



COLECCIÓN
PERIODISTAS
XXI
siglo
Espacios para el Debate Creador

El futuro del periodismo y el desarrollo profesional de los periodistas de América Latina

Memorias del seminario convocado por
La CAF y la Fundación Nuevo Periodismo
Iberoamericano.
Cartagena de Indias, Colombia.
25 de junio de 2005.



El futuro del periodismo y el desarrollo profesional de los periodistas de América Latina

Memorias del seminario convocado por
la CAF y la Fundación Nuevo Periodismo
Iberoamericano.
Cartagena de Indias, Colombia.
25 de junio de 2005.



nuevo
periodismo años

***El futuro del periodismo y el
desarrollo profesional de los
periodistas de América Latina***

Depósito legal: If74320040702370

ISBN: 980-12-0876-7

El material de este libro es producto de las intervenciones de periodistas de América y Europa, maestros de la FNPI, jurados del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI, talleristas de los Encuentros de Periodismo CAF+FNPI, directivos y representantes de los organizadores y patrocinadores, e invitados especiales que participaron en el seminario El Futuro del Periodismo y el Desarrollo Profesional de los Periodistas de América Latina. El evento tuvo lugar en el Claustro de Santo Domingo de Cartagena, Colombia, el 25 de junio de 2005, y fue organizado por la Corporación Andina de Fomento (CAF) y la FNPI, en asocio con CEMEX. Contó con el patrocinio de Unión FENOSA y el Sr. Julio Mario Santo Domingo, y el apoyo del Centro de Formación de la Cooperación Española y el Premio de Periodismo Simón Bolívar.

**Coordinación y producción editorial:
Unidad de Comunicaciones y Publicaciones
de la CAF y la FNPI**

publicaciones@caf.com

editorial@fnpi.org

Edición de transcripción: Mauricio Gaviria Carvajal

Fotografías: Gonzalo Martínez

Diseño gráfico: 72 dpi

Caracas, Venezuela – junio de 2006

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

© Corporación Andina de Fomento (CAF)

© Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)

Contenido

Instalación

Palabras de saludo 05

Jaime Abello Banfi, director ejecutivo de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano; José Roberto Piqueras, director de la Agencia Española de Cooperación Internacional; José Manuel Velasco, director de Comunicación de Unión Fenosa; María Clara Avilán, directora de Comunicación de Cemex Colombia, José Luis Ramírez, director de Secretaría y Comunicaciones Corporativas de la CAF.

La reflexión desde la FNPI 17

Jaime Abello Banfi; Germán Rey, miembro del Consejo Rector de la FNPI.

Primera sesión

Los medios y los lenguajes 31

Del periódico a internet

El impacto de internet sobre los modos de hacer periodismo y la producción de periodismo de calidad.

Moderador: Jaime Abello Banfi.

Expositores: Rosental Calmon Alves, director del *Knight Center for Journalism in the Americas* (Brasil); Jean François Fogel, maestro de la FNPI y asesor de *Le Monde Interactif* (Francia); Francis Pisani, periodista independiente, maestro de la FNPI (Francia).

Otras prácticas periodísticas 43

Las perspectivas del trabajo periodístico en fotoperiodismo, televisión, radio y agencias de prensa. Una agenda formativa por expandir.

Moderador: Héctor Feliciano, periodista independiente, maestro de la FNPI (Puerto Rico).

Expositores: Stephen Ferry, fotógrafo independiente y maestro de la FNPI (EEUU); Darío Fernando Patiño, director de noticias del *Canal Caracol* (Colombia); Alex Grijelmo, presidente de la *Agencia EFE* (España).

Preguntas y comentarios 54

Segunda sesión

Una agenda que se mueve 59

Comprender para informar

Emergen nuevos temas que requieren nuevas competencias informativas. La realidad compleja y cambiante de nuestros países, a veces peligrosa para el oficio, exige nuevas categorías conceptuales. Talleristas de la FNPI hablan de nuevos enfoques para el oficio y los procesos de formación.

Moderador: Sergio Dahbar, editor adjunto de *El Nacional* (Venezuela).

Expositores: Juanita León, periodista de la revista *Semana* (Colombia); Cristian Alarcón, periodista de *Página/12* (Argentina) y Luis Miguel González, periodista de diario *Público* (México).

Preguntas y comentarios 63

Centro de Memoria del Periodismo 69

Un proyecto de la FNPI y la CAF para el aprovechamiento de un amplio flujo de información generada en la FNPI. Presentación de una idea para la sociedad, el periodismo y los periodistas.

Expositores: Germán Rey (Colombia), miembro del Consejo Rector de la FNPI y Alberto Abello Vives (Colombia), miembro de la Junta Directiva de la FNPI.

Cierre 77

Tomás Eloy Martínez (Argentina), escritor y maestro de la FNPI.

Biografías de los participantes 81

Instalación

Palabras de saludo



José Roberto Piqueras, *director Agencia Española de Cooperación Internacional*, España.

José Manuel Velasco, *director de comunicación Unión Fenosa*, España.

Jaime Abello, *director ejecutivo FNPI*, Colombia.

José Luis Ramírez, *director de Secretaría y Comunicaciones Corporativas CAF*, Colombia.

María Clara Avilán, *directora de Comunicaciones Cemex*, Colombia.

Instalación

Palabras de saludo

Jaime Abello Banfi

Bienvenidos todos a nuestro seminario sobre el futuro del periodismo y el desarrollo profesional de los periodistas de América Latina. Hace diez años celebramos la primera de las reuniones de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano en La Casa de España, la antigua sede de este Centro Iberoamericano de Formación de la Cooperación Española. Allí mismo habíamos tenido, meses antes, una reunión de planeación presidida por Tomás Eloy Martínez y Gabriel García Márquez, y con la participación de algunos de los aquí presentes como José Salgar, Ana Lucía Duque, Germán Mendoza, y Raymundo Alvarado. Por eso tiene mucho significado que esta reunión, que pretende reflexionar sobre el futuro del periodismo y los derroteros que deben seguir las organizaciones comprometidas con la formación y el desarrollo profesional, se haga justo en esta sede, en el Salón del Rey del bello Claustro de Santo Domingo. Con esto quería dar inicio a la secuencia de palabras de bienvenida que van a dar José Roberto Piqueras, director de este centro; José Manuel Velasco, director de Comunicaciones del Grupo Unión Fenosa; María Clara Avilán, directora de Comunicaciones de Cemex Colombia, quien representa una empresa que desde hace ya siete años ha estado íntimamente ligada a la Fundación, y quien también ha venido a dar un saludo especial a los jurados de las categorías Internet y Radio,

del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI y a los conferencistas que van a Bogotá al encuentro¹ que tendremos el 28 de junio.

También hablará el muy querido y entusiasta José Luis Ramírez, director de Secretaría Comunicaciones Corporativas de la Corporación Andina de Fomento CAF, el organismo multilateral de los países de América Latina para el financiamiento del desarrollo que ha entendido que promover el buen periodismo es fundamental para la democracia y el desarrollo de América Latina. La CAF es un socio con quien compartimos intereses, se ha compenetrado con todos los programas que organizamos y nos ha apoyado a fondo. Como periodista, José Luis siente las ideas y las propuestas que hacemos.

Agradezco toda su compañía, su solidaridad, y extendiendo el mensaje también al señor Julio Mario Santo Domingo, empresario conocidísimo de Colombia, quien no está presente pero que ha hecho su aporte a título personal y se ha convertido en donante muy importante de la Fundación. También quiero destacar el apoyo que nos brindó de manera especial el Premio de Periodismo Simón Bolívar, a través de su secretaria ejecutiva, Ivonne Nichols.

Comenzamos con el programa dándole la palabra a José Roberto.

1 Conferencia *¿Hacia dónde va el periodismo?: responden los maestros*. Auditorio de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, 28 de junio de 2005. (N.E.)

José Roberto Piqueras

A nombre de la Embajada de España en Colombia y de la Agencia Española de Cooperación Internacional, les doy una bienvenida muy cordial a Cartagena y por supuesto al Claustro de Santo Domingo, sede actual del Centro de Formación de la Cooperación Española en esta ciudad. Para nosotros es un placer vincularnos de alguna manera a esta celebración de los diez años de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, cuyas primeras reuniones, como recordaba Jaime, se efectuaron en nuestra sede anterior de la calle Don Sancho, no muy lejos de aquí. Diez años después, nos hemos reencontrado, tenemos varios proyectos en común y vemos cómo ambas instituciones han crecido. Este centro de formación, además de la belleza de su entorno y de los bellos muros centenarios que nos acogen después de una labor de restauración y rehabilitación que duró cuatro años, abre sus puertas para desarrollar una agenda de más de cien actividades iberoamericanas en el curso de este año 2005; lo que representará el paso por sus aulas de más de tres mil funcionarios expertos y técnicos de las administraciones iberoamericanas. Desde aquí queremos hacer una apuesta por el fomento de la educación especializada y por la transmisión de conocimiento técnico, apoyándonos en la convicción de que el esfuerzo a favor de la cooperación educativa científica

José Manuel Velasco

Gracias a Jaime y a la Fundación por brindarnos la oportunidad de participar en este seminario de periodismo tan relevante para Cartagena y para el fu-

y técnica es el mejor instrumento para conseguir el desarrollo duradero de los pueblos y para garantizar valores como la libertad, la justicia, la convivencia, el bienestar, la seguridad y la paz. La inversión en recursos humanos especializados constituye una herramienta esencial para el progreso y la mejora del entorno aunque los conocimientos adquiridos serán aplicados. Creemos que de esta forma contribuimos al crecimiento económico y al fortalecimiento de las instituciones democráticas de los países de la región. Paralelamente, y no menos importante, desarrollamos actividades de carácter local y cultural.

Quiero felicitar a la Fundación por su intenso trabajo durante estos diez años y augurarles muchos más de éxito en su empeño por trabajar en la formación de periodistas y en la búsqueda de la calidad de los medios. Felicito muy cordialmente a Jaime Abello como Director y a todo su excepcional equipo, gente magnífica que hace muy bien su trabajo.

Los invito a que disfruten, además del Claustro de Santo Domingo, a Cartagena de Indias, ciudad magnífica que nos acoge y nos ofrece un marco espectacular para el desarrollo de estas actividades que al final lo que pretenden es una verdadera integración entre todos nosotros. Espero que se cumplan los objetivos que los reúnen.

turo de la profesión. Si la Cooperación Española les daba la bienvenida al Centro, yo les tengo que dar la bienvenida a un territorio de distribución eléctrica de

Unión Fenosa. Tenemos tres millones de clientes en Colombia, y un millón ochocientos mil se concentran en los siete departamentos de la Costa. Nosotros estamos comprometidos con el desarrollo de la red de distribución de energía en la región, en estos momentos la calidad no es suficiente, por eso tenemos que mejorar para contribuir a ese desarrollo.

En esta oportunidad que me brinda la Fundación quiero exponer brevemente dos reflexiones. La primera se refiere al mundo de la energía, y la segunda al mundo del periodismo y la empresa. En el mundo hay mil doscientos millones de personas que no tienen acceso a agua potable, y dos mil millones de personas, un tercio de la humanidad, que no están conectadas a una red de distribución eléctrica. Según algunas encuestas globales, el segundo elemento de bienestar para las personas después de la alimentación, es la energía, lo que la convierte en elemento básico no sólo para el bienestar sino también para el desarrollo de las personas, y es una energía que está muy mal distribuida. Con menos de 400 millones de personas, Estados Unidos y Canadá consumen diez veces la energía que consume todo África y tres veces lo que consume América Latina, así que hay un reto importante en cuanto a sostenibilidad en el desarrollo de la energía, básica para el desarrollo de las sociedades. Ése es el compromiso y el negocio, de momento mal negocio, que nosotros tenemos en la Costa Atlántica colombiana y que estamos dispuestos a mantener y a soportar.

La segunda reflexión, también muy breve, es acerca de la importancia que la comunicación tiene para el

ejercicio de la gestión empresarial. Hoy, en buena medida, las empresas son entes de comunicación. Más allá de gestionar información, gestionamos las relaciones con distintos grupos que tienen intereses en el desarrollo, en la evolución de la organización desde los inversores hasta el entorno social donde se produce nuestra actividad. Esto aún más en el caso de la energía eléctrica, donde no sólo tenemos muchos clientes sino que nuestra actividad impacta en un entorno tremendamente importante desde el punto de vista demográfico y económico.

Necesitamos que nuestros mensajes lleguen a través de los medios, pero necesitamos que ellos, en el ejercicio de su responsabilidad, interpreten esos mensajes, los avalen o incluso los censuren. Creo que uno de los grandes retos de los medios de comunicación en los próximos años es ordenar ese mundo de relaciones que se está conformando ya no entre periodistas y responsables de comunicación, sino entre las empresas periodísticas y las empresas de todo orden que funcionan en la economía global. Nosotros no entendemos la relación con los medios de comunicación en un sentido utilitarista, lo que buscamos es que, en el ejercicio de nuestra actividad, los medios nos den el aval de legitimidad, de lo contrario estaremos consiguiendo una censura, un ogro del que es evidente intentamos huir en todo momento. Por eso en Unión Fenosa estamos encantados de participar en un seminario que puede ayudar a discernir algunos de los misterios que ahora mismo entraña esa relación entre empresas y periodistas y empresas periodísticas.

Para terminar, una anécdota muy rápida: yo tuve un jefe que cuando tenía un problema periodístico siempre me preguntaba lo mismo: ¿el problema es de diseño o es de dinero? Si el problema era de diseño, me decía, tiene mala solución. Si es de dinero... entre

empresas nos entendemos. Ese debate tiene que trascender al ejercicio de la relación comercial entre empresas y profundizar en la relación periodística, que es lo que buscamos algunos representantes de las empresas.

María Clara Avilán

A nombre no sólo de Cemex Colombia sino de Cemex Internacional quiero agradecer el honor que nos ofrecen al estar aquí presentes. Como bien mencionó Jaime, la relación entre Cemex y la Fundación tiene varios años y esperamos que siga muchos años más hacia delante. Además de agradecer esa oportunidad, queremos invitarlos a promover, a partir de estas charlas y conferencias, los principios de calidad periodística que rigen el Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI. Creemos que aquello está generando grandes aportes tanto para los jurados como para los participantes, pues los ayuda a reflexionar. También quisiera agradecer a la CAF porque ha sido un aliado permanente de Cemex durante la realización de los talleres y las deliberaciones que se hacen en Monterrey² y que comienzan desde aquí. A los jurados, mucha suerte; es una gran responsabilidad definir los ganadores entre tantos trabajos postulados.

Agradezco también a Unión Fenosa, al Sr. Julio Mario Santo Domingo y a la Agencia de Cooperación Española porque éste es un esfuerzo conjunto. Yo creo que es muy importante que estas deliberaciones y reflexiones se den y tratar de dar un primer paso en la parte más jurista, que es lo que yo siento que hace la Fundación, lo que para nosotros tiene un aporte que no se mide en términos de ningún impacto hacia los medios, sino en términos de lo que va ser el futuro del periodismo en América Latina.

Por último, quisiéramos invitarlos al evento que realizaremos esta semana en honor a los diez años de la Fundación, evento en el que la gente tiene una gran expectativa, pocas veces se tiene la oportunidad de tener a varios de los maestros de la Fundación reunidos y de escuchar sus reflexiones. Además de estudiantes, directores de medios, reporteros y periodistas de Bogotá, vendrá también gente de otros países de América Latina, de Nicaragua, Venezuela, Argentina, México y otros.

² La ceremonia de entrega del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI se celebra cada año en Monterrey, México. Este evento está precedido por un seminario sobre calidad periodística. (N.E.)

José Luis Ramírez

Quiero transmitirles, en primer lugar, un saludo muy especial de parte del presidente ejecutivo de la CAF, Enrique García, quien le envía por supuesto, su felicitación muy especial a la Fundación en estos diez años. Voy a comentarles dos breves anécdotas. La primera: hace cinco años, cuando la CAF cumplía sus 30 años de existencia, se hizo un evento periodístico en Caracas para hablar del tema de medios de comunicación e integración. El querido Miguel Ángel Bastenier planteaba ese día frente a los periodistas algo que a mí me impactó mucho: decía que, con mucha frecuencia, los periodistas de la región obtenían información de *El País* de España sobre la realidad política, económica o social de sus países vecinos. Él decía que para él era motivo de orgullo que su periódico fuera el referente de lo que sucedía en Latinoamérica, pero que le preocupaba profundamente ver cómo nuestros periodistas, en vez de comunicarse con sus colegas de los medios latinoamericanos, suramericanos, acudían a un diario de España para buscar información. Lo que él dijo sentaba un reto bastante grande: superar los desencuentros de una región donde deberíamos tener muchos más encuentros a nivel periodístico.

Y la segunda anécdota: el año pasado en el evento de Monterrey³, se dijo que en donde menos se habla de periodismo es en las salas de redacción. Los afanes del día a día no permiten que los periodistas se sienten a

dialogar, a intercambiar ideas, a pensar y repensar este hermoso oficio como lo llama el maestro Gabo.

Hago mención a estos dos hechos, en primer lugar, para decirles que desde hace cinco años la CAF ha estado directamente involucrada con repensar el tema periodístico, y en segundo lugar, porque hemos encontrado respuesta a buena parte de estos interrogantes que estoy mencionando gracias a la labor que hemos hecho con la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

De la mano de los mejores maestros, la Fundación está uniendo y entrelazando las redes de los periodistas, decía Sergio Dahbar que lo que teníamos era un equipo galáctico del periodismo, el *dream team*, lo cual es sumamente grato. Cuando tuvimos un encuentro con Jaime hace tres o cuatro años en Caracas, en una actividad periodística, la sinergia que hubo entre las dos instituciones fue inmediata, nosotros en la CAF teníamos el deseo de apoyar las actividades en beneficio del periodismo de calidad, y allí estaba la Fundación llevando a cabo, con la seriedad que la caracteriza, uno de sus talleres. Por eso es muy grato estar aquí en estos diez años de la Fundación, que coincide con la celebración de los 35 de la CAF.

Quiero dar una muy especial felicitación a Jaime y a todo su excelente equipo, que es una familia ya no de colegas, sino de amigos. Este año llegaremos a realizar unos nueve o diez eventos conjuntamente. Y hoy,

3 Seminario *La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional*. Monterrey, México, 30-31 de agosto de 2004. Las memorias de este evento se pueden descargar en PDF de las páginas de la CAF, www.caf.com, y FNPI, www.fnpi.org. (N.E.)

al final del día, Alberto Abello y Jaime Abello hablarán de otro campo de acción en el que la CAF y la Fundación comenzarán a trabajar.

La Fundación no ha estado sola en esta actividad, y tiene también unos aliados estratégicos que definitivamente han sido un pilar fundamental, como Cemex. María Clara lo decía, y nosotros también nos sentimos muy orgullosos de estar colaborando activa y muy cercanamente junto con Cemex y las nuevas instituciones que se están vinculando, es el caso de Unión Fenosa, la Agencia Española de Cooperación Internacional y del señor Julio Mario Santodomingo.

Jaime Abello

Muchas gracias. Para una institución como la nuestra es motivo de orgullo contar con los aliados institucionales que tiene. No sólo por su calidez humana y el apoyo generoso que brindan a nuestros programas, sino por la manera como han respetado la autonomía institucional de la Fundación para concebir, diseñar y desarrollar sus programas. Siempre hemos trabajado sobre la base de promover un periodismo que afirma valores éticos, que ustedes comparten, y que tienen que ver con la búsqueda de la verdad, con la independencia y con la responsabilidad. Realmente, debo decirlo, ese es uno de los principales activos que tenemos: un apoyo a la vez entusiasta y respetuoso.

Ahora quiero pedirles que revisemos el programa de esta reunión cuyo objetivo dice así: “el propósito de este encuentro es reflexionar sobre los retos que

Para terminar y dejar el espacio para que sean ustedes los asistentes quienes hagan uso de la palabra, quiero reiterar un muy especial saludo y una muy especial felicitación a Jaime Abello, quien realmente ha sido el artífice de toda esta actividad. Agradecer también el apoyo constante y permanente de los maestros que hoy nos acompañan, e invitar a los talleristas, que también hoy nos acompañan, a que sigan aprovechándolos en su actividad diaria para que este nuevo periodismo sea una realidad.

implica la formación de periodistas en los próximos diez años”. Todas las intervenciones de los participantes, dentro de su ámbito de conocimiento, intereses y acción profesional deberán enfocarse a contestar la pregunta central: ¿cuáles son las habilidades y competencias que los periodistas necesitarán en los próximos diez años y qué deben tratar de fortalecer las entidades comprometidas con la promoción del periodismo de calidad en América Latina a través de programas que sean pertinentes y efectivos?

Tendremos debates en mesa redonda precedidos por un panel. Cada panel tendrá unos tres o cuatro ponentes y sus intervenciones gozarán de entre 10 y 15 minutos como máximo. La idea después de cada panel es que haya mucha participación, este es un grupo en el cual todos tienen mucho que aportar.

Igualmente pedimos que esas contribuciones individuales sean breves, precisas y orientadas a generar propuestas concretas.

Haremos una relatoría de la reunión y quiero decirles que no hay una condición *off de record*, de tal manera que todo lo que se diga aquí puede ser publicado sin restricciones, el que tenga algo que decir y no quiera que se sepa, tiene que pedirlo expresamente, eso puede ocurrir. La información que surja de este encuentro puede ser emitida a través de un comunica-

Asistentes:

- Soy Rosental Calmon Alves, profesor de periodismo en la Universidad de Texas en Austin, soy de Brasil.
- Jon Lee Anderson, de Estados Unidos, reportero para la revista *New Yorker*.
- Soy Jean François Fogel, de Francia, participé en la concepción del sitio de internet de *Le Monde* y soy asesor del diario.
- Stephen Ferry, soy reportero gráfico de los Estados Unidos.
- Tomás Eloy Martínez, soy periodista retirado.
- Soy Gabriela Esquivada, de Argentina, colaboro con la edición de los libros de la Colección Nuevo Periodismo, de la Fundación y el Fondo de Cultura Económica.
- Javier Darío Restrepo, hablo de ética todo el tiempo.
- Sergio Muñoz Bata, soy de México pero vivo en Estados Unidos y escribo para *Los Angeles Times*.
- Guillermo Franco, colombiano, editor de *eltiempo.com*.

do de la Fundación con las conclusiones, o puede ser utilizada por cualquiera de ustedes.

Antes de entrar a la primera parte, que llevaremos Germán Rey y yo, quiero pedir que todos nos presentemos rápidamente, sin ahondar en explicaciones, simplemente sus nombres, su *número de serie*, como dice aquí José Luis. Entre quienes se presenten, habrá maestros de la Fundación, que se presentarán como reporteros o editores.

- Luis Miguel González, periodista de Guadalajara, México.
- Cristian Alarcón, soy cronista y vivo en Buenos Aires y soy tallerista de la Fundación.
- Nathalie Gerbasi, periodista, coordinadora de Comunicaciones de la CAF.



Jon Lee Anderson, Jean François Fogel y Stephen Ferry.



Joaquín Estefanía, Francis Pisani, Alberto Abello, Alma Guillermoprieto y Jaime García.



Panorámica del salón del claustro.

- Pancho Tristán, periodista, trabajo en el departamento de comunicación de Unión Fenosa.
- Germán Rey, trabajo en la *Casa Editorial El Tiempo* como asesor de la Dirección de Responsabilidad Social.
- Ana Lucía Duque, soy de Colombia, dirijo la escuela de periodismo de *El Tiempo*.
- Yo soy Yolanda Pupo de Mogollón, de Cartagena, pertenezco a la Junta Directiva de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y represento a las señoras que leen el periódico.
- Soy Sergio Dahbar, editor adjunto del periódico *El Nacional*, de Venezuela.
- Soy Ricardo Corredor, hasta diciembre de 2004 fui coordinador de Proyectos de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Juanita León, periodista de la revista *Semana*.
- María Fernanda Márquez, coordinadora del *Proyecto Antonio Nariño*.
- Wendy Arenas, directora de la Dirección de Responsabilidad Social de *Casa Editorial El Tiempo*.
- Eva Durán, periodista independiente de Barranquilla, Colombia.
- Ariel Castillo, estudiante de Literatura.
- Sara Marcela Bozzi, directora de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.
- Juan Manuel Buelvas, de Colombia, productor de televisión y periodista.
- Alejandra Otero, periodista del diario *El Nacional*, de Venezuela.
- María Elvira Samper, editora de la revista *Cambio* de Colombia.
- Soy Darío Fernando Patiño, director de noticias del *Canal Caracol*.
- María Jimena Duzán, columnista del diario *El Tiempo*.
- Yo soy Vladdo, caricaturista colombiano.

- Vasco Szinetar, fotógrafo del diario *El Nacional* de Venezuela.
- Albor Rodríguez, gerente editorial de *El Nacional*.
- Ilva Chogó, coordinadora de Comunicaciones del Parque Cultural del Caribe.
- Patricio García, siquiatra, profesor universitario y aprendiz de periodismo médico científico.
- Jaime García, subdirector ejecutivo, Fundación Nuevo Periodismo.
- Flavio Vargas, asistente del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI.
- Ramón Baca, escribo en *El Heraldo*.
- Carlos Castillo, soy del *Observatorio de la Prensa* de Brasil.
- Donna De Cesare, de los Estados Unidos, soy reportera gráfica y también profesora de fotoperiodismo en la Universidad de Texas, en Austin.
- Jorge García Usta, periodista independiente de Cartagena.
- Germán Mendoza, subdirector del diario *El Universal* de Cartagena.
- José Salgar, de Colombia, un poco más de 70 años en un solo periódico: *El Espectador*.
- Margarita Márquez, soy periodista y trabajo directamente con Gabriel García Márquez.
- Héctor Feliciano, soy periodista, maestro de la Fundación Nuevo Periodismo.
- José Luis Novoa, reportero y coordinador general de Programas de la Fundación.
- Daniel Santoro, soy editor del equipo de investigación del *Clarín* y maestro de la Fundación.
- Martín Caparrós, soy todo lo periodista independiente que puedo en Argentina.
- Joaquín Estefanía, periodista, Escuela de Periodismo de *El País*, España.
- Alex Grijelmo, periodista y circunstancialmente presidente de la *Agencia EFE*.
- Francis Pisani, periodista independiente que habla de tecnología tanto como Javier Darío habla de ética.
- Alberto Abello, soy del territorio que aún es de Colombia, miembro del Consejo Directivo de la Fundación Nuevo Periodismo.
- Alma Guillermoprieto, escribo para el *New Yorker* y para el *New York Preview*, y soy maestra de la Fundación.



Héctor Feliciano, Margarita Márquez y José Salgar.

Jaime Abello

Muy bien, esto es un juego, cada uno aquí se ha presentado de la manera más simple posible, pero tenemos una biografía completa que especifica la trayectoria, los premios que han ganado, si son profesores o

si son directores de medios, quiénes son talleristas y quiénes maestros de la Fundación, etc. Con esto terminamos el momento de saludo y vamos a dar paso a la siguiente sección que llevaremos Germán Rey y yo.

La reflexión desde la FNPI



Jaime Abello, *director ejecutivo FNPI*, Colombia.

Germán Rey, *miembro del Consejo Rector de la FNPI*, Colombia.

La reflexión desde la FNPI

Jaime Abello

Ayer celebramos una reunión preparatoria⁴ con un grupo de parte de los aquí presentes en la sede de la Fundación. Ahondamos en una reflexión sobre lo que han sido los diez años de la institución y buscamos las conclusiones que podríamos ir generando para aportarle a esta reunión. De eso se va a encargar Germán Rey. Yo quiero repasar algunas ideas que hemos venido manejando en la Fundación a lo largo de estos años y que pueden no resultar novedosas para algunos de ustedes, pero que me parece necesario mencionar antes de que Germán retome los hilos de la conversación de ayer, como un primer aporte de conclusiones y recomendaciones que se integrarán luego a la relatoría que él va a hacer al final de este seminario.

El año pasado en la asamblea anual de los directivos de la Fundación, nuestro presidente, Gabriel García Márquez, dijo una frase lapidaria: “el mundo se le está escapando al periodismo”. Gabo nos manifestaba su preocupación por la extraordinaria marea de cambios que afectan al periodismo en estos tiempos, mientras que medios y periodistas parecen andar a la saga. La realidad está desbordando la capacidad de los medios informativos, cada día se hace más difícil la pretensión de los periódicos o de los noticieros de televisión de recopilar toda la información relevante y ofrecer a su público un concepto redondo sobre el día del mundo que se vive. Es como si el periodismo quisiera explicar y contar con fórmulas caducadas un

mundo nuevo que está emergiendo y que tiene como partera la dinámica de la globalización. Ante la irrupción de internet como canal de circulación de noticias y opiniones, prensa radio y televisión están replanteando sus modelos de organización empresarial y operación económica, así como la forma de producir noticias. La internet está trastornando las reglas de juego de la práctica y la economía del periodismo, minando al menos, hasta ahora, las bases económicas del periodismo de calidad que todavía es orgullo de los grandes periódicos.

Lo que hace difícil el análisis es que el internet es mucho más que el malo de la película, presenta también una oportunidad a largo plazo para las empresas periodísticas tradicionales como negocio en desarrollo, a corto plazo como herramienta al interior de las redacciones de los diarios, y también como una herramienta de desarrollo periodístico individual.

Un efecto de internet es que ha hecho a los lectores cada vez más desconfiados; con todas las posibilidades de acceso directo a los más diversos flujos de información que permiten comparar versiones, los públicos se hacen cada vez más exigentes y más intolerantes ante la sospecha de parcialidad o de falla humana tan frecuentes en un oficio esencialmente falible. Por poner sólo un ejemplo, un verdadero caso de laboratorio y al que a lo mejor Jean François se referirá, es el de *Le Monde*, que de alguna manera vio minado ese pacto de

⁴ La década que viene. Encuentro de maestros de la FNPI. Cartagena, 24 de junio de 2005.

confianza con el público. Siendo una institución francesa de buena reputación a escala mundial, se vio perjudicada por la publicación de un libro que cuestionaba su arrogancia y supuestas faltas de ética y que generó una serie de ataques posteriores a su credibilidad. Hubo proceso de difamación, las ventas del periódico impreso bajaron, se generaron cambios dentro de la infraestructura; en cambio, *Le Monde Interactif* es una de las operaciones de internet más exitosas del mundo. El periodismo en tiempo real está vendiendo cada vez más suscripciones y publicidad y, aunque no se reconozca abiertamente, está contribuyendo a salvar esa empresa tradicional de periódicos.

El periodismo está en transición una vez más. De oficio de intelectuales en los periódicos partidistas del siglo XIX se pasó a la profesionalización de los medios masivos y comerciales del siglo XX. En cambio, el siglo XXI despunta con los periodistas empujados a convertirse en gestores de contenido multimedia en la era de internet. Del ideal profesional del reportero que investiga o denuncia, o que se sumerge en una región o acontecimiento para contarla luego en magníficos reportajes, estamos pasando la propuesta del *media worker* que debe dominar las tecnologías y lenguaje multimedia, manejar bases de datos, hacer los talleres de periodismo asistido por computador o informar cada vez más en tiempo real.

Pero más allá del desafío de dominar las nuevas técnicas, observamos que el sentido mismo del oficio está cambiando y que todavía, como bien nos lo recuerda don José Salgar constantemente, no sabemos cómo

será el periodismo del futuro. El periodista es cada vez menos el mediador privilegiado y a veces arbitrario entre lo público y los ciudadanos. Hoy en día con todo esto del *e-government*, ya hay muchas veces en que no se necesitan los medios para contar cosas que los ciudadanos tienen que saber sobre la función pública, por ejemplo. La batalla mediática, mientras tanto, se está sofisticando: los poderes políticos, gubernamentales, empresariales y grupos de presión de distinta clase no son ya mera fuente de los reporteros sino productores directos de información, tienen sus propias páginas web y equipos completos de comunicadores buscando persuadir, o bien imponer su versión.

Distintos análisis sobre la agenda de noticias indican que en buena medida esto ya no es un asunto de directores y editores que tratan de interpretar las necesidades del público, sino el resultado de una compleja interacción con intereses parciales o privados. Por su parte, la sociedad civil representada en ONGs; activistas, ligas de usuarios, está interactuando cada vez más con los públicos y los medios. En muchos sentidos, la visibilidad mediática se volvió un asunto de comunicación estratégica y no de interés público general. El panorama mediático se complica con fenómenos diversos como la tendencia en muchos países a una radicalización que siente el debate político, se están viendo casos en América Latina; a la emergencia de fundamentalismos religiosos o laicos, que son interpretados como antítesis de la globalización y que son siempre muy activos en su vigilancia de los medios; a la agresividad del crimen organizado y de los agentes

de la corrupción (en Colombia sabemos de eso); y al avance de nuevas restricciones a las libertades civiles en aras de la lucha contra el terrorismo o la defensa de nuevos modelos de organización política.

En América Latina se manifiestan signos de una demanda creciente de la sociedad civil y de los sistemas políticos por calidad informativa y responsabilidad de medios y periodistas. Son reclamos que han servido también para justificar iniciativas hostiles de regulación estatal que amenazan seriamente la libertad de prensa, como es el caso de las leyes de responsabilidad de contenidos adoptadas en Venezuela e impulsadas en otros países. Y, mencionando a América Latina, es difícil tratar de hacer un estudio comparativo sobre el estado de nuestro periodismo, empezando porque no se cuenta con información de bases. Con Rosental Alves nos hemos propuesto tratar de hacer una primera radiografía general y un primer censo del periodismo latinoamericano, eso no existe hasta el momento.

Entonces no podríamos dar como resultado de nuestra experiencia, una declaración absolutamente basada en datos, pero en cambio sí podemos transmitir algunas conclusiones e impresiones personales del trabajo que iniciamos hace diez años en Cartagena al servicio de los periodistas de todo el continente, con la entusiasta dedicación de un grupo de los mejores periodistas de América Latina, Estados Unidos y

Europa: nuestros maestros que, inspirados por el liderazgo de Gabo, han decidido cada año dedicarle un tiempo muy valioso a los talleres que dictan y mantener todos esos contactos y ese seguimiento personal a las cartas, a las preguntas, y a las inquietudes que les plantean los talleristas mediante las redes que surgen después de los talleres y seminarios.

La Fundación está orgullosa de contarles las cifras que hemos manejado en estos días, luego de este trabajo de diez años: 3.200 reporteros y editores de todos los países han participado en 186 talleres y seminarios organizados por la Fundación en 37 ciudades del continente, la mitad de ellos en nuestra sede aquí en Cartagena, en el centro amurallado. El programa anual de talleres y seminarios es el eje misional pero al lado de eso han surgido otras líneas de trabajo: la publicación de libros, como la Colección Nuevo Periodismo, con la entrega amorosa de su director editorial, Tomás Eloy Martínez, acompañado de Gabriela Esquivada; la colección de publicaciones que tenemos con la CAF y de la cual hoy vamos a hacer el lanzamiento de un nuevo título⁵; el Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI que ya va en su cuarta convocatoria y que ha recibido miles de trabajos en prensa, fotoperiodismo, radio, televisión e internet. Nos enorgullece que José Salgar, ganador del premio 2003 en la modalidad homenaje, nos acompañe en esta ocasión.

5 *La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional*. Memorias del seminario realizado en Monterrey, México, agosto de 2004. Descargue la versión PDF en www.caf.com y www.fnpi.org. (N.E)

Me refiero también a los servicios de la página web de la Fundación, servicios que llamamos de comunidad virtual y dentro de los cuales, sin duda uno de los más activos, es el consultorio ético en línea, que existe gracias a la consagración de Javier Darío Restrepo. El consultorio resuelve cada semana tres casos escogidos entre los muchos que se reciben no sólo desde América latina, sino del mundo entero.

Como dije antes, todo ello es posible gracias a que la Fundación ha logrado conjugar los intereses de los periodistas de América Latina, nuestro primer pilar y a quienes servimos. Hay unas 30.000 personas, de las cuales casi todos son periodistas, conectados o relacionados con nosotros a través de la lista de correos. El segundo pilar es el grupo de maestros, y el tercero son estas empresas e instituciones como las que hoy les dieron la bienvenida, que nos brindan su apoyo y los recursos para hacer posible este trabajo.

En nuestras actividades hemos tratado de seguir la visión que inspiró a nuestro fundador, Gabriel García Márquez. Me refiero a lo eficaz que resulta el método práctico de talleres, en los que los jóvenes reporteros practican, discuten la carpintería del oficio con veteranos del periodismo, en jornadas que son exigentes, que son laboriosas pero que están regidas por el espíritu amable de la tertulia entre colegas y que no se parecen a las clases de la universidad. Buscamos que los talleres no sólo sean útiles sino que sean divertidos, originales, interesantes; que sean como es la vida,

en palabras de Gabriel García Márquez. Como resultado de toda esa experiencia, quiero reafirmar algunos criterios que son cardinales para nosotros y que nos sirven para caracterizar una identidad periodística esencial que vale la pena tratar de mantener. Son desde luego conclusiones provisionales y que estamos siempre sometiendo a crítica y enriqueciendo con experiencias como las que vamos a vivir hoy.

La primera es la vigencia en los valores que fundamentan las reglas básicas del trabajo periodístico, es decir, la ética profesional de búsqueda de la verdad, de rigor en la elaboración de la información, de independencia respecto a los poderes políticos y económicos y las fuentes de información y de responsabilidad, no sólo una noción de interés público general, sino hacia las personas concretas que en un momento dado tienen que ver con la información.

Creemos que la buena fe y que la autoexigencia son condiciones para la exactitud de las noticias. Debo resaltar aquí que el tema de la ética es uno de los temas fundamentales y sobre el que tienen enorme interés los periodistas de América Latina. Lo sentimos a través del consultorio ético, lo sentimos en los talleres, es un tema presente en todos los talleres porque a los maestros siempre les hemos pedido que manejen la ética como un tema transversal. Gabo nos recordó que la ética y la técnica eran inseparables, como el zumbido y el moscardón; en la práctica periodística, en los casos que se plantean en los talleres siempre está el tema ético.

Lo segundo es el tema de la investigación periodística, que es fundamental. Siempre manejamos como una especie de lema, la cita de Gabriel García Márquez que nos recuerda que la investigación no es una especialidad del oficio sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición. Eso es algo que no va a cambiar. El tema de la investigación periodística tiene que ver con la necesidad de profundizar, con la necesidad de ser completos, con la necesidad de ser responsables.

Lo tercero es que hay que estimular la creatividad para desarrollar relatos periodísticos atractivos a partir de la idea de que el periodismo escrito es un género literario y que la crónica y el reportaje son sus formatos nobles para contar las historias que hacen noticia. La gente pide a gritos ser seducida por las buenas historias y esa es otra de las cosas que claramente le interesa a los periodistas de América Latina, no sólo la ética y la investigación, sino también el periodismo narrativo. De allí que hayamos visto en los últimos años el surgimiento, a lo largo y ancho de este continente, de una serie de iniciativas independientes de periodismo narrativo que estuvimos analizando el año pasado en Buenos Aires con Alma Guillermoprieto y con los editores de esas revistas que hace diez años no existían y que ahora conocemos. *Etiqueta Negra, Gatopardo, Soho, El Malpensante, Fibra*, en fin, hay una serie de iniciativas y eso despierta un enorme entusiasmo en el tema del periodismo narrativo.

Una cuarta conclusión es que en medio de la catarsis de información de un mundo globalizado e interconectado, la singularidad que llama la atención, esa banderita roja que hay que sacar, sólo se logra si se ofrece una perspectiva propia. Esto significa agenda propia en la selección de los temas. Eso ha sido siempre fundamental en los talleres de la Fundación: la recomendación por la agenda propia de los medios.

La mirada propia al reportear y la voz propia al narrar e interpretar son dos aspectos que hemos tratado de estimular: el sentido de autor entre los periodistas, que busquen tener una perspectiva propia. Y recordando las paradojas que nos generan todos estos cambios, es muy interesante ver cómo el mismo periodista que trabaja como enviado especial de un medio y que publica en él una información que está filtrada por unos procesos y unas políticas editoriales, eventualmente puede publicar en un *blog* otra visión que tiene matices diferentes frente a la visión “oficial” de su medio; una visión que es más rica, más personal y de perspectiva propia. A nuestro modo de ver eso es una tendencia que claramente se hace cada vez más fundamental.

El periodismo de proximidad es algo que hemos trabajado con Miguel Ángel Bastenier y tiene que ver con el trabajo sobre lo local, un periodismo explicativo que genere realmente un valor del conocimiento y de entendimiento al lector, un periodismo que contextualiza, que en medio de ese océano de información separa la paja del grano y pone las cosas más en claro.

Una quinta conclusión es que en nuestra opinión diríamos que hay una pauta humanista de conducta, esa es una recomendación muy efectiva para los periodistas. Esto significa tener en cuenta al otro. El otro es el lector, el televidente, pero también la persona de la que se está hablando. Se trata entonces de hacer un periodismo que sea útil y relevante pero que no sea complaciente ni esté sometido a las reglas del *marketing*, sino que combine el enfoque de servicio con el respeto al derecho a la información del lector. Todo esto nos invita a la humildad, y a tener una actitud autocrítica permanente necesaria para sellar discretamente el buen trabajo periodístico.

Otra conclusión es que definitivamente éste es un oficio de vocación porque es mal remunerado y además es peligroso en muchas partes. Sin vocación y sin pasión es difícil asumir los riesgos que entraña la práctica periodística, sobre todo en los países de América Latina en donde todos los Estados reconocen y garantizan formalmente la libertad de expresión, pero sólo en pocos existe la suficiente fortaleza y capacidad para hacer valer la ley ante quienes amenazan a la prensa: los corruptos, los grupos armados o militares que eventualmente, como ha ocurrido en Colombia, se convierten en una amenaza de los periodistas.

Todo lo anterior se traduce en que concebimos a los buenos periodistas como trabajadores intelectuales, de mentalidad independiente que, para dar lo mejor de sí, requieren de un ambiente empresarial y de un contexto social en que se respire con libertad y se busque la

transparencia que hoy se le reclama a todos los sectores empresariales, incluidas las empresas de medios.

Tratamos de inspirar en los periodistas la ambición de dominar ciertos temas como especialistas, de que su nombre y su firma sean reconocidos y respetados, que aspiren a convertirse en autores y no que se limiten a construir mecánicamente una línea de montaje editorial y a protestar en voz baja por la falta de apoyo de sus jefes. Muchas veces, lo hemos dicho antes, las empresas dejan fugar este valor agregado individual y obligan al periodista a buscar otros formatos como el libro para desplegar sus intereses y aspiraciones.

Aunque insistimos en que el periodista debe aprender a “vender” el tema al editor, también insistimos en que debe pensar en la alternativa, como dice Ryszard Kapuscinski, de atender las obligaciones informativas del día a día y por otro lado aplicar la voluntad de investigar y narrar sus proyectos personales.

Yo personalmente he escuchado de muchísimos periodistas, son miles, su desahogo y su frustración respecto a los medios y respecto a sus jefes. He encontrado muchos jóvenes talentosos y bien intencionados que se sienten muy mal en las empresas periodísticas. Por ello siempre hemos hecho un llamado a los líderes de esas empresas diciéndoles que ganarán mucho si sitúan en un lugar más alto de sus prioridades el aprovechamiento del capital intelectual de sus periodistas, y eso implica respetar su dignidad, comprender su necesidad de autonomía, e incentivar mediante oportunidades de formación y capacitación continua a los periodistas. Y

eso por supuesto se extiende a la remuneración, porque si la plata no es lo que mueve o retiene a los buenos periodistas, tampoco cabe duda de que los malos salarios y la carencia de presupuestos para salir a buscar las noticias sí son un camino seguro para el mal periodismo y eventualmente para la corrupción.

El reto es buscar más calidad con independencia, por ello le decimos a las empresas periodísticas que les conviene ver más a los periodistas como aliados. Yo le explicaba el otro día en El Salvador al dueño de una empresa, no periodística, que éstas deben tratar a los periodistas no como empleados sujetos a la subordinación, sino como consultores externos. Para que usted entienda —le dije—, el periodista debe ser como un consultor al que usted le compra su experiencia y sus ideas y con el que se pone de acuerdo para que trabajen juntos, pero no debe esperar que sea una persona que le obedezca incondicionalmente.

Otra conclusión es que la calidad periodística no depende sólo de los periodistas. Hay cuatro actores en lo que hemos llamado el mapa de calidad periodística. En él están, por supuesto, las empresas periodísticas, organizaciones que tienen intereses, afanes, y problemas. Reconocemos que la percepción del propietario de la empresa o su máximo ejecutivo es distinta a la del director periodístico, que hace parte de la empresa pero al mismo tiempo tiene que estar en interacción con los periodistas. Ahí hay un primer conjunto de actores.

Un segundo conjunto son las fuentes, ya lo dije antes: la relación con las fuentes hace que hoy en día ellas sean productoras de información y esa interacción es

fundamental para entender los procesos de calidad periodística. El periodista al fin y al cabo no trabaja solo, trabaja con fuentes. Hace un momento, José Manuel Velasco hablaba de la visión con la que Unión FENOSA, como fuente de información, asume esas relaciones. Pero no todo el mundo piensa igual: así como algunos tratan de recibir, como dijo él, la interpretación o la censura, también hay quienes tratan de imponer. El tema de las fuentes es cada vez más complejo y más relevante para entender los procesos de calidad periodística. El tercer actor es la sociedad civil, cada vez más activa. Francis Pisani dice que en internet están surgiendo muchas manifestaciones de periodismo ciudadano, que se parece mucho al periodismo; sus fronteras son borrosas o difíciles de establecer frente al periodismo tradicional.

Y el cuarto actor son los periodistas. Sabemos que periodistas y editores son del mismo bando pero no necesariamente tienen la misma sensibilidad. Muchas veces hemos visto cómo un buen periodista, sin tener las herramientas, se convierte en editor, y también hemos visto cómo ese editor termina en sándwich: entre su base profesional y la empresa periodística. Así como la Fundación trabaja del lado de los periodistas, de los editores, y acompaña a las empresas de medios, sería deseable que hubiera iniciativas de trabajo con los otros actores, como el de las fuentes, y buscar que haya cada vez más conciencia ciudadana sobre qué es periodismo, sobre la relación con los periodistas y sobre el compromiso con la calidad.

Germán Rey

Doña Yolanda Pupo me dijo en privado lo que hoy ha dicho en público, que ella era una señora que leía periódicos. Y eso me pareció una excelente manera para comenzar este breve relato sobre lo que ocurrió ayer⁶. Esta señora que lee periódicos, y que sabemos es una mente pujante de la expresión del arte en el Caribe, estaba junto a un grupo de maestros que son un potencial que define el dinamismo, el sentido y la misión de esta Fundación, y estaba también junto a talleristas de la Fundación. Jaime Abello decía que además había alguien que representaba a los padres de familia. Estaba Sergio Dahbar quien, como editor general del periódico *El Nacional* de Caracas, venía en representación de los editores, y estaban también amigos y colaboradores de la Fundación. La tarea en ese momento era pensar los próximos diez años de la Fundación. Yo tuve a mi cargo la labor infeliz de ser un traidor porque mis compañeros pensarán siempre que lo que voy a decir hoy muy rápidamente es una visión recortada de algo que fue mucho más rico. Alguna vez yo asimilé el oficio de relator como oficio de notario, y justamente lo hice en un hotel donde estaba transcurriendo una reunión anual de notarios. Sergio entonces se compadeció de mí, y me pasó un papel recordándome una frase de Flaubert que decía que el notario es un poeta en ruinas. Encontrarán entonces ustedes cuatro ámbitos de ruinas en este relato.

El primer ámbito de ruinas es una idea muy fuerte y central de la reunión de ayer: pensar el taller. Lo que



Jaime Abello y Germán Rey.

más me gusta es que es posible pensar el periodismo desde un lugar aparentemente muy pequeño, muy humilde, casi anónimo: un pequeño taller que se da entre unos talleristas y un maestro.

El segundo fue la relación con los contribuyentes. Yo creo que esa era una pregunta importantísima, ¿quiénes son los socios? ¿Cuáles son los criterios de las asociaciones? ¿Hasta dónde se hacen asociaciones en el nivel periodístico? ¿Cómo son las relaciones con empresas que por supuesto tienen sus intereses en el ámbito de la sociedad? ¿Cómo se relacionan con ellos los periodistas?

El tercero son las escrituras, esas otras maneras que tiene la Fundación para exponer sus puntos de vista, sus reflexiones sobre el periodismo. Y, finalmente, se habló de la economía, que por fortuna no fue abordada al comienzo, sino que le dimos un lugar hacia el final.

6 *La década que viene. Encuentro de maestros de la FNPI*. Cartagena, 24 de junio de 2005.

Quisiera mencionar algunos trazos de lo que fue toda la conversación. En cuanto a la evolución de los talleres, pensando en cuáles son las transformaciones que merece esa actividad central de la Fundación en los próximos diez años, el primer punto que se discutió fue el perfil del periodista, es decir, qué periodista queremos, con qué periodista queremos trabajar, lo cual obviamente está relacionado con el enfoque del periodismo que tiene la Fundación. La constatación es que el énfasis es y continuará siendo en los periodistas y por lo tanto la Fundación no involucrará a quienes tienen trabajos cada vez menos compatibles con el periodismo. Las convocatorias de los talleres por supuesto no son para personas que trabajen en relaciones públicas, sino para aquellas que trabajen en el ámbito periodístico. Pero aquí se vio un afán por entrar en otras zonas promisorias, que se vislumbran hacia el futuro del periodismo mundial y latinoamericano. Otros medios y otros periodismos especializados, una diversidad a la que se quiere llegar desde los periodismos específicos. Llegar, por ejemplo, a abordar asuntos tan interesantes como puede ser el presente y el futuro del periodismo ciudadano.

Otro asunto en el que se insistió cuando hablamos del perfil del periodista fue la gran importancia de trabajar con los editores. Se considera fundamental encontrar estrategias para incorporar a los editores en ese diálogo, teniendo en cuenta las preocupaciones que traen los periodistas a los talleres de la Fundación.

Se habló también de la selección, de cómo escoger a las personas. Jaime Abello ha hablado de 3.000 periodistas que en estos diez años han pasado por los talleres de la Fundación. A mí me parece que hay una mezcla, por un lado hay una insistencia en el trabajo que ha venido haciendo la Fundación con los mejores periodistas, pero a su vez hay una apertura hacia los medios regionales, los medios de provincia, los medios pobres. Se mantendrá el énfasis en los periodistas que muestran méritos en su práctica, pero también se seguirá dando una apertura hacia esos otros periodismos tan necesitados y que abundan en el continente. Y se llamó la atención sobre la presencia de las mujeres, lo cual no es simplemente un tema de cuota sino que es parte del dinamismo.

Para los próximos años se insinúa la figura de un taller de márgenes en el sentido de que no solamente será importante la labor durante el taller, sino que se valorará lo que pase antes, lo que hemos llamado el pre, y lo que pase después, lo que hemos llamado el post, el seguimiento. Sabemos que estamos frente a un tema difícil, por recursos económicos, pero sabemos de las posibilidades que las nuevas tecnologías nos ofrecen, y que hay que buscar iniciativas. Por las evaluaciones sabemos que la experiencia presencial del taller es muy fructífera.

También hay una enorme discusión acerca de lo que sucede con los periodistas luego de que vienen a los talleres, a esa especie de oasis de la tertulia amable,

y regresan a la vida cotidiana de las redacciones. Sobre esto, Alex Grijelmo dijo que era un “volver comprendiendo”. Hay formas del volver: hay volver resistentes, hay volver amargados, hay volver críticos; todas esas formas de volver son posibles, importantes, interesantes, pero lo más importante es comprendiendo críticamente. Volver comprendiendo quiere decir volver teniendo conciencia de un mundo que se está transformando; un mundo empresarial, de tiempo rápido, de convergencia entre medios, de exigencias de rentabilidad, de espacios que hay que ocupar rápidamente porque no son fáciles de conseguir.

Destaco también una idea de Jean François Fogel, él dijo que sería interesante trabajar en un programa que ayude a tomar decisiones al momento de seleccionar adecuadamente periodistas para la redacción. Es decir, que no solamente la Fundación debe proponerse el tema de la selección, sino que también los medios deberían tener este tema en cuenta como algo importante para su funcionamiento.

Otro punto es una propuesta que ha estado muy presente desde la idea original de García Márquez y es que los talleres puedan reproducir las condiciones de una sala de redacción, pero una sala de redacción son muchas cosas. Jon Lee Anderson se preguntaba cómo sería esa sala de redacción ¿sería de trabajo colectivo? ¿De trabajo práctico? Alguien decía que sería algo que tuviera un “contexto desamenazador”, con ambiente creativo, amistoso, crítico. Y entonces aquí empeza-

ron a surgir las diferencias, las importantes diferencias sobre las tecnologías, las culturas tecnológicas, las técnicas. Pero se piensa que se podría lograr una sana combinación para unir los pareceres de los maestros entre lo presencial y lo virtual, entre la calidez del encuentro personal del taller y los medios *on line*.

Yo creo que en el encuentro hubo una reafirmación del taller como el centro donde confluyen los criterios de acción de la Fundación: la narración y la diversidad de géneros, la ética, la investigación, y los temas socialmente relevantes que atraviesan de manera turbulenta las realidades latinoamericanas: las migraciones, la alteración de los derechos humanos, las desigualdades, las pobrezas, la presencia de las minorías étnicas, las minorías sexuales, etc. Esos son los temas que los latinoamericanos traen normalmente a los talleres y que observamos en los trabajos premiados por esta Fundación.

Además de esos temas socialmente relevantes, también está la búsqueda de la calidad, y la adaptación al cambio. Después de que en una reunión yo presenté un estudio lleno de estadísticas aburridas sobre la representación de la guerra en trece periódicos colombianos, Gabo se quedó callado por un momento y de pronto dijo: “Lo que pasa es que el mundo se le escapó al periodismo, ahora nos toca reinventarnos el mundo”. No dijo reinventarnos el periodismo, dijo reinventarnos el mundo. Cambian los escenarios sociales, políticos, tecnológicos, y eso hay que tenerlo en cuenta

como criterio para diseñar los talleres, que son el centro de la Fundación. Sigue persistiendo el hecho de que sean tertulias en las que exista una relación muy cercana entre alumnos y maestros; el hecho de que lo más valorado por los talleristas no es solamente el aprendizaje de géneros, las formas de narrar, y las técnicas sino también el lugar de intercambio de experiencias propiamente latinoamericanas.

Todo esto lleva a la necesidad de un plan estratégico de formación. Resalto algo que dijo Francis Pisani y es que cuando hablamos de las nuevas tecnologías no estamos solamente frente a un tema de técnicas, sino frente a un tema de cambios culturales profundos que afectan fuertemente al periodismo, a la comunicación y a los medios.

Paso al segundo punto: la relación con los contribuyentes. La primera reflexión es que la Fundación debe definir unos criterios institucionales para la relación con sus contribuyentes. Se deben tener en cuenta: las autonomías, la independencia, la selectividad, la conciencia de los riesgos, la actuación social que tengan estas compañías, instituciones o personas, y el tipo de intereses que puedan tener en los medios de comunicación. Y se debe reconocer que la obtención de fondos va comprometiendo responsabilidades hacia el futuro.

El tercer punto es el de las escrituras. La Fundación tiene múltiples maneras de expresarse, una de ellas es

la colección de libros que ha dirigido exitosamente Tomás Eloy Martínez con la colaboración de Gabriela Esquivada. También está ahora el concurso de Crónica de Seix Barral con el que la Fundación se vinculará brindando apoyo a partir de este año⁷. Se hace énfasis en evaluar otras alternativas de circulación de contenidos a través de la web, de *blogs* colectivos, y de aprovechar todo el tráfico que tiene la Fundación con su base de datos, etc.

Y, finalmente, la economía. Económicamente la Fundación, digamos, está bien, ha superado dificultades que se le han presentado. Pero los maestros y el grupo creen que es importante la idea de un *endowment* que se vaya construyendo progresivamente y que permita la independencia, la imaginación, la creatividad, y el fortalecimiento de la Fundación. Algo que me gustó, pero que no había dicho porque el relator es un maniaco depresivo que en su fase maniaca dice algo y después vuelve a ser mudo, es que ese *endowment* y esas otras formas de intervención de la Fundación, deben servir para patrocinar, para apoyar, para asociarse a iniciativas que existen en este continente y que sin apoyo no tienen ninguna posibilidad.

Éstas son algunas de las ideas que no puede perder de vista un relator que lo que hace es recoger la inteligencia desbordante de un grupo donde hay maestros, alumnos y una querida señora que lee periódicos.

7 Las bases del concurso se encuentran en www.nuevoperiodismo.org

Primera sesión

Los medios y los lenguajes

Del periódico a internet



Francis Pisani, *periodista independiente y maestro de la FNPI*, Francia.

Jaime Abello, *director ejecutivo FNPI*, Colombia

Jean François Fogel, *asesor Le Monde Interactif*, Francia

Rosental Alves, *director Knight Center for Journalism in The Americas*, Brasil.

Primera sesión

Del periódico a internet

Rosental Alves

Voy a hablar sobre el periódico e internet. Quiero empezar diciendo algo que ha ocurrido en los últimos doce meses y que ha sido extraordinariamente positivo para la industria de los periódicos en el mundo. Cuando dábamos por sentado que había un gran anclaje en la circulación de los diarios en los países en desarrollo, nos encontramos con una notable reanimación de varios mercados maduros. Lo dijo hace unos pocos días en Seúl el director de la Asociación Mundial de Periódicos. Para él, la circulación de periódicos está aumentando. En 2004, la publicidad en diarios ha mejorado bastante, así como se ha incrementado su lectura y la de los sitios web de los mismos, la cual, en los últimos cinco años, se ha incrementado en un 350%.

Seguramente porque está en el centro del huracán, la Asociación Nacional de Periódicos ve un cielo despejado y maravilloso. La crisis que los periódicos enfrentan es la más grande de su historia. La verdad, especialmente en Estados Unidos, Europa y en algunos lugares de Latinoamérica, es que la circulación y la publicidad declinan y no hay ninguna perspectiva de mejora; el propio modelo de negocio del periódico está bajo fuego y necesita una transformación urgente.

Lo anterior no quiere decir que los periódicos vayan a desaparecer pronto. Los diarios siguen siendo muy fuertes y siguen siendo un excelente negocio, pero ellos y el periodismo tienen que responder a las amenazas y aprovechar las enormes oportunidades que les presenta la revolución digital.

Históricamente, la aparición de otros medios ha generado un proceso conocido como la *mediamorfosis*, donde todos cambian y se adaptan. La radio de hoy es totalmente diferente a la radio que existía antes de la televisión, y todo va bien. A los periodistas que no entiendan este cambio, que se empeñen en seguir viendo que el surgimiento de un nuevo medio es apenas una pequeña evolución, no les quedará otra alternativa distinta al *mediasidio*, es la expresión que yo usaría.

Voy a hablar de la preocupante situación de los periódicos en Estados Unidos, que no se debe solamente a internet. Las estadísticas muestran que el número de personas que lee periódicos en Estados Unidos desciende desde los años noventa. Antes había alrededor de 55 millones de lectores entre semana, hoy son unos 48 millones. En los últimos 20 años, la población estadounidense ha aumentado en 50 millones de habitantes y la circulación de los periódicos disminuyó en seis millones.

Internet no es la revolución, es parte de la revolución. Internet es la punta del *iceberg* de la revolución digital, un cambio tan gigantesco en el manejo de información que es comparable solamente a la invención del tipo móvil por Gutenberg.

Para que los periodistas se puedan adaptar a este nuevo ambiente, deben comprender los profundos cambios culturales, tecnológicos y de audiencia que se están produciendo. Estas presiones que sufre y continuará sufriendo el periodismo no tienen precedentes en la historia de la aparición de nuevos medios, lo que

está pasando ahora no es sólo el surgimiento de un nuevo medio, es la creación de un contexto, de un ambiente bastante diferente.

Estamos creando una sociedad fundamentada en bases de datos, una sociedad donde la información se adquiere por demanda, es decir, una operación de los *media* que yo he llamado la operación del yo central, donde cada quien busca la información que quiere en el formato que desea y cuando lo prefiere. Eso significa un cambio fundamental en la relación entre la audiencia y el periodismo, un cambio que va a marcar cada vez más la evolución del periodismo para adaptarse a ese contexto.

El periodismo, y los medios en general, están perdiendo el control sobre la audiencia y los anunciantes, un cambio radical, pues los medios ya no son el *gatekeeper* que eran antes, cuando decidían sobre lo que se le iba a presentar al público. El esquema tradicional de la comunicación de masas se está rompiendo porque ahora el receptor también es un emisor que tiene una capacidad de comunicar inimaginable.

Los más de treinta millones de *blogs* que existen son la manifestación más visible de esta transformación y los efectos en el periodismo, como Jaime mencionaba hace poco, son enormes. Basta con ver lo que está pasando con los *blogs* en Irán ahora, en la medida que muestran la importancia del periodismo ciudadano o de la manifestación no periodística y su influencia en el proceso político del país. Pero existen también los *wikis*, experiencias de periodismo como *OhMyNews* que es un periódico en línea que acaba de

cumplir cinco años en Corea. *OhMyNews* cuenta con 38 mil periodistas voluntarios bien pagados, con los que empieza un modelo de negocios. Tal vez éste sea un caso específico de Corea pero tuvo una importancia fundamental en las elecciones presidenciales de 2002 en ese país. Los *wikis* son las informaciones donde el receptor puede cambiar los contenidos. La enciclopedia más grande del mundo hoy es *wikipedia*, donde el usuario puede cambiar el contenido que quiera.

El periodismo está dejando de ser un privilegio de periodistas y de los medios, a su alrededor surgen nuevas formas de periodismo con una dinámica y un lenguaje propio. Los medios tradicionales más atentos están observando, utilizando y aprendiendo con todo esto. La cantidad de periódicos que nacen en internet para que los usuarios-ciudadanos participen en las historias es impresionante.

Los que practican estas nuevas formas argumentan que el periodismo ya no es el monólogo, a veces arrogante y soberbio, de los periodistas, sino que el periodismo que se va a imponer en estos próximos años es una conversación entre muchos.

Vimos la experiencia desastrosa de *Los Angeles Times* al querer propiciar un diálogo libre con su editorial, un fracaso que no significa que la tendencia sea al fracaso, simplemente era una experiencia de los editoriales abiertos donde la gente podía entrar, dar su opinión y modificar contenidos.

Tal vez la mayor amenaza para el periodismo actual, la que más me preocupa, es la ruptura del mercado publicitario y del esquema de financiación del perio-

dismo como nosotros lo conocimos. Hoy hay un cambio profundo en la dinámica de la publicidad que financia a los periódicos y a los medios de comunicación en general, aliado con una fragmentación de la audiencia y con todos estos cambios a los que los periodistas y los medios se deben adaptar. Los medios encuentran otras alternativas para llegar al público. Claro, habrá una acomodación y una adaptación pues el periodismo es muy importante para la democracia,

Jean François Fogel

Yo voy a hablar más desde el punto de vista de la redacción y del trabajo periodístico. Internet tiene más o menos diez años. En diciembre de este año se cumple el décimo aniversario de la creación del sitio de *Le Monde*, y al mes siguiente, en enero de 2006, se cumplirá el décimo aniversario de la creación del sitio del *New York Times*.

Estamos en una época de cumpleaños, los primeros sitios de internet de los grandes medios cumplen diez años. No hay verdades definitivas, pero la experiencia de haber trabajado en medios me permite distinguir unas tendencias fuertes. Soy un periodista que pasó de trabajar en el mundo Gutenberg a trabajar en el mundo electrónico de internet. Percibí los cambios en la profesión, en el contenido periodístico y en la audiencia.

La gran tendencia al nivel del trabajo de los periodistas tiene que ver con una palabra: “algoritmo”. Un algoritmo es una serie ordenada de operaciones mate-

para que las sociedades democráticas no dejen que la crisis los afecte tan profundamente. Los vencedores en esa fase de adaptación van a ser los que estén convencidos de que deben hacerlo.

Yo pienso que el sentido de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano será mucho más importante ahora, en estos próximos diez años, cuando el periodismo estará tratando de reinventarse, de reubicarse dentro de una sociedad que cambia tanto.

máticas que producen un resultado. Cuando uno teclea una palabra en la página de *Google* para pedirle una información, el algoritmo le propone una serie de sitios. Lo que uno descubre cuando trabaja en internet es que, en la mayoría de los casos, la audiencia accede al contenido periodístico mediante los algoritmos. Puedo decir que pertenezco al grupo que desarrolló el sitio de información de habla francesa con más visitas en el mundo, el del diario *Le Monde*, y puedo estar orgulloso de esto, pero por otra parte no puedo negar que los sitios en francés de *Google News* o de *Yahoo News* tienen muchas más visitas que el sitio de *Le Monde*, y sin emplear un solo periodista. La audiencia se relaciona principalmente con la información por medio de algoritmos. Lo vemos en cosas muy sencillas, como las listas de noticias presentes en la web, las transmitidas por correo electrónico, o en las peticiones específicas que el usuario hace a través de un motor de búsqueda para recibir información.

Esa presencia de los algoritmos no se encuentra únicamente en la audiencia sino que también se usa al interior de la redacción: si uno mira la página de entrada del sitio de *Le Monde* encontrará tres zonas: una que es alimentada por un periodista y que el algoritmo se encarga de cambiar cada 20 minutos; otra alimentada y modificada sólo por seres humanos, que llamaremos periodistas; y otra zona meramente alimentada por un algoritmo que también cada 20 minutos cambia toda la oferta de información en el sitio, cambia las informaciones viejas por nuevas, pone y quita fotografías. Entonces, por una parte hay un periodista que va proponiendo informaciones y por otra, una máquina que propone un análisis de lo que hay como oferta y que tiene tanto éxito como el periodista. Ese crecimiento de la presencia de los algoritmos es algo que no se percibe, llevo cinco años en el sitio de *Le Monde* y la sensación de trabajar con una tecnología que maneja los datos es casi física.

El *Committee for Concern Journalism* se preguntaba este año si la entrega de las noticias va a pasar por la pasión, por la inercia o por las matemáticas. Por la pasión: si van al estilo de *Fox News*, algo muy involucrado ideológicamente y que va a imponer los contenidos; por la inercia: si va a hacerse más de lo mismo, más de lo que ya sabemos hacer; o por las matemáticas: si los algoritmos van a tomar el poder de entregar a la audiencia las informaciones.

Una primera tendencia nos dice que, con tantas cosas en internet, brindar la posibilidad de navegar

dentro del contenido es más importante que brindar contenido, y es por eso que *Google News* tiene más potencia que cualquier sitio de información, porque ofrece la posibilidad de navegar.

Para explicar la segunda tendencia, que tiene que ver con el contenido periodístico, podemos hablar del concepto del hipertexto que al principio se entendía simplemente como un texto con unas palabras marcadas en azul sobre las que se hacía clic para tener más información. Pues bien, uno ve que el entusiasmo tremendo que esto suscitó ha desaparecido. Hablando de contenido periodístico, lo que vemos son muchas más posibilidades que al lado de un texto o de una imagen ofrecen otros elementos, textos, e informaciones que conforman una página en internet.

Pensemos en el viejo arte de la prensa escrita: el texto, el despiece, las fotografías, las notas, la manera de construir un conjunto coherente con una visión intelectual. Eso se ha perdido, hay una pérdida total del contexto. Respecto al contenido periodístico, en internet la tendencia es la aparición de un nuevo contexto que no tiene la coherencia o el rigor de ese montaje cuidadoso que se hacía en el papel.

En internet hay una mezcla tremenda: informaciones nuevas y de archivo, datos brutos que entran de las agencias de prensa, unidades de información hechas con mucho cuidado por periodistas, imágenes, textos, contribuciones de la audiencia, trabajos de la redacción. Todo esto provoca una gran confusión que, en mi opinión, no se va a detener.

La pérdida del contexto no se va a detener, yo creo que va a acelerarse por varias razones. La primera es que, como medio, internet supone un cambio, unas diferencias. Hay muchos sitios en los que cambian las fotografías cada vez que uno los visita, habrá unas más coherentes con el texto que otras. En el caso de *Le Monde*, cada veinte minutos cambiamos las fotografías; los textos y las informaciones que provienen de agencias se van a ver siempre de una manera distinta y esa voluntad de renovar constantemente provoca una pérdida de la coherencia del contexto. La segunda razón tiene que ver con la producción de las páginas, que es algo totalmente automatizado y en muchos casos sumamente complejo. Hace unos meses hicimos un taller junto con Bruno Patiño en Santa Cruz, Bolivia, y propusimos a los periodistas hacer una lista de los elementos que existen en internet: artículos, texto, galerías de fotos, *blogs*, *chats*, video, etc. En el sitio de *Le Monde* tenemos 19 elementos distintos, y la lista que hicimos con los talleristas llegó a 27, es decir, la combinación de esas carpetas donde ponemos elementos de interactividad llega a ser muy compleja. Es como si el algoritmo le dijera al periodista: “por favor quítate del asiento que voy a hacer un cambio”.

Por último, existe lo que podemos llamar convergencia, un término que se utiliza muchísimo para hablar de la convergencia capital, que es cuando se asume que los periodistas saben hacer de todo. Todo converge, en internet todo tiende a ir a la pantalla. Esto se ve por ejemplo en la forma de presentar los conteni-

dos. Si miramos los trabajos periodísticos de internet que han ganado premios, y más específicamente los que llegaron al Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI, encontramos que muchos son hechos con *Flash*, una tecnología de la casa Macromedia que ha desarrollado el lenguaje de internet al más alto nivel. *Flash* posibilita, por ejemplo, presentar una fotografía, un video, y un sonido al momento que emerge un texto. Permite mezclar elementos distintos según calendario o un control del tiempo específico. Aunque por el momento no son de gran calidad, los trabajos que son hechos con esta herramienta resultan favorecidos en los premios.

El otro día estaba revisando un libro que me gusta mucho de Michael Schudson que se llama *Discovering the news*, sobre la historia de la prensa en Estados Unidos. El autor muestra la diferencia entre el *New York Times* en el momento en que aparece como diario de calidad y el *New York World* cuando era un diario sensa-



Francis Pisani, Jaime Abello y Jean François Fogel.

cionalista: “el *Times* escribe para la persona racional o la persona cuya vida está en orden, presenta artículos como conocimiento útil, no como revelación. El *World* tenía una actitud distinta. Por su tono y su presentación daba la sensación de que todo era nuevo, extraño o imprevisible”. Esa es la sensación que nos da internet: cuando uno va a una página todo parece nuevo, imprevisible; cuando uno sale de un sitio y luego regresa a él, encuentra que ha cambiado totalmente, aparece otra fotografía, otro video, es algo extraño. Muchas veces uno hace clic sobre un título y no sabe si el contenido va a ser un gráfico o va a ser un texto, es un medio imprevisible. Contar bien una historia haciendo uso de las posibilidades de este medio es muy difícil, o por lo menos en este momento no se está haciendo con la calidad de los viejos medios.

La tercera tendencia es la audiencia. Rosental ya lo ha dicho: la audiencia no actúa de manera pasiva, tiene un protagonismo creciente que le impide a los periodistas comportarse de la misma manera. Con motivo de su centenario, este año he vuelto a leer el Quijote y por primera vez lo hice en castellano. El Quijote es el libro que más cita McLuhan en la *Galaxia Gutenberg*. Dice McLuhan: “el primer cerebro totalmente trastornado por un contacto permanente con un medio de masa es Don Quijote, quien después de leer tantos libros no encuentra la diferencia entre lo que ha leído en ellos y lo que ve en el mundo real; se confunde y ve un molino y cree que es un gigante”. Cuando el Quijote recoge papeles rotos en la calle y los lee, hay un parecido con internet: es como si él fuera buscando cosas y no sabe de

donde salen, pero son *Google* y *Yahoo* que le ofrecen algo y él lo toma. También hay un parecido con internet cuando el Quijote lee la novela falsa que se ha escrito sobre él, la de Avellanada: no sabemos si es cierto, tenemos dudas, son cosas falsas que nos afectan pero las asumimos. O vemos que el Quijote habla con la gente que ha leído sus aventuras en el primer libro: eso es como si el Quijote estuviera en el *chat room*, va hablando con otros internautas sobre algo que le corresponde, es algo muy impresionante, vemos que El Quijote sabe perfectamente que hay una realidad dentro de la realidad, es decir, que él hace parte de la realidad del libro. Y eso es lo que pasa con el internauta: que se mete en el medio y se convierte en un actor, participa con su *blog*, manda un correo electrónico. Y una última similitud: el Quijote vive con Sancho Panza, que no sabe leer. Y es un poco lo que pasa con nosotros cuando pensamos en la audiencia que reacciona, que participa en el foro, que manda un correo electrónico, propone o hace un *blog* en el propio sitio y vemos que hay un momento en el que no sabemos dónde está la audiencia. Hemos perdido el lugar, no sabemos ni cuándo ni cómo va a reaccionar; hemos perdido el tiempo, la relación entre lo local y lo global porque no sabemos dónde está ubicado. Normalmente el diario tenía perfectamente identificado el lugar de su audiencia, pero ahora no sabemos si la persona está en Finlandia, en la Patagonia, o en Asia.

Ese es un gran problema porque poco a poco vamos dejando de hablar de una audiencia y empezamos a hablar de una red que va a tomar el control del algoritmo a través de la personalización. Toma el control del

contexto porque es ella la que, al desplazarse por el sitio, provoca la reacción del algoritmo y poco a poco vemos que con relación al periodismo de calidad hay muchos elementos que impiden o que limitan recuperar lo que hemos aprendido en televisión, en la radio o en periódicos. Así, el periodismo se convierte en un oficio totalmente nuevo donde todavía queda por aprender cómo se narra. No quiero tomar una postura revolucionaria diciendo que esto va a desplazar todo lo que existía antes, al revés, yo creo que va a haber una convivencia. Si miramos el último acontecimiento mundial que fue la guerra en Irak, vemos que tanto los *blogs* como la prensa escrita nos dijeron lo que pasó en las cárceles de Irak. Mientras los libros de Jon Lee Anderson nos dijeron lo que pasó en la calle, otros nos decían lo que pasó en Washington; la radio y la televisión contaban con su propio ejército, es decir, hay una vitalidad enorme, es otro medio y es otro mundo.

Voy a recordar que todo lo tenemos que reaprender. Cuando hicimos los estudios de comunicación, todos estudiamos a Laswell: “quién dice qué, a quién, a tra-

vés de qué canal, con qué efecto”. Y antes de venir aquí yo miraba las funciones clásicas que Laswell dice que tiene la prensa. Una de ellas es que asume la vigilancia socio-política, pero en internet eso no se ve para nada, no sabemos dónde están las cosas. Internet, al contrario, puede estimular todo el descontrol. Otra de las funciones es que asume la integración de la sociedad, pero ¿de qué sociedad hablamos?, se trata es de una red mundial donde hay un desorden tremendo, una flexibilidad tremenda. Y decía también que la prensa permite la transmisión de la herencia cultural, pero no, ahora hablamos de la explosión de la cultura.

Entonces, desde el oficio del periodismo, da la sensación de que las tendencias nos obligan a inventar algo nuevo. Eso como primera medida. Lo segundo, claramente, es que hemos perdido mucho protagonismo frente a la audiencia. Tal como lo ha dicho Rosental, la persona tiene su información cuando quiere, en el lugar que quiere, y en el soporte y en la forma que le gusta. La persona es la que manda y no el periodista con quien tendría una cita en el quiosco o en el noticiero de la noche.

Francis Pisani

Es difícil hablar después de estos dos amigos. Escuchándolos recordé una frase de un grupo de guerrilleros brasileños de los años 60 que decían: *quem samba fica, quem ão samba fica fora*⁸, lo que en tér-

minos de tecnología daría a entender que quien no entre a hacer uso de las tecnologías va a tener problemas. Quiero hablar de lo que yo llamo la *napsterización* del periodismo. El *Napster* es una tecnología que permitió

8 Quien baila se queda, quien no baila se queda por fuera. (N.E)

intercambiar música de manera libre entre la gente, así como hoy el *Ipod* es un aparato que permite recibir música que viene de varias fuentes.

Antes de entrar en materia, quiero mencionar tres importantes aspectos de las tecnologías de la información. Primero: todos los contenidos son digitalizados, toda la información está en bits, lo que permite manipularlos, juntarlos, hacerlos circular, etc. Segundo: todos los puntos de acceso a un medio se pueden conectar en redes tecnológicas y esas redes están conectadas a otras redes sociales. Por ejemplo, hoy en día todas las ONG del continente tienen acceso a la red y cada ONG, a su vez, tiene un impacto al relacionarse con redes sociales, lo que provoca un efecto multiplicador que crece de manera exponencial. Eso lo vemos con *e-bay*, que es uno de los sitios de mayor éxito en internet. Tercero: desde cualquier punto de acceso (computadora, teléfono celular, etc.) se puede recibir información a la vez que se contribuye a la red, la internet se lee y se escribe no sólo con palabras, sino también con voces e imágenes.



Francis Pisani, ilustrando con un *ipod* su charla.

En un artículo del *New York Times*, Frank Rich dice, de una manera muy fuerte a mi parecer, que los estadounidenses creyeron más en la invasión de los marcianos de 1938 que en las maromas de Tom Cruise para decir que estaba enamorado de Katie Holmes en el 2005. Con esto quiere decir que la fuente en que más confía la gente en Estados Unidos es el programa de Jon Steward, *The Daily Show*, que de cierta manera inventa las noticias. Lo que Frank Rich dice es que la frontera entre la realidad y la ficción ha sido borrada por la industria del espectáculo, por los medios de comunicación y por los gobernantes. La última cifra que encontré y que viene de un sondeo Gallup realizado en Estados Unidos el diez de junio deja ver que la confianza en los periódicos bajó del 37% al 28% entre el año 2000 y el 2005, y que la confianza en la televisión bajó del 36% al 28% en el mismo período. Es decir que no solamente se leen menos y se consultan menos los diarios, sino que hay un problema de confianza. No está de más recordar que los franceses se acaban de pronunciar de manera mayoritaria contra la constitución europea. Los medios tradicionales defendieron el sí, mientras que los *blogs* en su enorme mayoría defendieron el no. Y no estoy diciendo que son más importantes éstos que aquéllos, pero no podemos ignorar este fenómeno.

Yo tengo un *blog* en el sitio de *Le Monde* y allí le pregunté a mis lectores qué era lo que más importante les parecía. La respuesta en general fue que nada es mejor que intercambiar. El intercambio es lo que interesa a la gente, las tecnologías que dominan hoy son

tecnologías de intercambio: el correo electrónico, la mensajería instantánea, etc., para no hablar de *Skype*, que está revolucionando la industria telefónica.

Quisiera hablar brevemente de algunas tecnologías que probablemente muchos de ustedes conocen y que impactan directamente el universo actual. El primero es un teléfono celular que tiene una cámara con una definición de 1.3 megapíxeles, una definición relativamente aceptable; conexión de banda ancha; acceso a impresora; permite escuchar música; y sobre todo tiene un programa que permite editar las imágenes de video en el teléfono. Eso quiere decir que puedo grabar un video corto, arreglarlo y, como tengo conexión de banda ancha, inmediatamente lo puedo poner en la red. Esto es algo que tenemos que enfrentar porque la gente lo está utilizando, los teléfonos celulares con cámara están por todas partes.

Otra tecnología, un poco más complicada, se llama *Bittorrent* y permite fragmentar los grandes archivos de video para luego poder distribuirlos por la red, en donde el contenido se baja muy rápidamente gracias a que mucha gente participa al mismo tiempo con su computadora. Lo impresionante es que durante el año pasado, aproximadamente el 35% del tráfico de la internet, se daba por cuenta de esta tecnología. Las dos terceras partes de lo que circula por internet se debe a un intercambio de información entre personas, sin que intervengan las instituciones o los medios.

El tercer caso que voy a mencionar es el de un sitio web: <http://del.icio.us>. Un sitio en el cual cualquier persona puede poner una etiqueta a cualquier página de la web según sus intereses, y así no va recibir todo lo que los periódicos mandan, sino sólo lo que le interesa, ¿por qué debe importar esto a los periódicos y a los medios de comunicación? Porque siempre han dividido la información en categorías como deporte, cultura, tecnología o lo que sea, y resulta que a la gente no le interesan necesariamente esas categorías, y está creando otras. Y ahí regresamos a las hojas de El Quijote, a la misma metáfora de Jean François: ha cambiado la categorización del árbol que nos parece fundamental para el pensamiento racional, está en tela de juicio porque ahora tenemos una tira de hojas y cada uno juega con las hojas como puede.

La siguiente tecnología que menciono es el *Podcasting*. Hoy en día, gracias a ese aparato, uno puede grabar y editar cualquier cosa y luego ponerlo en línea. Podríamos perfectamente tener en *Podcasting* una conferencia o un taller, no hace falta escribir nada, uno graba, escoge algunos fragmentos y si quiere los pone en *Podcasting*. Y finalmente, el RSS, que en inglés significa *Really Simple Syndication*. Es un sistema que permite al usuario suscribirse a un sitio o a algunas de sus partes. Una forma de RSS es *My Yahoo*, por medio de la que uno puede suscribirse a la BBC, o a la página de tecnología del *New York Times*. Otra

forma de RSS es *FeedDemon*, una tecnología que permite lo mismo, pero muestra una página en la que están integrados los elementos que uno ha seleccionado. Éstos también son ejemplos de lo que ya dijeron Rosental y Jean François y es que la audiencia tiene opciones para ver lo que le interesa en el momento que quiera y de la manera que más le guste.

Ahora me gustaría hablar de *OhmyNews*, aunque después de lo que dijo Rosental no tengo mucho que agregar. *OhmyNews* está dando de qué hablar por la forma en la que se está expandiendo. Originalmente es un sitio en coreano, ahora hay una versión en inglés. Se trata de periodismo ciudadano, cada vez más personas quieren hacerlo. Esto no es algo que haya caído del cielo, no es totalmente nuevo. La participación de los lectores ya existía en las cartas al editor o al director; se trata de una expansión de algo que ya existía y que podemos adoptar como un fenómeno que reconoce lo que la gente quiere. El periodismo ciudadano o de participación es algo interesante por su carácter hiperfocal, y aunque es muy difícil encontrar contribuciones profesionales, la gente que está bien informada puede informar. Estamos en un mundo en el cual uno de los retos más grandes para el periodismo es cubrir lo que fluye, lo que pasa de un lugar a otro.

Termino contestando a la pregunta de cuáles son las habilidades y competencias que los periodistas necesitarán tener en los próximos diez años. Primero, deben entender y manejar perfectamente todas las tecnologías de la información y la comunicación para utilizarlas mejor que los gobiernos y las empresas. Hoy en día,

el Pentágono, pensando en la guerra en Irak, maneja mejor la tecnología que los periodistas. Lo mismo pasa con las empresas privadas, que tienen sus propios sitios y son fuentes directas de información. Los periodistas no sólo deben aprender a manejar las tecnologías que existen hoy, y que serán otras dentro de tres o cinco años, sino entender su lógica para que se puedan adaptar a la actual cultura del cambio.

El segundo punto es la cuestión de los temas transnacionales. Tres ejemplos son la migración, el narcotráfico y la cultura. Tendemos a cubrir lo que pasa en Colombia y lo que pasa en México, pero lo que cuenta es lo que circula entre los dos y eso, hasta el momento, no lo sabemos hacer bien. Considerando esto, podría ser interesante organizar una red de intercambio para cubrimientos.

Lo tercero que necesita es aprender a relacionarse con los ciudadanos. Uno de los problemas fundamentales del periodismo ciudadano es que las personas hacen periodismo, pero no tienen las herramientas ni cuentan con algunos de los valores que tiene aprendidos el periodista formado en escuela y en la práctica diaria. Sería interesante preocuparse por la formación de los periodistas ciudadanos, y quién mejor para hacerlo que los propios periodistas.

Y yo creo que hay una necesidad de reflexión sobre todos estos cambios tecnológicos y sociales. Hacer talleres es maravilloso, pero también hay que aprender a reflexionar e inventar algo para comprender temas más generales.

Nada muere pero estamos frente a una nueva ecología de los medios donde hay una redistribución de todo. Los medios y los periodistas tienen que

aprender a reubicarse en un mundo que cambia; esa es la democratización por la cual abogamos todos, y bienvenida sea.

Otras prácticas periodísticas

Héctor Feliciano

El segundo de los paneles es sobre otras prácticas periodísticas. Nuestros tres invitados hablarán de las perspectivas del trabajo periodístico en fotoperiodismo, televisión, radio y agencias de prensa. Comenza-

remos por Alex Grijelmo, de España, maestro de la Fundación, autor del libro de estilo de *El País* y como él dijo, circunstancialmente presidente de la *Agencia EFE*.

Alex Grijelmo

Voy a hablar rápidamente del futuro que les espera a las agencias de prensa y también algo de radio, a petición de Jaime, en relación con mi ocupación anterior.

Estaba escuchando la exposición anterior sobre internet y los nuevos medios, y realmente hay muchas coincidencias con el futuro que les aguarda a las agencias de prensa. Debemos adaptarnos a esas nuevas tecnologías. Hasta ahora las agencias de prensa se han dedicado a vender información a intermediarios, es decir, a periódicos, emisoras de televisión o de radio, que a su vez trasladaban la información convenientemente seleccionada y depurada a los usuarios, al público. Las agencias, además de facilitar información a los medios informativos, contaban lo que ha ocurrido.

En el futuro que aguarda a las agencias de prensa se rompe este paradigma porque además de hacer eso han de facilitar información directamente a los usuarios, directamente al cliente, y además van a empezar a vender información no sólo sobre lo que ha ocurrido sino también sobre lo que va a ocurrir. Voy a poner un ejemplo: las agencias de prensa empiezan a facilitar servicios que tienen que ver con la comunicación y quizá un poco menos con el periodismo, pero son depuraciones de todo el caudal informativo del que disponen sus periodistas. EFE y otras agencias de noticias han lanzado al mercado agendas digitales, en nuestro caso se llama la Agenda Digital Mundial. Buscamos al usuario final y vamos a contarle lo que va a ocurrir. Cada día



Darío Fernando Patiño, *director de noticias Canal Caracol*, Colombia.

Héctor Feliciano, *periodista independiente y maestro de la FNPI*, Puerto Rico.

Alex Grijelmo, *presidente Agencia EFE*, España.

Stephen Ferry, *fotógrafo independiente y maestro de la FNPI*, Estados Unidos.

llegan a EFE centenares de previsiones de actos de congresos, conciertos, seminarios, reuniones internacionales, cumbres políticas, viajes de jefes de estado, etc. Entonces lo que hemos hecho es poner en un mismo lugar informático todo aquello que llega a la redacción con la fecha y hora en que va a ocurrir. Eso sistematizado informativamente permite al usuario que se ha abonado a ese servicio al que accede a través de internet pinchar cualquier día del calendario y saber qué acontecimientos están previstos para esa fecha. Información de todo tipo, deportiva, cultural, económica, etc.

Esto va a facilitar mucho el trabajo a las redacciones porque va a permitir organizar con antelación suplementos informativos, buscar anunciantes para esos suplementos que van a tener relación con algo

que está previsto, una feria internacional de informática o del automóvil, etc. Va a permitir ahorrar costos en los viajes porque se van a poder programar con más antelación. Va a permitir que se corrija ese despiste natural de todas las redacciones de acordarnos de que hemos de viajar tres días antes de que se produzca el acontecimiento, y sobre todo va a facilitar la labor a muchos directores de comunicación que, a la hora de programar cualquier acto, primero consultan qué otros actos se van a producir ese día para buscar así la fecha más adecuada. De ese modo se evitarán también las molestas coincidencias, incluso para los periodistas de actos similares en el mismo día.

Vamos a permitir que los directores de comunicación, de empresas, embajadas, ministerios, de todo tipo de institución que organiza algo, introduzcan directamente en la agenda, con los controles obvios, aquellas convocatorias que están lanzando a todos los medios informativos y eso será una manera de reservar la fecha para que un competidor no ocupe el mismo día.

Este servicio que están empezando a lanzar las agencias de noticias rompe la tradición, va a un usuario determinado final. Puede ser un medio, pero puede ser también un profesional, puede ser un director de comunicación o alguien que quiere saber, porque viaja mucho, qué sucede en París en determinada fecha para poder asistir, si hay un partido de tenis o de fútbol, o un concierto, o una obra de teatro. Y además estamos contando ya lo que va a ocurrir, no sólo lo que ha ocurrido.

Pero las nuevas tecnologías nos permiten también otra serie de servicios que constituyen una información a la carta y personal. Hoy podemos recibir la información que realmente nos interesa a través del teléfono celular. Las agencias de noticias nos estamos preparando para eso y estamos creando servicios.

En España, por ejemplo, la *Agencia EFE* ha lanzado un servicio de información para los inmigrantes latinoamericanos. Es algo fácil porque nos une el idioma, nosotros ya tenemos una red de obtención de información en América Latina y al ecuatoriano que está en Madrid o en Sevilla, al colombiano, al mexicano, al peruano, le damos la información de su país directamente al teléfono celular en el momento en que ocurre. Hace un tiempo hubo una huelga de hospitales en Quito y nadie en España lo informó, pero los ecuatorianos suscritos a ese servicio de la *Agencia EFE* supieron por su celular que había una huelga de hospitales en Quito, podían llamar a su país



Héctor Feliciano, Alex Grijelmo y Stephen Ferry.

y comentarlo con sus familiares o con el entorno en el que viven en Madrid.

Esto da muchísimas posibilidades, es un servicio muy barato porque la información, que es lo caro, ya la tenemos para otros fines, se está cobrando € 2 al mes por este servicio, la compañía telefónica se lleva uno, EFE se lleva otro y los inmigrantes tienen una información barata que para ellos es de primera necesidad.

También contamos ahí el futuro. En esa información agregamos las noticias que les interesan sobre papeleos, actividad de los consulados, las embajadas, toda aquella información que es de interés para un colectivo de inmigrantes que en este momento, además, está en un proceso de regularización.

Con esta nueva tecnología vemos que podemos competir con los periódicos, hemos de tener cuidado porque también los periódicos han montado ese sistema de información, pero digamos que nos hemos repartido la ciudad. Los periódicos (y así están hechos los contratos que hemos firmado con ellos) tendrán autorización para difundir las noticias de EFE con carácter de información general y EFE se reserva la información segmentada, es decir, dar a un usuario noticias de tenis, del Real Madrid, de David Beckham, o noticias sobre cierta cotización en la bolsa. En fin, nosotros vamos a lo mínimo y los periódicos van a lo general.

Yo creo que en el medio no hay nada. Es curioso esto que se está produciendo porque puede haber usuarios que necesiten información general y usuarios que necesiten lo concreto, pero es que lo concreto no es ni siquiera información de deportes, sino infor-

mación de baloncesto, no es información de economía, sino información del sector textil. Y es ahí donde las agencias de prensa podemos dar un servicio y también, cómo no, hacer negocio.

Esta segmentación también nos permite dar información a las empresas sobre los sectores que les interesan. Los dos últimos contratos que hemos firmado han sido con el director de comunicación de Zara, una multinacional española textil que recibe en su correo electrónico todas las noticias de EFE que se refieren a ella o a su propietario o a la empresa de la que forma parte esta marca, o también que se refieren a alguno de los competidores que nos señale.

Ya sé que existen otros sistemas para obtener esta información, lo que brinda una agencia de noticias es la rapidez y sobre todo la fiabilidad y la selección de las noticias. Por cierto, un empresario argentino se ha abonado a este servicio de noticias personalizadas y nos pide todos los días la cotización del dólar al cierre de los mercados, y toda noticia que se haya producido en ese día sobre el Boca Juniors.

Esta segmentación de las noticias ha permitido poner en marcha un servicio de municipalismo, donde no son los propios sistemas informáticos los que eligen la información, sino un servicio donde el periodista decide qué noticias van a esa corriente informativa. Eso es municipalismo. Claro, son muchas palabras las que habría que poner para identificar una noticia que se refiere a algún ayuntamiento. Estamos buscando como clientes los más de ocho mil ayuntamientos que hay en España que necesitan información sobre toda activi-

dad municipal, sea en su región o sea en el otro lado de la península. Y esto precisa que el periodista, en el menú que rellena cuando elabora una noticia, la clasifique como noticia de política, de sociedad, de deportes, etc., porque se está emprendiendo una campaña para búsqueda de clientes de información segmentada.

Precisamente los productos de internet nos están obligando también a empaquetar la información para las páginas web, o para las ciber páginas, como podemos decir en español. Estamos ya haciendo paquetes de texto, foto, audio y video de una misma noticia para utilizar en estas ciber páginas. Evidentemente los grandes periódicos, los grandes medios disponen de sus propios recursos y quizá puedan utilizar el servicio de una agencia como complemento, pero hay otros medios más pequeños a los que les puede resultar de gran utilidad un servicio de una agencia de noticias que también tiene sus vertientes de radio y televisión.

En definitiva, los periodistas de las agencias de noticias tienen que pensar que están formando parte de un servicio de información no sólo para periódicos, emisoras de radio y televisión, sino también un servicio de información a personas físicas.

En cuanto a radio, muy brevemente, se puede producir un fenómeno similar. Hay una información general que puede ser global. En Colombia conocen el caso del programa de Julio Sánchez Cristo que se emite en distintos países, conocen también la emisora *40 Principales* que está presente en España pero también en Colombia, en Chile, en México, etc. Hay fenómeno global de la radio, la cadena radial *Bésame*

Radio que también está en distintos países. Se están produciendo estos fenómenos de globalización en la radio y a la vez también esa segmentación de lo mínimo que contribuye a que nazcan emisoras con una música muy especializada para un grupo muy concreto que luego tiene su eficacia publicitaria.

Esa globalización ha permitido en la cadena *W Radio*, hacer grandes despliegues teniendo en torno a

una mesa virtual a varios presidentes de Estados que son entrevistados por periodistas de distintos países que forman parte de esa cadena radial. Es algo que no se podría conseguir con una emisora únicamente.

En definitiva, vemos que hasta ahora lo global convivía con lo local, que se trataba de dos segmentos, pero ahora se añade un tercer segmento. Lo global va a convivir con lo personal.

Héctor Feliciano

Ahora pasemos a la presentación de Darío Fernando Patiño que ha dictado un taller en la Fundación, es

uno de sus consentidos, tallerista y actualmente es director de noticias del *Canal Caracol* de Colombia.

Darío Fernando Patiño

Muchas gracias, sobre todo por lo de consentido. La Fundación me ha dado el privilegio de ser tallerista pero también maestro de uno de los pocos talleres de producción de televisión que se han hecho.

Como lo habrán notado, soy tal vez el único representante de televisión que hay en este evento. Eso demuestra que, si bien para la Fundación el tema del periodismo de televisión ha sido una preocupación, no ha sido una prioridad. Pero también demuestra que sigue siendo un tema de inquietud y que seguirá figurando en la perspectiva de los próximos diez años.

Y creo muy importante que, teniendo un grupo tan magnífico de personajes del medio escrito, analice-

mos el hecho de que no se puede seguir mirando a la televisión como un medio menor. Una encuesta hecha en Colombia demuestra que el 80% de los colombianos se informa a través de la televisión. Si le preguntáramos aquí a la gente acerca de los recuerdos de los acontecimientos más importantes de los últimos 50 años, seguramente la mayoría evocaría una imagen que vieron por televisión, pocos evocarían un titular o muy pocos evocarían una transmisión de radio.

Esa displicencia con que se ha mirado un poco a la televisión se refleja también en quienes asisten a veces a los talleres de la Fundación. Yo he podido colarme en un par de talleres donde predominan reporteros de la



Darío Fernando Patiño, Héctor Feliciano, Alex Grijelmo y Stephen Ferry.

prensa escrita y es evidente que aspiran a ser escritores como sus maestros. Y los periodistas de televisión que están allí consideran que no son periodistas profundos ni manejan temas con la calidad y la calidez literaria con que los reporteros de prensa escrita lo hacen. Eso tiene unas justificaciones, por supuesto originadas en la formación de los periodistas.

Entre los periodistas que pretenden ingresar a la televisión, se ha creado la idea falsa de que lo que menos necesitan para hacerlo es escribir, y que mucho menos necesitan leer, ni saber de historia. Simplemente consideran que deben tener otras habilidades: un histrionismo, un buen registro en cámara, una buena voz, y una serie de cualidades, que también son necesarias, pero que no son las indispensables. Quienes hemos estado en tareas de dirección también hemos cometido el error de permitir que esta falsa sensación se propague, y el resultado de este desequilibrio es que el medio más influyente, el medio de

mayor cobertura de todos los que puedan existir en este momento, está siendo elaborado por las personas que no están recibiendo la mayor preparación. Por eso es tan importante y tan pertinente esta pregunta que se hace la Fundación con respecto al futuro, ¿cómo poder contribuir desde la Fundación y desde las entidades que la auspician para la formación de los periodistas, incluyendo a los periodistas de televisión? Aquí es muy importante el tema de la inclusión porque no se puede seguir pensando en excluir de los talleres con marcada predominancia textual y literaria a los periodistas que trabajan en televisión.

Para encarar el futuro, los periodistas de televisión tenemos necesariamente que pasar por la tecnología. La televisión ha tenido un desarrollo asombroso en los últimos años y en Colombia muchísimo más. Hace trece años ningún noticiero de televisión en Colombia se podía emitir desde sus propios estudios. Ninguno tenía una antena de satélite, ninguno tenía ni un solo enlace de microondas, todo era propiedad del Estado y lo alquilaba a las empresas periodísticas, con los riesgos que eso tenía en cuanto a eficiencia, rapidez, calidad, y también en cuanto a independencia.

En Colombia sólo hasta 1992, con la entrada del *Noticiero QAP* que lideró el maestro García Márquez junto con María Elvira Samper, Enrique Santos, y algunos de los invitados a este evento, se empezaron a dar pasos en ese sentido, a tener los propios estudios y a tener una propia tecnología. A partir de 1998, con la entrada de los canales privados, es que se puede transmitir desde donde queramos, a la hora que queramos y

lo que queramos. Sin embargo, por mucho que hayamos avanzado, no basta con aprender lo que existe hoy porque eso mañana será viejo. En este momento, la tecnología de los países latinoamericanos se está quedando rezagada.

Una de nuestras antenas de satélite pesa aproximadamente una tonelada, y si bien podemos llevarla casi a cualquier sitio de la selva en avión o en lancha es difícil hacerlo, implica demoras y requiere de tres operarios. En este momento CNN tiene un morral que no pesa mayor cosa, se lleva como un equipaje de mano en el que un periodista puede llevar una cámara, puede llevar un computador portátil para editar y una antena satélite del tamaño de un libro. El periodista puede hacer todo el proceso y transmitir desde cualquier parte. Y no es una o dos o tres antenas con estas características, me contaban que CNN tiene en estos momentos 237 morrales de éstos por todas partes del mundo, lo que le permite al periodismo de televisión fundamentalmente ganar la batalla de la inmediatez que en otros tiempos ganaba la radio.

Muy pronto, esa imagen de televisión que hoy vemos tan nítida en nuestras casas va a ser diferente, va a ser una imagen más real, va a ser una imagen digital, de alta definición, el mismo formato de las pantallas va a cambiar, va a ser más rectangular. De manera que cada persona en su hogar va a poder tener una sala de cine con imágenes reales, no con películas, sino con imágenes de la realidad, de la vida diaria y con la más alta definición.

También para los periodistas esta digitalización va a permitir transmitir información mucho más rápido. Una pieza, una crónica, una nota de televisión se va a poder transmitir a la misma velocidad que un archivo de correo. Quedará atrás la transmisión en tiempo real, si la nota dura cuatro minutos hay que esperar los cuatro minutos a que la nota se ruede, muy pronto ya se podrá transmitir por completo como un archivo de correo.

Creo que la tecnología ya nos tomó ventaja y los humanos que hacemos televisión seguimos sin saber cómo escribir una historia. El problema es que, si no lo aprendemos muy rápido, el mundo se contará solo, necesitará cada vez menos de los periodistas, como lo decían en el panel anterior. Muy pronto uno podrá realizar una entrevista a cualquier persona en su casa o en su oficina sin necesidad de enviarle una cámara y sin necesidad de enviar un periodista, simplemente la persona instalará su camarita en el computador y vía internet la entrevista se realizará sin necesidad de que intervenga un periodista.

Hemos visto cómo una cámara sin narrador, instalada en lo alto de una ciudad, permite captar lo que está sucediendo. Lo vimos en los últimos acontecimientos de Afganistán y de Irak, vimos lo que estaba sucediendo simplemente con la ubicación de una cámara dotada de los recursos técnicos para el mayor alcance y la visión nocturna.

Los canales de televisión locales acostumbran también a poner, en lo alto de las ciudades, cámaras para

que registren la vida diaria, la cotidianidad. También sucede lo que nos contaban los colegas de Francia, cada persona tiene una camarita digital o un celular con cámara que le permite grabar su propia historia, su propia manera de ver la vida. Si los periodistas de televisión no encuentran una manera adecuada de contar las historias, si no encuentran una manera de levantar la piedra y ver lo que hay debajo de las piedras, su mercado prácticamente va a desaparecer.

Pero eso no es lo que queremos que ocurra. Por eso a mí me parece que lo más importante, insisto, es no excluir. Yo sé de la preocupación que ha tenido la Fundación a veces por encontrar maestros para periodistas de televisión, lo que yo creo es que se debe cambiar el enfoque y permitir que los periodistas de televisión participen más activa y masivamente en los talleres que fundamentalmente son dirigidos a la prensa escrita.

La experiencia que he podido tener en talleres como el del maestro Tomás Eloy Martínez o como el de Ryszard Kapuscinski es que realmente a uno le cambia la percepción. Uno no va a escribir un libro, ni va a escribir para una revista, pero sí va uno a escribir para televisión. Es mucho lo que uno puede aprender de quienes han trabajado con el periodismo escrito, y hay algo muy importante que se transmite también en estos talleres y es el amor por el oficio. En un taller de Tomás Eloy Martínez, un colega me decía al término del taller: “recuperé la militancia en el periodismo”. Eso es lo que también se aprende en esos talleres y no

necesariamente la técnica o la tecnología. La tecnología nosotros la podemos aprender en nuestro escenario, en nuestro oficio, en nuestros noticieros, pero el amor por el oficio que pueden transmitir los maestros es fundamental. Borges decía que uno no enseña algo sino el amor por algo.

Una cámara puesta a lo alto de una ciudad puede registrar toda la ciudad, todos los movimientos, pero no va a registrar los individuos, no va a registrar sus historias, su mundo interior y eso es lo que pueden hacer los periodistas, hay que enseñarles a los periodistas de televisión a contar las historias como se contaban desde El Quijote, como se cuentan desde la literatura. Partir de lo básico, ya después cada lenguaje hará lo propio.

Y otra cosa muy importante es el énfasis que los talleres hacen en el tema de la ética. También hay que pensar en una ética para el periodismo de televisión, agregarle un capítulo especial que es la ética de la imagen. Nosotros en televisión trabajamos con imágenes vivas, con imágenes reales. Al más prestigioso periódico le perdonan y ni siquiera le critican que en su primera página publique la imagen de un ahorcamiento en Irak o de un cadáver en el Medio Oriente, pero un noticiero de televisión no puede hacer lo mismo y no lo puede hacer a cualquier hora, tiene que hacerle un tratamiento y debe tener frente a eso una política especial. Creo que la ética de la imagen es un tema que vale la pena incluir en la agenda de la Fundación, sobre todo cuando nos

aproximamos a una imagen mucho más real, mucho más fiel, estéticamente mejor y que además puede estar en manos de cualquier persona, ya que hablamos del periodismo ciudadano. Muchos de los hechos los registran los mismos ciudadanos que envían sus videos a los noticieros para que sean transmitidos.

Héctor Feliciano

Muchas gracias a Darío Fernando y a Alex por esos comentarios tan interesantes. Ahora Stephen Ferry,

Stephen Ferry

Tengo buenas y malas noticias sobre la reportería gráfica en América Latina. Quisiera dar las buenas con el lenguaje visual, enseñándoles unas pocas fotografías que fueron tomadas por los participantes de una serie de talleres que armamos con la Fundación, patrocinados por la Fundación Knight de Estados Unidos, en tres periódicos regionales de Colombia. He tenido el agrado de haber dado talleres acá en Cartagena y en otras partes con la Fundación desde 1995. Por ellos han pasado bastantes reporteros gráficos de grandes y pequeños medios.

Las malas noticias que les voy a dar se refieren más que todo a los pequeños periódicos pero también a la situación en general.

Esta fotografía fue tomada por Marta Elena Montoya de *La Patria* de Manizales. Marta Elena proviene de una familia humilde, pasó muchos trabajos

En conclusión, si pensamos en un mejor periodismo en el futuro, tenemos que pensar en el periodismo que se hace en televisión, el medio que tiene mayor cobertura, mayor alcance y mayores posibilidades de crecimiento.

fotógrafo, maestro de la Fundación y colaborador, entre otros medios, de *National Geographic*.

hasta que llegó a ser asistente de laboratorio y luego llegó a ser fotógrafa del periódico. Es de un gran talento.

La reportería gráfica es tan importante en la prensa escrita como en la televisión, pero por una serie de razones hay un problema grande y es que los reporteros gráficos en los medios están muy desprestigiados. La importancia y el potencial de la imagen en el contexto periodístico está completamente mal entendido. Hay casos excepcionales, los amigos aquí de *El Nacional* comprenden la importancia de la fotografía, pero en muchos periódicos los fotógrafos son el proletariado de la prensa, están mandados a hacer la tarea asquerosa de tomarle fotografías de las caras de los oficiales que son entrevistados, no tienen ninguna potestad para decidir cómo trabajar ni cómo van a usar sus fotografías. Están desmoralizados y esa es una situación que es más triste sabiendo que el talento

fotográfico es enorme; el desgaste de ese talento es realmente trágico. La Fundación ha tenido un papel en tratar de cambiar ese esquema, yo siempre estoy promoviendo que la Fundación haga más, y a ustedes mismos les hago un llamado para que reflexionen en sus propios medios sobre la relación entre la fotografía y la parte escrita.

Yo creo que el problema en gran parte reside en que los fotógrafos no tienen la educación formal que tienen los escritores. Y en un oficio ya muy mal pagado ellos son menos pagados. Más allá de eso hay una tendencia, y yo creo que eso es parte del desequilibrio y la injusticia de la sociedad en general, de privilegiar las actividades, entre comillas intelectuales, sobre las actividades más inductivas, artísticas y también manuales. Obviamente un fotógrafo es una persona que trabaja con los ojos, con la inteligencia, con el corazón, pero también con las manos y por esa razón creo yo que existen esos prejuicios que están haciendo que la fotografía en la prensa en América Latina no esté siendo utilizada de una forma adecuada. Esas fueron las malas noticias, ahora vuelvo a las buenas, rápidamente.

Esa es una fotografía que tomó Orlando Benítez, de *El Meridiano de Córdoba*, después de unas inundaciones. Tras insistencia mía, los fotógrafos no se ocuparon y no perdieron su tiempo tomando fotografías del alcalde hablando de si iba o no a haber agua, sino que llegaron a donde la gente sufría y donde todo ocurría. Uno abre un periódico cualquiera, bueno, no cualquiera pero muchos, y ve un sinfín de caras de oficiales. Hablamos aquí del problema de oficialismo

en la prensa. Y eso se replica visualmente de una forma terrible. En un país mestizo los periódicos le dan la primera página solamente a hombres de piel blanca entre 30 y 60 años con dinero y con poder, lo cual es una estupidez muy grande desde el punto de vista de la venta de los periódicos, porque lo que quiere la gente es verse en los periódicos. Si los fotógrafos están con el pueblo y le toman fotos, ellos y sus vecinos van a ver el periódico, lo comprarán los que puedan y eso es lo importante. Esto es algo que sí se puede hacer entender a los editores y a los dueños de los medios, pero cuesta un poco de trabajo e insistencia.

Esta es una fotografía de la misma serie de Marta Elena que fue tomada en un ejercicio que hicimos sobre una madre sola con su niño. La fotografía permite, sin quitarle ningún valor a la parte escrita, llegar a una intimidad, a una vida personal, al mundo interno de las personas. En la prensa diaria esto se puede lograr mediante un acercamiento por la imagen, en un



Stephen Ferry.

reportaje quizás sería difícil por la forma como se edita o por lo que se considera que es periodismo. Yo creo que ustedes aprecian la intimidad de esta fotografía, además es respeto lo que hay ahí.

Esta es una fotografía de Carlos Patiño, uno de los talentos que hay en *La Opinión de Cúcuta*. Él está seriamente amenazado y la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) está ayudando mucho a protegerlo. Íbamos a hacer un trabajo del circo. Algo emocional porque también hay que complacer en los diarios al pueblo, que hay que llevarles cosas que son lindas.

Casi termino con estas fotos. Esta es otra de Marta Elena, mi consentida. Eran tiempos de elecciones en Manizales y la nota trataba sobre el sinfín de candidatos que había, eso crea en cualquier ciudadano una confusión grande. Si ustedes perciben, se ve que el señor está perplejo, se le ve en la mirada. Esta fotografía no sólo habla de la cantidad de candidatos que había, sino que muestra meramente lo que es Manizales, esa cultura de café que tienen allá.

Esta foto la peleamos con el redactor que decía ¿Por qué tiene ese hombre ahí, por qué no se ve más sangre?, el problema ético en la fotografía es enorme, por el morbo, por la falta de sensibilidad.

De cualquier evento se puede sacar una buena foto, así parezca ser lo más aburrido. Esta fotografía fue tomada en una feria de la ciencia, y fue portada. No sólo hablaba de la feria sino que muestra la conexión especial que hay entre los estudiantes. Fue portada porque el director vio la sensibilidad que había en ella.

No tengo mucho más que agregar. Por la experiencia increíble que tuve dictando talleres en estos tres periódicos me di cuenta de que podemos ayudar muchísimo en algo que de pronto es romántico pero esencial: la organización interna, y las relaciones entre editores, reporteros y fotógrafos.



Foto de Marta Elena Montoya, publicada en el diario *La Patria*, de Manizales, Colombia.



“De cualquier evento se puede sacar una buena foto”.
Stephen Ferry.

Héctor Feliciano

Gracias Stephen por la presentación. En estos dos paneles, hemos visto nuevos medios como internet, pero también otros como la televisión que tradicionalmen-

te la Fundación intenta incluir aunque no con todo el énfasis. Vamos ahora a recibir preguntas. Aquí hay un debate sobre los dos paneles.

Preguntas y comentarios

Jaime Abello

Para hilar, quiero recordar la pregunta central: ¿Cuáles son las habilidades y competencias que necesitan los periodistas en los próximos diez años? ¿Cuáles son las recomendaciones cuando el periodismo de algoritmos y el periodismo ciudadano se nos ha venido encima?

Yo quisiera empezar pidiéndole a Jean François, después de la exposición que ha hecho, que nos dijera, cuáles serían algunas de las recomendaciones que él haría, y cómo él contestaría directamente esta pregunta. Lo mismo le pediría a los demás ponentes.

Jean François Fogel

Las tecnologías convergen, Francis mencionaba el caso del teléfono celular y todas sus posibilidades, y hay que aprender de este fenómeno porque es algo que estamos enfrentando en América Latina. Mi respuesta sería, primero, poner atención a la tecnología.

Y recordando una expresión de Martín Caparrós: “lo que hay que aprender es el latín del periodismo”. Aquello que debemos aprender antes de hablar otros idiomas es la narración periodística, ese es el latín del periodismo, y el eje central de la Fundación. Luego de

la narración podemos pensar en privilegiar otro medio. No podemos olvidar los periodistas de televisión. A pesar de que no son siempre cercanos a la preocupación de la técnica profesional de la prensa escrita, necesitan participar de las mismas preocupaciones, compartir el afán para el buen trabajo. Así que habrá que pensar en la cuña histórica de la Fundación, lo que será el tronco común de la formación y después pensar en las otras ramas: televisión, radio, internet, fotografía.

Rosental Alves

Para responder a la pregunta de Jaime, yo hablaría del periodista multimedia. Ya no estamos en una etapa en la que puedan haber periodistas monomedia. No hay ninguna persona que sólo lidie con un medio y, lo quiera o no, necesita una noción de cómo comportarse frente a ello, de cómo contar historias y cómo relacionarse con los otros medios.

Me parece muy importante la idea de traer más periodistas de televisión a los talleres, a mí me parece muy importante. Que no utilicen las mismas técnicas en su campo no los excluye. El periodismo es uno solo. Ahora, el punto de convergencia del periodismo en la evolución de los próximos diez años son los nuevos medios: el teléfono celular e internet. Francis habló de *Napster* y de *Skype*, que está revolucionando la telefo-

Sergio Muñoz

Nos hablabas de la circulación de los periódicos en Estados Unidos y del crecimiento de la población, estadísticas que pienso tienen que ver también con la inmigración. Quizás este descenso se debe a que parte de la población no habla el idioma. Si se juntan los periódicos dirigidos a la población latina que se publican en Estados Unidos y se mira su circulación, nos daremos cuenta de que no llega ni a la mitad de la de los grandes medios.

El problema también tiene que ver con la crisis de credibilidad, la gente ha dejado de confiar en lo que

nía internacional y la telefonía en general. Hoy todo el mundo tiene la capacidad de intercambiar información y el periodismo tiene que estar pendiente de eso. Pero no se trata solamente de las nuevas tecnologías a las que pueden acceder millones de personas en el mundo, la clave no es aprender la técnica solamente, la clave es aprender el fundamento del periodismo, su rol en una sociedad democrática y técnicas de narrativa que pueden ser adaptados a cualquier medio.

Lo que se espera hoy de un joven que está estudiando periodismo es que aprenda a aprender, porque el blanco está en movimiento, es decir, todo lo que aprende hoy, mañana es diferente. No es sólo cuestión de aprender un software sino de tener la capacidad para asimilar el siguiente.

dicen los medios por todos los escándalos que ha habido. Y en el centro de estos escándalos lo que se ve es que el oficio ha fallado. Eso no habría pasado si los editores hubieran sido más cuidadosos, y si los estándares básicos del oficio se hubieran aplicado. *Google News*, por ejemplo, es algorítmica pero no periodística, carece de estándares periodísticos y éticos. Si no hay confianza, va a llegar el momento en que la competencia nos indique hacia dónde vamos o simplemente vamos a estar reproduciendo información.

Rosental Alves

La confiabilidad es algo que se construye. Los jóvenes de 18 a 24 años son los que más consultan internet para enterarse de noticias. La edad promedio de las personas que ven noticieros de televisión para informarse es mucho más alta. Los medios electrónicos están ganando credibilidad. No es que el periódico vaya a desapa-

recer, pero sí tenemos que despertar y darnos cuenta de que la audiencia está bajando. ¿Cuándo se iba a pensar que el *New York Times* lanzaría un periódico gratis para poder llegar a una audiencia. El periódico deja de ser un producto y pasa a ser un servicio, su negocio es dar noticias, y esa es la esencia del periodismo.

Francis Pisani

En países como España, Corea y Filipinas se han visto casos de personas que no son periodistas profesionales y logran, gracias a las tecnologías de información, generar movimientos y reacciones políticas. En Filipinas, por ejemplo, un hombre común y corriente, a partir de un mensaje de texto enviado desde su celular, convocó toda una marcha contra el presidente.

Éste es sólo un ejemplo del fenómeno. El uso de la tecnología tiene inferencia sobre el mundo político.

Yo soy de los más viejos y de los más entusiastas con este tema: la tecnología no debe ser asimilada solamente por los jóvenes. Esto no es una cuestión de edad, se abre una ventana que no es sólo tecnológica, también es un fenómeno cultural y filosófico.

Cristian Alarcón

Es saludable el debate sobre los nuevos medios y sobre los miedos que esos nuevos medios nos producen. El mío viene por el lado del lenguaje, ¿cómo aprender

a narrar con los nuevos medios? ¿La tecnología está poniendo en peligro el lenguaje?

Rosental Alves

El lenguaje es muy importante. El de los jóvenes es completamente diferente en su narrativa y tenemos que experimentarlo, no es la muerte. El buen periodismo va a ganar con la fusión, hay que tener respeto por

ese lenguaje que está naciendo en la audiencia, y hay que ser vigilantes pero también involucrarse con lo que se está gestando.

Jon Lee Anderson

El castellano es agradable en parte porque se está renovando constantemente. El periodismo está a la expectativa de esas nuevas formas de comunicar. Hoy todo es participativo, las tecnologías lo permiten.

Todo lo que tiene que ver con información está relacionado un poco con otros fenómenos mediáticos, como el del entretenimiento. Siempre hay, por ejemplo, una cuota de información de farándula que, en mi caso, no me interesa. Somos seres acondicionados al entretenimiento. La realidad virtual y participativa en que vivimos hacen que el morbo y el terrorismo converjan. Las famosas imágenes de la cárcel de Abu Ghraib son un reflejo de esto. Es una generación que

está expuesta todo el tiempo a este tipo de imágenes. Las imágenes de las películas que antes eran un escándalo, ahora se están viendo todos los días en internet. Se puede ver un asesinato en vivo, para eso nadie está preparado. Esto no es un llamado al puritanismo pero hay que estar al tanto de la secuela de la desensibilización que ya existe. Lo vemos tanto en la política como en la vida normal, es un reto para nosotros como periodistas. Un fotógrafo puede poner las imágenes más crudas en internet con mucha facilidad, hay un poco de *snob* en eso, ¿pondrían ustedes en su *site* la secuencia de imágenes de una muerte tomadas por un fotoreportero? Lo dejo como reflexión.

Martín Caparrós

Tengo la sensación de que nos estamos impresionando más de lo que el presente recomienda con todo esto de la incidencia que tienen las nuevas técnicas. Patiño habló de la mochila de CNN. Yo no veo que la CNN haya cambiado su forma de contarnos el mundo sólo por tener estos equipos. La concepción siempre ha sido “cuanto antes mejor”, hay un culto a la velocidad y a la inmediatez que no le deja espacio a la reflexión. Lo que nos debe importar es lo que está debajo: la forma como se narra. La influencia es que las nuevas téc-

nicas dan un poquito más de eficacia, pero los ejemplos de Francis sobre los alcances de la tecnología en manos de ciudadanos comunes no tienen mucho que ver con periodismo. Esta es la Fundación Nuevo Periodismo y rescata una forma de hacer periodismo que cristalizó hace unos 50 años cuando se tomaron técnicas de la literatura para contar mejor sus historias. Se trata de una forma de hacer periodismo, y uno sabe más o menos cuales son las herramientas con las que cuenta.

Carlos Castilho

Si estamos preocupados por el desarrollo del periodismo, hay que pensar en las facultades del periodismo. En Brasil, la mayoría no tiene materias de periodismo

Darío Fernando Patiño

Estoy de acuerdo con que nos estamos asombrando por las estadísticas sobre la influencia de internet en los públicos. Estamos saltando de los textos escritos a los cibernéticos, pero también está lo escrito para televisión; no podemos pensar que por tratarse de imagen no se necesita un trabajo en la palabra. Sucede aquí

Daniel Santoro

También tenemos que observar la nueva cultura que viene con internet. La gente toma como verdadera la información publicada sin ningún rigor en internet. Hay manipulaciones informativas, y no es posible encontrar el origen de lo que se dice. Yo no creo que este nuevo tipo de periodismo ciudadano en internet pueda desarrollar técnicas de investigación como para llegar

on line. La Fundación tiene un papel importante al estimular el periodismo *online* en América Latina.

algo similar a lo que ocurre en el cuento de la empresa de zapatos que mandó a una aldea lejana a dos de sus vendedores, uno optimista y uno pesimista. Cuando el pesimista volvió dijo: “Estamos perdidos, aquí nadie usa zapatos”. Y cuando el optimista volvió dijo: “Nos haremos ricos, aquí todo el mundo necesita zapatos”.

a profundizar sobre un tema como la falsificación de firmas en Perú cuando la candidatura de Fujimori. Es cierto, hay una crisis de credibilidad, lo que hay que preguntarnos es cómo lograr que este nuevo tipo de lectores de internet lleguen a leer las notas de los medios periodísticos.

Segunda sesión

Una agenda que se mueve

Comprender para informar



Juanita León, *periodista revista Semana*, Colombia.

Sergio Dahbar, *editor adjunto diario El Nacional*, Venezuela.

Cristian Alarcón, *periodista Página12*, Argentina.

Segunda sesión

Comprender para informar

Sergio Dahbar

Teniendo en cuenta el panorama anterior, ¿cuáles son esos nuevos temas que se deberían incluir en la agenda de la Fundación? Para responder contamos con tres talleristas de la Fundación: Juanita León, de la revista

Semana (Colombia), Cristian Alarcón, de *Página 12* (Argentina) y Luis Miguel González, de *Público* (México).

Juanita León

La Fundación ya nos enseñó a narrar, ahora nos tiene que enseñar a entender el contexto. Así vamos a poder explicarle a la gente la información que le está llegando. Si vamos a seguir trabajando sin ser parte de una red, nos quedaremos rezagados. Para combatir las mafias habrá que capacitarnos en justicia transnacional. El tema de las migraciones, por ejemplo, va a ocuparnos en los próximos años y no sólo a Colombia, donde hay miles de personas emigrantes, gente que se va del país y triunfa cuando lo hace. Fenómenos como éste suponen una agenda para cubrir comunidades de intereses y satisfacer temas que recorren varios países. El

concepto de familia se está transformando, está el tema de las remesas, y el síndrome de Ulises, aquellas personas que ya no pertenecen a su país de origen ni al que llegaron. Otro tema que se puede incluir en la agenda es el de las pandillas, que tiene impacto sobre el lenguaje y la identidad.

Una posibilidad para empezar a hacer algo de lo que propongo es que, después de los talleres, se de un intercambio entre los participantes para entender mejor cómo funciona en cada país el tema de las mafias y el crimen por ejemplo.

Cristian Alarcón

Recuerdo que Ryszard Kapuscinsky llegó a Argentina por un antojo de Gabo. En su taller desnudamos todo lo que sucedía en América Latina; los periodistas que asistimos éramos una especie de sobrevivientes de una pequeña catástrofe social o personal y cada uno contó la suya. Eso fue hace cinco años y éramos optimistas entonces, pero en este momento es difícil hacer crónica en el continente.

Primero está la flexibilidad laboral y las patéticas condiciones de trabajo. Los redactores que ingresan a un periódico, en promedio, sólo pueden cobrar 100 dólares. El sueldo promedio de un editor es de 270 dólares. Este oficio se está transformando en una profesión de jóvenes que además de ser periodistas trabajan en otra cosa, o son subvencionados por sus padres. La inversión para lograr algún resultado escribiendo crónica es alta.

Por diez años he trabajado temas de violencia urbana, exclusión social, minorías sexuales, etc., y en general conflictos producto de las nuevas condiciones que dejó el modelo neoliberal. Específicamente trabajé el caso de isla Maciel que se hunde en la pobreza y es el barrio de prostitución por excelencia en Buenos Aires. Llegamos buscando la historia de tres personas que habían sido fusiladas, pero nos tuvimos que dedicar a hacer un trabajo que no era periodístico, terminamos haciendo talleres de comunicación para jóvenes que se quieren reformar. Todo terminó cuando hubo un caso de violación múltiple, tres de los implicados estaban asistiendo a nuestros talleres. La misma noche en que ocurrió, un narcotraficante menor de edad murió de sobredosis. Fue horrible. Trabajamos como periodistas en el caso de la violación hasta donde pudimos, pero no hubo posibilidad de hacer justi-

cia. No querían aceptar el crimen, eso era algo que quedaba en manos del barrio. Las autoridades le dijeron a la mamá del menor que si comprobaban que éste había muerto de sobredosis, le allanarían la casa, pero que no harían nada bajo la condición de que ella donara los órganos del menor.

Los excluidos son quienes protagonizan nuestras historias. Lo que yo me planteo con este caso de la isla Maciel es ¿qué más puede ocurrir cuando sus derechos han sido arrasados? No podían ser ni culpables ni víctimas, ¿qué podrían ser sino cuerpos indecibles? Y me pregunto ¿cuáles son las fronteras para intentar explicar este tipo de casos, una realidad tan compleja? Quizás buscar esas respuestas es también el camino para encontrar las respuestas de cómo hacer un nuevo periodismo.

Luis Miguel González

En los últimos años han cambiado muchas cosas, pero el periodismo no ha cambiado la manera de abordarlos. En economía, por ejemplo, todo se sigue cubriendo de la misma manera, falta que se hagan ajustes técnicos para hacerlo mejor.

Hemos llegado a un callejón sin salida porque el periodismo económico se ha convertido en una especialización sin sensibilidad, no aparecen ni los bolsillos ni las caras de las personas afectadas. ¿Qué quiere decir ser especialista en economía?

Primero, y tiene que ver con uno de los objetivos de la Fundación, hay que revisar la narrativa, donde sólo hay números, debe haber rostros y demás. Y segundo: quiere decir que tiene que ser preciso, la precisión no es sólo condición del periodismo económico.

El tema es de competencias profesionales, no sólo de especialización. La mayoría de los periodistas prácticamente son analfabetos en matemáticas, no es raro escuchar que digan que terminaron en su profesión porque le tenían miedo a las matemáticas. La

especialización no basta si no hay sensibilidad frente a los fenómenos que cubrimos. Estos son algunos de los puntos en los que se debe hacer énfasis:

- Elevar los niveles de exigencia. Los empresarios siempre aparecen como hombres exitosos, pero hay que aprender a escribir sobre ellos con sus contradicciones. No siempre alguien es virtuoso por hacer dinero; ni tampoco nadie es sospechoso por el hecho de ser millonario. Una empresa, además de dinero, produce problemas.
- Entender mejor cuál es el significado de las clases sociales hoy. Hace dos años estuve en un taller organizado por la Fundación y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y pude esclarecer que uno de los grandes ausentes del periodismo social es la clase

media. El concepto actual de clases no tiene nada que ver con el de hace 40 años. Ya no se trata de pobres contra ricos, ya no quiere decir lo mismo ser pobre, proletario, o ser de case alta.

- Entender hasta qué punto han cambiado los mercados laborales. Empleo, desempleo, empleo de tiempo parcial, etc. No hay un cubrimiento de precariedad laboral.
- Entender el nivel de Gobierno. Hemos sido indulgentes, no ha habido un trabajo de perseguir los equivalentes del caso Enron.
- Abordar un nuevo campo: economía de deporte y entretenimiento.
- Impulsar la capacitación en narrativa pero también la precisión. Ya hemos dicho que en los próximos años todo va a seguir teniendo que ver con ciencia y la tecnología.

Preguntas y comentarios

Ana Lucía Duque

En la próxima década, los periodistas enfrentarán el reto de sorprender al público teniendo en cuenta la avalancha creciente de información, su inmediatez y la facilidad para conseguirla. También se enfrentarán, cada vez más, a un universo de fuentes, nunca antes visto, que abre posibilidades enormes de investigar y de conseguir información, pero que pone en riesgo la credibilidad de los medios por la facilidad para llegar a esas fuentes con poco esfuerzo y mínimo tiempo.

Además, van a trabajar en un mundo donde las empresas tienden a diversificarse para convertirse en proveedoras de contenido multimedia, estrategia que va más allá de cambiarle el vestido a las informaciones y que supone el dominio de los lenguajes propios de cada medio.

Creatividad; internet, manejo de fuentes y credibilidad; y periodismo multimedia. Estos son tres de los temas que deben estar en la agenda de las entidades

comprometidas con la promoción del periodismo de calidad en América Latina.

En cuanto a creatividad: hay que hallar nuevos enfoques, proyectar las informaciones en términos globales, salir de lo episódico. Buscar nuevas maneras de contar haciendo uso de los géneros periodísticos, y pensar en la forma de presentar las notas gráficamente: la infografía, la integración de texto, audio y movimiento.

En cuanto a internet, manejo de fuentes y credibilidad: hay que aprender a distinguir las nuevas fuentes, cómo establecer si son o no confiables, y buscar nuevos métodos de verificación. Habrá que desarrollar estrategias y conductas para evitar la manipula-

José Salgar

Yo tengo una preocupación. La importancia de la Fundación ha crecido e igualmente su responsabilidad. La pregunta obligada es ¿cómo se aprende periodismo? Hay que crear un liderazgo del periodismo, la propuesta es que se empiece a definir un perfil del periodista, con edad mínima de 25 años y máxima de 40 años, para las generaciones futuras. Ninguna facultad de periodis-

Roberto Posada. D'Artagnan

Sobre la confiabilidad de las fuentes en internet, quiero preguntar a los expositores de la primera sesión ¿cómo controlan en su periódico los mensajes agresivos que llegan? Al Defensor del Lector del *Tiempo* se lo tomaron unos matones que se aprovecharon del

ción, desarrollar técnicas para preservar la rigurosidad, el equilibrio, el respeto por la verdad. También habrá que enfrentar los desafíos éticos y legales que plantea internet, dominar las tecnologías para la cobertura del ciberespacio y aprender a ser un proveedor de información en internet.

Y el periodista multimedia: deberá saber cómo funciona una empresa multimedia, cómo se coordinan en ella los temas y cómo se interrelacionan las líneas de mando. La lengua seguirá siendo su instrumento básico de comunicación, pero deberá aprender a producir la misma historia con diferentes medios, a manejar varios formatos sin perder calidad, profundidad ni estilo.

mo se ha acercado a una forma adecuada de ver la profesión, y tal vez la única que lo puede hacer es la Fundación. Hay que aprovechar que la Fundación tiene intérpretes, como algunos de los maestros que han hablado y nos ayudan a ver, por ejemplo, que las tecnologías dominan. La misión de la Fundación es mantener una tradición periodística pero adaptada al presente.

anonimato para mandar improperios y hasta amenazas. Para varios columnistas del periódico esto se ha convertido en un problema, y yo estoy cansado de que me nombren la madre a cada rato.

Jean François Fogel

El contenido del mensaje enviado por los usuarios no se pone en línea en seguida, primero hay un filtro que busca palabras claves, insultos. Aquellos mensajes donde se encuentran este tipo de expresiones se descartan inmediatamente, sin ser revisados. Hay otros mensajes que son dudosos, y entonces unos moderado-

res que están en todo el mundo (de manera que siempre haya uno despierto), los leen. A los autores de los mensajes irrespetuosos se les niega la posibilidad de volver a escribir por tres días. Si luego lo hacen de nuevo se les exige una carta de disculpas que será publicada, y si no lo hacen, sus mensajes son descartados por siempre.

Rosental Alves

Lo que acabo de escuchar es uno de los métodos más sofisticados. El sistema de filtros es muy bueno y fácil. Lo importante, de todas maneras, es que el día-

logo se mantenga y no sea sacrificado por culpa de unos cuantos guaches.

Sergio Muñoz

A D'Artagnan le pasa lo que nos pasa a todos. Yo también recibo cartas muy coloridas. En *Los Angeles Times* hicimos un ensayo de editorial en línea llamado el *Wikitorial*, que duró hasta que llegó la noche y con ella los vampiros. Insultos genéricos para todo el mun-

do. El experimento se complicó verdaderamente cuando a las 4:00 a.m. metieron pornografía infantil en el editorial, hasta ahí llegó. Esto no funcionó pero debe haber una manera en que se pueda hacer funcionar.

Javier Darío Restrepo

Puede pensarse en publicar anualmente un diccionario actualizado sobre los términos que se deben y no publicar. Para los próximos diez años, la Fundación tendría que luchar para enseñarles a los periodistas a no dejarse deslumbrar, el deslumbramiento hace perder. La nueva tecnología no tiene porqué eliminar lo básico. Lo que se hace mal hoy también se hacía mal

en el pasado, con o sin tecnología. No se le puede atribuir a la tecnología el empeoramiento. Algo en lo que tiene que pensar la Fundación, aparte de la manera de evitar el deslumbramiento, es en cómo enseñar a que la tecnología sea usada para hacer buen periodismo, sin que se pierda la identidad de la profesión. ¿De qué sirven las herramientas si no hay identidad?

Guillermo Franco

¿De qué van a vivir los periodistas en los próximos diez años? ¿Cómo van a trabajar? ¿Cuáles van a ser las

actividades y los tipos de vinculación?

Alma Guillermoprieto

Eso de tener que hacer periodismo y además hacer otras cosas para ganarse la vida no es algo distinto, sobre todo para los que no estamos institucionalizados. No basta con tocar un tema sino saber contarlo, hay que tener una estructura narrativa. Para situarnos en el futuro no sólo es importante ver los problemas que ya existen, como el narcotráfico, sino ocuparnos de un periodismo acerca del futuro. Necesitamos pe-

riodistas que nos hablen de biotecnología y nanotecnología, faltan periodistas que se capaciten en temas del futuro, en temas que van a afectar nuestras vidas. Eso es algo que necesitamos de parte de los periodistas. Y de parte de los medios necesitamos que creen corresponsalías en diversas partes para que logren cubrir cómo vive la gente, y que le paguen bien a los periodistas.

Jon Lee Anderson

Sobre los talleres y la forma como se deberían hacer. Sugiero hacer talleres de siete días que recreen salas de redacción. Además de reporteros, participarían editores, fotógrafos, y verificadores de datos con el fin de producir una revista o un periódico que podría ser virtual o impreso. Es importante que del taller salga un producto práctico. En este tipo de talleres, donde se reúnen profesionales de distintos roles periodísticos, convergen todos los tipos de talleres que siempre ha ofrecido la Fundación, es decir, confluirían aquí los talleres de crónica, perfil, prensa gráfica, ética, etc. El maestro o la maestra tendría el papel de editor ejecutivo. Y podría darse un interesante inter-

cambio de roles, por ejemplo, que el editor trabaje como reportero y viceversa. La idea es sintetizar, en un sólo taller, en un sólo proyecto, las experiencias que permite la Fundación.

Una segunda idea es hacer talleres donde se mezclen periodistas que trabajan en distintos tipos de medios, no sólo de prensa. En un mismo taller habría reporteros de prensa escrita, reporteros gráficos, reporteros de radio, reporteros de televisión y reporteros de internet. Así se podría dar un muy buen espacio para el enriquecimiento profesional, cultural y social.

La tercera propuesta tiene que ver con la posibilidad de hacer talleres móviles. Traerían una buena do-

sis de desafío a los talleristas. Se les pondría en ambientes reales para que hicieran activa reportería de comienzo a fin. Todos estarían en situaciones distintas a lo acostumbrado. Por ejemplo, llevar un grupo de talleristas hispano parlantes a Haití durante cinco días con la misión de escribir crónicas. Tendrían que hacer

Tomás Eloy Martínez

Tenemos de algún modo que aprender las técnicas. Yo aprendí mucho siendo reportero de deportes, tuve que escribir con pertinencia sobre ese tema y tuve un

Stephen Ferry

La Fundación no es una escuela técnica ni tampoco de diseño, pero debe haber algo para enseñar a narrar visualmente en el periódico. Los jóvenes están mucho más sofisticados visualmente que quienes hacen repor-

Jaime Abello

Hay una necesidad de acercar la academia al periodismo. En el Caribe siempre ha habido una brecha entre lo que se escribe y lo que se dice en las academias. No

reportería, entrevistas, hacer recorridos y pláticas colectivas.

Una última propuesta de taller consistiría en llevar periodistas deportivos a reportear temas económicos, y llevar periodistas de economía a reportear temas deportivos. La ganancia sería grande.

avance en técnica extraordinario. Sirve que los periodistas sepan de internet, de fotografía. Talleres interactivos multidisciplinarios, eso funciona.

tería gráfica tradicional. Lo que se ve en publicidad, y en todas partes, es visualmente mucho más sofisticado que lo que se ve en un periódico. La página completa tiene que narrar y necesita renovar su punto de vista.

sólo hay que acercar las disciplinas del periodismo entre sí, sino también acercar otras disciplinas al periodismo.

Joaquín Estefanía

Estoy de acuerdo con Jaime en que hay que romper el conflicto entre profesionales de la información y los académicos. Hay que trabajar conjuntamente, sino es el fracaso. Esta Fundación me interesa mucho porque su centro es el periodismo narrativo, no hay muchas que hagan tanto énfasis en escribir bien. Para los talleres hay tres elementos claves: escribir, narrar y pensar. Hoy el equilibrio entre conocimiento y técnica es más necesario que nunca.



De espaldas Joaquín Estefanía.
En el panel Jaime Abello y Germán Rey.

Centro de Memoria del Periodismo



Germán Rey, *miembro del Consejo Rector de la FNPI*, Colombia.

José Luis Ramírez, *director de Secretaría y Comunicaciones Corporativas CAF*, Colombia.

Jaime Abello, *director ejecutivo FNPI*, Colombia.

Alberto Abello, *miembro de la Junta Directiva FNPI*, Colombia.

Centro de Memoria del Periodismo

Jaime Abello

Esta idea nació del afán de buscar que los talleres no sólo tuvieran más proyección, sino que también dejaran legado y se aprovecharan al máximo los flujos de información. Se ha cristalizado la idea de un sistema interactivo que permita consultar esa información, algo que contribuya a la calidad del periodismo y que

al mismo tiempo sea parte de la historia del periodismo. El Centro de Memoria, además, retroalimentará el resto de actividades de la FNPI. Alberto Abello está encargado de llevar a cabo el estudio y Germán Rey hará las veces de curador.

Germán Rey

El Centro de Memoria es un espacio que quiere recoger, procesar y divulgar la producción del periodismo iberoamericano en cuatro campos:

1. Las escrituras.
2. Las sonoridades.
3. Las visualidades.
4. Las tecnicidades.

Y hay tres puntos que el Centro se debe proponer cumplir. El primero es la Recolección: no todo el mundo sabe quién es Julio Sherer⁹, la idea es que el común de la gente se pueda enterar de este tipo de informaciones específicas. El segundo es la Conservación: tiene que lograr ser una memoria vigente hacia el futuro. Y el tercero es la Producción: que la memoria logre visibilidad mediante algunos de sus frutos. El soporte físico del Centro será en su mayoría digital.

Alberto Abello

Un proyecto como éste, que se propone la recuperación, sistematización, análisis y proyección de historias de periodistas, medios de comunicación, géneros periodísticos y usos sociales de la información, tiene que estar ligado a la misión de la entidad que lo impulsa. La misión de la Fundación es la de contribuir a la

calidad del periodismo con la realización de talleres prácticos, participativos y desescolarizados, talleres que asemejen a las condiciones de la sala de redacción. Por lo tanto, la memoria es importante en la medida que se piense en su relación con la práctica y con la búsqueda de la calidad.

⁹ Periodista mexicano, fundador de Proceso y galardonado en 2002 en la categoría Homenaje por el Premio Nuevo de Periodismo CEMEX+FNPI. (N.E.)

Según Rodolfo Llinás, la memoria, el aprendizaje y la experiencia se encuentran en franca relación¹⁰. Y fortalecer esa relación a favor de la calidad del periodismo que se hará en el futuro en Iberoamérica y el Caribe es la apuesta de este proyecto. Dice Llinás: “En general, al reflexionar sobre los conceptos de aprendizaje y memoria, lo más útil será pensar en las maravillas de la capacidad humana... (p.204)... Si algo se inscribe en la memoria, posteriormente se habrá de recuperar o de recordar (p.211)”.

Tener memoria de los talleres sería bueno para hacer su historia, para ver la evolución de las técnicas que en su interior se abordan. La memoria le ayudaría, a quien no ha asistido a los talleres, a resolver problemas formativos en su práctica. La memoria se recupera para diseminarla, se trae al presente para resolver problemas que los periodistas tienen. Será necesario con esto reformular, seguramente, los talleres. Hay que llenarlos de memoria.

Para pensar un proyecto como éste, que va a movilizar muchas energías y recursos, hay que pensar antes en su utilidad y en su demanda. Una revisión al azar de las solicitudes que llegan a la FNPI nos ilustra que la mayor parte de ellas son: para acompañar la práctica periodística, para llenar los vacíos formativos, y para solicitar bibliografía sobre periodismo y las memorias de los talleres. Es decir, solicitan memoria de largo y corto plazo. Y esas solicitudes también nos dicen que el universo iberoamericano se abre y que lo que se

haga podría, como una gota de agua, generar una onda expansiva sin precedentes.

Citaré algunos ejemplos de solicitudes que los periodistas escriben al correo contactenos@fnpi.org.

Para acompañar la práctica periodística:

La razón de este correo es para solicitarles algún material de apoyo que me pueda ayudar en mi trabajo. Soy reportera de un periódico local y generalmente cubro temas como salud, educación, derechos humanos y organizaciones no gubernamentales. Pero les agradecería mucho el material, porque en mi estado no se organizan cursos o talleres de capacitación para periodistas. De antemano les agradezco la atención.

Para llenar vacíos de formación:

Me dirijo a ustedes para solicitarles un contacto con algún académico de su institución. Soy estudiante de periodismo y trabajo como colaboradora en la revista semanal La Nación Domingo, Chile, y es mi rol de estudiante la que requiere la atención de un profesor, para que responda seis preguntas para mi tesis de título sobre “El periodismo literario o de creación”. Mi necesidad es poder disponer de su testimonio sobre el tema. Espero su respuesta.

Para obtener bibliografía e información digital (tanto de la memoria de largo plazo como de la memoria de corto plazo de la FNPI):

Quisiera saber cómo puedo obtener la Colección Nuevo Periodismo y Los cinco sentidos del periodista. Me interesa conocerlos, en mi país no tenemos mu-

10 Llinás, Rodolfo. *El cerebro y el mito del yo*. Grupo editorial Norma. Primera edición en español. 2003

cha bibliografía actualizada sobre periodismo en las librerías.

Peticiones que trascienden el espacio iberoamericano:
Estoy interesada en tomar cursos sobre periodismo a distancia. Me interesaría la serie que publicarán con el FCE, ¿sería posible comprarlo desde Bélgica? ¿Qué escuelas me recomiendan?

Sobre la posibilidad de generar una onda expansiva con pequeñas gotas de agua:

Hola! soy periodista, coordinadora del cuerpo de Turismo del diario La Verdad de Venezuela y quisiera hacer contacto con ustedes porque tengo entendido que reciben algunos textos publicados y estoy interesada, al tiempo que si es verdad que luchan por rescatar y preservar la literatura en las narrativas periodísticas, esa es una de mis causas, no sólo con las personas que tengo a cargo en el diario, también con los miles de alumnos que han circulado por mis aulas durante casi seis años en la escuela de periodismo de la universidad donde dicto clases de Periodismo Informativo y Talleres de Redacción.

Si consultamos internet¹¹ encontramos que la idea del Centro de Memoria está asociada a centros de documentación periodística, a memorias de encuentros de periodistas, a anuarios de artículos periodísticos, a publicaciones, a investigaciones sobre periodismo y centros de información para la prensa. El tema parece ser un asunto de la academia; en efecto, desde programas de comunicación y centros de investigación de la

comunicación, surgen algunos planteamientos al respecto.

El resultado de la búsqueda sugiere la existencia de una tendencia a recuperar la memoria periodística en América Latina, sugiere que son mayores los desarrollos teóricos que los prácticos, lo que abre la posibilidad de contar con esas visiones académicas a la hora de pensar un centro de memoria, y sugiere la posibilidad de contar con una red que haga visible esas historias nacionales, y que las relacione y las ponga al servicio del oficio.

El diario *El Tiempo*, de Colombia, se prepara a conmemorar los 100 años de su fundación y trabaja, desde 1999, en su proyecto Memoria para El Tiempo. Esto después de reconocer que la memoria no era parte de su cultura institucional. Un objetivo prioritario de este proyecto fue el de impactar también al interior de la institución. Una idea como ésta ha requerido que la empresa realice inversiones por cerca de US \$100.000 y haya transformado su ejercicio diario para garantizar un mejor manejo de los archivos. A partir de 2006 estarán sus productos en la web y el centro estará disponible al público con la venta de servicios de información; en efecto, se espera que con ello se de un retorno de la inversión.

La experiencia más interesante, hasta ahora conocida, resulta ser la de los *Historical Archives of The Dallas Morning News*, un medio que ha recuperado su propia historia y ha dispuesto al público, en su web, la

11 Centros de Memoria periodística: 15.400 registros; Memoria del periodismo: 167.000 registros; Historia del Periodismo: 454.000 registros; Historia del Nuevo Periodismo: 241.000 registros.

memoria periodística de 1895 a 1977. Se detecta, a pesar de la gran cantidad de registros, que no existe un proyecto iberoamericano para apoyar la calidad del periodismo. Los mayores desarrollos se encuentran alrededor de historias del periodismo, casi siempre historias nacionales que han sido ya publicadas.

La Fundación cuenta con un gran material derivado de sus talleres: cerca de 15.000 autobiografías de postulantes, cientos de trabajos periodísticos, relatorías de los talleres (muchas en audio), trabajos escritos, fotografías, audios de los trabajos postulados, biografías de los ganadores y actas de Jurado del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI, filmaciones, publicaciones, estadísticas, contactos de la web (30.000 suscriptores), memoria de las inquietudes al consultorio ético, biblioteca incipiente, etc. Todo esto hace pensar en la posibilidad de usarlo para contribuir a la formación de periodistas, a la investigación sobre el periodismo latinoamericano, a su mapeo, entre otros servicios dirigidos no sólo a periodistas sino también a terceros (investigadores sociales, por ejemplo).

Debe ligarse la memoria de largo con la de corto. Algunos expertos que han sido consultados recomiendan no separar el cómo se hacía y el cómo se hace. Recomiendan la mirada amplia, la evolución, los cambios. La Fundación tiene a la mano materiales para la construcción de una memoria de corto plazo, pero no puede dejar a un lado la de largo plazo. Se sugiere que vayan paralelas. No se puede correr el riesgo de tomar el camino más fácil. La memoria de largo plazo tiene un alto componente de investigación, su recuperación

(que será siempre parcial) se hará igualmente en el largo plazo.

Si bien el gran énfasis debe ser la prestación de servicios, a través de un soporte digital, para facilitar el apoyo a la práctica periodística, garantizar un mayor cubrimiento y mayor disseminación, mayor onda expansiva, también es muy importante que en la sede de la Fundación en Cartagena exista un gran centro de documentación, una mediateca. Esta contendrá, entre otras cosas, la memoria de lo que aquí pasó al final de los años cuarenta, recordará esos maravillosos encuentros de García Márquez, Clemente Manuel Zabala, Héctor Rojas Herazo, y otros. No me imagino una gran memoria digital sin la memoria de la casa puesta en orden. Cartagena agradecería un espacio para recordar, para tocar, para acceder a esa memoria.

Para finalizar, me asaltan algunas inquietudes que quiero expresar esperando escuchar sus puntos de vista. En cuanto al manejo de la memoria: el profesor sevillano Antonio García Gutiérrez, del departamento de Periodismo de la Universidad de Sevilla, se hace las siguientes preguntas acerca del manejo de la memoria que considero pertinente traer a colación: ¿Qué queda en la memoria? ¿Quién la decide? ¿Quién la construye? ¿Para qué? ¿Qué intereses puede haber detrás? Conocimiento y memoria pertenecen al ámbito de lo ilimitado, la frontera la establece la perspectiva o el interés. ¿Quién toma las decisiones? Creo que es necesario definir unos criterios éticos para su manejo, algo que no se puede dejar en pocas manos. ¿Cómo evitar que unos pocos se adueñen de la memoria? La memo-

ria, según García, está a merced de la mercantilización y patrimonialización. La construcción de la memoria no se escapa a ciertos prejuicios, a la predefinición de ciertas matrices del conocimiento, a ciertos enfoques, a ciertos acuerdos previos, y en ese sentido se corre mucho riesgo. Según el profesor, puede ser manipulada y volverse hegemónica hasta tal punto que a veces es preferible dejar que la memoria hiberne.

Jaime Abello

Hay gran demanda de lo que hemos llamado memoria de largo y corto plazo. Hemos visto que la gente nos escribe buscando tanto información sobre la profesión como información de los talleres y seminarios. De manera que el Centro puede tener un efecto multiplicador: hay reporteros locales que escriben porque no tienen acceso a ningún otro referente periodístico. La idea del Centro está relacionada a un centro de do-

Ricardo Corredor

El Centro de Memoria se va a convertir en un referente de calidad, de manera que el estándar debe construirse con base en la respuesta a una pregunta: ¿de qué hablamos cuando hablamos de calidad periodística? ¿Cómo sabe uno cuando un periódico y un reportaje es de buena calidad o no? Eso lo sabemos noso-

Para cerrar, unas preguntas sobre las que espero reflexionen: si bien el Centro de Memoria está concebido como un proyecto de y para Iberoamérica y el Caribe, ¿puede llegar a adquirir dimensión global?, y ¿qué pasa si no nace el Centro de Memoria? ¿Qué pasaría con el periodismo, qué pasaría con Iberoamérica?

cumentación con publicaciones e investigaciones sobre periodismo. Como mencionó Alberto, hay mucho material derivado de estos diez años que organizado puede servir muchísimo. La memoria de largo plazo tiene especialmente un componente investigativo. Requiere asesoría continua y permanente, habrá de contar con un comité asesor.

tros, pero un ciudadano no. Un ciudadano más o menos sabe cuándo un carro o un computador son de buena calidad, pero ¿cómo hace para saber si un periódico lo es? ¿Valdría la pena hacer un ranking de periódicos en el continente?

Cierre



Jaime Abello es aplaudido por sus 10 años de labor como director de la FNPI.

Cierre

Tomás Eloy Martínez

Hemos puesto muchas cargas a la Fundación, hemos estado diciendo que la Fundación debe hacer tal cosa y tal otra. También debemos darle el reconocimiento que se merece. La Fundación, entre otras cosas, ha congregado a todas las nuevas generaciones de periodistas de América Latina, ha reconocido el trabajo de nuestros mayores que nos enseñaron, y nos ha tratado a los periodistas con igualdad, como si fuéramos una generación uniforme y permanente, una comunidad de periodistas. Hoy, en nombre de los maestros, quiero darle un reconocimiento a Jaime Abello cuya importancia en la Fundación es tal que sin él la Fundación no sería lo que es o simplemente no sería.

Jaime Abello

Varias veces he dicho que mi papel ha sido el de seguir e interpretar de la mejor manera una visión de Gabriel García Márquez. Él tuvo la semilla y nosotros la hemos hecho arborecer. Cuando yo trabajaba en Telecaribe, me sorprendí cuando el Nóbel me dijo que lo invitara a cenar. En la cena habló durante horas de periodismo y al final yo le pregunté: Bueno, ¿y para qué todo esto? Y él me respondió: piensa.

La siguiente vez que nos vimos, varios meses después, lo primero que me dijo fue: “ajá, y qué has pensado”. Y de aquí viene toda esta historia: tuve que pensar en algo. Él me trajo a esto, yo era una persona

He venido recogiendo comentarios y adjetivos a propósito del trabajo de Jaime: perseverante, paciente, tenaz, de buen humor en medio de las tormentas, se ha desvelado infinitas veces mirándonos trabajar y a veces tratando de que nos divirtiéramos, ha sido un piloto en la adversidad, ha mostrado flexibilidad, inteligencia e imaginación para prever las dificultades y resolverlas antes de que lleguen, ha sido capaz de entender las rápidas mudanzas del oficio. La labor de Jaime ha sido silenciosa, excesiva, elocuente, permanente, apasionada. De modo que supongo que a esta gratitud de los maestros se suma la de la mayoría de los periodistas de América latina. Gracias Jaime.

dedicada a los medios pero nunca he sido reportero ni tengo una carrera de periodista. Hoy, cuando lleno los formularios de inmigración, en la parte donde preguntan a qué se dedica uno, respondo: “experto en periodismo”. He sido un aprendiz a lo largo de estos años, mi mayor fortuna es haber estado en decenas de talleres y sobre todo haber conocido a miles de periodistas, personas increíbles, jóvenes vibrantes, intensos, divertidos, y los maestros, que son los compañeros de ruta.

He tenido la fortuna de trabajar con un equipo de gente espléndida. Sé que me falta reunir muchos atributos como Director, vivo en una constante lucha por

tratar de ser mejor en ese sentido, sé que la institución tiene que depender menos del Director. A pesar de que me han bautizado con el nombre ficticio de *El Emperador*, yo digo que soy un emperador constitucional, soy un emperador demócrata, siempre ha habido libertad de opinión entre nosotros. Extiendo ese

Germán Rey

Yo le estaba proponiendo a Jaime algo que creo contará con la aprobación de toda la audiencia. Una relación por la mañana ya es una perversión, dos en el día: una aberración. Yo sigo aquí el precepto de un amigo

aplauso a todas las personas entusiastas que me han acompañado durante estos años. Todo lo que hemos logrado es gracias a esa combinación entre Gabo, el equipo de trabajo, los maestros, las instituciones y las empresas que se han comprometido con nosotros, y mi familia, que le ha tocado esperarme tantas veces.

costeño que se llama Cristo Rafael Figueroa y dice: “mejor te queda mal”. Yo creo que esta reunión debe terminar aquí.

Biografías de los participantes



Biografías de los participantes

Alberto Abello Vives

Es economista, magíster en estudios del Caribe, y especialista en métodos de investigación social y en formulación de proyectos. Fue director del Observatorio del Caribe Colombiano y de la revista *Aguaita*. Ha dirigido varios proyectos de investigación sobre la economía y la realidad social del Caribe colombiano. Es autor de varios libros y artículos. Es miembro fundador y hace parte de la Junta Directiva de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Ha sido director de varias investigaciones. Es autor de varios libros y artículos en revistas nacionales e inter-

nacionales. También ha sido profesor en la Universidad de Cartagena, la Universidad del Norte, la Universidad Jorge Tadeo Lozano, seccional del Caribe, y la Corporación Tecnológica de Bolívar. Ha publicado *La región y la economía mundial* (1997), y ha compilado los libros *El Caribe Colombiano, la realidad regional al final del siglo XX* (1998), *La Costa que queremos, reflexiones sobre el caribe colombiano en el umbral del 2000* (1998) y *Doblamiento y ciudades del Caribe Colombiano* (2000). Es co-autor del libro *Estructura Industrial del Caribe Colombiano*.

Alex Grijelmo

Es maestro de la Fundación Nuevo Periodismo. Decidió a los trece años que sería periodista. A los dieciséis escribió su primer artículo en *La Voz de Castilla*, un periódico de su ciudad en el que después trabajaría como redactor en prácticas mientras estudiaba Ciencias de la Información. En 1977, ingresó a *Europa Press*, agencia de noticias. Desde 1983 formó parte de la redacción del diario español *El País*, donde fue editor local, de domingo y redactor-jefe de la sección de Deportes. Fue director de Contenidos del grupo *Prisa* para Latinoamérica.

Ha publicado cientos de noticias, crónicas, reportajes, artículos y entrevistas, ha elaborado incontables titulares y ha supervisado miles de informaciones. También ha ejercido como profesor de Redacción en la Escuela de Periodismo UAM-El País. Es autor del Libro de Estilo de *El País*, de *El estilo del periodista*, *Defensa apasionada del idioma español* y *La seducción de las palabras*. Ahora es presidente de la *Agencia EFE*.

Alma Guillermoprieto

Alma 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 trajo 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 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 Alma inaugura el programa anual de la FNPI con su taller de crónica.

Ana Lucía Duque

Directora de la Escuela de Periodismo del diario *El Tiempo* donde ha sido reportera y editora durante 25 años. Es docente de la especialización en periodismo

de la Universidad de los Andes, también en Bogotá, y ha hecho consultorías en diarios de Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela.

Carlos Castilho

Reportero, redactor, editor de noticias internacionales, coordinador de redacción, corresponsal, columnista, director latinoamericano en agencias de prensa, comentarista, director y presentador de telenoticiarios: a los 63 años ha sido de todo en el periodismo, menos dueño de un medio. Fue jefe de la oficina de *TV Globo* en Londres; productor de *Rádio Jornal do Brasil*,

editor de la revista *Cuadernos del Tercer Mundo*, corresponsal en Brasil del diario *Público* de Portugal y consultor de la Unión Europea en Costa Rica. En este momento está vinculado al *Observatorio da Imprensa* de Brasil. Allí conduce un *blog* sobre las transformaciones en la prensa provocadas por la democratización de la comunicación.



Rosental Alves, Jon Lee Anderson, Jean François Fogel, Stephen Ferry, Tomás Eloy Martínez, Gabriela Esquivada y Javier Darío Restrepo.

Cristian Alarcón

Licenciado en Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Fue becario de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano en el taller de Reportaje dictado por Ryszard Kapuscinski en México en abril de 2001 y en el taller de Crónica de Tomás Eloy Martínez en 2002. Autor del libro de no ficción *Cuando me muera quiero que me toquen cumbia* (2003), que va por la sexta edición y está próximo a ser llevado al cine. Publicó crónicas y reportajes en revis-

Daniel Santoro

Es la estrella del equipo de investigación del diario argentino *Clarín*, así como su actual editor político. Graduado de periodismo de la Universidad de La Plata, ha cubierto diversos sucesos políticos en



Stephen Ferry, Tomás Eloy Martínez, Gabriela Esquivada y Javier Darío Restrepo.

tas como *Rolling Stone*, *Planeta Humano* y *Lateral*, de España, y *Cambio*, de México. Durante el año 2004 fue el creador y director del intercambio cultural “Buenos Aires-Medellín se miran y se encuentran”, un evento que abrió las puertas de Medellín a las nuevas vanguardias del arte político, las experiencias exitosas de construcción de ciudadanía y las últimas experiencias artísticas en danza, teatro, música y literatura argentinas. Actualmente se dedica al dictado de talleres de crónica urbana y a la investigación de su próximo libro.

Estados Unidos, España, Zimbawe y casi la totalidad de América Latina. Es miembro del Consorcio Internacional de Periodismo de Investigación. Con su trabajo sobre la venta ilegal de armas a Ecuador ganó

el Premio Internacional del Periodismo Rey de España en 1995. En 1997 fue nombrado Caballero de la Orden al Mérito de la República de Italia. En 2004 recibió el Premio María Moors Cabot de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. Ha escrito los libros *Operación Cóndor II; El Hacedor; Una biografía política de Domingo Cavallo; Los intoc-*

bles, los verdaderos; y Venta de Armas: hombres del gobierno, el escándalo de la venta ilegal de armas a Ecuador, Croacia y Bosnia. Su más reciente libro es *Técnicas de investigación, métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina*, de la Colección Nuevo Periodismo FNPI-FCE.

Darío Fernando Patiño

Es codirector general de Noticias de *Caracol Televisión* y director-presentador del programa de opinión *Hablando Claro con la prensa* del mismo canal. Director y fundador del programa *Lechuza* del *Canal Caracol*. Codirector de Noticias de *City TV*. Director y fundador del programa *La Noche* de *RCN*, por el que en 1998 recibió el Premio de Televisión Simón Bolívar. A lo largo de su carrera periodística ha sido subdirector del *Noticiero QAP*, subdirector del *Noticiero de las Siete*, y reportero económico del *Noticiero de las Siete*, *Noticias Uno*, *El Espectador*,

Colprensa, *La República*, *La Voz* de Armenia y *Caracol Armenia*. Ha colaborado en las revistas *Diners*, *Soho*, *Cambio* y *Avianca*. Recibió el Premio Simón Bolívar 1987 a Mejor Reportaje Económico en Televisión y en 1991 al Mejor Trabajo de Humor en Televisión. Ha sido catedrático de la Universidad Javeriana y del posgrado de periodismo de la Universidad de los Andes. Maestro de periodismo de televisión en la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y tallerista de la misma.

Francis Pisani

Llegó al periodismo y a la tecnología por curiosidad. Durante la guerra de Vietnam pasó por ahí para ver cómo transcurrían los hechos y terminó convirtiéndose en el apoyo del corresponsal de la *AFP*. Fue uno de los primeros usuarios de *Compuserve*, el internet de entonces, y uno de los primeros en utilizar la red como medio de información. Se ha convertido en un visio-

nario y un gran conocedor de los medios digitales y de sus herramientas. Le ayudó a Gabriel García Márquez a dar sus primeros pasos con el computador. Escribe semanalmente una columna para *El País* (España), y para *Reforma* (México). Tiene un *blog* en *Le Monde* (Francia).

Germán Rey

Es un intelectual del periodismo: lo ha estudiado, lo ha descrito, lo ha criticado y defendido. Psicólogo de la Universidad Nacional de Colombia, trabajó en la Fundación Social dirigiendo diversos proyectos. Mantuvo por muchos años una columna de crítica de televisión en *El Tiempo*, hasta que fue designado como Defensor del Lector por dos años. Actualmente es asesor de la Dirección de Responsabilidad Social

de la *Casa Editorial El Tiempo*. También es asesor del Proyecto de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello. Ha publicado, entre otros libros: *Oficio de equilibrista. 21 casos periodísticos*; *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, junto a Jesús Martín Barbero; *Balsas y Medusas* sobre la política en los medios, y *Desde las dos orillas*, sobre el derecho a la información.

Héctor Feliciano

Es maestro de la Fundación Nuevo Periodismo. Escribe desde Nueva York para los diarios *El País* y *Clarín*. Ha sido corresponsal cultural en Europa para *The Washington Post* y *Los Angeles Times*. Residió en París, Francia por más de 18 años, en donde trabajó en *Radio Francia Internacional* y ejerció, además, como redactor en jefe de *World Media Network*, una agrupación de diarios europeos. Posee un grado universitario en Historia e Historia del Arte de la Universidad de Brandeis, 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. Su libro, *El museo desaparecido - la conspiración nazi para robar las obras maestras del arte mundial-*, es uno de los más vendidos en Argentina y España. Ha sido miembro del grupo de trabajo para el nuevo programa de estudios de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, de la que recibió la prestigiosa beca del *National Arts Journalism Fellowship Program* (NAJP).

Javier Darío Restrepo

Es conocido por centenares de periodistas de América Latina como el maestro de ética periodística de los talleres organizados por la FNPI. A lo largo de las últimas décadas los colombianos lo han visto 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 Premio Germán Arciniegas de la Editorial Planeta (1995) y el Premio latinoamericano a la Ética Periodística, otorgado por el Centro Latinoamericano

Jean François Fogel

Experto en prensa digital, los talleres que imparte para la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano giran en torno al tema de la calidad periodística, la cual concibe como una política editorial. Con base en su experiencia y en algunos textos, establece un mapa de los criterios necesarios para un periodismo de calidad. Conoce los peligros y las virtudes de internet y ha señalado las costumbres de trabajo que hacen a un buen equipo de periodistas y editores. Ha sido consejero internacional del diario francés *Le Monde*, al cual asesoro,

de Periodismo. Ha publicado nueve libros periodísticos. Su más reciente título, de la Colección Nuevo Periodismo FNPI-FCE, es *El zumbido y el moscardón*, fruto de los talleres que dicta para la FNPI.

Joaquín Estefanía

Se licenció en Ciencias Económicas y en Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid. Desde 1974 ejerce como periodista en distintos medios de comunicación. Trabajó en la revista *Cuadernos para el Diálogo* y en los diarios *Informaciones*, *Cinco Días* y *El País*, donde fue subdirector de la edición dominical y director hasta 1993. También fue director de Publicaciones del Grupo Prisa. Recibió el Premio Europa de Periodismo

ró, desde la creación de la nueva fórmula del periódico en 1995 hasta su última renovación en 2002. Escribió en compañía de Bertrand Rosental el libro *Fin de Siglo en la Habana*, una completa investigación sobre Cuba y el régimen de Fidel Castro. En él hace un recorrido por La Habana, Moscú, Miami y Washington y analiza el entorno cubano, que incluye el narcotráfico, la deuda externa y la ayuda económica soviética, entre otros fenómenos. Otras de sus obras son: *Morand Express*, *El testamento de Pablo Escobar* y *El rugby*.

por su defensa, al frente de *El País*, de las libertades democráticas, y el Premio Joaquín Costa de Periodismo, por sus trabajos sobre la deuda externa de América Latina. En los últimos años ha escrito varios libros, entre los que se destacan: *La primera revolución del siglo XXI* (2002), y *La cara oculta de la prosperidad. Economía para todos* (2003). Actualmente es Director de La Escuela de Periodismo Universidad Autónoma de Madrid/El País.

José Salgar

Se inició en el periodismo hace 70 años en *El Espectador*, donde comenzó contratado para fundir las barras de plomo de los linotipos. Desde entonces y hasta 1999 ocupó todos los cargos posibles en la redacción de *El Espectador*, incluso la jefatura de redacción por décadas. Fue dos veces director encargado, una de ellas con motivo del asesinato del director titular, Guillermo Cano, en diciembre de 1986. En 1983 le

fue otorgado el Premio Simón Bolívar a la vida y obra de un periodista. Ese mismo año ganó el Premio del Círculo de Periodistas de Bogotá, del que fue socio fundador y hoy es presidente honorario. También le ha sido concedido el Premio Mergenthaler de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). En el 2002 ganó en la modalidad de Homenaje el Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI.

Juanita León

Abogada de la Universidad de Los Andes, de Bogotá, especializada en periodismo en Columbia University en Nueva York. Comenzó su carrera como periodista en el *Wall Street Journal*. Luego regresó a Colombia donde siempre ha hecho cubrimiento del conflicto armado. Primero como editora de la Unidad de Paz de *El Tiempo* y actualmente como editora de reportajes de la revista *Semana*. Es profesora de la especialización de periodismo de la Universidad de Los Andes. Editora y coautora del manual *Cómo hacer periodismo* (2002), coautora de *Poder y medio* (2004) y editora de *Años de fuego* (2002), una antología de

reportajes colombianos. También ha trabajado en televisión como investigadora de las series *Tiempos Dificiles* y *Regreso a La Esperanza*. Es autora del libro *No somos machos, pero somos muchos*, en el que reconstruye cinco experiencias excepcionales de resistencia civil en Colombia. Durante su carrera como periodista ha recibido varios reconocimientos, entre ellos ser finalista de la primera convocatoria del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI y la ganadora del Premio Mundial de la OMS en 2002 al mejor reportaje sobre salud.

Luis Miguel González

Director editorial de *Público*. Es licenciado en Economía por la Universidad de Guadalajara. Estudió el Master de Periodismo en El País en la 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 editor de Economía del periódico *Público*. Desde noviembre de 2002 es coordinador de información económica y de negocios del grupo editorial Multimédios, que incluye diarios en Guadalajara, México, Monterrey, Tampico y

Martín Caparrós

Periodista, novelista y ensayista. Utiliza herramientas de la historia, de la literatura y de la reportería para escribir sus textos. Ha practicado periodismo deportivo, gastronómico, taurino, cultural, político y policial en prensa, radio y televisión. Comenzó su carrera periodística en 1973 en el diario *Noticias*. Entre 1976 y 1983 vivió en París, donde se licenció en Historia, y en Madrid. De regreso a su país dirigió las revistas *El Porteño*, *Babel*, *Página/30*, *Cuisine & Vins*. Ha publicado las novelas *Ansay o los infortunios de la gloria* (1984), *No velas a tus muertos* (1986), *El tercer cuerpo* (1990), *La noche anterior* (1990), *La Historia* (1999) y *Un día en la vida de Dios* (2001). También ha publica-

Ricardo Corredor

Es graduado de comunicación social de la Universidad Javeriana. Estudió una Maestría de Comunicaciones en *The New School for Social*

Torreón. Escribe artículos de opinión sobre temas económicos una vez por semana 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.

do el libro de ensayos *La Patria Capicúa* (1995), ediciones críticas de dos textos de Voltaire (*El Ingenuo* y *la Filosofía de la Historia*) y los tres tomos de *La Voluntad: una historia de la militancia revolucionaria en la Argentina*. Sus últimas publicaciones son los textos de *Extinción - últimas imágenes del trabajo en la Argentina*, una traducción en verso de *Romeo y Julieta* y *Qué País, Informe urgente sobre la Argentina que viene*. Sus crónicas periodísticas están reunidas en *Larga Distancia* (1992), *Dios Mío* (1994) y *La Guerra Moderna* (1999), producto de sus viajes por buena parte del planeta y *Valfierno*, publicado en 2004. Ha dirigido para la FNPI el taller de reportaje en televisión.

Research de Nueva York. Fue gerente del proyecto de comunicaciones para la reconstrucción del Eje Cafetero, convivió con los sobrevivientes y afectados

del terremoto que asoló la ciudad en 1999. Ha trabajado siempre en temas de desarrollo para ONG y fundaciones sin ánimo de lucro. Fue asesor en temas de

Rosental Alves

Es profesor de la Cátedra Knight de Periodismo en la Universidad de Texas en Austin, donde 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

Sergio Dahbar

Desde 1996 es el director adjunto del diario *El Nacional*. Estudió Periodismo en la Universidad Central de Venezuela y una maestría en Literatura Hispanoamericana en la Universidad de Maryland, además de una especialización en el Negocio Editorial en Bélgica y otra en Gerencia de Medios de Comunicación de la Northwestern University. Antes de trabajar en *El Nacional* fue jefe de desarrollo edito-

radio comunitaria del Ministerio de Comunicaciones de Colombia. Se desempeñó como coordinador de proyectos de la FNPI desde 2000 a 2004.

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.

rial y también del suplemento dominical de *Economía Hoy*. Entre 1989 y 1991 fue gerente de producción de Monte Ávila Editores y durante los dos años anteriores fue coordinador del *Papel Literario de El Nacional*. Ha publicado los libros *Balada para un Packard gris* (Cuentos); *Sangre, Dioses, Mudanzas* (Crónicas) y *Gente que necesita terapia* (Crónicas, de próxima aparición).

Tomás Eloy Martínez

Considerado toda una leyenda del periodismo y la literatura de América Latina, ha sido crítico de cine de *La Nación*, jefe de redacción del semanario *Primera Plana* y director del suplemento cultural de *La Opinión*. Durante el tiempo que estuvo exiliado en Caracas, fundó *El Diario de Caracas* y fue editor del *Papel Literario* del diario *El Nacional*. Más adelante participó en la creación del diario *Siglo 21* de Guadalajara, y creó el suplemento literario *Primer Plano* del diario *Página 12*. Desde 1996 es columnista permanente de *La Nación*, de Buenos Aires, de *The New York Times Syndicate* y de *El País*, de España. Su

trayectoria literaria incluye la publicación de los libros *Sagrado*, *La pasión según Trelew*; *Lugar común la muerte*, *La novela de Perón*, *La mano del amo*, *El sueño argentino* y *Santa Evita*, la novela argentina más traducida de todos los tiempos. En 1996 publicó *Las memorias del general*, una crónica sobre los años setenta en la Argentina. En 2002 ganó el Premio Alfaguara de Novela con *El vuelo de la reina*. Actualmente es el director del Programa de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Rutgers, prepara otra novela y dirige la Colección Nuevo Periodismo FNPI-FCE.

Vladdo

Vladimir Flórez es el nombre que utiliza para firmar documentos formales y legales, asegura que es un nombre con el que sólo lo conocen en los bancos, en la dirección de impuestos y en la Embajada de Estados Unidos. Los demás le dicen Vladdo. Comenzó en 1986 a dibujar y sus caricaturas han pasado por los medios más importantes de Colombia. Vladdo ha

ejercido el periodismo como caricaturista, ilustrador, diseñador y autor de artículos. Dirige la edición colombiana de la revista *Poder*, publica sus caricaturas en las revistas *Semana* y *Caras*, y es asesor de diseño de varias publicaciones. Aleida, es uno de sus personajes más conocidos, que reflexiona con humor sobre los hombres, el amor, el sexo y la pareja.

Wendy Arenas

Antropóloga y politóloga con gran experiencia en el uso de los medios de comunicación como herramienta de desarrollo social. Por más de 15 años su trabajo profesional ha estado enfocado al acercamiento entre dife-

rentes sectores de la sociedad. Desde la promoción de mecanismos de participación ciudadana en East Harlem, Nueva York, hasta la dirección de Responsabilidad Social y relaciones con la comunidad de la

Casa Editorial El Tiempo, donde ha logrado aplicar estrategias novedosas de responsabilidad social para empresas de comunicación. Ha participado como co-

editora de varios libros sobre temas de educación, construcción de ciudadanía y sociedad civil.

Bautizo con rosas

Al finalizar la jornada de trabajo, la CAF y la FNPI llevaron a cabo la presentación de un nuevo título que publicaron conjuntamente. Se trata del libro "La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional", que recoge las memorias del seminario realizado en Monterrey, Nuevo León, México los días 30 y 31 de agosto de 2005, y que fue

organizado por ambas instituciones. Con el júbilo de los presentes, se realizó el bautizo de la publicación –que pertenece a la Colección Periodistas Siglo XXI, Espacios para el Debate Creador que edita la CAF– siguiendo la tradición venezolana de lanzar sobre el libro pétalos de rosas.



José Luis Novoa, José Luis Ramírez, María Clara Avilán, Jaime Abello y Daniel Santoro.



Bautizo del libro "La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional" de la Colección Periodistas Siglo XXI de la CAF.

