formación profesional y otros se resienten al cambio. Pero la idea es darles espacio y retos para que se acostumbren a colaborar más y no dejar que se estanquen.

Susan Meiselas

El fotógrafo puede decidir si quiere cuidar sus dos cámaras. Hay una diferencia entre hacer lo que te piden en particular para el diario y entre desarrollar, por otro lado, una confianza para ver las cosas con una perspectiva distinta. Así como Sergio Muñoz decía que el texto debía lograr que el lector viera las cosas de otra manera, una fotografía también debería lograrlo. De manera que un editor podría hacer el ejercicio de cambiar completamente la primera página de su revista, aunque fuera por una vez. Así lo hizo en su última edición de domingo el *New York Times*: dedicó 24 páginas a fotogra-

fías, algo que posiblemente no se veía desde los años ochenta, donde era usual encontrar reportajes de seis o diez páginas. Lo hicieron porque se cumple un aniversario del paso del huracán Katrina y porque querían mostrar algo fuerte. Cambiaron completamente para esa edición y eso fue una sorpresa para los fotógrafos que trabajamos internacionalmente y que vemos que el espacio está reducido. Entonces ustedes también allá en sus periódicos tienen que dar un golpe y cambiar la manera de ver del espectador.

136 **Diego Goldberg**

Tengo miedo de que se malinterprete, de que este panel se transforme en una sesión de terapia de grupo para ayudar a los fotógrafos a recuperar su autoestima. No se trata de eso. Los

Luis Cañón

No lo tengo claro, pero deduzco que en el Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI se premió una fotografía publicada junto a otras que no se publicaron. Si es así, me parece que se estaría premiando nuestra incompetencia para no escoger bien las fotos, para no privilegiarlas. ¿Cómo hace el jurado si hay un trabajo muy bueno, con excelentes fotografías, y otro también muy bueno pero que tiene unas tres fotografías que no fueron publicadas? Eso me ha causado un poco de confusión.

Y una pregunta para el panel: las bondades digitales de esta era permiten cosas como mejorar el contraste de la foto, ponerle un poquito más de azul al cielo para que luzca mejor, o de pronto, si los personajes están muy alejados,

Ernesto Bazan

Al Premio se pueden enviar ensayos fotográficos publicados y, por lo menos hasta la fecha, se admite un número dado de fotografías

fotógrafos pierden, pero pierden también los medios y en definitiva quienes pierden son los lectores. Eso es lo que no hay que olvidar.



Luis Cañón, *editor general Diario Panorama*, Venezuela.

pues, entonces juntarlos. Ya las fronteras son un poco difusas ¿Cómo ven ese fenómeno que está ocurriendo todos los días?

adicionales siempre y cuando traten el mismo tema. Quizás para la próxima convocatoria las cosas van a cambiar porque se va a limitar

el número de fotografías que el fotógrafo puede enviar y que no han sido publicadas. Eso por dos razones. Primero, para que el jurado no tenga que hacer edición. Y segundo, para que los fotógrafos se exijan más con su propia edición.

Hablemos por ejemplo del ensayo de Rodrigo Abd, que fue publicado en un medio de Guatemala¹⁰. De las ocho fotografías publicadas, los jurados consideramos que sólo había dos que valían la pena. Las otras que consideramos buenas fueron enviadas por él como ampliación del mismo proyecto. Teniendo en cuenta esas primeras dos fotografías junto con aquellas que él había enviado porque el periódico no las había publicado, fue que nos dimos cuenta que valía la pena que el trabajo estuviera entre los finalistas.

Con respecto a la posibilidad de cambiar las fotografías como parte de lo que nos ofrece *Photoshop*, es totalmente antiético cambiar a las personas de posición o quitarlas. El *New York Times* y otros medios han despedido a los fotógrafos que han hecho ese tipo de cosas.

Diego Goldberg

Con respecto al tema tan debatido sobre Photoshop y la manipulación, a mí me parece

La fotografía digital, aunque sea digital, y ofrezca la posibilidad de cambiar todo, tiene simplemente que continuar representando aquello que el fotógrafo testimonia. Si tú estás cubriendo un suceso mediático, yo considero que la ética es no cambiar absolutamente nada, ni un punto, ni una piedra.

Hay algo que creo es muy importante decir y quizás no le va a gustar a los editores o a los dueños de los medios. He escuchado que a algunos de los fotógrafos, inclusive a los finalistas del Premio, no les han pagado un centavo por sus fotografías publicadas. A ellos les ha tocado convencerlos porque a los editores no les interesaban. Eso es verdaderamente vergonzoso y, como se ha dicho, los fotógrafos tienen que luchar. Si no se las quieren publicar, entonces que no lo hagan, pero busquen otro medio en otra parte de Latinoamérica o en Europa donde se los publiquen, porque, si no, los que van a perder son ustedes y nosotros los fotógrafos, y, al final, como dijo Diego, justamente los lectores se van a ver privados de algo.

extraordinario que se pueda manipular. Lo digo como una provocación, obviamente. Me

10 El trabajo nominado se titula "Violencia en Guatemala" y fue publicado en *El Periódico* (Guatemala), el 28 de diciembre de 2005. (N.E)

138 parece extraordinario que se termine de enterrar el mito de que la fotografía es un testimonio objetivo de la realidad, porque no lo es. La fotografía es una aproximación subjetiva de alguien que toma un trozo de la realidad en tres dimensiones y lo pone en dos dimensiones. Me parece bienvenido el momento en que la foto-

Jaime Abello

Complementando lo que dijo Ernesto quiero hacer una aclaración respecto a las bases del concurso. Lo primero es que el concurso invita a que se presenten trabajos publicados. Juzga trabajos publicados y premia trabajos publicados. No se están premiando los trabajos inéditos. Particularmente, las bases del concurso en la modalidad de Fotografía, a petición de los fotógrafos, permiten que otras tomas que hacen parte del mismo trabajo sean vistas de manera suplementaria o complementaria por el jurado. ¿Por qué? Esta decisión parte justamente de la queja sobre las deficiencias que hay en América Latina en materia de edición, y del maltrato al trabajo de los fotógrafos en la edición final de sus fotografías antes de ser publicadas.

Cabe anotar que de las fotografías ganadoras, particularmente en la primera convocatoria y en esta cuarta, se ha destacado no sólo sus valores intrínsecos, sino también el trabajo de edición. En el caso del trabajo de Diego

grafía esté sujeta, al igual que el texto, a los anticuerpos, a las correcciones, a las denuncias de falsificación. Hay fotógrafos que mienten. Hay manipulación tanto en texto como en fotografía. Estamos en un plano de igualdad y nos tenemos que atener a las consecuencias.

Goldberg, habría que hacerle un reconocimiento aquí a Daniel Merle, el editor de *La Revista de La Nación*, donde fue publicado el trabajo. Él fue capaz de recoger, interpretar y poner en página las fotografías.

Ernesto se refiere a que ellos como jurados pidieron que al publicar las fotos en la página web de la Fundación y en otros medios se destacaran justamente las fotos que ellos consideraron eran las que había que mostrar. Y eso en ningún momento implica una revisión del trabajo original. Simplemente es como diciendo “así debió haber quedado editado el trabajo”.

Nos queda claro que vamos a tener que hacer talleres de edición fotográfica con fotógrafos y con editores que no son fotógrafos pero que intervienen en el material fotográfico. Hay que ayudar a desarrollar la sensibilidad entre editores y periodistas que toman decisiones de imagen gráfica para que comprendan bien el material con el que trabajan.

“Me parece extraordinario que se termine de enterrar el mito de que la fotografía es un testimonio objetivo de la realidad, porque no lo es. La fotografía es una aproximación subjetiva”

Mónica González

Diego Goldberg demostró ser, no solo un buen fotógrafo, sino también verbalmente muy gráfico. Su exposición me anima a compartir una experiencia. Este lamento borincano de los fotógrafos, y todos los pesares y males de esta profesión los venimos escuchando hace mucho tiempo. La mayor parte de mi experiencia como periodista he sido directora o jefe de redacción y lo que dijo Diego me caló muy hondo porque la responsabilidad principal del problema que enfrentan los reporteros gráficos recae en ellos al aceptar el rol de segunda clase que se les da.

En los últimos cinco años tuve una experiencia maravillosa. La revista *siete+7* fue conocida por tener fotos muy bonitas. La gráfica que había era impactante y elogiada por todo el mundo. Fue el resultado de un trabajo de mucho tiempo. Por primera vez yo tuve un editor fotográfico que leía la prensa todos los días, que estaba ávido por hacer golpes periodísticos, que trabajaba con su equipo exigiéndole que leyera. No solo había una relación de él con los editores –yo conversaba con él, preparaba la portada con él– sino que además había una interrelación directa entre los fotógrafos y los periodistas del diario. No había un solo reportero gráfico que saliera de la revista sin haber hablado con un periodista, porque era un



Mónica González Mújica, *periodista independiente*, Chile.

complemento. Y yo creo que eso se logra solamente cuando trabajas en equipo, cuando sabes a dónde vas, cuando sabes que el equipo horizontal es la clave de tu éxito. Pero la verdad es que la mayoría de las veces nos encontramos con reporteros gráficos que no leen, que no les interesa, y las malas pagas son tanto para periodistas como para fotógrafos.

Creo que la importancia de la fotografía es muy grande y cada vez lo es más. El problema también está en que hay una elite, de la que hace parte Diego, y una tropa de reporteros gráficos que están esperando que se unifique su trabajo, pero con lamento no creo que se consiga.

140 **Roberto Guareschi**

Abonando a todo lo que se ha dicho, Diego Goldberg fue una de las personas que más aportó en la edición que hicimos en *Clarín* para el 11 de septiembre, que creo fue una buena edición y donde el diario se dio vuelta. Esto lo

digo para reforzar la idea de que, cuando el fotógrafo está preparado, tiene el derecho y tiene con qué participar creativamente en la discusión de todo el diario y no solamente en la parte de fotografía.

Sexto panel

La apuesta por el periodismo narrativo.

Los retos de la nueva generación

de editores de América Latina



Andrés Hoyos, *director Revista El Malpensante*, Colombia;
Paula Escobar, *editora de revistas Diario El Mercurio*, Chile;
Alma Guillermoprieto, *miembro del Consejo Rector FNPI*, México;
Raúl Peñaranda, *director Semanario Época*, Bolivia;
Julio Villanueva Chang, *director editorial Revista Etiqueta Negra*, Perú; y
Guillermo Osorno, *director editorial Editorial Mapas*, México.

La apuesta por el periodismo narrativo. Los retos de la nueva generación de editores de América Latina

Alma Guillermoprieto

Desde sus inicios la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano se ha concebido como una organización que no es colombiana, mexicana, peruana o argentina, sino latinoamericana, incluso hemisférica. No está mal que la sede de la reunión sea Cartagena, porque en ese puerto tan abierto al mundo el espíritu bolivariano se siente con particular fuerza.

Lo sentí de una manera muy alegre el año pasado, cuando convencí a unos amigos mexicanos para que me fueran a visitar durante un taller en Cartagena. Por las mañanas yo me iba a trabajar con toda disciplina, y ellos se iban a pasear. Una mañana terminaron en Donde Fidel, una bodeguita que se ha especializado en música cubana. Eran las once de la mañana y mis amigos pidieron una cerveza, pidieron dos, pidieron tres, y por ahí de la cuarta empezaron a pasar en la pantalla de televisión un video de Celia Cruz. A la quinta cerveza uno de mis amigos, Jorge Calvillo, comenzó a sentir una especie de pulsión mística: él, mexicano, en Cartagena, viendo a Celia, que es de Cuba y de todas partes, rodeado de colombianos. Entonces se paró y gritó: “¡Viva Cartagena, viva Colombia, viva México, viva Cuba, viva Bolívar!”.

Mis amigos, recatados como somos todos los mexicanos, y un poco retrasados en cerve-



Alma Guillermoprieto, *miembro del Consejo Rector FNPI, México.*

za también, querían como bajarlo de la silla y callarlo. Pero él ya iba navegando por aguas muy profundas, y se dedicó a gritar “¡viva Bolívar!” durante todo el video de Celia. Estamos en Monterrey, pero es con ese mismo espíritu bolivariano gozoso que yo quiero presentar a todos los integrantes de este panel sobre el periodismo narrativo, que han llegado aquí desde el sur más sur y del norte más norte de nuestra América, y también desde su centro geográfico. Antes de comenzar quisiera pedirle a cada uno que se presente, identifique su medio, diga cuántos años tiene de existencia y más o menos qué tiraje tiene, para ubicar a cada uno.

144 Guillermo Osorno

Soy Director de Editorial Mapas y, desde hace tres meses, también de *Gatopardo*, una revista que tiene seis años en el mercado y que tiene como vocación ser una revista latinoamericana de crónica y reportaje. Se distribuye en más de diez países con un tiraje cercano a los 110

mil ejemplares, la mayoría de los cuales circulan en Colombia, en primer lugar, luego en México, Argentina, y para nuestra gran satisfacción los ejemplares que mandamos a Perú siempre se agotan.

Julio Villanueva Chang

Soy Director Editorial de *Etiqueta Negra*, una revista mensual dedicada a un solo tema por número. Es una revista que siempre he tratado de definir por vía negativa, es decir, por lo que no es. En ese sentido, no es una revista de autoayuda; en lugar de aconsejar, lo que queremos es desengañar. Y tampoco es una revista estrictamente periodística ni una revista de literatura, porque no publicamos cuentos ni poemas ni adelantos de novelas. Nos hemos dedicado a lo que en el mundo anglosajón se llama *non fiction*. Publicamos crónicas, perfiles, testimonios, viñetas, ensayos. No somos una revista

de entretenimiento; más que divertir, queremos distraer, pero distraer en el sentido que Octavio Paz le daba a esta palabra. Él decía: “Distracción quiere decir atracción por el reverso de este mundo”, y eso era justamente lo que yo quería desde el principio con *Etiqueta Negra*. Tenemos un tiraje de diez mil ejemplares, circulamos en tres países. Pero aún, para un público masivo, es una revista casi secreta. Cada vez que voy a un lugar me hablan de ella y yo me entero por primera vez que se han dado cuenta que la estamos haciendo.

Alma Guillermoprieto

Creo que en esto último Julio ha dado la definición de lo que es una revista de culto, que es

en lo que efectivamente se ha convertido *Etiqueta Negra*.

Raúl Peñaranda

Soy de Bolivia, Director de un semanario llamado *La Época*. Los periodistas que estamos aquí, con excepción de Paula que trabaja en *El Mercurio*, el diario de mayor antigüedad de habla hispana, tenemos entendimientos relativamente contemporáneos. *El Malpensante* tiene diez años, *Gatopardo* tiene seis y *Etiqueta Negra* y *La Época* cinco años. *La Época* es un semanario, pero luce como un diario. Yo viví mi adolescencia en Chile

cuando todos queríamos que Pinochet se fuera. Había un diario de la oposición que se llamaba *La Época*. Entonces el semanario que dirijo es una especie de homenaje a un periodismo con cierto sentido y con ciertas ideas, por eso el nombre que lleva.

Nunca, Alma, has debido preguntar por los tirajes, algo que, sobre todo en Bolivia, nos cuesta decir porque tenemos un mercado muy pequeño y muy difícil, así que no lo voy a decir.

Paula Escobar

Hace seis años soy editora de revistas del diario *El Mercurio*. Tengo a mi cargo diez revistas, todas van con el diario. Tienen un rango muy amplio, desde una revista en Internet para jóvenes hasta una revista de interés general que sale los sábados. Hay una para mujeres, otra de viajes, otra de libros, en fin. He trabaja-

do toda mi vida en revistas en todos los cargos posibles: periodista en práctica, periodista, editora, subdirectora, directora. Y bueno, como decía mi amigo boliviano, es un diario muy antiguo. *El Mercurio* de Santiago de Chile tiene 106 años y el de Valparaíso, que fue el primero, se fundó en 1827.

Andrés Hoyos

Yo realmente soy escritor de ficción y de ensayos, pero dirijo y fundé la revista *El Malpensante* cuyo tiraje oscila entre los 17 mil y los 18 mil ejemplares. Según el Estudio General de Medios (EGM), tuvimos alguna vez más de 100 mil lectores, pero en este mo-

mento estamos en 75 mil. Ésa es la medida más interesante y más aceptada. *El Malpensante* es una revista de literatura, sólo que no de una literatura que se mire al ombligo, que solamente hable de literatura y de escritores, sino que la entendemos como la entendie-

146 ron los grandes ensayistas, por ejemplo Montaigne.

Literatura como escritura refinada que se refiere a muchos temas. Y claro, incluimos en la mezcla al periodismo literario, a la crónica y al reportaje como nuestro contacto con el periodismo. No cubrimos noticias. Preferimos no tener demasiado que ver con la primera página de los periódicos, es decir, con los muertos, con los paramilitares, con la guerrilla, con el narcotráfico, aunque hemos publicado algún reportaje de fondo sobre esos temas. Pero, en principio, yo quiero algo que tenga que ver con la otra parte del mundo.

Alma Guillermoprieto

Estos medios, con excepción del de Raúl, son tal vez el último refugio de la narración larga, donde se puede echar el cuento en los términos que estableció García Márquez: contar el cuento en la extensión que se requiere para que quede bien contado. Como verán, hay diferencias muy marcadas entre estos medios. Los hay de circulación realmente masiva; los hay de alcance hemisférico, como *Gatopardo*, que circula incluso en Estados Unidos; revistas de culto, como *Etiqueta Negra* y *El Malpensante*,

La palabra *Malpensante*, lo contrario de bienpensante, la inventó un escritor italiano llamado Gesualdo Bufalino en un libro de aforismos extraordinarios que alguna vez se publicó en Colombia traducido por Mario Jursich, el subdirector de la revista. No recuerdo exactamente quién sugirió que así debía llamarse la revista, pero el nombre ha tenido bastante éxito porque es un nombre recordable y que en cierta medida da una noción de estilo y actitud. Por eso cada tanto metemos alguna cosa estridente, algo que vaya contra la corrupción política, contra las ideas aceptadas. Pero no somos una revista subversiva en el antiguo sentido de la palabra.

que se deleitan en ser provocadoras y en dar mucho placer literario; y una revista como *La Época*, que es una idea muy singular: una revista gratuita para la elite.

Le haré preguntas a cada uno y después vamos a abrir la conversación. Empiezo con Julio Villanueva Chang, que es un editor realmente querido por sus escritores porque él colabora notablemente para que los textos sean mejores siempre. Julio, ¿cómo es el trabajo de un editor de texto narrativo?

Julio Villanueva Chang

“Un editor de periodismo narrativo es, en principio, un ignorante especialista en hacer buenas preguntas”

Creo que un editor de periodismo narrativo es, en principio, un ignorante especialista en hacer buenas preguntas. Las frases que yo más uso con los autores con quienes trabajo son “no sé” y “no entiendo”. Este “no sé” y “no entiendo” es una vocación para que cualquier texto que aparezca en la revista sea consecuencia de un trabajo de reflexión entre el autor y el editor, esto es, sobre las ideas que se quieren decir en el texto, sobre el trabajo de archivo y de campo que tiene que hacer un cronista para luego sentarse a contar su historia, y finalmente sobre la aventura de escribir el texto en sí mismo, la artesanía, la arquitectura, o el estilo, como quiera llamarse. El objetivo obvio de este intercambio entre autor y editor son los lectores. Lo malo (o quien sabe si lo bueno) es que esto no se enseña, y hay escasez de talleres para editores justamente porque es arbitrario, porque es muy caprichoso, es muy difícil de transmitir y codificar el oficio de editar. La edición no es una disciplina sino una indisciplina.

En general, los libros que existen sobre edición son críticas a la industria de la edición y a su mercado, o son libros de anécdotas de los editores veteranos. Pero casi no hay textos donde se transmita la artesanía del trabajo con el texto. Existen artículos sobre el editor y su relación con el poder, en el sentido de que un



Julio Villanueva Chang, *director editorial Revista Etiqueta Negra*, Perú.

editor es un político en tanto su revista o su periódico tienen la capacidad de influir en determinada comunidad. Pero casi no existen textos para transmitir esa aventura del trabajo que hubo detrás de un texto.

El lector nunca sabe que un texto firmado por un autor es a veces una consecuencia de un trabajo con su editor, o que también, a veces, en el peor de los casos, es un seudónimo. En ese sentido me parece que un editor también es un especialista en “dar problemas” al autor porque está buscando que la claridad y el sentido periodístico de una historia que va a publicar exprese un conflicto que existe e influye en la vida de una persona o de una comunidad, se puede convertir en un representante del sindi-

148 cato del hombre común, y también del sindicato de expertos. Uno tiene que buscar y seleccionar historias extraordinarias para ambos extremos. Y tiene que conmover y gustar y dar qué pensar tanto a un erudito como a alguien que no le interese un tema, y que además ni siquiera le guste leer. Yo creo que ese es un reto para un editor.

Un editor también es alguien que busca descubrir lo que quiere decir un autor y trata de que éste se sienta cómodo traduciéndolo a una voz personal. Pero un editor también es un seductor y un manipulador. Oscila entre el padre y el tirano. Uno no usa el mismo traje para todos sino que trata de buscar el traje que sea más justo a cada situación y a cada historia y a un autor. Y un editor puede ser un seductor o un manipulador en el sentido de que a veces obliga al autor a que escriba un texto no solamente para el lector sino en contra del lector.

Un editor es, en última instancia, el otro responsable de la excelencia o la mediocridad de un texto. Y es el primero en saber que no todo lo que publica es bueno.

Y, ya entre paréntesis, un editor tiene estilos y manías. Creo que las publicaciones que tienen una personalidad definida, que no se parecen tanto a otras, dependen mucho de cierta especie de dictador amable que es el director y los editores con los que trabaja. En el caso de *Etiqueta Negra*, somos un grupo de cinco. Hay

un editor general que vive en Barcelona, un editor asociado que vive en Estados Unidos, dos editores en Lima, y yo, que estoy en Lima o de viaje. Por supuesto que a menudo no estamos de acuerdo y eso nos ha hecho aprender tanto de los autores como de nosotros mismos y ha enriquecido las historias finales. En nuestro trabajo la mayoría de los textos son la consecuencia de la reflexión entre el autor y el editor durante un tiempo más o menos prolongado si se compara con el tiempo que usualmente invierte un diario o una revista de fin de semana.

Yo personalmente tengo una contienda contra toda esa casta de periodistas que creen que lo periodístico sólo es corrupción, guerra y miseria, y que lo demás no es periodístico sino que es publicidad o es banal, o es frívolo o es inofensivo. Creo que hay toda una tradición de revistas como *New Yorker*, *The Atlantic*, *Harper's*, que han demostrado que se pueden hacer grandes historias de acontecimientos que a primera vista y a primer oído no le interesan a nadie o no le interesarían a los periodistas. Y ése es un problema. Creo que los periodistas a veces terminamos haciendo revistas para periodistas, medios para periodistas, o tratando a los lectores como si fueran periodistas. Y creemos que un medio es mejor que otro cuando hay periodistas de cierto prestigio a quienes les gusta, les parece duro, les parece extraordinario, golpeador. Sólo hay que recor-

“Un editor es, en última instancia, el otro responsable de la excelencia o la mediocridad de un texto”

dar que ni todo el periodismo que cubre historias de corrupción, guerra, finanzas y miseria es necesariamente bueno; ni todo el periodis-

mo que cubre otro tipo de historias es necesariamente banal, frívolo o inofensivo.

Alma Guillermoprieto

Espero que en la discusión posterior se hable del trabajo de verificación de datos que se lleva a cabo en *Etiqueta Negra*, porque esa es una contribución que puede ser válida para cualquier publicación de América Latina. Es importantísimo, y es lo que le ha dado gran credibilidad a este reportaje tan controvertido sobre Ketín Vidal que ha recibido el Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI.

Poco se ha dicho de las posibilidades que brinda Internet como refugio para la narración. Se ha hablado aquí de los nuevos medios, de

sus posibilidades, y de cómo se pueden utilizar, pero hasta el momento no hemos hablado de estos medios como herramientas que nos pueden servir para presentar y difundir el cuento bien contado. Entonces, yo quisiera preguntarle a la hiperactiva y multimedia Paula, ¿es cierto que las nuevas tecnologías van a acabar con el texto o hay una nueva manera de hacer narración en multimedia? ¿O es que se trata de la misma narración sólo que puesta en una pantalla?

Paula Escobar

Soy una inmigrante digital, veo a mis hijos que son nativos digitales y me doy cuenta que nunca voy a poder estar a esa altura. Escuché atentamente todo lo que han dicho Jean François y Rosental sobre la revolución tecnológica, ese mundo en el que nos toca vivir. Somos testigos de esta revolución y estamos tratando de pensar cómo eso va afectar nuestro oficio. Sin duda es un escenario de cambio que produce incertidumbre, angustia y confusión, lo que

significa que tenemos que dar soluciones nuevas e innovar.

Por ejemplo, la revista de jóvenes que tenemos en Internet surgió porque el diario ya no quería seguir invirtiendo dinero en una revista que era deficitaria. El equipo de gente era muy creativo, estaba lleno de ideas y me dijeron “vamos para Internet”, y bueno, en dos minutos fui capaz de entender que había una mina de oro. La revista ha funcionado fantástico, alcan-

150 zó su punto de equilibrio y es como un laboratorio experimental que seguramente después nos va a llevar a que todas las otras revistas tengan una plataforma multimedial.

El escenario es de adaptación, de estar alerta. Yo no creo que la revolución digital y tecnológica esté amenazando de muerte al periodismo tal como lo conocemos. Lo está desafiando. La amenaza real es que, con toda esta angustia que hay, casi todas las discusiones sobre nuestra profesión tienen que ver con la tecnología y no con la excelencia del periodismo y la búsqueda del mejoramiento de la calidad.

Este seminario de la Fundación Nuevo Periodismo prácticamente es único en el mundo. En todos los demás seminarios, los de la *World Association of Newspapers* (WAN), los de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), el tema principal es Internet y cómo esta va a afectar el negocio de los medios de comunicación. La verdad es que no hay espacio para discutir sobre la calidad. La amenaza mortal es que estamos perdiendo la brújula de lo que es el periodismo, que es lo que tenemos que ser capaces de preservar y adaptar al nuevo escenario. Estaremos amenazados mortalmente si seguimos todo el tiempo discutiendo si ahora las noticias van a salir a través de Internet, de los celulares, del *iPod*, etc. El peligro está en seguir hablando de los canales en vez de hablar de lo que vamos a distribuir.



Paula Escobar, editora de revistas *Diario El Mercurio*, Chile.

Si hay un periodismo que va a sobrevivir a esta revolución digital, ese va a ser el periodismo de calidad y de excelencia. Para todo lo demás, para el periodismo mediocre, el de opiniones sin fundamento, el de dato duro, Internet es mucho mejor que el periodismo tal como lo conocemos. O sea, para dar una noticia rápida la red es genial y el *blog* lo es para dar opiniones sin fundamentos y para que la gente opine. Pero no lo será salvo que sea un canal de distribución adicional a lo que sabemos hacer que es periodismo de calidad.

El desafío de la nueva generación de editores es volver a poner el foco en la esencia de nuestra profesión y mantener la llama viva del periodismo de calidad, y volver a decir cuáles son esos estándares. A mí me sorprende que sigamos discutiendo esto de la revolución digital

"no creo que la revolución digital y tecnológica esté amenazando de muerte al periodismo tal como lo conocemos. Lo está desafiando"

“Si hay un periodismo que va a sobrevivir a esta revolución digital, ese va a ser el periodismo de calidad y de excelencia”

en vez de discutir sobre los errores de los reporteros que han hecho que diarios como el *New York Times* estén en serios problemas. Ese es un tema que no se debate. Hay preguntas como: ¿cuál fue el error de reporte de ese diario?, ¿dónde están fallando en sus estándares de verificación de la información?

¿Por qué no se hacen millones de seminarios sobre cómo evitar errores en el reporte, o sobre cuál es el nuevo estándar del reporte? O, ¿cómo logramos excelencia en el reporte cuando vemos que un trasatlántico del periodismo mundial como el *New York Times* falla en eso? Y en cuanto a narración, ¿dónde se está discutiendo, aparte de aquí, sobre cómo utilizar mejores herramientas para seducir a nuestros lectores para que nos lean? Y estas discusiones deben darse en todos los medios escritos, en todos los diarios y revistas, en los de alta circulación, y no solamente en los de culto como en la estupenda revista que hace Julio Villanueva.

A mí me preocuparía mucho que el periodismo de calidad quedara como una boutique, como algo pequeño, de baja circulación. Y que entonces los medios masivos, que llegan a mucha gente y tienen mucho impacto, estuvieran ajenos a la narración y no se preocuparan por seducir a los lectores y no buscaran usar todas las herramientas que nos da la literatura para enriquecer la calidad de nuestro lenguaje.

Creo que los editores tenemos que ser capaces de desarrollar talentos en nuestras salas de redacción. Yo también soy jefa de editores, de estupendos editores, y les he dicho, brutalmente como yo hablo, soy muy poco diplomática, que tienen que pensar que son creadores de estrellas y que ellos también brillarán como un coreógrafo brilla cuando sus bailarines bailan bien y no se siente amenazado, ni amedrentado, ni le da rabia ni le da envidia.

Yo veo que algunos editores no quieren como debieran a sus periodistas, no son capaces de encontrarles el lado a sus periodistas. A lo mejor hay un periodista que es estupendo para hacer entrevistas humanas, porque es sensible, porque mira, porque describe; pero si a ese tipo lo mandas a hacer un reportaje policial lo va a hacer mal, va a sentirse como un pez fuera de su ambiente. Hay otros que son buenos para perfiles, otros para políticas, otros para reportaje social. En fin, encontrarle el lugar a cada uno es parte del trabajo de un editor. Él debe desarrollar su estrella, tiene que tener su elenco, y motivarlos. Como dice Julio, hay que ser un tirano amable; a veces no tan amable, a veces no tan tirano, pero sí hay que desafiarlos y retarlos cuando no están a la altura de su propio talento. A veces hay que sobarles el lomo, a veces hay que decirles que se levanten de la cama, otras veces hay que decirles que están demasiados soberbios.

152 En últimas, hay que encontrar la manera de enriquecer a nuestra gente. Tener un elenco que uno diga “mira los periodistas con que yo trabajo, son todos fantástico, todos me los quieren levantar de otras partes”. Ese vínculo editor-periodista de “mis estrellas y yo” es súper importante para que en nuestros medios haya periodismo de calidad. De lo contrario vamos a terminar trabajando con algunos más bien mediocres, que no van a creer en el periodismo y que nunca nos van a dar problemas ni van a ser polémicos, ni nos van a hacer pasar malos ratos, pero que tampoco nos van a entregar nada.

Para concluir, además de no sentirnos amenazados por la revolución tecnológica, debemos verla como una oportunidad para ser innovadores y creativos, hacer alianzas, estar abiertos, tratar con gente joven.

En *El Mercurio* yo creé un laboratorio de revistas, una cosa rarísima que ni yo entendía mucho al principio. Durante un año hemos trabajado con gente joven que cada mes ven una revista y nos dan ideas para mejorarla, y por supuesto ellos ya piensan todo el tiempo en las

dos partes, dan ideas para el papel y para el sitio en Internet de la revista. Al tiempo que creamos y experimentamos, los editores de esta nueva generación tenemos que ser capaces de mantener la pasión por el periodismo de calidad, seguir pensando que estamos en una profesión demasiado privilegiada, saber que nuestro trabajo es fantástico, transmitir eso a nuestro elenco estrella, mantenerlos felices, desarrollarles la pretensión por ser autores, manejarlos, y luego persuadir al público de que el periodismo de calidad es fascinante, placentero de leer, seductor y entretenidísimo. Hay que persuadir a nuestras empresas de que el periodismo de calidad es un buen negocio y mantener viva esta llama de la pasión.

De esa manera veo un futuro y veo algo distinto a esta idea de que nos van a matar. Así estaremos avanzando con los tiempos pero también manteniendo el origen de nuestra profesión y el sentido con el cual hemos estudiado y hemos trabajado para lograr que la profesión tenga el status que le corresponde y traspasarla a otras generaciones aún con más excelencia.

Alma Guillermprieto

No estamos aquí para hablar de finanzas sino de narraciones, pero es una realidad que el espacio para las mejores narraciones se tiene que

negociar siempre con los costos. Aunque *La Época* no es estrictamente un medio de periodismo narrativo, sí es un lugar que ha encon-

“Hay que persuadir a nuestras empresas de que el periodismo de calidad es un buen negocio y mantener viva esta llama de la pasión”

trado una manera original y viable de financiarse. Le pregunto a Raúl: ¿cómo se te ocurrió editar una revista gratuita, sobre todo en el

contexto boliviano que, como sabemos, es tan áspero para la supervivencia de cualquier periódico?

Raúl Peñaranda

La Época es un periódico gratuito pero, a diferencia de lo que nos decía nuestro colega español, de que el periodismo gratuito es el *fast food* donde la gastronomía es el periodismo que se paga, *La Época* es un periódico para las elites, para los tomadores de decisiones, para los que definen la marcha del país: los dirigentes sindicales, los sectores sociales, los empresarios, las autoridades, los intelectuales, los académicos.

Nos inventamos algo que es gratuito pero para dárselo, curiosamente, a los que podrían pagar un periódico. Lo financiamos con publicidad y aunque hay una serie de ideas asociadas a la publicidad, el periódico no es tan coincidente con esas posiciones; es más bien un periódico que podríamos llamar, no sé si la etiqueta sirve pero, “contestario” o “de izquierda”. Por ejemplo, a diferencia de mi colega y amigo Fernando Molina, que dijo que su periódico estaba en contra de la nacionalización de los hidrocarburos en Bolivia, *La Época* está a favor de la nacionalización y con claridad lo hemos expresado en el semanario.

Entonces es complicado convivir con esto, pero la idea es hacer un periódico indepen-

diente que también tenga sostenibilidad económica. ¿Cómo hacer eso en Bolivia donde además hay ya demasiados periódicos para un público pequeño, y que además en gran parte es población rural con mucho analfabetismo? ¿Cómo hacer un periódico más que pueda sobrevivir financieramente y no tenga que recurrir a ningún poder económico grande? Pues bien, ese fue el mecanismo que nos inventamos: ofrecerle a los que toman decisiones un periódico que no necesita ni tragedias ni el último escándalo de corrupción del país para llegar a la casa y que tenga otro enfoque y otras miradas.

En Bolivia teníamos dos posibilidades de periodismo. Por un lado, diarios tontos, necios y aburridos, pero cuyos periodistas, curiosamente, son muy inteligentes ¿Por qué? Lo decía Luis Miguel González, porque los periódicos están podando lo que trata de hacer el periodista. Yo trabajaba en el diario *La Razón* como asesor editorial y sentía que estábamos haciendo un periodismo muy aburrido. ¿Cuál era la otra opción? Un periodismo sensacionalista. Esa es la otra opción del periodismo en

154 Bolivia, la del sensacionalismo político, que es todavía más grave, aquella donde se fuerzan artificialmente los debates y las polémicas. En el periodismo sensacionalista siempre se trata de encontrar el lado negativo de las cosas y se explota lo que podríamos llamar crónica roja.

Quiero darles unos ejemplos realmente terribles para que ustedes entiendan la situación. En un caso filmaron y transmitieron en vivo el linchamiento de un pobre ciudadano acusado supuestamente de haber cometido un crimen. Esa es una cosa terrible donde el periodista se convierte en un aliado y un cómplice del asesinato. Algo que realmente a mí me escandaliza. En otra ocasión, otro periodista de televisión llega al lugar donde ocurre otro linchamiento, (en Bolivia lamentablemente hemos tenido últimamente mucho de eso) el ciudadano víctima ya está semimuerto, amarrado a un árbol y alguien le pone alcohol para incendiarlo pero no tenía encendedor. Entonces el camarógrafo, por que tiene que tener la imagen, presta su encendedor. Hay cosas así de terribles y de espeluznantes.

Les cuento una última un poco más curiosa. En Bolivia, en Santa Cruz, un canal de televisión descubre que en una avenida hay un bache por donde pasan y se caen las motocicletas. Entonces el tipo, en vez de alertar a la policía para que pongan un letrero de “Peligro”, más bien se va detrás de un letrero para filmar al siguiente accidentado, y efectivamente a los cin-



Raúl Peñaranda, *director Semanario Época*, Bolivia.

co minutos sale otro motociclista y el camarógrafo logra filmarlo en vivo, pero lamentablemente el ciudadano se accidenta y queda en estado de coma.

Entonces ese tipo de periodismo es la otra opción. Estamos entre el periodismo aburrido y tonto que hacen los diarios y un periodismo sensacionalista que además tiene unas posturas políticas. Y a este periodismo en Bolivia le llaman comprometido, pero yo lo llamaría de toma de partido; un periodismo que ya no trata de ser periodismo sino de ser militante, periódicos que dicen “yo tengo unas ciertas posiciones y esas posiciones las voy a defender”. En Bolivia, como en Venezuela, hay medios que son como las jefaturas de la oposición, jefaturas de prensa de los canales de televisión más que oficinas de los partidos políticos.

Nosotros por eso proponíamos una especie de tercera vía, una opción para poder tener un periodismo más medido y reflexivo. En Bolivia pasan muchísimas cosas. Hemos tenido cinco presidentes en cinco años. Hay unos cambios sociales muy importantes. Tenemos un presidente indígena por primera vez. Tenemos muchísimos fenómenos económicos y sociales en curso, pero parece que los medios no los pudiéramos explicar porque los vemos fragmentariamente. Nuestra idea, entonces, era que se pudiera hacer un periodismo que viera las cosas con contexto y de manera continua.

Me he inventado los seis mandamientos que tendría ese periodismo de la tercera vía. Primero: no presentarás linchamientos en vivo. Segundo: no forzarás polémicas artificiales. Tercero: no serás vocería de partidos y grupos de poder. Cuarto: no cederás a no pedir discul-

pas cuando te equivocas. Quinto: no dejarás a los acusados sin derecho a defensa, y sexto: no harás un periodismo sin pluralidad de ideas.

La idea de *La Época* no solamente es tener una visión empresarial que le permita ser independiente, sino también una serie de ideas asociadas. Esto no quiere decir que no sea un periodismo con opinión, vigoroso. No comprometerse militantemente no quiere decir que no tengamos claridad de ideas. Como les digo, hemos sido bastante proclives a todo lo que ha significado el nuevo gobierno de Morales. Por supuesto que eso nos ha generado muchísimas acusaciones, porque cuando tienes ideas firmes y claras también hay reacciones en ese sentido, pero dentro del marco de hacer un periodismo bastante decente y permitir que los que no concuerdan con nosotros también tengan una voz.

Alma Guillermprieto

Este método de financiamiento ofrece infinitas posibilidades creativas, y la claridad de las ideas que se impulsan en *La Época* es muy valiosa.

Andrés Hoyos también edita un tipo de revista lleno de claridad y de privilegios. Yo creo que él edita la revista que todos quisiéramos hacer: una a revista de autor. Lo es en mayor grado incluso que la de Julio, que podría decirse es una revista de temas. Además, es una revista

que tiene como prioridad a los reporteros y al reportaje exclusivo. Mi impresión es que Andrés hace un ejercicio diferente y envidiable: hace cada mes la revista como le da la gana. Tiene tal personalidad que ha ido adquiriendo lectores paulatinamente incluso en países pequeños como Bolivia. La pregunta para Andrés es muy sencilla: ¿cómo editas una revista de autor, con una personalidad tan marcada?

156 **Andrés Hoyos**

La mortalidad de revistas es muy grande en todo el mundo, más alta que la de otro tipo de empresas. No es fácil inventar un medio exitoso. Si a mí me preguntan qué es lo esencial para un medio de comunicación, yo diría que lo primero es que tenga personalidad. Es presuntuoso decirlo, pero cuando uno va a salir al público tiene que plantearse este problema. Personalidad es saber qué es uno y qué no es uno.

Hace diez años nos juntamos unos amigos, de los cuales sobrevivimos Mario Jursich, el subdirector, y yo. Mario fue editor de un libro de cuentos que yo había publicado con la editorial *Tercer Mundo*. Con ese grupo de amigos nos reunimos y dijimos: “Bueno, ¿qué revista queremos?” Y nos respondimos: “La que quisiéramos leer pero no existe”. Esa revista que imaginábamos era una revista literaria, porque ambos somos muy dados a la literatura de ficción, de novelas, de cuentos, de ensayos. Queríamos una revista literaria que tendiera hacia el mundo. Si nuestro país fuera la literatura, nosotros seríamos ciudadanos viajeros que van a los países vecinos: al del cine, al del periodismo narrativo, al del arte plástico, etc. Eso porque en Colombia, y creo que en muchos países de América Latina, no hay una buena revista de cine ni tampoco de artes plásticas, o las que hay están capturadas por el post modernismo.



Andrés Hoyos, *director Revista El Malpensante*, Colombia.

Cuando empezamos, no tuvimos en cuenta a la juventud. Teníamos el prejuicio aquel de que los jóvenes no están interesados en la calidad sino en la moda, etc. Pero cuando empezaron a llegar las mediciones de lectura, encontramos que muchos de nuestros lectores eran jóvenes. Yo tuve una crisis de identidad, me dije “esto no puede ser”. Luego entendimos que a la juventud le interesaba leer con cuidado, leer a fondo ese tipo de cosas que se publican y se seguirán publicando en *El Malpensante*.

Yo aprendí a ser editor. Había sido periodista de oposición hacía muchos años, en la época en que militaba en la izquierda, pero me había convertido en escritor, empresario y otras cosas. Julio Villanueva ha dicho que para hacer

"Si a mí me preguntan qué es lo esencial para un medio de comunicación, yo diría que lo primero es que tenga personalidad"

**“a los jóvenes
sí les interesa
leer el periodismo
narrativo,
a los jóvenes
sí les interesa
la literatura”**

un texto con personalidad que quepa en una revista con personalidad se necesita trabajar mucho, trabajar a fondo, tener editores que van y vienen con los autores, tanto si se trata de un cuento como si se trata de un perfil, de una crónica o de un reportaje. Es algo que hay que hacer despacio y que hay que refinar.

No creo que este tipo de textos se encuentren fácilmente en ese Internet caótico. Si uno los quiere encontrar, va al *Atlantic Monthly*, va al *Harper's*, va al *New York Review of Books*, donde esos textos han sido mejorados de la misma manera en que nosotros lo hacemos. Y aquí hay una cosa muy importante: uno no tiende a leer esos textos en la pantalla, como hace con la información pura y dura. Si uno quiere leer una crónica o un cuento, yo diría que es ampliamente preferible imprimirlo. Y mejor todavía si está debidamente ilustrado, si no tiene viudas ni huérfanos, si está muy bien corregido, si se han discutido las palabras con los autores. Ese es el trabajo que nosotros hemos querido hacer. Y, aunque la nuestra es una revista de autor, tiene una gran cantidad de lectores que yo no esperaba. Alguna vez me dije “el día que llegemos a ocho mil suscriptores nos podremos dar por bien servidos, y van a venir los señores de la publicidad a poner muchos avisos”. Hoy tenemos más de nueve mil suscriptores y todavía tenemos algunas dificultades para conseguir anuncios.

Moraleja de todo esto: los jóvenes sí quieren leer, a los jóvenes sí les interesa leer el periodismo narrativo, a los jóvenes sí les interesa la literatura y una serie de cosas que se han dado por descontadas con este asunto de la velocidad de los medios electrónicos y la digitalización. Sólo es necesario que nosotros les demos eso de una manera cuidada.

De lo que se ha discutido aquí, hay algo que me preocupa: el complejo de inferioridad. Complejo de inferioridad ante la televisión, ante los medios electrónicos. Y esa es la peor actitud posible. La prensa escrita y las revistas estamos pasando por una época estupenda. La gente quiere revistas, quiere que tengan un reflejo en medios electrónicos, que tengan variedad, que ofrezcan mercadeos diferentes para todo lo que hacen y que participen en eventos.

Termino diciendo que para los diez años del *Malpensante*, que se cumplen en octubre, vamos a lanzar un festival que llamamos el F10, como un avión caza. “F” de festival y “10” de diez años. Y eso es bien importante, acercarse a la gente. No de una manera caótica, ni ofreciéndoles cualquier cantidad de basura, sino experiencias interesantes, intelectuales, vitales. Y al mismo tiempo seguir haciendo la revista *dinosaurio*, de autor, porque mientras haya lectores, las teorías no interesan tanto. Lo que a mí me interesa saber es que los lectores quieren leer lo que yo les puedo dar. ¿Qué me

158 gusta darles? Yo creo en los géneros literarios, los géneros sólidos.

En periodismo, la crónica reportaje me parece el género rey. Me gusta darles cuentos, ensayos, reseñas, creo mucho en ellas, me gustan los perfiles. En eso no hay tanto que inventar,

Alma Guillermoprieto

Por último, tenemos a Guillermo Osorno, que heredó hace poco la dirección de una revista que en la mente de muchos de los que están aquí es ejemplar. Conozco a un sin fin de jóvenes periodistas reporteros y escritores que sueñan con publicar en *Gatopardo*, y que conside-

Guillermo Osorno

Yo he estado en *Gatopardo* desde el inicio, fui el editor en México desde el número cero, y desde entonces nos hemos planteado la misma pregunta: ¿cómo hacer que una revista trascienda las fronteras y sea relevante en distintos países? La respuesta es: teniendo un editor y teniendo un faro. Ahora que heredé la revista, heredé también esa misma estructura. Simplemente nos trajimos parte de la producción editorial a México, pero dejamos a un editor en Colombia, Felipe Restrepo, e incluimos otro en Argentina, Leila Guerriero. Ellos constantemente están monitoreando nuevos autores y te-

ese mundo no es tan nuevo. Me gusta crear un poquito de caos en las ideas recibidas de las que hablaba Flaubert alguna vez. Me gusta dinamitarlas, eso es lo que hemos hecho y la gente lo quiere.

ran que hacerlo es un logro que hará resplandecer su currículum para siempre. ¿Cómo se logra esa fórmula de triunfo, cómo se edita una revista de interés para toda América Latina y que es atractiva para el gran público?

mas para cada una de las regiones. Por supuesto, esto requiere gran esfuerzo pues, a estas alturas, son muchos los autores jóvenes que quieren colaborar. El trabajo de edición es grande porque son autores que uno no conoce y que de repente aparecen con ideas buenas que hay que incubar y madurar. A veces esas ideas fracasan, otras veces tienen enorme éxito.

Hay algo con lo que me siento muy comprometido. Al heredar *Gatopardo*, también estoy heredando el mandato de hacer que esta revista exista financieramente. Ese es un reto enorme.

Les quiero contar una historia que ilustra este dilema. Hace poco estaba en la fiesta de despedida de la corresponsal del *New York Times* en la ciudad de México y me encontré con un compañero de la universidad. No nos habíamos visto en 20 años y nos sorprendimos al ver que ambos estábamos en un lugar que olía a periodismo. Me preguntó: “¿Tú qué haces?” Le dije que en los últimos años había estado haciendo algunas revistas. Y cuando le pregunté: “¿Y tú?”, me dijo que él trabajaba con el representante del PRD en el IFE¹¹ y que se dedicaba a lidiar con periodistas del Estado de México. Fue un eufemismo. Cualquiera medianamente enterado de los sótanos del periodismo mexicano sabe que el trabajo de mi compañero de escuela era repartir dinero entre periodistas del Estado de México, porque allí hay una publicación conocida por atacar a los políticos del PRD y vivir de eso. Dos días después le conté a otro amigo de este encuentro. Él se me quedó mirando y me dijo por molestar: “Pero, tú haces lo mismo que los periodistas del Estado de México. Vas por el dinero ¿no?”.

Esa idea me quedó rondando y, en cierto sentido es cierta: los periodistas de esa publicación del Estado de México y el editor de *Gatopardo* hacemos lo mismo: queremos ga-



Guillermo Osorno, *director editorial Editorial Mapas*, México.

nar un poquito de dinero. El problema, para mí, es que siempre lo quiero y lo voy a hacer con la respetabilidad del periodista. Y eso no vende generalmente.

En cierta ocasión un grupo de vendedores de Editorial Mapas me pidieron que les explicara qué era *Gatopardo* y, además de contarles de los estudios del lector, se me ocurrió decirles lo que es *Gatopardo*: una revista de crónica y reportaje latinoamericano. Ellos se fueron con esa idea y trataron de explicarle qué era *Gatopardo* al de la agencia de publicidad, que nunca había estado en América Latina, y que no sabía qué era una crónica y mucho menos qué era un reportaje. Es decir, que por ahí no había manera de vender la revista.

11 PRD: Partido de la Revolución Democrática IFE: Instituto Federal de Elecciones. (N.E)

Me gusta mucho que nos hayamos inventado revistas de periodismo narrativo. Pero a veces pienso que nos estamos imponiendo sobre algo.

Cuando uno lee sobre la historia del periodismo narrativo en Estados Unidos, encuentra que a finales del siglo XIX y principios del siglo XX hubo necesidades casi orgánicas que explican el crecimiento y desarrollo de este tipo de periodismo. En América Latina hay una tradición más bien delgada. Uno no puede llenar todas las páginas de una revista mensual con escritores como Alma Guillermoprieto, Juan Villoro o Tomás Eloy Martínez por que no los hay. En cada número es necesario inventarse a esos autores. Hace poco Julio Villanueva Chang estuvo en la Editorial Mapas dando un curso sobre el papel del editor en el periodismo

Alma Guillermoprieto

Guillermo me hizo recordar un texto famoso de Janet Malcom, donde empieza diciendo que todo periodista es un traidor. Cuando ese artículo salió, todos los periodistas dijimos “¿cómo?, ¿traidor, yo?” Eso lo recordé al sentir la reacción del auditorio cuando Guillermo dijo que hay una línea muy delgada entre la forma de consecución de recursos de un editor corrupto pagado por el PRD y la de él, que anda buscando anuncios para completar la nómina para su revista cada mes. Yo creo que es un

narrativo, en la crónica y el reportaje, y lo que nos quedó claro a todos es que Julio crea a los autores. La labor es enorme porque lo que hay que hacer, en cada número, es ir por ellos. Como decía Julio, la apuesta posible de cada número está apenas en un par de textos.

Quiero concluir diciendo que en realidad la supervivencia de *Gatopardo*, de *Etiqueta Negra* y *El Malpensante* está en mostrar el poder que tiene la crónica y el reportaje; en el poder de entender al otro, o denunciar al otro. Frente a la fragmentación, a la inmediatez de la televisión, a los *sounbites*, es muy importante que existan estas revistas y que se hagan necesarias. En eso está plantado nuestro futuro y nuestra supervivencia.

concepto muy riguroso y muy cierto, pero también muy difícil de asimilar.

Quiero hacer énfasis en que el periodismo narrativo, que es el que yo ejerzo, no es un lujo, no es una forma de escribir superflua o algo que le pueda interesar solamente a la gente que tiene tiempo de sobra. Bien decía Andrés Hoyos que a los jóvenes les sobra el tiempo para leer, cosa que a los adultos no. Es cierto, pero al mismo tiempo no podemos darnos el lujo de dejar de leer. El periodismo narrativo es una manera de entender un

“El periodismo narrativo es una manera de entender un mundo cada vez más complicado”

mundo cada vez más complicado. Ya se trate de un artículo sobre la vida de una compañía de danza, o sobre el candidato presidencial Felipe Calderón, el periodismo es la única manera que tenemos de reflexionar en conjunto, de pensar a solas, de entender entre todos la información que nos llega del mundo exterior para poder participar en él como ciudadanos.

Esa posibilidad no nos la da la noticia de una agencia de prensa, ni el noticiero de radio, ni el de televisión, o la primera plana que trae la nota escueta sobre todo lo que sucedió el día anterior. Ese insumo de mera información no nos basta para ejercer como ciudadanos pensantes. Somos ciudadanos pensantes cuando le dedica-

mos el tiempo necesario a una nota larga que nos lleva a ese terreno de reflexión que tenemos todos los seres humanos, ese terreno interior donde pensamos e imaginamos el mundo. Es con base en esa imaginación que tomamos nuestras decisiones; la decisión de ir a ver una función de danza, de ir a ver un partido, de ir a votar por este o este otro candidato, o de participar en un programa de recolección de basura, porque solamente a través de un texto narrativo adquirimos un relato del mundo que nos rodea. Planteado el tema del periodismo narrativo como algo que nos atañe a todos, ahora sí quisiera abrir espacio a la discusión y a las preguntas.

Preguntas y comentarios

Aiola Virella

En Puerto Rico son pocos los espacios que hay en los periódicos para hacer periodismo narrativo, tal vez los hay una vez a la semana. Más allá de eso, no hay espacio para este tipo de re-

vistas como las que ustedes nos están presentando. ¿Cómo abrir ese espacio, cómo empezar desde cero para concebir, llevar a cabo y mantener proyectos como éstos?

Andrés Hoyos

El periodismo narrativo tiene una situación privilegiada en dos escenarios. Uno es la revista mensual, o de una periodicidad similar, y

otro son las ediciones de fin de semana de los periódicos. Por ejemplo, la revista dominical del *New York Times* siempre tiene una gran cró-

162 nica, a veces dos. Obviamente entre semana, a la hora de tomar el café, tal vez no puedes leer-te una crónica de seis mil palabras, pero el fin de semana sí puedes hacerlo. Yo diría que hay una dificultad con los semanarios porque estos tienen que abreviar mucho más. O sea, si uno suma los contenidos semanales de un periódi-

Paula Escobar

Estoy de acuerdo con Andrés. El periodismo narrativo, en general, está más presente en las revistas que en los diarios. Aunque en el *New York Times* he leído piezas de periodismo narrativo fantásticas. Respecto a las revistas semanales, que son las que yo hago, hemos publicado muchas piezas de periodismo narrativo y yo creo que eso tiene que ver con lo que yo planteaba sobre los fotógrafos.

El periodismo narrativo se puede aplicar cuando hay temas semanales que tú tienes que cubrir. En Chile, por ejemplo, el caso de los soldados que murieron en Antuco porque habían sido mal apertrechados y tuvieron que caminar por la nieve bajo órdenes de un militar sin criterio en medio de una tormenta. Nosotros publicamos esa historia y fue una de las más importantes del año en Chile. Pudimos haber usado un formato más convencional, un reportaje explicando las razones, las causas, quién era el culpable, qué pasó, pero era tanta

co y divide entre siete, va a obtener una cantidad de material que es por lo menos dos o tres veces más grande que el incluido en un semanario normal. De manera que es más difícil para un semanario, aunque ojalá también publicaran crónicas y reportajes.

información, no sólo en Internet, sino en los diarios, las noticias y la radio, que rápidamente decidimos usar el periodismo narrativo que era nuestra herramienta de diferenciación y que iba, como decía Alma, a dar una comprensión distinta del caso Antuco.

También hicimos un gran ensayo fotográfico con uno de los mejores fotógrafos del diario. Le dimos diez páginas donde aparecieron unas fotos maravillosas. Elegimos contar con periodismo narrativo la historia de un soldado sobreviviente, de cómo fue su travesía, cómo vio morir a sus compañeros, cómo era su historia previa, cómo era su mamá, su familia, cómo sufrió su mamá al no saber si él estaba muerto o no, y cómo él se sentía culpable por haber sobrevivido a diferencia de sus compañeros. Este es un pequeño ejemplo para decir que el periodismo narrativo no sólo es para cubrir hechos que a lo mejor no se ven tan vinculados con la actualidad, o historias de gentes anónimas,

sino que también es un excelente vehículo para comunicar de una manera distinta, con una ampliación de conocimiento, aquello que está

ocurriendo y que esa semana tienes que llevar al público.

Alma Guillermoprieto

Destaco el ejemplo de *La Época*, de Bolivia, como una manera de hacer algo sin necesidad de buscar grandes medios de financiamiento. También sugiero consultar la página del *New*

York Times en Internet, pues es notable la forma como ellos logran sacar, de una noticia, una narración con fotografía y texto integrados.

Fernando Molina

Con el ánimo de introducir algo de crítica al periodismo narrativo, quisiera que Paula y Raúl, que están más vinculados al periodismo convencional, hablaran de una percepción que yo tengo: la literatura también puede ser un

riesgo porque a veces se convierte en retórica, donde el propósito fundamental es el brillo del autor y no la comunicación, que debería ser la esencia de una pieza periodística.

Raúl Peñaranda

Siempre está el riesgo de que el periodismo narrativo se convierta en un periodismo cursi. Para hacer periodismo narrativo hay que hacerlo bien, y eso no implica llenar la nota de adjetivos calificativos. Hay una serie de con-

diciones. Si leemos notas extensas y nos cansamos con tanta retórica y además no recibimos información, probablemente no es el género el que está equivocado, sino la persona que ha escrito.

Alma Guillermoprieto

Interrumpo sólo para decir que es perfectamente imposible que haya periodismo narrati-

vo sin editor, por eso están convocados aquí los editores.

164 **Paula Escobar**

Y yo agregaría, contestando a tu pregunta, que no hay buen periodismo narrativo sin reporteo. No sé por qué se entiende que el periodismo narrativo tiene que ver con lo florido del lenguaje, o se entiende como algo más bien ensayístico, o como una expresión personal del autor. El periodismo narrativo, hasta donde los maestros del nuevo periodismo, tanto los anglosajones como el propio García Márquez lo han definido y lo han llevado a su mayor expresión, tiene que ver con la utilización de técnicas literarias al servicio de la narración pe-

Juan Miguel Dumall

Yo creo que las críticas al periodismo narrativo son las mismas siempre. ¿Quién te cuenta que alguien se ponía el zapato de determinada manera para llegar a determinado lugar a determinada hora? Es un problema de verificación. Yo creo que son herramientas que no nos podemos permitir por que no tenemos los re-

Julio Villanueva

En *Etiqueta Negra* tenemos dos verificadores que no son periodistas sino historiadores. No confiamos esta labor a periodistas porque suelen tener otra visión y rigurosidad del dato, del

periodístico: la utilización de escenas, de diálogos, de descripciones, de datos relevantes, usar una estructura atractiva en vez de usar un solo lenguaje convencional. Un buen artículo de periodismo narrativo tiene que estar estupendamente bien reportado y luego de eso sí se puede agregar esta dimensión estética y de comprensión del fenómeno en profundidad. Que alguien se siente y escriba lo que se le ocurre no es periodismo narrativo. Eso es mal periodismo aquí o en China.

“El periodismo narrativo tiene que ver con la utilización de técnicas literarias al servicio de la narración periodística”

curso. A mí me interesa mucho que nos cuenten qué hacemos para verificar esos largos relatos que toman tres meses de reporteo si no tenemos los recursos para mantener un equipo de 18 personas que chequeen como hacen en *Time* o en *New Yorker*.

conocimiento; tienen otra forma de percibir la realidad y otra forma de leer una historia. Uno de los verificadores está haciendo un doctorado en Historia en Austin, y el otro, que está en

Lima, es egresado de Historia de la Universidad Católica.

A diferencia del *New Yorker* donde, si no me equivoco, hay 16 verificadores de datos que pueden darse el lujo de trabajar con cada uno de los autores del staff de la revista, y que incluso pueden negociar con el jefe de verificador de datos para escoger al autor, nosotros sólo tenemos dos que pueden revisar la revista en una semana y media. Es decir, son verificadores de datos naturalmente tercermundistas, no pueden verificar cada línea como en el *New Yorker*.

En el caso de la historia de Carlos Paredes, “Las mentiras de un héroe oficial”¹², el trabajo de verificación duró tres noches y tres madrugadas. Dos editores y uno de los verificadores de datos de *Etiqueta Negra* estuvieron encerrados en una sala con el autor, Carlos Paredes, y un televisor prestado. Luego del proceso de edición, donde la duda fue el método para buscar veracidad al mayor grado posible, siguió este proceso de verificación. Y en este caso sí se hizo línea por línea pues era un reportaje que Carlos Paredes había hecho durante tres años y porque la gravedad de la información así lo demandaba.

Había cantidad de información en documentos oficiales, en videos, en cintas de audio, en libretas de notas, y en la memoria misma de

reportero. Había que verificar todo ese caos que había adquirido una forma y una arquitectura en el texto de Carlos Paredes. Su trabajo fue ejemplar, rescribió tres veces un texto que tiene cinco capítulos. Esta era la primera vez que Paredes escribía una historia así. Él es un reportero originalmente de la televisión y sin embargo no tenía esa soberbia de los reporteros de historias duras que a veces miran por encima del hombro a los periodistas que no trabajan sobre temas de corrupción y que creen que hacer periodismo narrativo es el triunfo de la estética sobre la ética.

A Carlos Paredes le preguntamos de dónde había sacado cada una de las frases del texto y a cada pregunta él sacaba un documento judicial, o prendía el televisor y hacía correr un video donde había una declaración, o nos mostraba archivos de periódico donde estaba algo que él citaba, o cintas de audio, o su propia libreta de notas. Incluso tenía un acta notarial firmada por uno de los testigos del caso para que después no se fuera a retractar, porque se sabía que el general de la policía Ketín Vidal extorsionaba a quien lo denunciaba para que se retractase.

A diferencia de la mala reputación de los reporteros de televisión, que no leen, Carlos

12 Con el trabajo “Las mentiras de un héroe oficial”, Carlos Paredes ganó en 2006 el Premio Nuevo Periodismo en la categoría texto. Fue publicado en el número 32 de la revista *Etiqueta Negra*. (N. E.)

166 Paredes sí leía; su biblioteca está bastante surtida, no solamente con libros de periodismo sino de historia, y con muchos subrayados. Carlos fue abogado originalmente de profesión, tiene un manejo de documentos y de archivos que es ajeno a mi experiencia pero se entendía muy

José Carlos Paredes

Para mí, como reportero de televisión, fue un reto grande la propuesta de escribir la historia del general Vidal, porque no se trataba de escribir la típica historia de una denuncia de corrupción, sino una historia universal, la historia de una mentira. Julio Villanueva me propuso convertir una noticia en una historia. Escribirla fue un trabajo de varios meses. De hecho tuve que reeducar mi proceso periodístico, aprender a ver desde otra óptica toda la información que había acumulado durante tres años sobre este personaje. Si bien la televisión es un medio de mucho impacto, a veces es efímero. Y, aunque el periodismo narrativo es un género poco común en Latinoamérica, sí te permite algo que la televisión no te da: la reflexión. Eso fue lo que hicimos y creo

Alma Guillermoprieto

El tiempo dedicado a verificación de datos se ha acertado enormemente en el *New Yorker* gracias a Internet, un medio que sirve para ve-

bien con los verificadores de datos. Gracias a que es muy celoso con la precisión de la información y muy generoso con el tiempo nosotros pudimos acceder a ese nivel de confianza y de confiabilidad de información.



José Carlos Paredes, colaborador Revista *Etiqueta Negra*, Perú.

que gran parte de la responsabilidad, o irresponsabilidad, la tienen los editores de *Etiqueta Negra*, sobre todo Julio Villanueva.

rificar por lo menos el 50% de la información que aparece en una nota.

“Aunque el periodismo narrativo es un género poco común en Latinoamérica, sí te permite algo que la televisión no te da: la reflexión”

María Jimena Duzán

Celebro que existan esta cantidad de propuestas en periodismo narrativo, sobre todo después de haber visto tan cerca el apocalipsis. Mi pregunta es para Guillermo Osorno. Siempre he tenido la impresión de que hacer periodismo narrativo como lo hace *Gatopardo* es el mayor reto, porque además va tras el sueño americano de Bolívar, un sueño inconcluso, imposible. No entiendo cómo ha hecho *Gatopardo* ese proyecto bolivariano: una revista cuya carátula es muy americana pero que adentro nos tiene a nosotros los latinoamericanos.



María Jimena Duzán, *columnista Diario El Tiempo*, Colombia.

Guillermo Osorno

Son dos imposiciones que se superponen. La primera surge a propósito de un estudio de mercado. A la pregunta ¿qué puede haber en la tapa que sea común a América Latina? La respuesta fue Hollywood. Esa es una definición original de *Gatopardo* que siempre ha sido polémica. Nadie se ha sentido a gusto con esa decisión y sin embargo se mantiene y ya se convirtió en un lunar en la cara de *Gatopardo*.

La segunda imposición es muy parecida a una de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano: es suponer que existe un lenguaje común. Después de seis años de *Gato-*

pardo, uno se da cuenta que hay historias similares porque los problemas de América Latina se parecen entre países. Eso es fascinante, hay historias que trascienden porque las fronteras en América Latina se están desvaneciendo. Ahora es posible, por ejemplo, contar una historia de narcotráfico a través de varios países, o se puede tomar un fenómeno local y ver cómo se manifiesta en distintos países. Esas enfermedades comunes son las que hacen que *Gatopardo* siga teniendo relevancia y voy a seguir trabajando sobre esa idea de que la actualidad latinoamericana nos importa a todos.

Relatoría del seminario

¿Quién dijo que ser editor era fácil?



Javier Treviño Cantú, *vicepresidente de Comunicación y Asuntos Corporativos CEMEX*, México;

Jaime Abello Banfi, *director ejecutivo FNPI*, Colombia;

José Luis Ramírez, *director Secretaría y Comunicaciones Corporativas CAF*, Colombia; y

Roberto Guareschi, *director Programa de capacitación para editores Fundación Carolina Argentina*, Argentina.

Relatoría del seminario

¿Quién dijo que ser editor era fácil?¹¹

Roberto Guareschi

Nunca como hoy los periodistas hemos estado tan concientes de nuestros límites. Durante los dos días en que se desarrolló este seminario se escucharon expresiones de enorme sinceridad acerca de nuestra perplejidad frente a una avalancha de cambios en lo periodístico y lo mediático, lo tecnológico, y hasta lo político, lo económico, lo cultural.

En este contexto ¿cuál es hoy el rol de los editores en los distintos tipos de medios donde operan? ¿Qué nuevos desafíos afrontan desde la realidad política? ¿Qué nuevas funciones le imponen los nuevos medios a los editores? Estos fueron algunos de los interrogantes que hallaron respuesta en las dos intensas jornadas de Monterrey.

Jean François Fogel, de *Le Monde*, Francia, abrió el seminario. Su tema: “El papel del editor en una sala de redacción que cambia: pistas para abordar un futuro incierto”.

Intenso, concentrado, lanzó una definición rotunda: “Está en plena marcha un intento global de redefinición del oficio del editor, de los modelos económicos de la prensa y de la relación entre los medios de comunicación y la audiencia”.

Y explicó: “Es ella, la audiencia, más que cualquier otro protagonista, la que utiliza las



Roberto Guareschi, *director Programa de Capacitación para Editores Fundación Carolina Argentina, Argentina.*

nuevas tecnologías de la comunicación, es ella también la que crea nuevos medios al cortar, pegar y emitir contenidos con los teléfonos celulares y los ordenadores conectados a la red”.

Para Fogel, los editores de cualquier tipo de medio se enfrentan a los mismos tres problemas:

- Fragmentación. De medios de masas a medios de nicho.
- Personalización. Diarios y sitios personalizados, *podcasts*, *videocasts*.
- Agregación de contenidos. Se mezcla lo que producen los periodistas con lo que produce la audiencia.

11 Relatoría del seminario “El papel del editor en la búsqueda de la calidad periodística”.

172 Es decir: el editor ya no es el rey de los contenidos. La audiencia comparte la tarea y compite con él.

Estas son las nuevas tendencias en los medios. En el interior de las redacciones, el mundo es igualmente complejo y cambiante para el editor.

La organización interna de los medios busca redefinirse para relacionarse con el ciberespacio. Es un problema muy difícil de resolver pues el ciberespacio es mucho más rico que cualquier sistema editorial de una redacción, dice Fogel.

Surgen nuevas funciones para el editor. Nadie tiene una visión global. No hay una frontera clara entre contenidos: todo es digitalizado.

En el desconcierto general vemos la creación de nuevas funciones: editor de contenidos de las audiencias, comprobador rápido de noticias, periodistas capaces de manejar distintos lenguajes, etc.

Y mientras tanto el arte de contar historias a una audiencia se ha dañado. “Se pierde el ciclo tradicional de la información: acontecimiento-noticia-reacción. Ahora la reacción viene al mismo tiempo que la noticia y los comentarios se anulan unos a otros”.

Fogel describe con una imagen muy elocuente la penuria del editor digital: “La información es un caldo siempre caliente en el fogón y cada miembro de la audiencia tiene su propia cuchara. ¿Pero cómo podemos cocinar

y servir noticias si no hay mas que cocineros en el comedor?”.

En una sala de redacción donde cada vez es mayor lo que entra por Internet, estamos perdiendo el mundo del afuera, la audiencia, la identidad de cada medio y la sensación del ciclo periodístico. El editor ha perdido la especificidad de sus contenidos y las grandes referencias de su trabajo.

Fogel propone entonces un “manual de supervivencia” para el editor digital coronado por una máxima de oro: “Hay que recuperar la narración”. Y finalmente se pregunta: ¿Cuándo cambiarán los editores? La tecnología cambió y sigue cambiando. La audiencia cambió y sigue cambiando. Le toca al editor emprender también el camino hacia el cambio.

La exposición de Rosental Alves –también dedicada al periodismo digital– tuvo el mismo tono de urgencia y drama que la de Fogel; pero la acompañó con un toque de humor. De entrada advirtió que su presentación podía contener *aparentes* exageraciones capaces de causar efectos colaterales como depresión, alucinaciones e insomnio. “Agítese antes de tomarla”. Con su *gag* aludía a un sector importante de los periodistas de medios de papel para quienes las advertencias sobre la eventual desaparición de ese tipo de medios es pura hipérbole.

Alves expuso en el panel “El trabajo sobre el texto y la organización del trabajo de la redac-

“En una sala de redacción donde cada vez es mayor lo que entra por Internet, estamos perdiendo el mundo del afuera, la audiencia, la identidad de cada medio y la sensación del ciclo periodístico”

ción”, pero aquí quebramos el orden cronológico a favor del orden contextual porque él también se refirió a la revolución digital en marcha.

Rosental nos habló de “mediacidio”. Y explicó: hasta ahora cada vez que aparecía un nuevo medio, los preexistentes se adaptaban, tomaban algo prestado del lenguaje nuevo y sobrevivían en algún nicho del panorama mediático. Ahora los medios pueden tornarse obsoletos y terminar en la extinción. La popularización del acceso a la banda ancha y otros desarrollos tecnológicos han cambiado todo.

No se sabe si el periódico impreso o las distintas formas de televisión que conocemos sobrevivirán a esa revolución, pero sí sabemos que van a morir aquellos que no entiendan lo que está pasando y no reaccionen a tiempo, dijo Rosental.

En términos de manejo, distribución y acceso a la información, esta es la más grande revolución comunicacional desde la invención de la imprenta en 1455.

El periodismo en Internet aún no ha construido un lenguaje propio. Pero está en camino. La convergencia tecnológica (las fronteras entre medios se esfuman) está preanunciando un lenguaje verdaderamente multimediático e interactivo con una narrativa propia. Eso es lo que espera la gente.

Las líneas maestras de este nuevo mundo son, nos dice Rosental:

- El editor ha perdido poder sobre la audiencia y los contenidos.

- Pasamos de una era de escasez de la información a otra de abundancia.

- De una sociedad dependiente de los medios y pasiva a otra activa y menos dependiente.

- De un monólogo de los medios a una conversación entre los medios y los usuarios y de los usuarios entre ellos. Esa gran conversación fortalece el periodismo.

- Una comunicación yo-céntrica (el usuario decide) construye una nueva dinámica comunicacional. El emisor es también el receptor.

- El periodismo deja de ser monopolio de los periodistas. La audiencia ahora es el perro guardián del perro guardián.

Muchos diarios de papel ya tienen menos lectores que usuarios en sus ediciones de Internet, nos advierte Rosental. Y vuelve a la carga para movilizarnos: la alternativa a transformarse es la muerte. Por fin, cierra con un mensaje esperanzado. “La sobrevivencia de los medios tradicionales depende de sus respuestas a las transformaciones radicales que están en curso. La muerte no es un resultado inexorable de este escenario. Al contrario, estamos en una era de oportunidades y creo en el futuro promisorio del periodismo en el nuevo ambiente que se forma”.

Finalizando la sesión de apertura, este relator ofreció un panorama complementario al de Fogel y Alves: el de los editores de los periódicos

174 cos de papel, que –en términos generales– no terminan de realizar bien su función y no están preparados para hacer el tránsito hacia lo digital. Citó razones:

- Sobrecarga de trabajo.
- Sueldos bajos.
- Escasa preparación.
- Escasa, nula o intermitente independencia de los medios en que trabajan.
- Contextos políticos muy adversos.

Propuso que los editores se capaciten cabalmente en su función periodística y que adquieran conocimientos que hoy aún parecen ajenos a la tarea del editor pero son esenciales, como liderazgo y trabajo en equipo. Y también aludió a otros ajenos al periodismo, como *marketing* y estrategia, no para que se alejen de su centro de gravedad, el periodismo, sino para que puedan participar en tomas de decisión que los van a afectar directamente. Ya hay publicaciones que gastan más en *marketing* que en contenidos.

Este relator propuso también una colaboración entre los periodistas de periódicos de papel y los nuevos periodistas de Internet. Aquellos pueden ayudar a que el periodismo avance en el mundo digital con los valores de ética, rigor, independencia, humanidad y responsabilidad social que identifica a los mejores medios. Y estos últimos pueden aportarles a sus colegas experiencias y herramientas para encarar el futuro inevitable.

Entre ambos, deberán adaptarse a los tiempos y avanzar en un presente amenazado por los contenidos-*commodity*, por la aparición de proyectos periodísticos que son cada vez más soporte de negocios totalmente ajenos al periodismo, y sobre todo, como había señalado Fogel, por la incertidumbre y la crispación.

Citó su experiencia como director del curso para capacitación de editores de la Fundación Carolina de Argentina, y propuso a la FNPI que realice talleres para editores junto con los que lleva a cabo para redactores.

El futuro del periodismo, dijo este relator, dependerá en buena medida de los editores, ya sea que trabajen dentro de los grandes medios, o bien creando sus propios medios o bien ayudando a la gente a hacerlo.

Recapitulando: la prensa “de papel” y el periodismo digital viven hoy en territorios inestables. En Internet el periodismo está en crisis, redefiniendo su rol en medio de una realidad que lo desafía: audiencia con mayor poder, capaz de construir sus propios contenidos y reelaborar contenidos ajenos. En los diarios de papel, a los desafíos mencionados más arriba se agregan otros surgidos de la realidad política y social de la región.

Esa compleja realidad fue el eje del panel, “América Latina: hacia una agenda integrada de desarrollo”.

Enrique García, presidente ejecutivo de la Corporación Andina de Fomento, trazó un paralelo entre la difícil situación de los editores y la de América Latina como región: “si no se pone las pilas, si no mira profundamente cuales son los problemas que tiene, si no deja de ser autocomplaciente con éxitos temporales, tiene el riesgo de quedar muy rezagada en el contexto internacional”.

Éxitos temporales de América Latina: hoy tiene la mejor tasa de crecimiento de los últimos 30 años, no hay países con hiperinflación, hay superávit en los balances de pagos, reservas internacionales muy altas.

Pero estos logros se deben, según Enrique García, al crecimiento de Estados Unidos y de Japón, y al de los países del Este Asiático, especialmente China.

Enseguida puntualizó: “Yo diría que la macroeconomía latinoamericana está muy bien, pero la microeconomía está mal. El crecimiento, mirado en plazos largos, aún es bajo y más aún si lo comparamos con otras regiones del mundo. La inversión es baja y el ahorro también. La distribución del ingreso es la peor del mundo. Las exportaciones no llegan al 5% del total mundial cuando en 1948 representaban el 12%. Y aún hay casi 25% de la población que vive con menos de dos dólares por día”.

Enrique sentenció: “Si la región no aprovecha esta coyuntura de relativa bonanza macro-

económica para que la economía pueda crecer en forma sostenida, vendrá el ciclo negativo”.

Entonces llamó a construir economías sólidas sobre tres áreas de trabajo simultáneo: estabilidad, eficiencia y equidad. Para esto, lo primero es aumentar la inversión de capital para que haya equidad y estabilidad. García se refirió al capital humano (educación, salud) y al capital social (construir bases de confianza para una agenda consensuada de largo plazo).

García atacó luego el problema de la integración regional. Describió un panorama de peligrosa fragmentación en cada uno de los bloques existentes, y sostuvo que los acuerdos de libre comercio deben ser vistos con una visión de muy largo plazo.

Por último pidió a los periodistas que interpreten estas tendencias tan complejas y tan vitales para el futuro.

Gustavo Bell tomó como punto de partida la fragmentación a la que había aludido Enrique García. Sostuvo que para generar un proceso de integración hace falta una reflexión desde nuestra realidad histórica: “vale la pena revivir un poco lo que en los años 50 y 60 desempeñó la CEPAL”, explicó. Es lamentable, dijo, ver algunas cifras que muestran cómo Latinoamérica sigue siendo exportadora de capitales. Muchas de nuestras industrias, que se hicieron posibles gracias a nuestro ahorro nacional y en parte gracias a las políticas de la CEPAL, ahora están

176 siendo absorbidas por las grandes multinacionales como un efecto de la globalización.

Enumeró los muchos problemas que atraviesan los bloques económicos de América Latina y enfatizó: “si no tenemos ni desarrollamos una actitud como bloque de geopolítica para jugar en el escenario mundial, y si no desarrollamos un pensamiento autónomo de los organismos multilaterales que marcan la pauta en el desarrollo económico mundial, vamos a perder”.

La situación política de América Latina siguió presente en el seminario, ahora directamente relacionada con el periodismo. El tema del tercer panel fue “El papel del editor en situaciones de conflicto y polarización política”.

Rossana Fuentes, de *Foreign Affairs en Español*, y Roberto Rock, de *El Universal*, ambos de México, coincidieron en que el periodismo de su país aún está recuperándose de su experiencia en los años del PRI: “Es difícil pasar de 70 años de elecciones con un solo candidato al escenario de 2006 donde el presidente triunfa con una diferencia de votos inferior al 1%”, dijo Rossana. Con un electorado dividido en tercios, los periodistas mexicanos están por primera vez en un espacio inédito de confrontación: “El gran desafío es no abonar el “comigo o contra mí”.

Ella y Rock coincidieron en que los periodistas y los medios han quedado “como rehenes de las fuerzas en competencia”.

Se trata, dijo Rock, de una polarización sin propuestas, con ataques, librada a golpes de *spots*, que ha dejado al país dividido.

“Estamos tratando de entender el país con parámetros del priismo. Mientras tanto, en los últimos seis años, 26 periodistas han sido asesinados, heridos o desaparecidos en la frontera norte, y hay indicios de que el narcotráfico ha hecho aportes a las campañas de algunos diputados”, dijo.

También mencionó un factor que empuja a la polarización. Citó un viejo dicho: “La gente vota cada seis años, los poderosos votan todos los días”. Ese voto, explicó, se traduce como presiones a las redacciones.

María Jimena Duzán, de Colombia, encaró los nuevos problemas del periodismo en América Latina con la misma sinceridad. Los periodistas colombianos, que lucharon con valentía—y sufrieron muchas muertes—durante los años de Pablo Escobar, aún no han encontrado cómo enfrentar el problema del “traqueto”. Así se llama a una nueva forma de inserción en el poder del narcotráfico y el paramilitarismo, menos espectacular, menos confrontativa, posiblemente más eficaz, diseminada en multitud de pequeños grupos de operación mafiosa.

“Es un fenómeno político que tiene aún perplejos a los mejores periodistas. No lo estamos mirando ni viendo porque el periodismo responde a la clase dirigente, a los dueños, y ellos

al sistema. Ni en los *blogs* aparece. No hemos tenido reacción; ese es el síntoma grave de lo que nos está pasando”, dijo Duzán.

“Todo se rompe y nadie sabe nada”, dijo María Jimena. ¿Es una exageración? ¿Un grito de alarma? En todo caso puede servir para movilizarlos y buscar soluciones.

María Jimena propuso empezar de nuevo. “Cerrar todas las facultades de comunicación de América Latina”, repensar todo. Y señaló una dirección general en esa búsqueda. El temor al periodismo comprometido es viejo, dijo, lo que garantiza un buen periodismo es que tenga algún cometido y se mantenga coherente y veraz. Coherencia en las convicciones: comprometido o neto.

Luis Cañón, de Venezuela, mencionó tres problemas que se le presentan a un editor en momentos de conflicto y polarización:

- Pérdida de la brújula. El periodista se emociona, conciente o inconcientemente hace proselitismo ético con la información. (Se olvida de que) todos los periódicos tienen intereses económicos y políticos. No se explica el contexto de lo que se está viviendo.

Cañón dice que en Venezuela hay una tendencia muy fuerte a hacer proselitismo a favor y en contra de Chávez sin explicar los procesos: cómo llega al poder, qué implicancias geopolíticas hay. No se hace mucha investigación. Y se le cede espacio al periodismo de opinión.

La prensa se polarizó “en extremo” en torno de Chávez, y su credibilidad social pasó del segundo al sexto lugar. Cañón vaticinó que si Chávez es reelecto, los medios quedarán constituidos como sus enemigos políticos. “La prensa se ha equivocado”, concluyó.

- Presiones del día a día. Las fuentes entregan información en función de sus intereses, especialmente en situación de conflicto. Cañón citó casos de corrupción que involucraron a políticos y narcotraficantes. Citó también el error del diario *El País*, que atribuyó a ETA los atentados de Atocha perpetrados por terroristas islámicos: “No hubo presión del dueño; fue el poder que seduce y presiona”.

- Alejamiento de otros temas. El periodista se olvida de otros escenarios y otros temas que preocupan a la gente. Cañón citó entonces una frase de Tomás Eloy Martínez: El periodista no puede ser un agente pasivo, una mera polea de transmisión, sino una voz a través de la cual se puede pensar la realidad, entender el por qué y el para qué.

Luego propuso algunas estrategias para encarar estos problemas:

- Constituir equipos especializados para seguir temas.
- Convocar a especialistas.
- Abrir espacios de discusión en los periódicos.
- Mantener una agenda propia de mediano y largo plazo.

- Formar a los periodistas.
- Reunir a los periodistas y los especialistas para establecer un diálogo y un aprendizaje.

José María Izquierdo, subdirector de *El País* cuando los atentados del extremismo islámico en Madrid, explicó el contexto en que se produjo el error del diario que atribuyó ese hecho a ETA. Fue a muy pocos días de elecciones a las que el socialismo llegaba con la promesa de retirar las tropas españolas de Irak. Había una “guerra abierta, fuerte, arriesgada” entre el gobierno de Aznar y *El País*. Allí, y por primera vez en ocho años, el presidente llama al director del diario: “estoy en condiciones de asegurarte que ha sido ETA; ninguna duda”.

Izquierdo admite que pudieron haber incluido un subtítulo: “El gobierno afirma...”. Pero “no lo hicimos, quisimos ser más fuertes, ir con lo de última hora”. Para Izquierdo “no era una opinión ni un dato, era una información”. Bajo la presión de las circunstancias no repararon en que apenas era un dato no comprobado.

El error de *El País* es muy valioso, sirve como experiencia para todos los editores por su espectacularidad pero sobre todo porque fue cometido en buena fe. El título que se publicó no podía ser dictado por los intereses del diario, opuesto a la participación de España en Irak; todo lo contrario.

Jaime Abello Banfi trajo a la discusión un enfoque que enriqueció el diagnóstico de esta

época de crisis. “Los medios empiezan a tomar posiciones retroalimentándose con sus audiencias. El diario no quiere ofender a su público y así queda atrapado, contribuye a la misma polarización. Esa simbiosis resta importancia al periodismo”.

Al abrirse el espacio para debate y preguntas, Hernán Ramos, de Ecuador, citó los casos de polarización política y manejo informativo más evidentes en la región: Bolivia, Colombia, Ecuador, Venezuela y ahora México. En ese contexto, hacer periodismo en un país con un alto nivel de polarización es muy difícil y hacer periodismo independiente, preservando la calidad, lo es más, porque en crisis, como en la guerra, todos desean imponer su verdad para acomodarse de la mejor manera posible a las circunstancias. Y el editor está expuesto al error y a la seducción.

Territorios inciertos en Internet, cambios en el contexto político que amenazan con bajar al periodismo y ahora, un panorama muy heterogéneo en la organización del trabajo de los periodistas iberoamericanos. Esto es lo que se apreció en el panel “Entre el trabajo sobre el texto y la organización del trabajo de la redacción: valores, certezas y dudas de los editores”.

Para Luis Miguel González, de *Público Milenio*, México, la organización periodística vigente en las redacciones, no contribuye a po-

tenciar habilidades sino que termina podando las aspiraciones profesionales de los periodistas.

Señaló dos causas: no sabemos medir el desempeño de los periodistas. Y no sabemos asignar los recursos con eficacia: “los recursos deben estar donde está el interés de los lectores”.

Sergio Muñoz, de *Los Angeles Times*, comparó el modo en que se aborda el periodismo de opinión en Estados Unidos y en América Latina. Sostuvo que en EEUU se editan los artículos de opinión con el mismo rigor que se aplica al resto de los materiales. En nuestra región, sostuvo, los artículos suelen ser publicados sin cambios. Motivos: la vinculación del columnista con los propietarios del periódico; prejuicios como el temor de que el colaborador se sienta “censurado”. Resultados: textos sin interés, temas atemporales, repetitivos, con escasos llamados a la acción.

Adolfo Rufo Medina, de *ABC Color*, de Paraguay, señaló la singularidad del periodismo de su país, que recién se constituye en periodismo independiente en 1967 con la aparición de su periódico. A la ausencia de una más extensa tradición de independencia, los edito-

res paraguayos tienen que enfrentar otras dificultades igualmente onerosas:

- Los sueldos bajos.
- La multi-ocupación de sus periodistas.
- La baja lectura de periódicos –cien mil ejemplares totales sobre una población de seis millones.
- Y un contexto donde el medio de más llegada a la gente es la radio.

Hernán Ramos, ahora como panelista, apuntó a otras carencias de los editores: no son formados como administradores. Y de ese modo no tienen herramientas para cumplir con dos aspectos de su gestión: rigor en la información y eficacia en el manejo de los recursos con que cuenta el diario.

Propuso una coexistencia entre administración y contenido sin perder de vista que los editores se deben al manejo de la información. Y apuntó al problema de la independencia: “Hay propietarios que utilizan sus medios como un instrumento de poder y hay medios que se toman muy en serio su independencia. Hay empresas que son un gran negocio y ese es un caso difícil para el editor porque la presión económica es mayor”.

180 **La fotografía**

En Internet la gente difunde sus propias fotos y utiliza las de otros —profesionales o no—. Así se borran fronteras. Como había dicho Rosental, el receptor se convierte en emisor, y un usuario puede actuar como periodista. Un ejemplo: las fotografías de los subterráneos de Londres luego de los atentados de 2005 tomadas por la gente con sus teléfonos móviles y enviadas desde lugares donde los periodistas no tenían ni tendrían acceso.

Esta introducción es para darle contexto al señalamiento que Diego Goldberg, ganador del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI en la categoría Fotografía, expuso en el panel “La edición de fotografía en los medios de América Latina: problemas y posibilidades”.

“Me siento un dinosaurio”, dijo, porque los temas que aún necesitamos discutir deberían haber estado resueltos hace más de 25 años.

“Digámoslo claramente: en nuestros países los fotoperiodistas no son vistos como verdaderos periodistas”, sostuvo.

Y también:

• Los pocos editores fotográficos que hay en las redacciones funcionan sobre todo como administradores y coordinadores y no como verdaderos editores.

• La fotografía suele entenderse como mera ilustración.

• Los fotógrafos actúan como bomberos a la espera de una orden para salir, son escasas las oportunidades en que proponen coberturas.

Goldberg dijo que las condiciones en que se desempeñan los fotoperiodistas en nuestra región no favorece una fotografía de calidad. Sostuvo enseguida, para evitar discusiones estériles, la supremacía del texto sobre la imagen en el contexto periodístico. Pero estableció también la necesidad de que los fotógrafos asuman el papel que les corresponde en las estructuras periodísticas:

• Tienen que funcionar como periodistas tiempo completo.

• Con sus agendas temáticas.

• Con sus propios contactos.

• Tienen que lograr accesos.

• Obtener exclusivas.

• Investigar temas.

• Sugerir notas.

En cuanto al editor, debe tener una posición jerárquica acorde con sus responsabilidades. Pero además debe desarrollar su propia visión y aportar a las formas y contenidos del medio.

Vistos como “ciudadanos de segunda”, los fotógrafos se desmoralizan y cierran el círculo vicioso que perjudica al lector. Pero esto no es inexorable. Golberg afirmó: “La fotografía periodística y el periodismo escrito deben com-

plementarse, enriquecerse mutuamente, establecer un diálogo, aportar puntos de vista, ofrecerle al lector entradas diversas a la información y ayudarlo a comprender: este es el objetivo último. Y el editor fotográfico ocupa un lugar central, decisivo, en este planteamiento”.

Frente a las dificultades del presente y a las promesas y exigencias del futuro, Goldberg propuso a la FNPI que impartiera cursos de formación de editores fotográficos para que, además de tener idoneidad en fotografía, sean verdaderos periodistas y comprendan el diseño gráfico.

“Tenemos que crear las condiciones para revolucionar las estructuras de nuestras redacciones; integrando a los fotógrafos, exigiéndoles compromiso y participación y dándole a los editores las responsabilidades adecuadas para llevar adelante su trabajo”, concluyó.

Donna DeCesare, de Estados Unidos, trajo un elemento de optimismo acerca del futuro de

la imagen. Dijo que los nuevos graduados en fotografía en la carrera de periodismo de la Universidad de Texas, en Austin, ingresan en multimedios como editores visuales, una posición que les permitirá ajustar los desequilibrios de respeto y poder que existen en los medios tradicionales entre los periodistas de texto y los de imágenes.

Susan Meiselas (EEUU), miembro del Consejo Rector de la FNPI, puntualizó que sólo uno de los trabajos fotográficos nominados para el Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI había sido asignado por una publicación; el resto eran trabajos independientes realizados por cuenta del fotógrafo mismo. “Los diarios no dan tiempo para que los fotógrafos puedan descubrir a sus sujetos y establecer relaciones con ellos”.

Ernesto Bazan, de Italia, apuntó en el mismo sentido que Susan: el secreto de la fotografía es la lentitud.

El reino de la narración

Terminaban dos días en que se habían analizado problemas, impedimentos, cambios vertiginosos. Los organizadores parecían haber dejado para el final un ámbito de estabilidad y belleza para compensarnos: el panel “La apuesta por el periodismo narrativo”. Todos los participantes de este panel eran periodistas con distintas fun-

ciones en revistas de gran calidad, dirigidas a públicos de elite donde hay espacio para la narración y permiso para la experimentación. Son, dijo Alma Guillermprieto, moderadora del debate, “el último refugio de la narración larga”.

Julio Villanueva Chang, editor de la revista *Etiqueta Negra*, Perú, abrió con una frase pro-

182 vocativa: “un editor es un ignorante experto en hacerte preguntas pertinentes”. Su descripción de las necesidades y responsabilidades del editor no difieren mucho de las que necesita cualquier editor, sólo que aquí existe, quizás, mayor voluntad de generar temas distintos, textos de autor, y que hay una dinámica de trabajo que brinda tiempo para realizar esa búsqueda con paciencia y artesanía.

El autor tiene que brillar en el texto así como el editor lo hace en el conjunto de la publicación. Así lo dijo Julio: “un editor tiene estilos y manías que le dan carácter a la publicación”.

Paula Escobar, editora de revistas de *El Mercurio*, Chile, arrancó respondiendo a conceptos de los paneles previos. Así:

- La revolución digital no está amenazando de muerte al periodismo, lo está desafiando.

- Los editores tenemos que ser capaces de producir talento, ser creadores de estrellas.

- Debemos volver a poner el foco en la esencia de nuestra profesión, el periodismo de calidad y persuadir a nuestras empresas de que es un negocio.

- No es cierto que las nuevas tecnologías van a acabar con el texto: habrá nuevas formas de narración.

Paula apuntó a una cuestión crucial: “Me preocuparía mucho que el periodismo de calidad quedara como una boutique”. Aludía de alguna manera al hecho de que algunas de las re-

vistas representadas en el panel no tienen grandes tirajes.

Raúl Peñaranda, de *La Época*, Bolivia, es el editor de una publicación gratuita para minorías de alto poder adquisitivo, y su éxito prueba que la fórmula no es una contradicción. Su fórmula, explicó, es una “tercera vía” en un país crispado por las tensiones de un profundo cambio político. No es sensacionalista ni es militante: “Hacemos un periodismo mesurado, reflexivo, somos proclives al gobierno de Evo Morales pero dentro de un contexto honesto, dándole voz a los que no comparten con nosotros”.

Entre las máximas que se han impuesto están:

- No forzarás polémicas.
- No dejarás a los acusados sin derecho a defensa.

- No harás un periodismo sin ideas.

Andrés Hoyos, de *El Malpensante*, Colombia, una revista literaria, explicó su fórmula de este modo: “Hacemos la revista que quisiéramos leer. Es una revista literaria pero con una literatura que va hacia el mundo: el cine, el periodismo narrativo, las artes plásticas”. Y agrega: “Nos gusta crear caos, dinamitar un poco las ideas”.

Explicó: “Esos materiales no se encuentran fácilmente en Internet caótico sino en ciertos sitios; y uno no tiende a leer esos textos en la pantalla”.

Sus estudios de lectores le han indicado que tienen un público joven: “un prejuicio derrotado: a los jóvenes sí les interesa leer, sí les interesa la literatura; sólo hace falta darles materiales de calidad”.

Andrés contó que el tiraje de su revista es de 20 mil ejemplares y que tienen 75 mil lectores. Y explicó así su éxito: “Lo primero es tener personalidad: saber qué es uno y qué no es”.

Guillermo Osorno, de *Gatopardo*, México, hizo un cierre muy elocuente del tema: “La supervivencia de nuestras revistas está en poder de demostrar el valor del periodismo de calidad frente a la fragmentación”.

Las discusiones continuaron informalmente en las reuniones que siguieron, entre ellas la ceremonia de entrega del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI.

De todo lo dicho y escuchado en Monterrey podría concluirse que la función del editor está en pleno cambio en el mundo digital. Allí nuevas tecnologías abren nuevos territorios narrativos y nuevos lectores-usuarios activos y creativos. El editor está aquí comprometido en un proceso de ensayos y fracasos para hallar nuevas formas de narración.

Mientras tanto, en el mundo de papel hay un atraso histórico. Allí el editor no termina de consolidarse, ya sea en lo textual como en lo fotográfico, y el tiempo le urge porque el futuro ya está cercano y aún no está preparado para

algo más difícil en tanto que más incierto, la transición hacia lo digital.

Peor aún, en el mundo del papel las limitaciones parecen más difíciles de superar. Hay una paradoja: los diarios pierden circulación pero no pierden influencia en la misma medida. De modo que padecen al mismo tiempo dos tipos de presiones que suelen potenciarse entre ellas:

- Las económicas que provienen de su caída de circulación y, en muchos casos, de rentabilidad.

- Las económicas y políticas, provenientes de la sociedad en que se desempeñan, que los siguen considerando más influyentes que los medios digitales en la formación de opinión.

Si a esto último se le suman los fenómenos de polarización política de la región, tenemos un panorama difícil para el buen desempeño de los editores.

Este es un momento de interrogaciones profundas que pide propuestas meditadas acerca del rol de los editores y de los medios. Y, en medio de tanta incertidumbre, también es un tiempo de recuperación de la narración como un aspecto esencial del periodismo en cualquier plataforma.

Las dificultades nos han hecho más sinceros y humildes. Ser concientes de lo que no sabemos o no podemos, de nuestras fallas, parece ser un buen punto de partida para la búsqueda de nuevos caminos.

Anexos



Anexo 1

Listado general de participantes

| Presidencia | Cargo | Medio/Empresa | País |
|------------------------|----------------------|----------------------|-------------|
| Enrique García | Presidente Ejecutivo | CAF | Bolivia |
| Gabriel García Márquez | Presidente | FNPI | Colombia |

187

Consejo Rector

| | | | |
|-----------------------|----------------|------|----------------|
| Horacio Verbitsky | Consejo Rector | FNPI | Argentina |
| Rosental Calmon Alves | Consejo Rector | FNPI | Brasil |
| Javier Darío Restrepo | Consejo Rector | FNPI | Colombia |
| Susan Meiselas | Consejo Rector | FNPI | Estados Unidos |
| Alma Guillermoprieto | Consejo Rector | FNPI | México |
| Sergio Ramírez | Consejo Rector | FNPI | Nicaragua |

Jurado Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI

| | | | |
|----------------|-----------------------------|----------------------|----------------|
| Donna DeCesare | Profesora de fotoperiodismo | Universidad de Texas | Estados Unidos |
| Ernesto Bazan | Fotógrafo | Independiente | Italia |

Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI

Ganadores

| | | | |
|------------------------|-----------------------------|--|-----------|
| Diego Goldberg | Fotoperiodista, colaborador | Revista Dominical del diario La Nación | Argentina |
| Mónica González Mújica | Periodista | Independiente | Chile |
| José Carlos Paredes | Colaborador | Revista Etiqueta Negra | Perú |

Nominados categoría Fotografía

| | | | |
|-----------------------|----------------------------|------------------|-------------|
| María Eugenia Cerutti | Fotoperiodista | Diario Clarín | Argentina |
| Rodrigo Abd | Fotoperiodista | Agencia AP | Argentina |
| Víctor Ruiz | Fotoperiodista colaborador | Últimas Noticias | Chile |
| José Álvaro López | Fotoperiodista | El Diario de Hoy | El Salvador |

Nominados categoría Texto

| | | | |
|-------------|-------------------------------|---------------|-----------|
| Pablo Calvo | Edit. equipo de investigación | Diario Clarín | Argentina |
|-------------|-------------------------------|---------------|-----------|

| | | | | |
|-----|-------------------|-------------------|---------------------|-------------|
| 188 | Dimmi Amora | Reportero | Diario O Globo | Brasil |
| | Angelina Nunes | Editora Asistente | Diario O Globo | Brasil |
| | Carlos Martínez | Colaborador | Revista Gatopardo | El Salvador |
| | Antolin Maldonado | Reportero | Diario El Nuevo Día | Puerto Rico |

Expositores

Director Académico

| | | | |
|---------------------|---------------------------|----------------|---------|
| Jean-François Fogel | Asesor Editorial/ Maestro | Le Monde/ FNPI | Francia |
|---------------------|---------------------------|----------------|---------|

Relator

| | | | |
|-------------------|----------|---|-----------|
| Roberto Guareschi | Director | Programa de capacitación para editores Fundación Carolina Argentina | Argentina |
|-------------------|----------|---|-----------|

Panelistas

| | | | |
|------------------------|-----------------------|--------------------------------------|-----------|
| Fernando Molina | Director | Semanario Pulso | Bolivia |
| Raúl Peñaranda | Director | Semanario Época | Bolivia |
| Paula Escobar | Editora de Revistas | Diario El Mercurio | Chile |
| Gustavo Bell | Director | Diario El Heraldó | Colombia |
| María Jimena Duzán | Columnista | Diario El Tiempo | Colombia |
| Andrés Hoyos | Director | Revista El Malpensante | Colombia |
| Hernán Ramos | Editor General | Diario El Comercio | Ecuador |
| Belén Cebrián | Directora Adjunta | Escuela de Periodismo El País-UAM | España |
| José María Izquierdo | Director Informativos | Cadena Cuatro TV / CNN plus | España |
| Juan Miguel Dumall | Subdirector | El Periódico de Catalunya | España |
| José Rubén Zamora | Director | Diario El Periódico de Guatemala | Guatemala |
| Rossana Fuentes Berain | Editora | Foreign Affairs en Español | México |
| Luis Miguel González | Director Periodístico | Diario Público-Milenio | México |

| | | | |
|------------------------|---------------------|-------------------------|-------------|
| Guillermo Osorno | Director Editorial | Editorial Mapas | México |
| Sergio Muñoz | Columnista/Maestro | Los Ángeles Times/ FNPI | México |
| Roberto Rock | Director Editorial | Diario El Universal | México |
| Adolfo Rufo Medina | Editor | Diario ABC Color | Paraguay |
| Julio Villanueva Chang | Director Editorial | Revista Etiqueta Negra | Perú |
| Héctor Feliciano | Periodista /Maestro | Independiente/ FNPI | Puerto Rico |
| Luis Cañón | Editor General | Diario Panorama | Venezuela |

Participantes

| | | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------|
| Margarita Márquez | Periodista | Independiente | Colombia |
| Rodrigo Pardo | Director Editorial | Revista Semana | Colombia |
| Dario Restrepo | Director | City Noticias | Colombia |
| Mauricio Rodríguez | Director | Diario Portafolio | Colombia |
| Mauricio Vargas | Director | Revista Cambio | Colombia |
| Francisco González | | Grupo Milenio | México |
| Roberta Garza | Directora | Grupo Milenio | México |
| Miguel Treviño | Asesor de la Dirección General | Grupo Reforma | México |
| Alberto Tovar | Director Regional | El Financiero | México |
| Alberto Bello | Director Editorial | Expansión | México |
| Salvador Camarena | Editor | Expansión revista <i>Chilango</i> | México |
| José Luis Castillo | Editor de Fotografía | Expansión | México |
| Carlos Lara | Director Regional | Notimex | México |
| Aurelio Bueno | Director General | Notimex | México |
| Miguel Guerrero | Director | Programa Portada 15 | R.Dominicana |
| Luis Eduardo Lora | Director | Programa Matutino El Día | R.Dominicana |
| Roberto Rodríguez de Marchena | Vocero | Presidencia de la República | R.Dominicana |
| Adriano Miguel Tejada | Director | Diario Libre | R. Dominicana |
| Teo Veras | Productor | Emisora La 91 FM | R.Dominicana |
| Luis Alberto Ferré | Director/Editor | El Nuevo Día | Puerto Rico |

| | | | | |
|-----|----------------------|------------------------|--------------------------|-------------|
| 190 | Aiola Virella | Jefa de Información | Diario El Vocero | Puerto Rico |
| | Oscar Serrano | Reportero | Diario Primera Hora | Puerto Rico |
| | Enrique Etchevarren | Editor Jefe | Diario El País | Uruguay |
| | Juan Carlos Abudei | Director- Editor | Diario La Verdad | Venezuela |
| | Jesús Romero Anselmi | Presidente | Venezolana de Televisión | Venezuela |
| | Javier Perera | Gerente de Información | Radio Caracas Radio | Venezuela |

Equipo CAF

| | | | | |
|--|-------------------|---|-----|-----------|
| | José Luis Ramírez | Director Secretaría y Comunicaciones Corporativas | CAF | Colombia |
| | Nathalie Gerbasi | Coordinadora Comunicaciones Corporativas | CAF | Venezuela |
| | Hernán Terrazas | Consultor | CAF | Venezuela |

Equipo CEMEX

| | | | | |
|--|--------------------------|---|-------|--------|
| | Javier Treviño Cantú | Vicepresidente de Comunicación y Asuntos Corporativos | CEMEX | México |
| | Gregorio Martínez | Gerente de Asuntos Corporativos | CEMEX | México |
| | Juan Francisco Suárez | Director de Comunicación y Asuntos Corporativos | CEMEX | México |
| | Francisco Lebrija | Gerente de Comunicación Corporativa | CEMEX | México |
| | Alejandra González | Analista de Servicios de Comunicación | CEMEX | México |
| | Jorge Luis Pérez Aguirre | Coordinador de Relaciones con Medios | CEMEX | México |

| | | | |
|----------------------|--|---------------------|---------------|
| Mauricio Sanz | VP Comunicación y Asuntos Corporativos Región SA&C | CEMEX Colombia | Colombia |
| Claudia De Francisco | Directora Comunicaciones Estratégicas | CEMEX Colombia | Colombia |
| Fernando A. Martínez | Gerente de Comunicación | CEMEX R. Dominicana | R. Dominicana |
| Luis Manuel de Llano | Dir. de Comunicación y Asuntos Corporativos | CEMEX Venezuela | Venezuela |
| María Elisa Lozada | Gerente de Comunicación | CEMEX Venezuela | Venezuela |
| Guillermo Rivero | Asesor Comunicaciones | CEMEX Planta Lara | Venezuela |

Equipo MARCO

| | | | |
|---------------|-----------|-------|--------|
| Nina Zambrano | Directora | MARCO | México |
|---------------|-----------|-------|--------|

Equipo FNPI

| | | | |
|-------------------------|--|------|----------|
| Jaime Abello Banfi | Director Ejecutivo | FNPI | Colombia |
| Jaime García Márquez | Subdirector Ejecutivo | FNPI | Colombia |
| Carolina Ethel Martínez | Asistente de Dirección | FNPI | Colombia |
| Susana Díaz Buelvas | Coordinadora Área de Programas | FNPI | Colombia |
| Fernando Alonso | Coordinador Área Planeación y Finanzas | FNPI | Colombia |
| Gina Benavides Jorge | Coordinadora de Talleres | FNPI | Colombia |
| Flavio Vargas | Coordinador Premio | FNPI | Colombia |
| Mauricio Gaviria | Coordinador Editorial | FNPI | Colombia |

Equipo del proyecto de fortalecimiento organizacional FNPI

| | | | |
|--------------------------|-----------------------|---------------------------------|----------|
| Martha Cecilia Rodríguez | Coordinadora Proyecto | Universidad de los Andes | Colombia |
| Carlos E. Cortés | Director Proyecto | Radio Nederland Training Centre | Colombia |

Anexo 2

Biografía de los expositores

Adolfo Rufo Medina

Editor del diario *ABC Color*, al que ingresó en 1974 y en donde ha desempeñado varios cargos, entre ellos Asistente de Dirección, Gerente Comercial y de *Marketing*, y Gerente de Relaciones Institucionales. Es Secretario de la Comisión Directiva del Centro de Regulación,

Estudios y Normas de la Comunicación (Cerneco), entidad compuesta por medios de comunicación, agencias y anunciantes. Presidente de la Asociación de Empresas Periodísticas del Paraguay (ADEPP).

Adriano Miguel Tejada

Director del *Diario Libre*, primer periódico gratuito de la República Dominicana y productor del programa de televisión “Diario Libre a.m.”. Licenciado en Derecho por la Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), donde ha sido profesor, Decano de Estudiantes y Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas. Tiene un master en Ciencias Políticas, por Temple University, Philadelphia, Estados Unidos, y ha realizado estudios de periodismo e historia política en la Universidad de Pittsburg.

Dirigió el diario *La Información*, de Santiago. Trabajó en el diario *El Día*, fue Director de la Revista de Ciencias Jurídicas, miembro del Consejo de Redacción de la revista *Eme-Eme*, y Director de Información y Prensa de la Presidencia de la República, con rango de Secretario de Estado. Es autor de: “Constitución Comentada de la República Dominicana, manual del Legislador Dominicano”, “Lo Americano y lo Mitológico en Miguel Ángel Asturias”, una conferencia; e “Historia del Ron Dominicano”.

Aiola Virella

Jefa de Información del diario *El Vocero* de Puerto Rico, del que antes había sido reportera. Fue Editora de Noticias en la estación radial *Superkadena Noticiosa* en San Juan, reportera interna en la estación radial *Noti Uno*, corresponsal en San Juan para la estación radial

Radio Luz, en Orlando, Florida y reportera del mensuario *Diálogo*. Ha recibido premios de las organizaciones de periodistas en Puerto Rico y ha sido jurado de certámenes de prensa. En 1997 ganó el premio del *Overseas Press Club* en la categoría de Reportaje Investigativo

194 en Radio por su trabajo “El negocio de la cárcel”, sobre el proceso de privatización del sistema carcelario del país. En 2005 fue nominada al premio de noticia del momento del *Overseas Press Club* con su equipo de trabajo

Alberto Bello

Editor General de la revista *Expansión* desde enero de 2004. De nacionalidad española, estudió Economía en la Universidad Autónoma de Madrid. Tras un paso por el mundo de la empresa, hizo la maestría en Periodismo de la Escuela de Periodismo UAM-EL PAIS. Trabajó varios años en el diario financiero *Cinco Días*, del grupo PRISA. A lo largo de su carre-

Alma Guillermprieto

Maestra de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Tiene la virtud de hacer que los lectores avancen por sus historias sin tropezar con palabras mal puestas ni verbos enredados. En sus textos se nota la disciplina y la vocación, virtudes que tal vez se trajeron del mundo de la danza, el cual habitó antes de iniciarse en el periodismo. Esto sucedió en 1978, cuando comenzó a trabajar como corresponsal para Centroamérica del diario *The Guardian*. Luego pasó al *Washington Post*, donde fue redactora de planta. Trabajó como jefe de la

en *El Vocero* por la cobertura de las elecciones de Puerto Rico. Este año ganaron el premio en esa misma categoría por la cobertura de la muerte del líder independentista, Filiberto Ojeda Ríos.

ra periodística ha trabajado en diarios como *El Nuevo Herald*, *La Nación*, de Buenos Aires, y *The Miami Herald*. En el año 2000 llegó a México y se desempeñó en *El Universal* como reportero, y co Editor de Economía y Negocios, entre otros cargos. Participó en la etapa inicial de *Cambio 16*, revista fundada por Gabriel García Márquez.

oficina de Suramérica de la revista *Newsweek* antes de llegar a escribir para *The New Yorker* y *The New York Review of Books*. Ha recibido varios premios de periodismo: Maria Moors Cabot (1990), a los medios de la Latin American Studies Association (1992), y el de la Fundación MacArthur (1995). Ha escrito los libros “Samba”, “Al pie de un volcán te escribo. Crónicas Latinoamericanas”, “Las guerras en Colombia” y “La Habana en un espejo”. Desde 1995, inaugura el programa anual de la FNPI con su taller de crónica.

Andrés Hoyos

Director y cofundador de la revista *El Malpensante*, que lanzó con varios amigos y colaboradores en 1996. Estudió en la Universidad de los Andes, donde cursó Matemáticas Puras e Ingeniería de Sistemas, hasta que le llegó la oportunidad de estudiar Filosofía y Letras. Tras un breve paso por el periodismo de oposición en la revista *El Manifiesto*, y ocasionalmente en *Alternativa*, ingresó en simultánea al mundo de los negocios y al de la literatura. Ha publicado

nueve libros, entre ellos: “Por el sendero de los ángeles caídos”, “Conviene a los felices permanecer en casa”, “Los viudos (y otros cuentos)”, “La tumba del faraón”, “Vera”, una antología de poemas de Silvia Plath, una versión del “Sueño de una noche de verano” de Shakespeare y “Gotas cordiales”, un libro de aforismos y textos cortos. Ha publicado diversos textos periodísticos en medios nacionales y extranjeros desde hace 20 años.

Carolina Ethel Martínez

Asistente del Director Ejecutivo de la FNPI. Desde 2003 dirige el semanario Noticias Culturales de *Uninorte F.M.* estéreo en Barranquilla y es locutora del programa musical “Jazz en clave Caribe”. Es colaboradora habitual del suplemento dominical de *El Heraldo* (Barranquilla). Coordinó durante 2004 el proyecto Código de Acceso, de la Casa Editorial

El Tiempo, la Fundación Restrepo Barco y Plan Internacional, destinado a abrir espacios de comunicación para jóvenes entre 18 y 23 años. En 2002 fue becada por la FNPI para realizar el taller “Cómo se escribe un periódico”, dictado por el periodista español Miguel Ángel Bastenier.

Diego Goldberg

Su trabajo “Persiguiendo un sueño-Los rostros olvidados”, fue el ganador del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI en la categoría de Fotografía. Comenzó su carrera de fotoperiodismo en 1974, en medio de las dictaduras lati-

noamericanas. Ha registrado numerosos hechos históricos, políticos y sociales como la dictadura de Pinochet, la guerra de las Malvinas, la revolución nicaragüense y varios viajes de Juan Pablo II. Ha retratado, en sesiones exclusivas, a

196 varios presidentes como Raúl Alfonsín, de Argentina; Fernando Collor de Melo, de Brasil; Ronald Reagan, de Estados Unidos; Miguel de la Madrid, de México, y François Mitterrand, de Francia, de quien fue fotógrafo personal. Ha publicado en las revistas *Time*,

Newsweek, *Life*, *Sports Illustrated*, *L'Express*, *Paris Match*, *Der Spiegel*, entre otras. Fue Editor de Fotografía del diario *Clarín*. Durante su trayectoria ha recibido varios premios en América y Europa. Ha sido jurado del *World Press Photo*.

Donna De Cesare

Jurado del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI en la categoría Fotografía. Es profesora en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Texas. Fotógrafa, videografa y escritora. Ha ganado varios reconocimientos por su trabajo fotoperiodístico, entre ellos, los premios *Pictures of the Year*, *Dorothea Lange*, *Mother Jones International Photo* y el *National Press Photographers Association Best of Photojournalism*. Ha sido merecedora de una beca de la Fundación Alicia Patterson y una de la Fundación Soros para proyectos in-

dependientes. Sus imágenes han sido publicadas en diversos medios como *The New York Times*, *Life*, *Newsweek*, *The Atlantic*, *Aperture* y *DoubleTake*. Sus fotografías han aparecido en diversos libros, retratando temas de supervivencia y violencia de la juventud latinoamericana, que tomó durante más de diez años en Centroamérica y Colombia. En septiembre de 2006, la Fundación Soros expuso su más reciente trabajo hecho en Colombia gracias a la beca Fullbright.

Enrique García

Presidente Ejecutivo de la Corporación Andina de Fomento (CAF) desde diciembre de 1991. Fue Ministro de Planeamiento y Coordinación de su país y Jefe del Gabinete Económico y Social entre 1989 y 1991. En el ámbito internacional se desempeñó como funcionario del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) du-

rante 17 años y ha ocupado posiciones directivas del Banco Mundial, el BID y otros organismos multilaterales. Es miembro del Consejo Asesor del Centro para el Desarrollo Internacional (CID) de la Universidad de Harvard, del Diálogo Interamericano con sede en Washington, D.C., así como del Consejo Di-

rectivo del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) en Caracas, Venezuela. Ha sido catedrático universitario, es autor

de varias publicaciones y conferencista sobre temas económicos y financieros en el ámbito internacional.

Ernesto Bazan

Maestro de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y jurado del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI en la categoría Fotografía. Ganador de algunos de los premios más prestigiosos en el mundo de la fotografía, entre ellos: el *Mother Jones Foundation for Photojournalism*, dos becas de la New York Foundation for the Arts, el primer lugar en el *World Press Photo* en la categoría Historia de Vida Cotidiana, el *Dorotea Lange-Paul Taylor Prize*, una beca del W. Eugene Smith, y una beca del *Fund for Investigative Journalism*. Trabajó para la agencia *Magnum*. Ha colaborado para *Life*, *Time*, *Newsweek*,

Natural History, *Max*, *IO Donna*, entre otras. Ha dirigido talleres en *The Maine Photographic Workshops*, *The Julia Dean Workshop* y está al frente de sus propios cursos. Su trabajo se ha exhibido en diferentes museos como el MOMA y el ICP en Nueva York, el SFMOMA en San Francisco, el Museum of Fine Arts en Houston, el South East Museum of Photography en Daytona, la Fondazione Italiana della fotografia en Turín, la Bibliothèque Nationale en París y el Musée Rattau en Arles. Es autor de los libros “The Perpetual Past” y “Passing Through”.

Fernando Molina

Director del semanario *Pulso*. Fue Subdirector del periódico *La Prensa* (1999-2000), Director del semanario *Nueva Economía* (1995-1998). Está especializado en periodismo de divulgación y análisis (economía, historia e ideología contemporáneas). Escribió los libros “Historia de la participación popular”, “Capitalización: balance y perspectivas”, “Crítica de las ideas

políticas de la nueva izquierda boliviana” y “Evo Morales y el retorno de la izquierda nacionalista”. Obtuvo la medalla “Huáscar Cajías” de la Asociación de Periodismo, el premio de Conservación Internacional al mejor reportaje sobre biodiversidad, el premio de FUNDA-PRO al mejor artículo sobre microfinanzas, y el premio de BISA al mejor artículo

198 sobre banca. Ha escrito artículos sobre política, historia contemporánea, comunicación y literatura en varios medios escritos de La Paz. Sus textos narrativos fueron finalistas dos ve-

ces (1998-1999) del Premio Nacional de Novela. Es autor de la novela “San Petersburgo” y del libro de cuentos “La investigación de Max Brod”.

Guillermo Osorno

Desde junio de 2006, es el Director Editorial de *Gatopardo*. Estudió Relaciones Internacionales en El Colegio de México, y más tarde obtuvo el grado de maestro en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Cambridge, Inglaterra. En 1997 se graduó de la escuela de periodismo de la Universidad de

Columbia, en Nueva York. Trabajó para el periódico *Reforma* y la revista *Letras Libres*. A finales de 2000 fundó la Editorial Mapas publicando la revista de viajes *Travesías*. Actualmente Editorial Mapas publica ocho revistas de diversos géneros.

Gustavo Bell

Miembro de la Junta Directiva de la FNPI. Es historiador, periodista, abogado y político. Realizó estudios de Derecho en la Universidad del Norte y ejerció desde muy joven como periodista en el diario *El Heraldo*, de su ciudad natal. Fue Gobernador del departamento del Atlántico (1992-1994). Entre 1995 y 1997 estudió un postgrado en la Universidad de Oxford y regresó al país para vincularse a la campaña presidencial conservadora en el marco de la Gran Alianza por el Cambio que auspi-

ciaba el candidato Andrés Pastrana. Éste lo escogió como candidato a vicepresidente, siendo elegidos en la segunda vuelta de las elecciones de 1998. Durante el gobierno de Pastrana se encargó de la Oficina de Derechos Humanos (1998-2001) y fue Ministro de Defensa Nacional (2001-2002). Tras dejar la vicepresidencia, se retiró de la política, regresando a sus labores académicas y periodísticas. Es el Director del diario *El Heraldo*.

Héctor Feliciano

Maestro de la FNPI. Estudió Historia e Historia del Arte de la Universidad de Brandeis. Tiene una maestría de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia y un diploma a nivel doctoral en Literatura Comparada de la Universidad de París. Escribe desde Nueva York para los diarios *El País* y *Clarín*. Ha sido corresponsal cultural en Europa para los diarios norteamericanos *The Washington Post* y *Los Angeles Times*. Residió en París por más de 18 años, en donde ejerció,

además, como Redactor en Jefe de *World Media Network*, una agrupación de diarios europeos. Igualmente, trabajó como Director Artístico en la Oficina de Asuntos Culturales de la Alcaldía de París. Su libro, “El museo desaparecido”, es muestra de un extenso trabajo de investigación periodística por el cual la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia en Nueva York, le otorgó la prestigiosa beca del National Arts Journalism Fellowship Program (NAJP).

Hernán Ramos

Editor General del diario *El Comercio*. Es economista graduado de la Universidad Católica de Quito, ha realizado cursos de especialización en Economía y Comercio Internacional. Ha ejercido periodismo durante 20 años. Empezó como Editor Económico de *Diario Hoy* (Quito). Luego pasó al diario *El Comercio* donde se desempeñó como Editor Especial, Editor Económico, Editor de Información

(Jefe de Redacción) y Editor General, su cargo actual. En enero de 2006, se encargó de la edición extraordinaria con motivo de los 100 años del diario. En 1997, fundó el Semanario Económico *Líderes* (perteneciente al Grupo *El Comercio*), importante medio de prensa escrita de Ecuador dedicado a los temas de emprendedores, PyMES y grandes empresas.

Horacio Verbitsky

Columnista político del diario *Página/12*. Es miembro del Consejo Rector del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI e integra la junta di-

rectiva de Human Rights Watch/Americas. Es autor de una quincena de libros sobre temas políticos, económico-sociales y militares. Algunos

200 de sus libros han instalado temas en la agenda pública, con fuertes consecuencias políticas: la corrupción de la clase política por el poder económico (“Robo para la Corona”), la manipulación política de la justicia (“Hacer la Corte”), la responsabilidad castrense en la guerra sucia militar contra la sociedad argentina (“El Vuelo”, del que hay edición inglesa, “The Flight”), el rol de la Iglesia en aquellos años (“El Silencio”). Ha recibido numerosos premios y distinciones. Entre ellos el de la *Latin American Studies Association*, que reúne a los más destacados aca-

démicos del mundo especializados en la región. El Comité de Nueva York para la Protección de los Periodistas le otorgó el Premio Internacional a la libertad de expresión. Fue distinguido con el Premio Martín Fierro al mejor periodista de la televisión argentina en 2000. Preside la principal organización defensora de los Derechos Humanos en Argentina, el Centro de Estudios Legales y Sociales; es miembro del Consejo Rector de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Jaime Abello Banfi

Director Ejecutivo de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Estudió Derecho en la Universidad Javeriana de Bogotá y ha dedicado su vida profesional a los medios y al cine. Fue asesor de diversas instancias del Gobierno y del Congreso de Colombia en temas de legislación de medios, telecomunicaciones y cinematografía. Ha sido productor de documentales y del largometraje “Juana tenía el pelo de oro”. Entre 1990 y 1995 dirigió el Canal Regional de *Televisión del Caribe Colombiano*

(*Telecaribe*), en Barranquilla. Ese año, por petición de Gabriel García Márquez, asumió como Director de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, de la cual es cofundador. Hace parte de las juntas directivas de varias empresas y organizaciones de la sociedad civil, entre las cuales se cuentan la Fundación para la Libertad de Prensa y el Comité Coordinador del Proyecto Antonio Nariño para la Libertad de Expresión y la Defensa del derecho a la Información en Colombia, que preside.

Javier Darío Restrepo

Maestro de ética periodística en los talleres organizados por la FNPI. A lo largo de las últi-

mas décadas los colombianos lo vieron en televisión cubriendo guerras, haciendo crónicas

o presentando algún telediario. En sus columnas de Defensor del Lector de los diarios *El Tiempo* y *El Colombiano* desplegó todo su saber sobre el oficio. Ha recibido varios premios: el del Círculo de Periodistas de Bogotá en la categoría de prensa (1993), el Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar en las modalidades de Crónica e Investigación en Televisión (1985 y 1986), el San Gabriel del Episcopado Colombiano (1994), el Germán Arciniegas de la Editorial Planeta (1995) y el Premio Latinoamericano a la Ética Periodística otorgado por el Centro Latinoamericano

Javier Perera

Gerente de Información de *Radio Caracas*. Periodista graduado en la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas. Ha sido Director y Jefe de Información en emisoras de radio y productor y conductor de programas de televisión en su país. Entre 1993 y 1998 se desempe-

Javier Treviño Cantú

Es el Vicepresidente de Comunicación y Asuntos Corporativos de CEMEX desde 2001. Es licenciado en Relaciones Internacionales de El Colegio de México y obtuvo la maestría en Políticas Públicas en la Universidad de Harvard. Cuenta con una sólida

de Periodismo (CELAP). Ha publicado los libros: “Puebla para el pueblo” (1980), “Avalancha sobre Armero” (1986), “Del misil al arado” (1989), “Periodismo diario de televisión” (1990), “Ética para periodistas” (1991) con María Teresa Herrán, “Más allá del deber” (1992), “La revolución de las sotanas” (1995), “Testigo de seis guerras” (1996), y “Desde las orillas” (1996) con Germán Rey. Al cumplir este año sus 50 años como periodista, publicó una colección de crónicas bajo el título “Con asombro de reportero”.

ñó como Agregado de Prensa a la Embajada de Venezuela en Bogotá, y desde 2001 trabaja en *Radio Caracas* como Conductor del noticiero nacional Informe RCR, conductor de programas comunitarios diarios en vivo y de investigación periodística.

experiencia en los altos niveles del sector público, la comunicación y las relaciones internacionales. Inició su carrera en el sector público en 1987 como Director de Planeación en la Secretaría de Educación Pública. Luego, sucesivamente, fue Asesor Especial del Director

202 General de Comunicación Social de la Presidencia de la República; Ministro de Información en la Embajada de México en Washington; y Asesor del Secretario de Desarrollo Social. En diciembre de 1994 fue designado por el Presidente de la República

como Subsecretario de Cooperación Internacional de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Después de tres años de una experiencia diplomática intensa, en enero de 1998, fue nombrado Oficial Mayor de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Jean-François Fogel

Maestro de la Fundación Nuevo Periodismo. Es Consejero Internacional de *Le Monde* (Francia), diario al que asesoró durante siete años, desde la creación de la nueva fórmula del periódico en 1995 hasta su última renovación, a principios de 2002. Escribió, junto con Bertrand Rosental, el libro “Fin de Siglo en la Habana”, una completa investigación acerca

de Cuba y el régimen de Fidel Castro, que pasa por La Habana, Moscú, Miami y Washington y analiza el entorno cubano, que incluye el narcotráfico, la deuda externa, la ayuda económica soviética, entre otros fenómenos. Es considerado un gran experto en la prensa del mundo occidental.

José Luis Ramírez

Director de Secretaría y Comunicaciones Corporativas de la Corporación Andina de Fomento (CAF). Abogado de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Tiene un postgrado en Relaciones Institucionales. Se ha desempeñado en diversas funciones en el Servicio Exterior de Colombia, entre las que destacan la de Jefe de Gabinete del Canciller y Ministro Plenipotenciario y Encargado de Negocios en Venezuela. Ha sido consultor en comunicaciones de la Oficina del Alto Comi-

sionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos. Hizo parte del Departamento Investigativo del diario *Vanguardia Liberal* (Colombia) del cual fue Director Encargado en 1990. También fue Asesor Editorial del diario *El Espectador* (Colombia) en 1998 y 1999, y columnista en otras importantes publicaciones. Cuenta con una amplia experiencia en los campos de la docencia y la investigación. Ha sido profesor en universidades de Bogotá, como la Universidad de los Andes, la Ponti-

ficia Universidad Javeriana, la Universidad del Rosario y la Universidad Jorge Tadeo

Lozano. Es autor de diversas publicaciones sobre política exterior.

José María Izquierdo

Director Adjunto de *El País* desde abril de 1995. Es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Inició su carrera profesional en la revista *Gaceta Universitaria*. Posteriormente trabajó en *El Magisterio Español* y en 1976

pasó a ocuparse de la Jefatura Nacional del semanario *Posible*. En 1977 se incorporó a *Diario16*, donde fue nombrado Redactor Jefe. En 1979 fue Subdirector del diario *Informaciones*.

José Carlos Paredes

Con su trabajo “Las mentiras de un héroe oficial”, ganó el Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI en la categoría de Texto. Comenzó como periodista en televisión hace 16 años, en julio de 1990, coincidiendo con el primer mandato de Alberto Fujimori. Es Productor Periodístico del programa *Reporte Semanal* que se transmite por el canal *Frecuencia Latina*. Ha sido reportero en cinco

programas televisivos de fin de semana. Siempre se ha inclinado por el periodismo de investigación. Calcula que a lo largo de su carrera sólo ha escrito 16 mil palabras para textos periodísticos, uno de ellos es “El código La Pinchi”, finalista del Premio de Crónica Seix Barral y el otro es “Las mentiras de un héroe oficial”. Ambos artículos fueron publicados en la revista *Etiqueta Negra*.

Juan Miguel Dumall

Subdirector de *El Periódico* de Cataluña y responsable del área de información general. Es Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona. Dumall inició su trayectoria profesional en el

Diario de Barcelona. También ha trabajado en: *Voz de Euskadi*, *Diario del Alto Aragón*, *El Día* y *Heraldo de Aragón*, y *El Periódico de Aragón*.

204 **Julio Villanueva Chang**

Es Director Editorial de la revista *Etiqueta Negra*. En 1995 obtuvo el Premio de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en crónicas. En 1999 publicó el libro de crónicas “Mariposas y murciélagos”. Algunos de sus textos se han publicado en antologías como “Se habla español, voces latinas en USA” y “Enviados Especiales”. Ha sido expositor en las conferencias de periodismo narrativo de la *Nieman Foundation* de

Harvard, y Profesor del Master de Periodismo de la Universidad de Barcelona-Columbia University. Ha dictado numerosos talleres a editores y reporteros de diarios y revistas en América Latina y Europa. Fue becario de la Fundación Nuevo Periodismo. Sus textos han aparecido en *El País*, *Gatopardo*, *La Nación*, *La Vanguardia*, *Letras Libres*, *Reforma*, *Vogue*, y *World Literature Today*.

Luis Alberto Ferré

Director de *El Nuevo Día* desde el año 1996. Tiene un grado en Historia y una maestría en Comunicaciones de la Universidad de Boston. Durante los primeros años de la década de los noventa comenzó a trabajar en *El Nuevo Día* como reportero cubriendo política, ambiente, educación e infraestructura. Más tarde fue nombrado Asistente Editorial a cargo de proyectos especiales y Editor de la Sección de

Negocios, en la cual logró el lanzamiento de la *Revista Dominical de Negocios*. Impulsó el lanzamiento en internet de *El Nuevo Día*. Es Presidente de los Centros Sister Isolina Ferré y Vicepresidente Regional de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Es miembro de la *American Society of Newspaper Editors* y del *Thomas Jefferson Center for First Amendment* en la Universidad de Virginia.

Luis Cañón

Editor General del diario *Panorama*. Es periodista y escritor. Se graduó en la Universidad de la Sabana (Bogotá). Trabajó durante siete años en la redacción de *El Tiempo* (1985-1992), donde fue reportero, Sub-editor y Editor Ju-

dicial. Después fue al diario *El País*, en Cali, donde durante seis años (1992-1998) se desempeñó como Jefe de Redacción y luego como Editor General. Regresó a *El Espectador* donde fue Editor General (1998-2000). En es-

tos dos últimos diarios escribió durante ocho años su columna de opinión “Exorcismo”, que recibió distintos reconocimientos. Fue guionista del programa “Planeta prohibido: armas y drogas”, transmitido por la *RAI de Italia* en 1990 y 1991. Fue invitado, durante 1992, al programa académico “Los Desafíos de la prensa escrita en Estados Unidos”. Ha sido catedrático de investigación periodística en las uni-

versidades de La Sabana y Los Andes, en Bogotá, y ha dictado conferencias en distintas universidades y foros periodísticos. Ha escrito y publicado seis libros: “Historia del narcoterrorismo”, “El Patrón, vida y muerte de Pablo Escobar”, “Peregrinos del Sida”, “La Crisis, cuatro años a bordo del gobierno de Samper”, y las novelas “Lunes amargo” y “Nos llamamos como Dios”.

Luis Eduardo Lora

Director del programa “El Día”. Tiene 39 años de ejercicio periodístico en República Dominicana, con experiencia en diarios, revistas, radio y televisión. Inició sus labores en 1966, en el diario *El Nacional*, así como en la revista *¡Ahora!*. Es co-fundador y fue Jefe de Redacción del diario *La Noticia*, en Santo Domingo, donde popularizó su columna “Tintero”, y fue fundador y Director de los matutinos

El Día y *Ya*, en Santiago. En su ciudad natal dirigió también el noticiario radial *Mundo Noticias*. Fue además fundador y Director de las revistas de humor político *Tirabuzón*, junto con Narciso González (Narcisazo), y DDT. Es autor de los libros: “Décimas de Huchi Lora”, “Fuga o Muerte”, y “La Décima Escrita en la República Dominicana”. También es compositor musical de merengues.

Luis Miguel González

Director Periodístico de *Público Milenio*. Es licenciado en Economía por la Universidad de Guadalajara. Estudió el Master de Periodismo en El País en la Universidad Autónoma de Madrid en 1994, y realizó prácticas profesionales en el periódico *Cinco Días*, de Madrid, especializado en economía. En 1998 hizo una

especialización de periodismo económico en la Universidad de Columbia en Nueva York y ese mismo año recibió el Premio de Periodismo Económico que otorga Citibank. Fue reportero de economía en *Siglo 21* y luego Coordinador de la Unidad de Reportajes Especiales del mismo. Desde su fundación en 1997, fue

206 Editor de Economía del periódico *Público*. Desde noviembre de 2002 es Coordinador de Información Económica y de Negocios del grupo editorial *Multimedios* que incluye diarios en Guadalajara, México, Monterrey, Tampico y Torreón. Escribe artículos de opinión sobre temas económicos una vez por semana

María Jimena Duzán

Es columnista de *El Tiempo*. Estudió Ciencias Políticas en la Universidad de los Andes. Hizo Parte del equipo de investigación del diario *El Espectador*. De aquella época nació su libro “Death Beat”, publicado por Haper Collins, en Estados Unidos, y por Tercer Mundo con el título de “Crónicas que matan”, donde relata sus días como reportera y columnista en ese diario. Fundó y dirigió durante cinco años el

Mónica González Mujica

Ganadora del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI en la modalidad Homenaje. Egresada de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile, donde fue Profesora Auxiliar de la cátedra de Periodismo Interpretativo. Su primer trabajo fue en el diario *El Siglo*, del Partido Comunista. Trabajó en *La Nación* y, en 1999, en la revista *Cosas* como Editora Política y luego como Editora General.

en los diarios *Público* y *Milenio*. Ha sido maestro de economía en la Maestría de Administración de la Universidad ITESO de Guadalajara. En marzo de 2003 participó como expositor en el taller de cobertura de temas sociales organizado por la FNPI y el Instituto Interamericano para el Desarrollo Social.

primer postgrado de periodismo en Colombia en la Universidad de los Andes, y ha escrito para varias de las publicaciones más importantes de Estados Unidos y Europa, como *The Wall Street Journal*, *Newsday* y *Marie Claire*. Durante tres años fue Cónsul General de Colombia en Barcelona. Está estructurando una escuela de periodismo en la Universidad Nacional.

Como corresponsal del diario argentino *Clarín*; ganó el premio María Moors Cabot. Asumió la dirección del periódico *Diario Siete*, que buscaba recuperar el rigor y la buena pluma que exigían los días de la dictadura. En 1985, recibió el premio anual de la Comisión de Derechos Humanos de España por trayectoria periodística. En 1987, fue galardonada con el Premio Anual de Periodismo de la Universidad de

Harvard (Fundación Niemann). Ha escrito varios libros: “Bomba en una calle de Palermo” (1986), junto con Edwin Harrington; “Los secretos del Comando Conjunto” (1989) junto

con el abogado Héctor Contreras; “Chile entre el Sí y el No” (1988), un libro de entrevistas junto con la periodista Florencia Varas, y “La Conjura, los mil y un días del Golpe” (2000).

Oscar Serrano

Reportero del diario *Primera Hora* y Presidente de la Asociación de Periodistas de Puerto Rico (ASPPRO). Inició su carrera en el periodismo en 1996 como reportero de tribunales en el diario *The San Juan Star*. Reportero fundador de *El Nuevo Día Interactivo*. En *Primera Hora* estuvo asignado por cinco años a la cobertura del tribunal y agencias del gobierno de Estados Unidos. Actualmente investiga co-

rrupción gubernamental, economía y política. Desde 1998 ha recibido varios Premios Nacionales de Periodismo, otorgados por la ASPPRO, por sus investigaciones, reportajes especiales y notas de actualidad. Entre ellos la investigación con la que reveló que el ex gobernador, Pedro Rosselló, inventó empleos de juventud y sometió información falsa para agenciarse una pensión como funcionario público.

Paula Escobar

Editora de revistas del diario *El Mercurio*. A su cargo están: *Ya*, *Sábado*, *Wikén*, *Libros*, *Vivienda y Decoración*, *Campo*, *Ya Joven*, *Timón*, *Zona en Internet* y *Domingo en Viaje*. También es miembro de la Comisión Bicentenario, creada y nombrada por el ex presidente de la república, Ricardo Lagos; Consejera de Comunidad Mujer y Directora de la Corporación Participa. Es profesora del Magíster de Periodismo de la Universidad Católica y El Mercurio, y académica de la Universidad Adolfo Ibáñez. En 2005 fue elegida como

Young Global Leader por el Foro Económico Mundial de Davos, evento en el que participó activamente ese año. También ha sido galardonada como una de las 100 mujeres líderes de Chile por el Club de Empresarias (2003 y 2004). Fue escogida miembro del Capítulo Chileno de International Women’s Forum (2001). Ganó el premio a las Mujeres Jóvenes por el Comité de Mujeres Chilenas por el Liderazgo (1997). Ha publicado tres libros: “Las caras detrás de las noticias”; “Los secretos de Totó”; y “24/24: Un día en la vida de 24 mu-

208 jeres chilenas”, en coautoría con Pilar Segovia y Karim Gálvez. Este último figuró por varias

Raúl Peñaranda

Director y Fundador del semanario *La Época*, de Bolivia. Ha sido Asesor Editorial del diario *La Razón*, Jefe de Redacción del diario *Última Hora*, Director y Fundador del semanario *Nueva Economía* y corresponsal en Bolivia de la agencia ANSA. Es autor o coautor de seis libros, entre ellos: “Retrato del periodista boli-

Roberto Guaresch

Dirige el Programa Ejecutivo de Capacitación para Editores de la Fundación Carolina, Argentina. Ha sido profesor visitante en la Escuela de Graduados de Periodismo de UC Berkeley. Publica sus artículos en distintos diarios del mundo; es Editor para América

Roberto Rock

Vicepresidente y Director General Editorial de *El Universal*. Es egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. En 1978 ingresó a *El Universal* en donde trabajó como reportero de Información General hasta 1986. Ha realizado coberturas especiales por encargo del perio-

do en Chile en la categoría de no ficción.

viano”, “Radiografía de la prensa boliviana”, “Terremoto, la noche más larga” y “Objetivo: residencia japonesa”. Ha sido catedrático de materias de comunicación social. Es licenciado en comunicación social y tiene un postgrado en periodismo.

Latina de la agencia *Project Syndicate*. Trabajó en *El Cronista Comercial*, donde fue Director Periodístico (1974-1976); en *Clarín* condujo un rediseño completo del diario –contenidos y formas– que incluyó el lanzamiento del diario en internet (1990 y 2003).

dico en México, Estados Unidos, Centroamérica, Europa Occidental y Oriente Medio. Fundó los periódicos regionales del diario en los estados de Morelos, Puebla, México y Hermosillo. En 1986, fundó la Agencia de Noticias de *El Universal* y en 1987 creó la sección Estados, de la que fue

Editor hasta junio de 1992. Autor de las columnas “Política y República”; y “Contrapunto”. Fue becario de las fundaciones Ford y Miguel Alemán en 1990, en Washington, D.C. Ha sido Profesor de periodismo en la Universidad Iberoamericana y en la Facultad Acatlán de la Escuela Nacional de

Estudios Profesionales de la UNAM. Fue miembro del Consejo Consultivo en la Licenciatura de Comunicación del Tecnológico de Monterrey. Es coautor de los libros “Zócalo Rojo”, “Comunicación y Transparencia de los poderes del Estado” y “Representación política y toma de decisiones”.

Rodrigo Pardo

Director Editorial de revista *Semana*. Fue Subdirector de *El Tiempo* y Director de *El Espectador*. Fue Ministro y Vice-Ministro de Relaciones Exteriores, y Embajador en Vene-

zuela y Francia. Ha sido profesor de política internacional de la Universidad de Los Andes. Recibió el Premio Simón Bolívar a la mejor columna de opinión en 2004.

Rosental Calmon Alves

Dirige el Centro Knight de Periodismo de las Américas. Como Director de un proyecto del *Jornal do Brasil*, que empezó a producir su propia edición *on line* en mayo de 1995, fue pionero del periodismo de internet en América Latina. Comenzó su carrera académica en Estados Unidos en marzo de 1996, después de 27 años de experiencia como periodista profesional y siete años como profesor de periodismo en varias universidades de

su país. Fue el primer brasileño que recibió la Beca Nieman para una estancia académica en la Universidad de Harvard (1987-1988). Durante más de una década fue corresponsal del diario *Jornal do Brasil* en España, Argentina, México y Estados Unidos. Ha sido Editor Ejecutivo y miembro de la Junta Directiva de ese mismo periódico. Es profesor de la Cátedra Knight de Periodismo en la Universidad de Texas, en Austin.

210 Rossana Fuentes Berain

Es Directora Editorial de la revista *Foreign Affairs* en Español-ITAM y Catedrática de tiempo completo en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). Desde Marzo de 1997 a agosto de 2000, fue Subdirectora de Asuntos Especiales e Investigación del diario *Reforma*. Entre enero 1991 y agosto 1994 fue Editora de la sección de Negocios del periódico *El Financiero*. En 1992, diez años después de la crisis financiera de México, escribió en

ese diario una serie de reportajes con seguimiento a cuatro banqueros centrales y varios secretarios del tesoro de todas partes del mundo, a Walter Wriston de Citibank y Lewis Preston de J.P. Morgan. En mayo de 1994 sacó a la luz los errores de las administraciones de los ex presidentes Carlos Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo que condujeron a la devaluación del peso en diciembre y la agudización de la crisis.

Sergio Muñoz

Editorialista de *Los Angeles Times* desde 1993 y colaborador en las páginas editoriales de una docena de periódicos en América Latina, entre ellos *Reforma*, de México y *El Tiempo*, de Colombia. Estudió Filosofía en la Universidad Nacional Autónoma de México, y Cinematografía en la London School of Film Technique. Realizó una maestría en literatura en la University of Southern California. Trabajó en el diario *La opinión* de los Angeles, California. Se desempeñó en diversos puestos en la radio y

la televisión de México, Estado Unidos y Canadá. Fue profesor en la Universidad del Sur de California, la Universidad de California en Irvine y otras Instituciones académicas de México y Estados Unidos. Es miembro de la Junta Directiva de la Sociedad Interamericana de Prensa y presidente del Comité de Chapultepec. Fue miembro de la junta directiva del Museo de Arte del Condado de Los Angeles por seis años en la década de los noventa.

Susan Meiselas

Miembro del Consejo Rector del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI. En 1976

se vinculó como reportera gráfica *free-lance* a la agencia *Magnum*. El cubrimiento fotográfi-

co que hizo de las hostilidades en América Central fue ampliamente publicado en diversos medios impresos de Europa y Estados Unidos. Ha publicado los libros *“Carnival Strippers”*, *“Nicaragua”*, *“Kurdistan: In the Shadow of History”* y *“Encounters with the Dani”*. También participó como editora y fotógrafa en la obra colectiva *“El Salvador: Work of Thirty Photographers”* y editó con fotografías chilenas el libro *“Chile from Within”*. Obtuvo la medalla Robert Capa (1979), el Premio Leica a la Excelencia (1982), el Premio ASMP al Fotoperiodista del año

(1982), y el Premio Engelhard del Instituto de Arte Contemporáneo (1985). La Fundación Nacional para las Artes la escogió como becaria en fotografía en 1984 y el Parsons School of Design le otorgó grado honoris causa en Bellas Artes en 1986. En 1992 fue designada como becaria del Premio Mc Arthur, una de las más altas distinciones de los Estados Unidos. En 1994 recibió el Premio Maria Moors Cabot de la Columbia University por sus trabajos en América Latina y el Premio de Fotografía de la Fundación Hasselblad.

Anexo 3

Renovación Convenio Marco CAF-FNPI

Convenio de colaboración entre la Corporación Andina de Fomento, que en lo sucesivo se denominará CAF, y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, que en lo sucesivo se denominará FNPI.

213

Declaraciones

Declara la FNPI:

a) Que es una fundación constituida como entidad de derecho privado, conforme a la personería jurídica otorgada por la Gobernación de Bolívar –Colombia–, mediante resolución No. 1642 del 23 de agosto de 1994.

b) Que su representante legal, JAIME ABELLO BANFI está debidamente facultado para celebrar en su nombre y representación el presente Acuerdo Marco como consta en la inscripción No. 818 del 25 de septiembre de 1997 ante la Cámara de Comercio de Cartagena.

c) Que señala como su domicilio legal para efectos del presente acuerdo, el ubicado en Calle San Juan de Dios número 3-121, Cartagena, Colombia.

Declara la CAF:

a) Que es una institución financiera multilateral constituida como persona de Derecho Internacional Público, cuya misión es apoyar el desarrollo sostenible de sus países accionistas y la integración regional.

b) Que su representante legal es el señor ENRIQUE GARCÍA RODRÍGUEZ, en su calidad de Presidente Ejecutivo dentro de las funciones que están señaladas en el Convenio Constitutivo de la Corporación.

c) Que tiene su domicilio legal en la Avenida Luis Roche, Torre CAF, Altamira, en la Ciudad de Caracas, Venezuela.



Enrique García, *presidente ejecutivo CAF*, Bolivia y Gabriel García Márquez, *presidente FNPI*, Colombia.

214 Consideraciones

La CAF y la FNPI son Partes de un convenio-marco, firmado por sus respectivos presidentes, Enrique García Rodríguez y Gabriel García Márquez, a fecha 3 de septiembre de 2003, con un plazo de tres años.

Entre los fundamentos de dicho convenio se anotó que medios y periodistas constituyen un factor estratégico en los sistemas institucionales de nuestros países y están llamados a jugar un papel clave en la búsqueda de impulsar una agenda-renovadora que promueva el desarrollo integral de América Latina con base en criterios de competitividad, equidad, gobernabilidad, sostenibilidad ambiental e integración regional.

Una estrategia fundamental para generar una transformación positiva en las prácticas empresariales y profesionales del periodismo latinoamericano que apunta a la búsqueda de la calidad periodística es ofrecer oportunidades de formación e intercambio para el desarrollo profesional de quienes tienen como responsabilidad directa el manejo y la producción de la información: los periodistas en todos los niveles (reporteros, editores de sección, jefes de la redacción y directores).

Anteriormente, con ocasión de la realización conjunta del seminario internacional “Periodismo y Lucha contra la Corrupción en América Latina”, en octubre del 2002 en Cartagena de Indias, el Presidente de la CAF, Enrique García, y el Director de la FNPI, Jaime Abello, anunciaron la intención de las partes de consolidar una alianza estratégica de largo plazo para trabajar conjuntamente, a partir de una visión del periodismo que se inspira en las siguientes premisas:

El periodismo es un oficio, pero también una “pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad”, cuya formación “debe estar sustentada en tres pilares maestros: la prioridad de las aptitudes y las vocaciones, la certidumbre de que la investigación no es una especialidad del oficio sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición, y la conciencia de que la ética no es una condición ocasional, sino que debe



José Luis Ramírez, *director Secretaría y Comunicaciones Corporativas CAF*, Colombia y Gabriel García Márquez, *presidente FNPI*, Colombia.

acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón” mediante un sistema de enseñanza de” talleres prácticos en pequeños grupos, con un aprovechamiento crítico de las experiencias históricas, y en su marco original de servicio público. Es decir: rescatar para el aprendizaje el espíritu de la tertulia de las cinco de la tarde”.

El periodista es un trabajador intelectual independiente (asi trabaje para una empresa de comunicaciones) que tiene derecho a ejercer lo que le dicta su conciencia y cuya misión está alimentada por la obligación de contar la verdad, teniendo en cuenta que su primera lealtad es hacia los ciudadanos².

En cumplimiento de los objetivos del convenio marco, la CAF y la FNPI han organizado en forma conjunta, en el contexto del Programa de Formación de Periodistas para la Integración Regional y el Desarrollo Sostenible, en la serie denominada “Encuentros de Periodismo CAF+FNPI”, 27 talleres y seminarios internacionales en distintas ciudades de los países andinos y otros países iberoamericanos, con la participación de 662 periodistas; e igualmente pusieron en marcha la colección de libros *Periodistas Siglo XXI* perteneciente y editada por la CAF y en la cual se han publicado hasta el momento cuatro títulos con las memorias de los seminarios sobre búsqueda de la calidad periodística y sobre reflexión sobre el periodismo del futuro, además de estar adelantando el desarrollo editorial de otras publicaciones . En otros frentes, las partes han mantenido una actividad constante de coordinación y seguimiento, han avanzado en la formulación del proyecto de Centro de Memoria, han contribuido a generar de redes de periodistas como resultado de los talleres y seminarios y han publicado varias relatorías de los eventos realizados en conjunto en las páginas web de la CAF y la FNPI, todo lo cual amplía los recursos destinados a la comunidad virtual de periodistas iberoamericanos. Los logros obtenidos en el marco del con-



Jaime Abello Banfi, *director ejecutivo FNPI*, Colombia.

1 “El mejor oficio del mundo» de Gabriel García Márquez. Discurso ante la 52a. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, en Los Angeles, U.S.A., octubre 7 de 1996.

2 “*The Elements of Journalism*” de Bill Kovach & Tom Rosenstiel (Crown).

216 venio existente justifican su renovación para asegurar la continuidad y el impacto de los proyectos asumidos de manera conjunta con espíritu de alianza estratégica.

Expuesto lo anterior, las partes contratantes aclaran que es su libre voluntad suscribir y respetar estrictamente el presente convenio, sujetando su cumplimiento a lo pactado al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: (Objeto) Bajo los términos y condiciones de este convenio, la CAF y la FNPI ratifican su ánimo de actuar como aliados estratégicos que inspiró la vigencia del convenio-

marco suscrito el 3 de septiembre de 2003, para adelantar diversos proyectos y actividades con el propósito de estimular el profesionalismo, la independencia y la responsabilidad en la práctica del periodismo en los países de la región andina e Iberoamérica, como estrategia encaminada a buscar que medios y periodistas ofrezcan a la sociedad una información de calidad que contribuya a un entorno institucional propicio para promover en estos países procesos de desarrollo integral basados en criterios de competitividad, equidad, gobernabilidad, sostenibilidad ambiental e integración regional.

Entre los proyectos y actividades que se buscará impulsar en el marco del presente convenio de colaboración, se destacan inicialmente los siguientes:

a. **Formación de Periodistas para la Integración Regional y el Desarrollo Sostenible**, encaminado a ofrecer oportunidades de formación y crecimiento profesional a los periodistas de América Latina bajo el enfoque de trabajo y la metodología que ha venido aplicando la FNPI desde su creación en 1995, mediante la realización de seminarios y talleres y la publicación de materiales. Se utilizará la denominación e imagen “Encuentros de Periodismo CAF+FNPI” para presentar públicamente la serie anual de talleres y seminarios.

b. **Centro de Memoria del Periodismo Iberoamericano**. Proyecto de recolección de material escrito, visual y sonoro sobre los periodistas, sus trabajos y sus reflexiones acerca del oficio, para su consulta virtual mediante un portal de Internet que también permita interactuar con pe-



Gabriel García Márquez, *presidente FNPI*, Colombia.

riodistas de América Latina para intercambio de experiencias, foros y encuestas en línea, biblioteca virtual, bases de datos, educación en línea y otros servicios.

c. **Escuela-Taller.** Proyecto para brindar a los periodistas una formación integral en condiciones de reproducción de la realidad, a partir de la visión fundacional del maestro García Márquez, quien imaginó los talleres como “los simuladores de las escuelas de aviación, que reproducen todos los incidentes del vuelo para que los estudiantes aprendan a sortear las catástrofes antes de la que las encuentren de verdad atravesadas en la vida”.

d. **Desarrollo organizacional.** La CAF estudiará alternativas de apoyo al proceso de fortalecimiento institucional emprendido por la FNPI con miras a asegurar en el largo plazo la sostenibilidad e impacto de sus programas de formación y desarrollo profesional de periodistas y de búsqueda de la calidad periodística.

SEGUNDA: (Acuerdos específicos) Las modalidades de colaboración entre la CAF y la FNPI para adelantar individualmente los proyectos y actividades a que se refiere la cláusula primera, serán definidas mediante acuerdos específicos, en los que se precisarán las características particulares, metas y acciones; mecanismos de apoyo y formas de ejecución; presupuestos, costos y aportes.

TERCERA: (Coordinación) Las partes designan los siguientes responsables de la coordinación general de los proyectos y actividades del presente convenio de colaboración: por parte de la CAF, el Director de Secretaría y Comunicaciones Corporativas; por parte de la FNPI, el/la Coordinador(a) de Programas. Las partes realizarán por lo menos una reunión al año con la finalidad de acordar planes de acción, evaluar la marcha del convenio, corregir sus deficiencias y afianzar su desarrollo.

CUARTA: (Responsabilidad patronal) La CAF y la FNPI declaran bajo protesta de decir verdad y en forma recíproca, que no realizan trabajos exclusivamente el uno para el otro ni es éste



Enrique García, *presidente ejecutivo CAF, Bolivia*

su principal fuente de ingresos y en vista de que operan independientemente y disponen de los elementos propios para llevar a cabo el presente acuerdo, no están subordinados el uno al otro, ni su personal respectivo tampoco está bajo su dirección o dependencia.

QUINTA: (Confidencialidad) Ambas partes se obligan a adoptar las medidas necesarias y procedentes a efectos de exigir a su personal la máxima discreción y secreto profesional con respecto a cualquier información propia de la CAF o la FNPI sobre la que lleguen a tener acceso con motivo del presente convenio. Asimismo se comprometen a no publicar ni divulgar ningún dato que se considere confidencial excepto bajo el permiso escrito de la contraparte.

SEXTA: (Duración y terminación anticipada) El presente convenio iniciará su vigencia a partir de la fecha de firma y tendrá una duración de tres años. Se renovará por períodos iguales en forma automática, salvo petición en contrario de una de las partes con por lo menos tres (3) meses de antelación.

Cualquiera de las partes podrá solicitar la terminación anticipada de este convenio con una anticipación suficiente para concluir los compromisos adquiridos mediante los acuerdos específicos, que en todo caso no será menor a los tres (3) meses.

Leído este convenio por las partes, lo ratifican y firman en duplicado en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, México, a los 28 días del mes de agosto de 2006.

FNPI

Gabriel García Márquez
Presidente

Jaime Abello Banfi
Director

CAF

Enrique García Rodríguez
Presidente Ejecutivo

José Luis Ramírez
Director de Secretaría y
Comunicaciones Corporativas

Anexo 4

Encuentros de Periodismo CAF+FNPI

Para impulsar el periodismo iberoamericano y promover los valores éticos en el ejercicio del oficio

Desde el año 2003 la Corporación Andina de Fomento (CAF) y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) unieron esfuerzos, a través de la firma de un convenio marco de colaboración por parte de Enrique García, presidente ejecutivo de la CAF y Gabriel García Márquez, presidente de la FNPI, para adelantar proyectos y actividades con el propósito de estimular el profesionalismo, la independencia y la responsabilidad en la práctica del periodismo en los países de Iberoamérica. En este contexto surge el programa conjunto.

Encuentros de Periodismo CAF + FNPI, con una programación anual que contempla en promedio cuatro talleres y cuatro foros que se realizan en diferentes ciudades de la región, con la participación de 180 reporteros, editores, jefes de redacción y directores de medios de comunicación. Adicionalmente, se realizan otras actividades tendientes a estimular la calidad y ética en el ejercicio periodístico, incluyendo publicaciones –colección Periodistas Siglo XXI de la CAF– que recogen, entre otros contenidos, las memorias de los seminarios sobre calidad periodística que se realizan cada

año en Monterrey con la presencia de Gabriel García Márquez.

La CAF es una institución financiera multilateral que apoya el desarrollo sostenible de sus países accionistas y la integración regional hace más de 35 años, con un genuino interés por elevar la competitividad y promover la gobernabilidad de la región. Es por esto que para la Corporación es clave un mejor desarrollo de los medios de comunicación y de sus periodistas, y por eso genera los espacios para debatir temas que forman parte de la agenda regional, así como para intercambiar experiencias y opiniones periodísticas.

La FNPI es un centro internacional dedicado a la formación y desarrollo profesional de periodistas, con sede en Cartagena de Indias, Colombia. La Fundación se gestó en 1994 por iniciativa del periodista y escritor Gabriel García Márquez, con la idea de hacer talleres en los que veteranos del periodismo discutirían con jóvenes reporteros acerca de la carpintería del oficio, en jornadas más parecidas a una tertulia de amigos que a las clases formales de la universidad.

Este libro se terminó
de imprimir en febrero de 2007
en Caracas – Venezuela
La presente edición consta
de 1.000 ejemplares