

---

# La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional

---

Memorias del seminario realizado  
en Monterrey, Nuevo León, México,  
organizado por la CAF y la Fundación  
del Nuevo Periodismo Iberoamericano  
30-31 agosto de 2004

---



---

***La búsqueda de la calidad periodística  
y la transformación del periodismo profesional***

Depósito legal: If 74320040702370

ISBN: 980-12-0876-7

---

El material de este libro fue compilado y editado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI). Es producto de las intervenciones de editores y periodistas de medios de América Latina que participaron en la mesa redonda que da título a este libro.

El evento tuvo lugar en el Museo de Arte Moderno de Monterrey los días 30 y 31 de agosto de 2004. Contó con el apoyo de CEMEX y fue organizado en conjunto por la FNPI y la Corporación Andina de Fomento (CAF).

---

**Coordinación y producción editorial:**

Unidad de Comunicaciones  
y Publicaciones de la CAF y la FNPI  
publicaciones @caf.com  
editorial@fnpi.org

**Edición de relatoría:** Alberto Salcedo Ramos

**Fotografías:** Carolina Cubría Bacre

**Diseño gráfico:** Pedro Mancilla

**Impreso en:** Gráficas Lauki  
Caracas, Venezuela – marzo de 2005

---

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

© Corporación Andina de Fomento (CAF)

© Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)

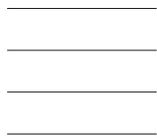
La versión digital de este libro se encuentra en:

[www.caf.com/publicaciones](http://www.caf.com/publicaciones)

[www.fnpi.org](http://www.fnpi.org)

---

# Contenido



**Presentación** 5

## **Primer panel**

Demandas éticas y sociales: ¿qué le reclama el público a medios y periodistas? 9

## **Segundo panel**

Géneros en fuga. Experiencias y propuestas para que los medios escritos que buscan la calidad promuevan la creatividad y el rigor entre sus periodistas en la era de Internet, cuando el mundo se le escapa al periodismo 41

## **Tercer panel**

El poder político, otro reto a la calidad de medios y periodistas en América Latina 65

## **Anexos**

Programación oficial del seminario 95

Listado general de participantes 99

Biografías de los expositores 103

---

## **Presentación**

---

---

---

---

---

### **Enrique García**

5

Como presidente de la CAF, me resulta muy grato estar nuevamente en esta casa de la cultura que es el Museo de Arte Contemporáneo de Monterrey. La alianza estratégica de la CAF con la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano busca propiciar discusiones como las que se desarrollarán durante esta mesa redonda. Ustedes se preguntarán qué hace un organismo financiero multilateral inmerso en este tipo de iniciativa. Es una buena pregunta y quiero, brevemente, explicarlo.

La CAF es una institución para el desarrollo que nació como la entidad financiera de los países andinos y, paulatinamente, fue creciendo con el ingreso de otras doce naciones de América Latina, el Caribe y España. Su misión está basada en dos pilares: el desarrollo sostenible de sus países accionistas y la integración regional. Por desarrollo sostenible no nos referimos exclusivamente al medio ambiente, sino también al balance y equilibrio que debe existir entre la estabilidad macroeconómica, la eficiencia económica, la equidad y la participación en los beneficios de la mayoría de la gente, la gobernabilidad y, desde luego, el compromiso con la cultura, los valores y la conducta ética en nuestras sociedades.

En ese contexto, la CAF tiene una característica particular, y es que realmente es el único organismo multilateral al que podemos considerar en esencia latinoamericano, porque sus dueños son los países de la región que tienen una agenda con identidad propia, de acuerdo a sus intereses comunes. Nos caracterizamos por ser integrales, por no ser dogmáticos y por ayudar a resolver los problemas fundamentales.

¿Por qué estamos involucrados en este evento? Porque estamos convencidos de que el periodismo es una de las herramientas más importantes para resolver nuestros problemas. Sirve, claro, para informar, pero también para analizar. Así orienta sobre diversos temas a la opinión pública. El periodismo, además, tiene una función fiscalizadora en virtud de la cual vigila que las acciones de la sociedad se desarrollen adecuadamente. Por todas esas razones es que la CAF valora el periodismo. Estar vinculados a este evento es una muestra palpable de la importancia que le damos.

Creemos en la necesidad de dialogar, de buscar un periodismo comprometido que ayude a mejorar la calidad de vida de las personas. Estando en contacto con el escenario

- 6 periodístico podemos transmitir la visión que tenemos de la región: una visión objetiva, sin dogmatismos, sobre diferentes temas como la pobreza, el desarrollo, la marginalidad, la integración de las sociedades y la gobernabilidad. Tenemos la intención de divulgar nuestro punto de vista sobre estos temas ante los comunicadores sociales, con el fin de sensibilizarlos respecto a ellos y así contribuir a la generación de políticas comunicacionales idóneas y a la formación de una opinión pública favorable que promueva el apoyo y la participación activa de la sociedad civil y de los diferentes actores involucrados en los procesos que conducen al desarrollo sostenible de nuestros pueblos.

---

### **Javier Treviño**

En nombre de CEMEX, quiero darles la más cordial bienvenida a Monterrey, al museo MARCO, donde aparte de esta importante mesa redonda tendremos la entrega de los Premios Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI. Concurso que, por cierto, ha sido muy exitoso tanto en ésta como en sus dos ediciones anteriores. Más de 800 trabajos fueron presentados a esta tercera versión del premio en periodismo escrito y en fotografía. Para CEMEX es un orgullo trabajar tan de cerca con la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, por eso reiteramos nuestro compromiso para seguir haciéndolo. Empezamos ya a preparar la cuarta edición, que convoca a trabajos publicados en Internet, radio y televisión.

---

### **Jaime Abello Banfi**

Hoy es 30 de agosto de 2004. Hace 10 años estábamos con Gabriel García Márquez en Cartagena. Él había terminado de jugar un partido de tenis y andaba en pantaloneta, como suele vestir cuando no se encuentra en seminarios y eventos públicos. Fueron varias las deliberaciones que buscaban darle forma a esa idea que él tenía sobre realizar talleres de periodismo para jóvenes periodistas de América Latina.

Durante todo este tiempo hemos trabajado para desarrollar la visión que Gabriel García Márquez trazó. La celebración de los 10 años de la Fundación tendrá lugar en 2005

porque queremos mostrar como fecha de aniversario la que coincida con del inicio de nuestros talleres y seminarios –que son nuestra razón de ser– y no simplemente la de las discusiones internas y la firma del acta de constitución.

Creo que hay que aprovechar la sinergia que tenemos con dos organizaciones latinoamericanas respetadas y de primera línea a nivel internacional. Me refiero a CEMEX, una empresa global y competitiva que desde 1997 apoya los trabajos de la Fundación, y a la CAF, que cada vez más se consolida en el ámbito latinoamericano como un organismo multilateral de gran importancia para la promoción del desarrollo. La Fundación Nuevo Periodismo también es latinoamericana, y cada vez está abriendo más sus puertas al resto del mundo, especialmente, a la comunidad iberoamericana.

Hoy estamos frente a una nueva oportunidad de aprovechar el Premio para unirlo con algo muy importante: nuestro programa de debates y reflexión sobre el periodismo. Hemos reunido un grupo con periodistas de 15 países. Algunos de ellos son los finalistas y los ganadores del Premio. Es un honor la presencia de Clóvis Rossi de Brasil, ganador del premio de homenaje, junto con quienes le antecedieron en esa distinción: Julio Scherer de México, y José Salgar de Colombia. Nos acompañan también los nominados y premiados de las categorías de texto y de fotografía, casi todos tan jóvenes como los ganadores: Mauricio Lima de Brasil y Josefina Licitra de Argentina. Ninguno de los dos tiene todavía 30 años. Contamos con la presencia de maestros de la Fundación Nuevo Periodismo y con invitados especiales de todo el continente. Hay directores de medios desde Argentina hasta México.

Esta congregación la hacemos, una vez más, agradeciendo al Museo de Arte Contemporáneo de Monterrey (MARCO), la casa de la Fundación en esta ciudad.

Que esta sea la oportunidad de debate y enriquecimiento para el grupo de periodistas que está presente, y que sus contenidos se proyecten a otros colegas de América Latina.

Además de Germán Rey, en esta primera sesión también intervendrá Sergio Muñoz, el periodista mexicano que está en una de las más altas posiciones del mundo de los periódicos de los Estados Unidos. Su trayectoria es larga, hizo carrera como director de *La Opinión* y también de *Univisión*. Ahora está en el *staff* del equipo editorial de *Los Angeles Times*.

8 Participará igualmente Joaquín Estefanía, director de la Escuela de Periodismo de *El País*, con la cual se suscribe un convenio de colaboración. Y por último, nos acompaña en el panel Luiz Egypto, del Observatorio da Imprensa de Brasil, un interesante proyecto de crítica, análisis y seguimiento de medios hecho por periodistas, básicamente a través de Internet. Ese observatorio es hoy un punto de referencia para los periodistas brasileños y creo que es, además, una experiencia realmente modelo en América Latina.

La moderación de esta sesión estará a cargo de José Luis Ramírez, director de Secretaría y Comunicaciones Corporativas de la CAF, quien ha sido periodista durante toda su vida, pese a que ha ocupado cargos diplomáticos.

Primer panel

**Demandas éticas y sociales:**

**¿Qué le reclama el público a los  
medios y periodistas?**



Joaquín Estefanía, *El País*, España.

Luiz Egypto, *Observatorio de Imprensa*, Brasil.

Germán Rey, *El Tiempo*, Colombia.

José Luis Ramírez, CAF.

Sergio Muñoz, *Los Angeles Times*, USA.



Germán Rey, *El Tiempo*, Colombia.

Josefina Licitra, *Revista Rolling Stones*, Argentina. Ganadora del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI, en la Categoría Texto.

Mauricio Lima, *Agencia AP*, Brasil. Ganador del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI, en la Categoría fotografía.

## **Demandas éticas y sociales: ¿qué le reclama el público a los medios y periodistas?**

---

---

### **José Luis Ramírez**

Hace poco, en Bogotá, terminó exitosamente un encuentro que buscaba establecer una agenda andina para la educación. Asistieron, entre otros, representantes del gobierno y ex ministros. El evento fue promovido por la CAF, por la Casa Editorial El Tiempo y por otros periódicos del área andina, como *El Comercio* de Quito, *El Nacional* de Venezuela, *El Comercio* de Lima y *La Prensa* de La Paz. Una de las preguntas que nos

planteamos es ¿hasta dónde los medios de comunicación, en su cubrimiento diario de las actividades propias del tema educativo incurren en actitudes cuestionables? Varios de los directores de medios que estaban presentes hablaron de la arrogancia de los periodistas en algunos casos. Considero que este panel es el más propicio para continuar con ese debate, que fue muy productivo y en el cual Germán Rey también participó.

---

### **Germán Rey**

#### **Un mundo que se le escapó al periodismo**

Cuando Sergio Ramírez hizo el análisis de los trabajos que ganaron el Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI en el año 2002, concluyó que mostraban a América Latina como una casa llena de aposentos y de espejos, en que se reflejaban a la par nuestras desgracias y nuestras esperanzas. En ese entonces, la travesía por un río mostró el Brasil de las desigualdades y los *sertões*, mientras se entreveían las diásporas de los sin tierra, las premoniciones de sus poetas y la intensidad lacerante de sus paisajes y sus despropósitos. Junto a este viaje a las regiones más íntimas de un país inmenso, estaban los negocios truculentos de Carlos Menem, los traficante de armas, los rostros de los empobrecidos que ha dejado el desfonde alarmante de las

economías y la increíble máquina de falsificar firmas que se inventó Montesinos para respaldar la reelección de Fujimori.

Los espejos de la casa mostraban los males que sufrimos desde hace siglos los latinoamericanos, como si los periodistas al incumplir el pacto con Pandora se atrevieran a abrir su caja de la que salieron, uno a uno, los desastres tantas veces anunciados. Pero al final, como siempre, estaba la esperanza.

Dos años después, los textos y las fotografías premiados nos devuelven nuevamente a los umbrales de la casa. Los espejos trizados –para utilizar la metáfora que usó en uno de sus libros el chileno José Joaquín Brunner– reflejan, sin embargo, otras circunstancias sociales, como si en el curso de unos pocos años hubiera

12 pasado un vendaval, que a la vez que afirmaba las viejas infortunios, destruía a su paso las pocas esperanzas aún en pie.

Los jurados fueron testigos de esta especie de cataclismo. “Estos textos –escriben en su acta de este año– presentan, en su conjunto, una deprimente descripción de América Latina en el siglo XXI. Cubren en un amplio abanico la agenda de los temas que acosan a los países de nuestra región: desigualdad social, violencia, corrupción, hambre y desprecio por la vida. Es decir, los de siempre, agravados por la desesperanza”.

Si buscáramos una palabra que pudiera explicar con precisión todo lo que estos textos reflejan, creo que debería ser “tragedia”. Pero como lo escribe uno de los pensadores que la ha explorado con más rigor, no hay tragedia absoluta. “Lo absolutamente trágico –dice George Steiner– es no sólo insoportable para la sensibilidad humana: es falso con la vida (...) Allí donde hay tormento y ruina hay también placer y esperanza. Es en ese movimiento pendular y en esa simultaneidad donde se considera que reside la verdad vital, la esencial trivialidad de la existencia humana”.

Sin embargo, a pesar de la crudeza de sus vidas, de la aparente pérdida de toda ilusión, de la terrible sensación de desamparo, todos los personajes de estas piezas periodísticas premiadas, tienen la valentía de proponer una pequeña salida, una débil luz al final de sus propios y

personales túneles. No son ni grandes compromisos, ni transformaciones radicales como las que pensaron (y poco obtuvieron) las generaciones anteriores. No tienen la misión de cambiar el mundo, sino de hacer más vivibles unas existencias que se les han vuelto insoportables a punta de desafecto, de exclusión y de discriminaciones.

Silvina, la adolescente jefe de una banda de secuestradores de “Pollita en fuga”, el texto premiado de Josefina Licitra, publicado en la revista argentina *Rolling Stone*, dice que “quiere tener un hijo para poder tener algo” y se imagina la felicidad como llegar a ser una profesora de natación.

Los huérfanos de Brasil se asoman a las ventanas de sus orfanatos coloniales, con monjas, catres y disciplina, esperando no que cambien sus cárceles, sino que alguien los abrace. Los emigrantes mexicanos muertos, “secos como ramas”, en el desierto de la frontera, caminaban en círculos “platicando de las ilusiones que tenían” y los campesinos de Chinandega en Nicaragua, esperan año tras año, que algún juez se acuerde de ellos y los indemnice de los desastres que dejaron en sus cuerpos los vapores del Nemagón rociado por las grandes compañías bananeras.

Entre este panorama de tragedias el canto de un vallenato surte el efecto de un bálsamo, así venga precisamente de un país –Colombia–

cercado por conflictos terribles. El lector observará que el relato de Emiliano Zuleta, “El testamento del viejo Mile”, escrito por Alberto Salcedo y publicado en la revista colombiana *Elmalpensante*, es en realidad una bella historia de amor.

No hay que ir muy lejos para adivinar, que en estos ejemplos excelentes del periodismo latinoamericano, hay una visión de la sociedad que los recorre. En ellos se transluce la valentía para explorar nuestros problemas, el rigor para investigarlos y la imaginación para contarlos de manera intensa y veraz.

Este es el oficio del periodismo: representar en público los vaivenes y las tensiones de una sociedad, mostrar la vida de sus protagonistas comenzando por los más invisibles, percibir las fisuras que anuncian conmociones aún más duras en las relaciones humanas o en la convivencia social. Al hacerlo así están cumpliendo el objetivo que le asignan Bill Kovach y Tom Rosenstiel al periodismo, cuando dicen que su propósito principal es “proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos”.

Como quizás ninguna otra forma de expresión, el periodismo revela los acontecimientos sociales, pero probablemente por ello, está siendo cada vez más exigido por la propia sociedad.

En un estudio reciente de Naciones Unidas

sobre la democracia en América Latina, los analistas quedaron atónitos cuando una encuesta reveló que 56% de los latinoamericanos creen que el desarrollo económico es más importante que la democracia y sobre todo cuando constataron que 54,7% apoyaría un gobierno autoritario si les resuelve sus problemas económicos. Entretanto, el premio Nobel de Economía, Amartya Sen, escribe que “aún la idea de necesidades, incluyendo el entendimiento de necesidades económicas, requiere información pública e intercambio de información, visiones y análisis (...) Los derechos políticos –dice– incluyendo la libertad de expresión y discusión, no son sólo fundamentales en incluir respuestas sociales a necesidades económicas, ellos lo son para la conceptualización de las necesidades económicas en sí mismas”.

El problema no está entonces en que los latinoamericanos reconozcan el significado social de lo económico, sino en que estén siendo conducidos a los brazos del autoritarismo de la mano de sus necesidades básicas aplazadas.

En esa misma encuesta, 37% está de acuerdo con que el presidente controle a los medios de comunicación. Cuando la mirada se dirige hacia los líderes del continente a los que se consultó en ese mismo estudio (políticos, periodistas, intelectuales), incluyendo a casi medio centenar de ex presidentes y ex vicepresidentes latinoamericanos, se confirma el peso que tienen

14 los medios como poderes fácticos, junto a los empresarios y las organizaciones extra-territoriales, su capacidad de fiscalización, su intervención en la definición de buena parte de los contenidos de la agenda pública y, en algunos casos, su posibilidad de cumplir funciones que exceden el derecho a la información.

Cuando se finaliza la lectura del *Viaje alrededor del mundo en ochenta periódicos*, el dossier preparado hace unos meses por *Le Monde*, una de las conclusiones que asalta al lector es la enorme dificultad que tienen los periódicos para conocer un mundo que se volvió más complejo, menos previsible. Las relaciones entre lo global y lo local, las modificaciones constantes de la convivencia que se reflejan en la solidaridad pero también en las desigualdades crecientes, la inseguridad que abrumba la vida cotidiana de la gente en las calles o en el hogar, el impacto de las decisiones económicas en el desempleo o en el derrumbe de la educación pública, la impunidad de los sistemas de justicia, los problemas de gobernabilidad, son todas manifestaciones de unas sociedades, que como dice Zygmunt Bauman, se han vuelto más líquidas, mas llenas de incertidumbres, desconfianzas y riegos.

El orden cognitivo que regía las salas de redacción de los periódicos se ha fracturado severamente: las secciones cambian, las posibilidades de convergencia con otros medios se

acentúan, los problemas exigen otros tratamientos y sobre todo otras comprensiones para los que no estaban preparados muchos periodistas. Entretanto, el oficio periodístico sufre impactos que influyen en su funcionamiento: la sobrevaloración de las lógicas comerciales sobre la independencia informativa, la restricción de espacio pero también de fuentes, casi siempre instaladas cómodamente en las instituciones del Estado, la disminución sensible de la diversidad de los géneros periodísticos que como la crónica o el reportaje toman el camino de las revistas que han ido apareciendo en el continente, recogiendo aquello que los periódicos con sus prisas olvidan.

Mi convicción es que el problema es menos de técnicas y mucho más de criterios, de formas de conocimiento (que determinan las rutinas y las prácticas periodísticas concretas), que puedan adentrarse en un mundo que necesita ser visto y explicado de otro modo. En un libro extraordinario publicado antes de morir, Norbert Lechner recuerda que, el mundo que nos era familiar se vino abajo y “nos encontramos sin instrumentos para orientarnos en el nuevo paisaje (...) Las cosas han cambiado de lugar, las escalas son otras, los límites se desplazan y para colmo, los tiempos ya no son los de la hora marcada”.

Creo que si el periodismo es influenciado por la vertiginosa revolución de las tecnologías

que van desde los lenguajes visuales hasta los virtuales e interactivos, ha sido aún más impactado por la urbanización, el surgimiento de nuevos actores sociales, el descentramiento de la política, las variaciones del uso del tiempo (el tiempo, ese lujo, como escribió Hans Magnus Enzensberger), los cambios en la lectura, la modificación de los roles de género o por el desmembramiento de la ética del trabajo, como elemento central de la identidad. Todo ello quizás explique con más argumentos el descenso de circulación de los periódicos tradicionales y los ascensos de otras formas de periodismo que van desde los más vinculados con la proximidad, hasta los periódicos *on line*, la prensa gratuita, los periódicos alternativos y las publicaciones étnicas.

### **Las nuevas relaciones ciudadanas con los medios**

Pero mientras la representación de lo social se vuelve un reto para el periodismo de nuestros días, la propia sociedad, frente a los medios, se está moviendo en un sentido que apenas lográbamos vislumbrar hace unos años.

Encerrados en medio de la regulación y la autoregulación, los medios de comunicación, no parecían encontrar otros caminos de interrelación. Las regulaciones no tienden a disminuir. En los últimos dos años se han promulgado leyes de acceso y transparencia de la informa-

ción pública en México y Ecuador, medidas antiterroristas en Colombia, proyectos de información veraz en Venezuela, Ley de Bienes y Patrimonios Culturales en Argentina, Ley de Televisión en Perú, cambios en las reglamentaciones sobre telecomunicaciones en Centroamérica y un amplio debate ético y jurídico sobre el desacato, la intimidad y el uso de cámaras ocultas en Chile. Para no hablar de las normas desperdigadas en los Tratados de Libre Comercio con los Estados Unidos (que firmaron primero Canadá y México, después Chile y Centroamérica y ahora en proceso los países andinos) en los que se negocian, junto a la venta de astromelias, los porcentajes de inversión extranjera en los medios, la nacionalidad de sus directores, las cuotas de pantalla de cine y televisión, las obligaciones de los prestadores de servicios de Internet, las políticas de cooperación audiovisual y de financiamiento de las industrias culturales (entre ellas periódicos y revistas) y un abundante y complejo número de medidas referidas a la propiedad intelectual y a los derechos de autor.

Cuando hace unos meses, entrevisté en Santiago al Jefe de la Misión negociadora chilena, le pregunté cual había sido el cabildeo más agresivo que había vivido durante la negociación: “Primero –dijo– creía que el *lobby* más fuerte iba a ser el agrícola, hasta que conocí el farmacéutico; después supuse que sería el

16 farmacéutico, hasta que conocí el *lobby* de Hollywood”. Sí, el mismo que acaba de echar abajo la medida del Presidente Fox, de destinar un pequeño porcentaje de la boleta de cine a la promoción de la industria cinematográfica nacional. Lo que están haciendo estos tratados no es solamente flexibilizar los intercambios de bienes y servicios, sino sobre todo extender la normatividad, en que está seriamente implicada la información.

Los debates candentes sobre la sociedad del conocimiento en Ginebra y ahora en Túnez, son simplemente un reflejo de dónde y cómo se están jugando los intereses hoy en el campo de la información.

Quienes insistían alborozados en la desregulación de las comunicaciones, se deben haber tropezado con este laberinto de prescripciones y reglas en que se ha convertido el campo de las comunicaciones. La regulación en vez de ceder se está complicando cada vez más.

Las autorregulaciones, por su parte, han sido convertidas en rey de burlas y, muchas veces, tienen más vida en el papel que en la realidad. Pero en medio de esta aparente dicotomía, es posible constatar movimientos desde los medios y desplazamientos desde la sociedad.

¿Qué significan los defensores del lector, los editores de normas, los paneles y consejos de lectores, las veedurías de la comunicación, los observatorios de medios? ¿A qué intereses res-

ponden y cuáles son sus propósitos y alcances?

Se trata sin duda de nuevas figuras sociales que giran alrededor de algunos problemas centrales para el periodismo de hoy. Por una parte, al reconocimiento de la información como un bien público, que se ha convertido en una necesidad primaria de la gente y en una característica fundamental de la ciudadanía. En otras palabras, hoy no se puede ser ciudadano sin estar informado adecuadamente, ni se pueden tomar decisiones, incluso las más cotidianas, sin unos mínimos elementos de análisis e interpretación.

Pero también estas figuras están ancladas sobre las relaciones entre libertades civiles y responsabilidad social, en la complementariedad de los derechos (por ejemplo entre la libertad de expresión y la intimidad), en la interacción entre audiencias y productores de información y en la relación entre agenda periodística y demandas ciudadanas.

Desde dentro de los medios, los manuales de estilo o los defensores del lector son a la vez mediadores (es la palabra que exactamente se utiliza en francés) e instrumentos de la calidad periodística que es esa combinación entre el rigor y la imaginación, el pluralismo y la veracidad.

Cuando hace dos años la Fundación Nuevo Periodismo realizó en Guadalajara el primer encuentro de defensores del lector de América Latina, se hizo la disección minuciosa de un oficio en construcción, hecho de la distancia que

permite la reflexión y la soledad que finalmente rodea a la decisión ética. “Contra el estancamiento que propicia la autosatisfacción en que es fácil instalarse cuando se cultiva la idea de que el periódico es mejor que el de la competencia –decía entonces Javier Darío Restrepo, dos veces *ombudsman*<sup>1</sup>– o que la modernización de sus equipos lo pone en ventaja, o que cuenta con una jugosa pauta publicitaria o con una creciente circulación, contra todos esos argumentos adormecedores, se levanta la crítica de los lectores y del defensor que, como un acicate o una piedra en el zapato, perturba la autosatisfacción, reta la creatividad y el espíritu de renovación del periódico y lo mantiene despierto y activo”.

Mi experiencia como *ombudsman* me enseñó que los lectores observan con una obsesión inquebrantable y una proporción semejante de crítica, el menor desliz de la independencia del periódico, su manera de representar los acontecimientos de la realidad (especialmente las distorsiones y la falta de precisión), los tropiezos de la información con los derechos de los otros o la debilidad de la investigación que soporta las noticias.

También son sensibles, estos lectores que ya no pueden ser conocidos simplemente a través de los estudios cuantitativos de mercado, a problemas como la falta de continuidad de las noticias, las confusiones y prejuicios, las fallas en

la verificación o las deficiencias en la valoración periodística.

Desde hace apenas unos años, una nueva figura apareció en el contexto de las relaciones entre la ciudadanía y el periodismo: los observatorios de medios. He contado cerca de 20 a través de todo el continente, desde DOCES de Guatemala que ha hecho seguimientos de la información de la prensa guatemalteca sobre el post conflicto, hasta el Observatorio de la Prensa o la Agencia para la defensa de los derechos de los niños en Brasil, el proyecto Antonio Nariño en Colombia o el observatorio de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Córdoba en Argentina. No puede ser una mera coincidencia que tantas iniciativas semejantes hayan crecido como hongos casi al mismo tiempo. Las apariciones de sujetos sociales, así sean frágiles e inconstantes, prefiguraran movimientos más profundos, expresiones más densas de la sociedad.

En general, todos estos observatorios evalúan el papel de los medios, exigen que la agenda informativa responda menos a intereses particulares y mucho más a las demandas sociales, vigilan la representación que los medios están haciendo de temas especialmente álgidos como las elecciones o la guerra, presionan la aparición de otras voces que remuevan las costras interpretativas de los medios.

Bauman dice que ya no vivimos en el panóp-

1. Defensor del lector. Se asocia a la figura de Ombudsman, que aparece por primera vez en la constitución Sueca de 1809, defensor del pueblo que actúa con independencia y vigila a las autoridades. (N.del e.)

18 tico, es decir, en un lugar desde el que una sola persona puede observar a muchas, sino en el sinóptico, en el que muchas observan a los medios. Pero es evidente que los medios no pueden escapar de la fiscalización de la sociedad. Todos estos observatorios están entendiendo que la sociedad tiene mucho que decirle a los medios, pues ella es la primera influenciada por sus aciertos o afectada por sus errores. Saben que la información es un lugar de aplicación práctica de los derechos civiles, que la democracia es imposible sin que sea un gobierno de opinión, y que el interés común y la controversia de los ciudadanos requieren un periodismo de calidad.

Constatan lo benéfico que es para una sociedad que sus periódicos, y en general sus medios, investiguen y denuncien la corrupción, estudien con rigor las medidas tomadas por los gobernantes, estén pendientes del más mínimo exceso de los poderes económicos o empresariales.

Hace unos meses, cuando en una Junta de la Fundación Nuevo Periodismo en la Ciudad de México presenté un informe del estudio que coordiné en 13 periódicos colombianos sobre cómo están presentando el conflicto armado, Gabriel García Márquez dijo una frase que resume plenamente las conmociones que vive el periodismo. “Lo que pasa –dijo– es que el mundo se le escapó al periodismo. Ahora lo que debemos hacer es reinventarnos el mundo”.

Siglos atrás, otro escritor, Honorato de Balzac, dijo que “si el periodismo no existiera habría que inventárselo”. Parte de las nuevas invenciones del periodismo tendrán que ver con las reinenciones que está experimentando el mundo.

Quizás las respuestas ya estén presentes en las fotografías que se premiarán en esta edición del Premio FNPI-CEMEX, de los sin techo que se toman una fábrica de la *Volkswagen* en Sao Paulo, de los jóvenes llenos de lodo que hacen ejercicios en las escuelas de paramilitares colombianas, de los indígenas que armados de palos y antorchas protestan por la explotación del gas en Bolivia, de los adolescentes que forman pandillas poderosas en Centroamérica o de la que refleja la mirada de un torturador, Ricardo Miguel Cavallo, en el espejo de su celda en México. Todas imágenes de luchas y atropellos, de ilusiones aplazadas o de desastres que nunca se deberían repetir.

En uno de los textos premiados, “Los huérfanos de Brasil”, publicado en el *Correio Brasileiro*, un niño de cinco años, le dice a los periodistas una frase terrible y contundente: “Mi nombre es nadie”.

El periodismo responde a las demandas sociales y de la ética, cuando hace conscientes a muchos lectores y lectoras, de hechos definitivos, como que aún hay seres humanos que ni siquiera tienen derecho a llevar un nombre.

## Joaquín Estefanía

Si a los periodistas de mi generación nos preguntasen cuáles son los medios de comunicación en los que nos hubiera gustado trabajar idealmente, aquellos que han sido los baluartes del buen periodismo y de la libertad de expresión sobre todos los demás, los íconos mediáticos de la mejor democracia, hubiéramos mencionado casi de modo unánime, entre otros, los diarios *The New York Times* y *Le Monde*, o la cadena de radiotelevisión británica *BBC*. Pues bien: los tres acaban de padecer graves problemas y una triple crisis de confianza, conciencia y objetivos.

Si *The New York Times*, *Le Monde* o la *BBC* tienen problemas ¿cómo no los vamos a tener los demás y, entre ellos, los medios de comunicación españoles y varios latinoamericanos que nos hemos acercado a la libertad de expresión y a la profesionalidad del periodismo mucho tiempo después de los citados, con interrupciones y de una manera mucho más compulsiva que ellos? ¿Qué errores y abusos no cometeremos nosotros, más allá de los de ellos, si actuamos generalmente con muchos menos recursos y con unas reglas de juego todavía prendidas con alfileres?

Reflexionar sobre esos problemas desde adentro del periodismo conlleva reconocer que en el marco de referencia de la globalización,

que es el que vivimos, además de los problemas y las dificultades específicas del periodismo de cada lugar y de cada situación, hay también una globalización de los problemas de este oficio y de las casuísticas que todos abordamos. Y también que existen semáforos, reglas de juego globales.

Encuentros como el que propicia esta mesa redonda son buenos porque, además de servirnos para contrastar experiencias, nos llevan de vez en cuando al principio para reconocer que, aunque hay nuevas tecnologías y nuevos soportes, hay aspectos sustantivos del periodismo que no varían. Se redefinen, pero no cambian su esencia. El propósito del periodismo sigue consistiendo en proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y gobernarse a sí mismo. No es baladí recordarlo en estos días en los que se cumple el décimo aniversario del denominado *sexto medio*, el digital: en el año 1994 se comenzaban a diseñar las páginas *web* los primeros periódicos digitales.

Siempre es oportuno hacer una reflexión sobre lo que está ocurriendo en nuestro mundo, y mucho más ahora, cuando cada vez se habla menos de periodismo en las redacciones, que viven acosadas por el exceso de trabajo y por la cuenta de resultados que deben mostrar a las empresas de comunicación, sobre las cuales

20 también hemos pasado a preocuparnos, por estar vinculadas al concepto de independencia.

En nuestros medios hablamos de política internacional, nacional, economía, deportes, cultura, sociedad, etcétera, pero poco de periodismo y de sus limitaciones actuales. David Randall, el autor de *El periodista universal*, comenta que los medios de comunicación, sean de la naturaleza que sean y tengan el soporte que tengan, deberían reflejar en todos sus números las limitaciones con las que trabajan, para que los clientes que creen en la tendencia a la perfección, no se equivoquen. Los periódicos, por ejemplo, deberían llevar al lado del espacio noble de sus editoriales una nota aclaratoria que dijese: “Este diario y las centenares de miles de palabras que contiene han sido producidas en aproximadamente 15 horas por un grupo de seres humanos falibles, que desde despachos atestados tratan de averiguar qué ha ocurrido en el mundo, recurriendo a personas que a veces son remisas a contárselo y, otras veces, decididamente contrarias a hacerlo”.

A estas limitaciones objetivas se les debería añadir otra nota aclaratoria adjunta que dijese: “Su contenido está condicionado por una serie de valoraciones subjetivas realizadas por los periodistas y los fijos de la redacción, influidos por su conocimiento de los prejuicios del director y los propietarios. Algunas noticias aparecen sin el contexto esencial, ya que éste les restaría

dramatismo o coherencia, y parte del lenguaje empleado se ha escogido deliberadamente por su impacto emocional y no por su precisión. Algunos reportajes se han publicado con el único objetivo de atraer a determinados anunciantes”.

Actualmente los periodistas españoles –amén de los medios en sí mismos– tienen dos problemas principales que, en mi opinión, se pueden extender geográficamente de modo universal: la autocensura y el amarillismo. La autocensura es producto del miedo que tienen los profesionales a investigar hasta las últimas consecuencias cada información. Ese *miedo a la libertad* se sustenta en la impotencia a la hora de resistir las todavía hipotéticas presiones que van a recibir de sus fuentes, de los propietarios de los medios de comunicación, de los poderes legalmente constituidos o de los poderes fácticos. Hay quien banaliza el problema atribuyendo la autocensura a una especie de coartada de la pereza, pero su realidad es más profunda y tiene que ver, también, con las condiciones de trabajo. El desempleo masivo, la precariedad laboral, la economía sumergida en el sector, el intervencionismo de los gobiernos influyen en esta autocensura de manera determinante, aunque no son la última causa de la misma.

Se dice que en el periodismo de investigación los reporteros no aguantan la segunda derivada, porque tras la misma aparece siempre un amigo del propietario.

Está tan extendida esta autocensura que, por ejemplo, cuando Juan Pedro Valentín, director de informativos de *Telecinco*, hace una entrevista profesional al presidente del gobierno en funciones, José María Aznar, en los días previos a las elecciones generales pasadas, y le pregunta y repregunta una y otra vez sobre lo que no le contesta, se produce una especie de revolución no sólo en la sociedad sino en el propio sector mediático. Nos hemos salido de lo habitual. Nos hemos olvidado de lo que es el periodismo libre. Los que dicen que Valentín acorraló a Aznar se olvidan de que el periodismo no es propaganda.

Los periodistas asumimos hoy sin resistencia que en una rueda de prensa no se puede repreguntar. Ahora se han puesto de moda las “comparencias” sin preguntas.

Esta autocensura –tan dolorosa en un país que sufrió tantos años la censura del Estado– es la que facilita la descripción del periodismo como una profesión gregaria, los medios de comunicación como una gigantesca industria de reciclaje en la que la mayor parte publica la misma información conformista. En esta época, en la que hay programas informativos de 24 horas al día, muchos periodistas pasan más tiempo buscando algo que añadir a las noticias ya existentes, que buscando lo que está oculto. En cuanto una noticia sale del cascarón, toda la manada reacciona igual; es un solo medio –un

periódico, una radio o una televisión– el que establece los hechos. El gregarismo es un subproducto de la autocensura.

Es muy oportuno reflexionar sobre estos asuntos en la España de hoy, donde hay un profundo debate político y mediático sobre los atentados del 11 de marzo y sus consecuencias, 48 horas después, en el voto de los españoles.

Hemos visto que cuando un medio de comunicación se sale de la verdad oficial causa un terremoto en la sociedad. No sólo es necesario acercarse a la verdad de lo ocurrido, sino hacerlo en el tiempo adecuado. En el libro *Elementos del periodismo* escrito por Bill Kovach y Tom Rosenstiel, hay una reflexión muy adecuada para el análisis de este suceso y sus consecuencias posteriores. La reproduzco literalmente, para insistir en la influencia del periodismo independiente y no gregario ni autocensurado: “en las primeras horas de un suceso, cuando ser preciso es más difícil, circunscribirse a los hechos es quizá lo más importante. Es en esos momentos cuando los ciudadanos se forman una opinión, a veces con no poca testarudez, gracias al contexto empleado para presentar la información. ¿Supone una amenaza para mí?, ¿me beneficia?, ¿debería preocuparme?

Las respuestas a estas preguntas determinarán con cuánta atención seguirá cada uno de nosotros esta noticia, con cuánto interés demandaremos una verificación de los hechos.

22 Basándonos en esta experiencia, Holding Carter, veterano periodista que aceptó un cargo en la administración Carter, ha dicho que en esta época el gobierno puede ejercer mayor control sobre la mente del ciudadano que jamás anteriormente. Si no se plantea, por parte de los medios de comunicación, una oposición seria antes de tres días, el gobierno habrá fijado el contexto de un suceso y podría controlar la percepción que el ciudadano tenga del mismo”.

La reflexión parece escrita para el ya citado caso español, pero no fue así. El libro fue escrito en 1997, con una metodología muy interesante: 23 periodistas (directores de periódicos, figuras influyentes de la prensa, radio y televisión, académicos, etc.) se reunieron en Harvard, preocupados por el deterioro de una profesión que en vez de servir a un interés público, lo estaba socavando.

El segundo problema que quiero resaltar es el amarillismo periodístico. Este es aquel que ataca el honor o invade la intimidad de los ciudadanos, conculcando principios constitucionales en nombre de la libertad de expresión. Este amarillismo sobre los particulares no tiene relación alguna con la función de la prensa como garante del pluralismo y de una opinión pública –como a veces oímos ampulosa y exageradamente en algunos programas de radio o de televisión cuyos protagonistas se presentan de modo abusivo como periodistas– y se está

contagando desde los medios audiovisuales a los escritos, en una extraña reedición analógica de la Ley de Gresham, que dice que la moneda mala expulsa a la buena del mercado. A veces, la mala información también expulsa a la buena.

La norma básica sobre los asuntos relativos al dominio privado sigue siendo la misma de siempre: la vida privada de los funcionarios públicos es asunto suyo, a no ser que la conducta privada interfiera en el desarrollo de su labor pública. Borracho en casa, asunto privado. Borracho en los pasillos del Congreso, asunto público.

Nuestra profesión debe ser transparente. Debemos poder contestar con claridad a las preguntas que sobre nosotros se hacen los ciudadanos. ¿Cuáles son esas preguntas? El director de la redacción de *Le Nouvel Observateur*, Laurent Joffrin, describió hace tiempo lo que él denominó “Los diez secretos del periodismo”, que deben tener respuesta para limitar esa desconfianza que a veces ha devenido en odio. Esos secretos son los siguientes:

- 1) ¿Los periodistas somos poderosos frente a los individuos?
- 2) ¿Ocultamos parte de lo que sabemos, en el entendido de que información es poder?
- 3) ¿Somos amigos de los poderosos? ¿Compartimos de forma vicaria parte de su vida, los arte sonados del poder?
- 4) ¿Estamos a las órdenes de los propietarios

de los medios en los que trabajamos o tenemos alguna otra lealtad prioritaria?

5) ¿Quién nos paga? Aquí no se pregunta sólo por los ingresos espurios o vergonzantes sino por el salario del que vivimos. O lo que es lo mismo: ¿quiénes son los auténticos propietarios últimos de los medios en los que trabajamos?

6) ¿Somos manipulados consciente o inconscientemente? ¿“Garganta profunda” no manipuló a Woodward y Bernstein?

7) ¿Somos competentes? ¿Tenemos formación suficiente para hablar al mismo tiempo del caso Enron, la contabilidad creativa, el Protocolo de Kyoto, las células madre, la guerra preventiva o el Tribunal Penal Internacional?

8) ¿Tenemos los medios suficientes para investigar?

9) ¿Somos borregos o tenemos la capacidad de investigar asuntos propios o fuera de la agenda pública?

10) ¿Somos intocables? ¿Es posible que en sociedades repletas de casos de corrupción y

personas corruptas no haya periodistas que pertenecen a esta última clase? ¿Hay sanciones en nuestras redacciones para quien abusa o se corrompe?

A pesar de esos defectos y abusos, la mayor parte de las noticias importantes son divulgadas. Corregidas las manipulaciones, se critica a los poderosos y se presentan con amplitud los males de la sociedad. Esa es la grandeza y la fascinación del periodismo. Su milagro. A la vista de los resultados, hay que poner en cuarentena la versión arqueomarxista de quienes afirman que como la prensa está sometida a las cada vez más difíciles leyes del mercado, también está forzosamente vendida a los poderes económicos o de otro tipo. Además de sumisión, hay espacios de autonomía.

Eso es lo que al final separa a un periodismo de otro. Lo que sigue vigente es el propósito último del periodismo: proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo.



Sergio Muñoz,  
*Los Angeles Times*, EE.UU.

### **Sergio Muñoz**

**R**etomo el tema del reclamo del público a los medios, pero lo limito al periodismo en Estados Unidos, pues allí es donde ejerzo mi profesión.

Primero voy a intentar dar una explicación al alrededor del reclamo ético que enfrenta nuestro gremio. Luego intentaré revisar las demandas de

carácter ideológico. Y por último mencionaré las ocho tendencias principales de la actual transformación de los medios en Estados Unidos.

El reclamo ético de los norteamericanos a la prensa se basa en la percepción de que hay un resquebrajamiento de las reglas tradicionales

24 del oficio. En números cada vez mayores los lectores piensan que se han ido desgastando valores periodísticos como la precisión, la objetividad, la equidad y el balance, entre otros. La enorme lista de periodistas bribones que han mentido, inventado, plagiado y engañado a la gente en diarios de gran prestigio, bastaría para legitimar este reclamo ético.

En 1981, por ejemplo, Janet Cooke, que trabajaba para *The Washington Post*, ganó el Premio Pulitzer escribiendo una crónica sobre las vicisitudes de la vida de Jimmy, un niño drogadicto de 8 años que era ficticio. En 2004 se descubrió el fraude de Jack Nelly, el corresponsal estrella del *USA Today* que llegó a matar a algunos de los personajes de su historia para darle mayor dramatismo. Un caso fascinante fue aquel del columnista de deportes que autoplagió una columna cuando la hora de cierre le llegó antes que la inspiración. Lo más alarmante es que hay, por lo menos, 25 casos documentados de periodismo-ficción publicados en periódicos como *The New York Times* y *Wall Street Journal*, en revistas como *The New Republic* y en agencias de noticias como *Associated Press*. Y lo anterior sólo en los últimos años.

Según una encuesta de la firma Gallup, la confiabilidad de los periodistas está al nivel de los políticos y, apenas, ligeramente arriba de los vendedores de autos usados. Es chistoso pero es grave.

Otro de los reclamos del público a la prensa es que los medios han abandonado el espacio que ocupaban como transmisores objetivos e imparciales del discurso político y social para convertirse en propagandistas de una ideología o de intereses mezquinos.

Una encuesta de la Sociedad Americana de Editores de Periódicos hecha en 1999, encontró que 78% de los entrevistados cree que la gente poderosa planta historias en la prensa para manipularla. Desde esta perspectiva –dicen los críticos de la prensa– los periodistas han abandonado su papel de árbitros justos que escribían sus artículos con un sentido de equidad y justicia, procurando siempre presentar, por lo menos, los dos lados de una historia.

El problema principal de este reclamo, desde mi perspectiva, es que tiene demasiadas vertientes. Expongo dos. Para la izquierda, o para quienes en Estados Unidos se definen como liberales, los anunciantes determinan la agenda de los medios que les pertenecen a las corporaciones. En este sentido la crítica dice que el interés primordial de los propietarios de los medios es proteger sus intereses económicos, no la libertad de expresión ni el libre flujo de la información cuando esta es contraria a sus intereses. La derecha, en cambio, siempre ha dicho que la mayoría de los reporteros en la mayoría de los periódicos son liberales emboscados que muestran sus prejuicios en sus notas y subrepticamente tiñen de

ideología las noticias que deberían ser neutrales.

Esta dicotomía ha provocado la creación de fuentes de noticias alternativas y de otras que están abiertamente al servicio de la ideología. Eso explicaría, por ejemplo, la creciente popularidad de las cadenas de radio y de televisión conservadoras, como *Fox News*, y de voceros como Bill O'Really, quien descaradamente confiesa sus simpatías con el pensamiento más conservador estadounidense. La izquierda, por su parte, tiene a gente como Michael Moore, el autor del documental *Fahrenheit 9/11*, quien ha declarado públicamente que su único quehacer este año será intentar impedir la reelección de George Bush a través de películas, libros y presentaciones en radio, en televisión y personales. Además cuentan con gente como Al Franken, que recientemente ha lanzado una cadena radial abierta y descaradamente de izquierda.

Estas tendencias de fragmentación y convergencia aparentemente contradictorias, sobre todo en periódicos de gran circulación como *Los Angeles Times* o *The New York Times*, ¿a quién pueden intentar darle gusto? Suceden justo en el momento en que el periodismo estadounidense experimenta una transformación extraordinaria, comparable quizá –dicen los expertos del proyecto para la excelencia del periodismo– a la invención del telégrafo y la televisión.

Anoto a continuación ocho tendencias generales de esta transformación que estamos viviendo.

1) La circulación de los periódicos en inglés ha venido declinando sistemáticamente desde 1990, mientras que aumenta la proliferación de medios alternativos, por ejemplo, la red y los periódicos en otros idiomas, sobre todo en español.

2) En las redacciones de los periódicos han habido recortes de personal y de tiempo para desarrollar reportajes. Hoy el interés principal de las empresas periodísticas es ampliar la diseminación de la información y gastar menos en obtenerla.

3) En los medios que transmiten información durante las 24 horas del día, el producto, es decir, la noticia, sale menos trabajado, es de menor calidad y más repetitivo.

4) Dentro de una misma organización varían considerablemente los estándares periodísticos. Por ejemplo, las empresas que publican periódicos en inglés y en español jamás destinan los mismos recursos a los medios en español. Y cuando digo recursos no me refiero sólo a los económicos. El asunto puede llegar a ser verdaderamente grotesco. Por decir algo, en una redacción como la de *Los Angeles Times* contamos con 1.100 redactores. En cambio, para nuestra edición en español teníamos cinco redactores. Eso se aplica en todos lados.

5) Para sostener y aumentar sus márgenes de ganancia, los periódicos han reducido costos despidiendo personal, aumentando la carga de trabajo, incrementando el espacio para los

26 anuncios y reduciendo el de las noticias. Esta es una tendencia suicida porque, entre otras cosas, hace injustificable que haya aumentos en las tarifas publicitarias cuando las audiencias son cada vez menores.

6) La convergencia de medios es inevitable y no necesariamente mala. En este sentido ya hay alianzas, por ejemplo, entre *The Washington Post* y la *CBS* o hay casos como el de *Tribune*, la compañía dueña de mi periódico, que tiene estaciones de televisión, servicios en línea, etcétera, de modo que la información se desenvuelve en dos, o tres, o cuatro medios distintos.

7) Si el periodismo en línea no encuentra la fórmula para ganar dinero, pronto va a ser una especie de extinción en lo que se refiere a noti-

cias. Sin duda continuará en otros campos en donde pueda tener ingresos.

8) A mayor competencia entre los medios, mayor la capacidad de manipulación de ciertos grupos sobre los periodistas. Yo contaba alguna vez a unos muchachos que estudiaban periodismo que a mí nadie me habla para saludarme: todo el mundo me habla para plantearme ideas o para decirme de qué manera puedo yo escribir algo que a ellos les interesa que escriba. Esta tendencia se nota con mayor claridad en la televisión, a propósito de la cobertura de celebridades que hacen noticia, como por ejemplo Michael Jackson, o de noticias que crean celebridades, como el caso de Jessica Linch, la mujer soldado cuya verdadera historia, salvo ella misma, nadie más conoce.

## Luiz Egypto

### **¿Qué es lo que el público quiere de los periódicos y de los periodistas?**

Las bases del periodismo, tal como las conocemos en las sociedades democráticas de hoy, surgieron en el siglo XIX, cuando la prensa se convirtió en el primer medio masivo del planeta. Dejó de ser panfletaria, ideológica, partidaria; su objetivo pasó a ser el de proporcionar información a un público cada vez más amplio y adoptó la noticia como paradigma. El resultado de aquello fue importante para la vida en sociedad y el acceso a la información pasó a ser com-

prendido como un derecho y como una demanda social legítima.

Los periódicos se hicieron negocio cuando empezaron a dar noticias y a brindar análisis basados en los hechos, no sólo en opiniones. Pero también apareció un periodismo marcadamente sensacionalista, que más tarde llevó al paroxismo de la información como simple mercadería. La “prensa marrón” como la llamamos en Brasil es un ejemplo de las deformaciones de la actividad periodística.

La calidad de la información, el compromiso

con la exactitud y la precisión de los datos se convirtieron en el motor de la credibilidad pública, se hicieron esenciales para el negocio. Así nacieron y fructificaron los valores que todavía hoy asociamos al buen periodismo. A continuación menciono y comento una lista de valores dada por el profesor Nelson Traquina, de la Universidad Nova de Lisboa:

1) La noticia: original, oportuna e imprevisible, es útil para la vida de las personas.

2) La búsqueda de la verdad: se refiere a producir la materia periodística más exacta y precisa. Se basa en un compromiso ético con la audiencia, en la observación desprovista de *parti pris* y en el acceso a fuentes de información que ofrezcan la mayor veracidad posible.

3) La independencia: nuestra actividad no puede prescindir de un espíritu crítico y debe responder a los mismos intereses del público.

4) La objetividad: es aquella subyugada a la verdad factual, es decir, la objetividad posible.

5) La noción de que el periodismo es, ante todo, un servicio público.

Si es un servicio público: ¿qué es lo que el público exige de los medios y de los periodistas? El hecho de que la actividad periodística se encuentre asociada a un negocio no la desacredita ni la descalifica; pero en cambio la obliga a la observación atenta de algunas premisas esenciales. Estamos hablando de un negocio que es privado y público al mismo tiempo. Su naturaleza

empresarial es proveer información necesaria y decisiva en los procesos de participación de la ciudadanía en lo público. Esto nos lleva a entender que el libre ejercicio del periodismo y el papel de la prensa en las sociedades es condición básica de la democracia y de la libertad. Los periodistas y las empresas periodísticas tienen que rendir cuentas a la sociedad a la que sirven. La libertad de expresión y de la actividad periodística está garantizada en la Constitución de los países democráticos, que presume contrapartidas en materia de deberes y de responsabilidades.

Ingresamos al milenio asistiendo un proceso inaudito de concentración de los medios de comunicación, conviviendo con los peligros de los monopolios y de los sistemas de propiedad cruzada y, en especial, con una visión mercantilista que privilegia el entretenimiento en lugar de la información. La concentración del control de los medios compromete la pluralidad de las ideas y la interpretación de los hechos.

En la esfera de la globalización de los mercados y de los sistemas productivos, las empresas periodísticas radicalizaron la oferta de productos desechables, pactaron con la irrelevancia y la futilidad y adoptaron una lógica del lucro a cualquier precio en lugar de sus responsabilidades sociales y de su compromiso pedagógico como formadoras de opinión. Corolario, los patrones éticos se diluyeron y se desgarraron.

La prensa tiene un compromiso pedagógico

28 con la sociedad, enseña y hace pensar. Por eso es necesario poner atención al periodismo de baja calidad: cuando los lectores se habitúan a no exigir buen periodismo; cuando no demandan los comportamientos éticos esenciales de esta actividad, terminan por no notar los errores, por acostumbrarse a ellos. La popularización de Internet a partir de los años noventa, agudizó el problema causando una sobredosis diaria de información sin análisis y sin selección.

Las empresas periodísticas transfirieron a la *web* sus ediciones físicas pero han tardado en entender que la interactividad y la conectividad son dos revoluciones aún en proceso. Ellas están determinando algunos patrones de relaciones interpersonales, sociales y de mercado de las próximas generaciones. Vivimos ahora los primordios de la consolidación de una infraestructura que, más adelante, constituirá la base de una economía digital.

En ese ambiente mutante que es el medio digital multimedia nadie tiene la prioridad del discurso. Es decir, no hay cabida para esa postura unilateral unívoca, que marcó en tiempos pasados la relación de los medios con sus públicos. Pensar en periodismo hoy presupone hacerlo en la perspectiva de la convergencia y de la complementariedad de los medios.

Volviendo a la pregunta inicial, –qué le reclama el público al periodismo– la audiencia exige principalmente una relación más respe-

tuosa. Honestidad, confianza y credibilidad son los valores más caros de esa relación. Quien no lo entienda así, rápidamente notará que su audiencia disminuye. Un ejemplo de esto fue señalado por el estudio *The State of the News Media 2004*, divulgado en marzo de este año por el Proyecto para la Excelencia en Periodismo de la Universidad de Columbia. El documento muestra que los medios tradicionales de información de los Estados Unidos están perdiendo público. Los *websites* periodísticos (con gran aceptación por los *blogs*), la prensa alternativa y las publicaciones étnicas son los únicos segmentos que crecieron durante el periodo analizado. En este mercado, 22 compañías tienen influencia sobre 70% de la circulación de periódicos y otras 10 controlan emisoras de televisión con 85% de la audiencia del país.

Hoy la tecnología le permite al público ejercer un poder que antes no tenía: establecer patrones de conectividad e interactividad. El ciudadano –consumidor–, por sus propios medios o por intermedio de organizaciones sociales, tiene ahora más y mejores condiciones de ejercer un contrapoder. La democracia avanza a medida que desaparecen las sombras que hasta entonces escondían las normas, los métodos y la evaluación de los resultados de la producción profesional de las noticias.

Bajo este marco se desarrolló la creación del Observatorio de Prensa ([www.observatorio-](http://www.observatorio-)

*daimprensa.com.br*). La idea surgió diez años atrás en un seminario en la Universidad del estado de Campinas. Creció gracias a la incorporación de los primeros usuarios de Internet en Brasil y se extendió por el país debido a la participación de ciudadanos atentos al desempeño de los medios de información. Desde abril de 1996, con ediciones periódicas en Internet, utilizando una técnica y un lenguaje común, el Observatorio tiene la intención de convencer al lector de que él mismo (el público) puede ser el “reportero del reportaje”. Nuestro lema es: “Usted nunca más leerá el periódico del mismo modo”; la propuesta es transformar al lector-oyente-telespectador en un ciudadano más exigente y, al mismo tiempo, provocar un escepticismo clínico entre los destinatarios de la información. La forma de hacerlo es observando a los medios; observación como intervención, observación como estímulo a la promoción de la excelencia. Los comentarios provenientes del público, periódicos y periodistas cambian de modo natural los comportamientos y logran, además, tomar conciencia de la calidad periodística. Asumimos tres nociones:

---

### **José Luis Ramírez**

---

Quisiera resumir brevemente los aspectos más importantes que han mencionado los cuatro integrantes de la mesa. Joaquín Estefanía planteó

1) Que los medios tienen responsabilidad con su audiencia.

2) Que la observación continua del desempeño de la prensa debe ser una actividad constante.

3) Que ninguna actividad relacionada al estudio de los medios puede ignorar al público.

Operamos con un mixto de forum y de medios periodísticos. Tenemos producción propia y publicamos todo lo que nos llega, con la condición de que el foco de los artículos y mensajes sean los medios, su desempeño y sus responsabilidades. Censuramos las ofensas personales, la apología al perjuicio y manifestaciones nazistas fascistas.

El Observatorio, además, estimula la creación de más observatorios. Nuestro público está compuesto por personas que, tal vez sin saberlo, están de acuerdo con Cláudio Abramo (1923-1987), un icono de la prensa brasileira. Él decía: “El periodismo es el ejercicio diario de la inteligencia y la práctica cotidiana del carácter”. Y un día escuché de él lo siguiente: “La buena materia periodística es aquellas que usted lee para un analfabeto y logra que él entienda todo. Todo”. Mejor así.

que el gran problema es la credibilidad y afirmó que los aspectos sustantivos del periodismo, a diferencia de los meramente tecnológicos, se rede-

30 finen pero no varían. Gracias, en parte, al llamado *sexto medio*, es decir, Internet, cada vez se habla menos de periodismo en las salas de redacción. Joaquín habló, además, de dos lastres preocupantes: la autocensura y el amarillismo.

Sergio Muñoz centró su presentación en el tema de los Estados Unidos, que él conoce a fondo y de una manera directa. En su intervención se refirió al reclamo ético que le hace la opinión pública a los medios de comunicación. Otros temas que abordó fueron el resquebrajamiento de las reglas del oficio, las percepciones que existen sobre los medios, la circulación de periódicos en inglés –que ha venido declinando–, las demandas de ca-

lidad periodística, la reducción de los costos –que él considera una tendencia suicida–, y la convergencia de medios como un hecho inevitable.

Por su parte, Luiz Egypto nos habló del compromiso social de los medios. Según él, el periodismo de mala calidad influye de manera dañina en la percepción de los lectores, ya que les hace pensar que lo que reciben es lo válido y no exigen calidad. Luiz nos ilustró sobre las actividades que viene desarrollando el Observatorio da Imprensa como un elemento alternativo muy importante para nuestra región. Continuamos con las intervenciones de distintos participantes del seminario.

---

## José Salgar

Me siento un poco como las reinas de belleza que al cabo de un año son llamadas a entregar el cetro y la corona. He traído a la mesa redonda unas palabras breves, porque no sé escribir largo. Me permito leerles el texto:

### En la era del dedo gordo

Hace un año, en este mismo ambiente de Monterrey, al recibir el premio Nuevo Periodismo Iberoamericano, propuse rendir un homenaje al dedo gordo como símbolo del periodismo para el futuro. Hoy, veo que han aumentado las razones para ese homenaje. Repasando lo que ha pasado en nuestro oficio en el curso de este año, veo que

uno de los errores en reuniones como éstas es seguir utilizando una palabra que fue de enorme trascendencia en el siglo XX pero que está mandada a recoger en el siglo XXI. Esa palabra es “periodismo”.

En la actual crisis de evolución en las comunicaciones está desapareciendo el sistema de entregar noticias y opiniones a ciertas horas. La instantaneidad y la globalización impuesta por radio, la televisión y la Internet ha eliminado aquella alegre sensación de triunfo al dar una primicia, lo que calificábamos con un término regional colombiano como “chiva”, para salirle adelante a los demás. Hoy esa “chiva” se volvió

mecánica, en un segundo penetra a todos los rincones del mundo y en instantes vienen desarrollos especializados en sonidos, imágenes e impresos a la velocidad de la luz.

Sólo queda un sector, cada vez más reducido, de periodicidad. Los medios tradicionales están entrando a la era de la inmediatez por medio de las páginas web y los sustitutos del papel vegetal. Por ese camino está desapareciendo el hábito humano de disfrutar el papel como un medio tangible, personalizado, tranquilo y más actualizado, de información, orientación, recreación y cultura.

Esa transformación tan brusca puede conducir a extremos como el cambio de nombre de la fundación que hoy nos convoca. Si bien todo lo que hoy nos sorprende es nuevo, no todo es periódico y estamos en busca de calificativos más precisos para el oficio de transmitir en forma inmediata, sin periodicidad, lo que sabemos o intuimos, o lo que los demás quieren saber de nosotros. Entramos a lo que en palabras largas se llama “comunicación instantánea y globalizada”. Hay muchas abreviaturas para decir lo mismo con un mínimo de letras. Por ejemplo, “red”, “net” y “web”. También hay palabras más largas, como “Internet”, “digital” y “multimedia”. Por ningún lado ve uno ya que sea necesaria la palabra periodismo.

Esta nueva era digital está centralizándose en el accionar del dedo gordo y en aparatos diminutos como los teléfonos celulares, que han entrado

a reemplazar a rotativas y pantallas, que han precipitado el cierre de medios de comunicación y escuelas que no marchan a la velocidad requerida por sistemas que no han acabado de inventarse. Por eso la urgencia de trazar perfiles certeros para la preparación de líderes que asuman las responsabilidades de esa transformación.

En estas reuniones de Monterrey y en diversos foros sobre la comunicación futura ha quedado claro que los profesionales de este siglo tendrán que ser muy superiores a los del pasado. Dejamos de lado conceptos como el de que el periodista nace y no se hace. Se buscan nuevos equilibrios de la inteligencia y el dinero para el manejo de la información y la opinión y para garantizar la libertad de pensamiento y de palabras. Por el momento esas responsabilidades las asume, en medio de la crisis de crecimiento, un equipo humano al que hay que cambiar muy pronto por uno más actualizado y con múltiples especializaciones. Debemos procurar la adaptación de las escuelas de comunicación a las necesidades del momento, con mayor énfasis en el aprovechamiento de las modernas tecnologías y en la capacitación y creatividad para sintonizar los cambios con la compleja realidad de este siglo. En ese sentido, es mucho lo que hacen instituciones como la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) y la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).

Mi invitación es a perfeccionar en estas reunio-

32 nes el perfil de los profesionales altamente especializados que necesitan los medios audiovisuales e impresos de hoy y del futuro, para asumir el lide-

razgo de la red de comunicadores que reciba la herencia de aquel periodismo maravilloso en su momento, pero que ha entrado ya en vía de extinción.

---

## Diego Petersen

---

Hace algún tiempo me encontré en Internet una frase anónima. Supongo que por temor nadie la quiso firmar. La recorté y la colgué en la redacción. Decía que para ser periodista basta tener una arrogancia infinita y una desfachatez a toda prueba. Arrogancia para pensar que siempre se tiene algo que decir y desfachatez para escribirlo. Creo que eso define mucho lo que ha sido nuestro oficio en los últimos años. La arrogancia del periodista se ha vuelto un punto esencial. Lo insinuó Germán Rey cuando habló acerca de la desvinculación que hay entre la prensa y la sociedad. Por eso hoy, como nunca antes, ser periodista no es una invitación a la confianza. En Estados Unidos nos ponen a la par de los vendedores de carros usados, y en México estamos al nivel de los vendedores de polvitos mágicos. Supongo que es igual en el resto de América Latina. Pienso, entonces, que estamos frente a un problema de actitud y que por ahí habría que empezar a trabajar.

Sumo dos temas a la discusión: la autocensura y el amarillismo. La autocensura tiene que ver con el miedo, mientras que el amarillismo con el exhibicionismo. Ambos tienen que ver

con el hecho de que ya no hay investigación periodística. Las redacciones se hacen cada día más pequeñas, los tiempos se acortan y hay una necesidad de rentabilidad inmediata. Que no haya investigación es preocupante, pero hay algo definitivamente peor: que ni siquiera tenemos preguntas. Ya en las redacciones nadie plantea inquietudes juiciosas e inteligentes sino que se ataca al mundo con grabadoras, con programas virtuales que funcionan a toda velocidad y que pueden bajar información ajena con una rapidez tremenda. No existe una actitud de diálogo con la realidad, sino una permanente cacería de declaraciones de los funcionarios públicos. Entonces, lo más grave no es que no existan proyectos de investigación, como se repite con frecuencia. Lo más grave es que no tenemos el elemento básico para el periodismo de investigación, que es la pregunta. Si no tenemos preguntas, todas las herramientas de trabajo no pasarán de ser simples accesorios técnicos o económicos.

Los estadounidenses dicen que los periodistas somos los perros guardianes de la democracia. Esa es una frase más o menos de principios

del siglo XX. Yo creo que esa cita quedaría completa si añadiera que el perro es el más domesticable de todos los animales. A lo largo de la historia hemos demostrado que la simbiosis entre periodismo y poder ha acabado por convertirnos en guardianes muy bravos con los débiles, pero muy dóciles con el amo. De modo que ya no somos los guardianes de la democracia. Cada vez hay menos interacción entre la sociedad

y los periodistas, y más entre los políticos y los periodistas.

Termino citando a David Randall, quien proponía que cada diario tuviera la siguiente advertencia: “este producto se autodestruirá en 24 horas”. Es que los periódicos no dialogamos ni siquiera con nosotros mismos. Se nos olvida lo que escribimos hoy al hacer la edición del día siguiente.

---

### **Miguel Henrique Otero**

---

Considero que exageramos un poco siendo tan críticos con el periodismo. El análisis debe partir de una realidad: en la sociedad se han perdido elementos de todo tipo, entre ellos éticos e ideológicos. No podemos aislar el periodismo de lo que sucede a diario afuera, en las calles. Pero además de eso hay un fenómeno evidente y es una gran conspiración mundial, global, general, contra el periodismo, por decirlo de algu-

na manera. Cuando un actor social –ya sea un sindicato, un partido político, un museo o una empresa– va a tomar una decisión que afecta a la comunidad, a sus clientes, o a sus consumidores, lo primero que hace es evaluar el tratamiento que le van a dar los medios a esa decisión. El periodismo está sometido a una presión gigantesca que en otras épocas no tenía.

---

### **Clóvis Rossi**

---

Yo estoy de acuerdo con Otero. Creo que es una autoflagelación un poco excesiva lo que se ha estado diciendo. Mi impresión es que los problemas analizados, si bien son reales, son muy antiguos. El amarillismo que mencionó Estefanía, por ejemplo, es algo que ya se comentaba cuando yo empecé en el periodismo,

hace 40 años. Por otro lado, aquello de las historias inventadas que Sergio Muñoz mencionó, es algo también muy viejo. En Brasil había un programa de radio que salía al aire en los intervalos de los partidos de fútbol, su eslogan era: “si no hay noticias, las inventamos”. Por supuesto era una broma, pero reflejaba la creencia



Clóvis Rossi, *A Folha de Sao Paulo*, Brasil.

34 de que algunos periodistas inventan noticias.

La censura y la autocensura, que también Estefanía mencionó, son cosas que nosotros los periodistas latinoamericanos conocemos desde mucho antes de convertirnos al oficio.

Tengo una pregunta que podría responderme cualquiera de los cuatro integrantes de la mesa, pero prefiero que lo haga Estefanía porque fue quien más insistió en el tema del amarillismo. Antes, sin embargo, quiero hacer algunas preci-

siones: pese a todos los problemas que él ha señalado, la circulación de los diarios aumentó a principios de la década del noventa en varios países, incluso en España. La circulación de los periódicos comenzó a decaer hace cinco años. A mí me gustaría saber si esa disminución se debe a los problemas que ustedes cuatro han apuntado o si no será, más bien, por lo que dice el maestro Salgar, que el periodismo ya perdió su vigencia, incluso el significado de la palabra.

---

### **Joaquín Estefanía**

---

Durante la última década ha habido un innegable retroceso en la calidad del periodismo que se hace en el mundo. El fenómeno se debe a un cúmulo de circunstancias, muchas de las cuales fueron comentadas por Sergio Muñoz.

Para mí el problema principal es la autocensura, no la censura. Durante años, en muchos países esta última era el problema: censura impuesta por el Estado, por los gobiernos, por los poderes, por los propietarios, etc. En la actualidad estamos en una situación de recomposición negativa de nuestra propia profesión. La autocensura es un problema principalmente nuestro, ocasionado por el miedo.

El amarillismo —que siempre ha existido, ciertamente— ahora es más notorio debido a la influencia de la televisión.

En cuanto a la otra inquietud de Clóvis Rossi,

sobre la circulación de los diarios. Soy tremendamente pesimista porque creo que está bajando mucho, y está bajando mucho más de lo que creemos. Por ejemplo, en el caso español —que es el que más conozco pero que se puede extender a otros países— la circulación está creciendo, pero es básicamente por los regalos que les estamos proporcionando a nuestros lectores. Nosotros regalamos libros, discos, etc. Si elimináramos esas promociones de nuestros negocios, seguramente nos llevaríamos un susto impresionante al descubrir cuáles son las cifras reales de circulación.

Una última reflexión, muy corta, tiene que ver con algo que también ha dicho Rossi y que vuelve al principio de todo lo que somos nosotros: la concepción del periodismo como servicio público. Es evidente que ese criterio ya no existe. Y lo estamos necesitando urgentemente.

---

## Sergio Muñoz

Cuando hablaron de autoflagelación, recordé un lugar común que viene muy al caso: “si el avión se cae hay noticias; si no se cae no hay noticias”. En Estados Unidos hay ahora más información que nunca. Hay más reportajes valiosos porque los recursos son mejores. No se ha perdido para nada el papel de fiscalizador del poder, aunque de repente hay flaquezas como las

que vimos en el cubrimiento de la guerra de Irak.

La palabra conspiración me produce malestar porque no creo que exista. Estoy convencido de que tenemos muchos problemas y es imprescindible reconocerlos. Nosotros somos los más apropiados para hacer estos planteamientos y ver de qué manera mejoramos nuestros sistemas de recolección de noticias.

---

## Germán Rey

Durante mi exposición traté de presentar algunas de las sugerencias que ciertos sectores sociales, cada vez más activos, están haciendo sobre los medios. La situación actual tiene que ver con los cambios tecnológicos, pero me parece que se debe más a las transformaciones que está experimentando la sociedad.

Hubo unos cambios muy radicales en los

usos del tiempo y eso determina el acceso a los periódicos. En Colombia, hemos hecho un estudio de lecturabilidad. El resultado es muy interesante. Nos muestra, por ejemplo, que de la lectura por deber, de la lectura instruccional, se está pasando a una lectura más autónoma, a una lectura por placer. Entonces, hay que tener en cuenta estos fenómenos, que son de fondo.

---

## Roberto Pombo

Si nos detenemos a mirar la lista de las personas que estamos acá reunidas –sobre todo los cargos que tenemos– nos damos cuenta de que hay una buena representación de la gente que toma las decisiones sobre el contenido de los medios de comunicación en América Latina. De manera que me parece insólito que nos pongamos a

criticar a los medios en tercera persona y no en primera, porque resulta que todo lo malo de lo que hablamos es producto de lo que nosotros hacemos. Aquí hay presidentes, directores, subdirectores, editores generales, jefes de redacción, en fin, todo lo malo está aquí, y lo bueno también. Hagamos un examen crítico de qué es



Roberto Pombo, *El Tiempo*, Colombia

36 lo que está pasando porque la “tercerización” del problema termina siempre dejando el problema en manos del que normalmente no es el que tiene que tomar las decisiones.

Hay un fenómeno que no ha sido estudiado por nosotros. Y es que antes teníamos la facultad de decidir, por intuición, los temas y el tratamiento que, creíamos, eran los que la gente quería. Pero ahora estamos un poco angustiados porque eso se acabó: en estos tiempos el periodismo se caracteriza por un fenómeno de interactividad para el que no estábamos preparados. En este sentido los observatorios de medios pueden ser una herramienta útil y práctica para saber realmente de qué manera nos ven distintos sectores de la sociedad. Por primera vez en la historia contamos con un mecanismo distinto al de las encuestas para saber realmente qué piensa la gente sobre lo que hacemos.

En los nuevos medios está cambiando el uso del tiempo. El bombardeo de información por Internet no me parece bueno ni malo. Lo que sí

### **María Pilar Hernández**

Los medios de comunicación de los países latinoamericanos no surgieron como ejercicios de prensa libre sino como instrumentos de difusión de ideas políticas muy específicas. La pregunta del foro es la siguiente: ¿qué reclama el público a medios y periodistas? Leyéndola se

me parece malo es que no haya un esfuerzo mínimo por tratar de entender para qué sirve cada medio, de qué manera el uno se complementa con el otro. Averiguando esas cosas podemos mejorar la calidad de nuestro trabajo y ponerlo a la altura de exigencias éticas de la sociedad.

No está suficientemente discutido, salvo internamente, si los periódicos, arroyados por la velocidad de la televisión, de la radio y de Internet, deban parecerse más a esos medios electrónicos para no desaparecer. O si por el contrario, deben ser más lo que eran, es decir, menos televisión, menos radio, más cronistas, más analistas, más malabaristas de la palabra.

De las respuestas que podamos dar a estas preguntas dependerá que nos pongamos a tono con lo que nos está pidiendo la historia. Repito, aquí estamos muchos de los que tomamos las decisiones, empezamos a contestar los interrogantes. Propongo que definamos qué es lo que queremos hacer para responder a lo que la sociedad nos está exigiendo.

me vino a la mente un tema que fue ampliamente discutido en Venezuela y que generó una inmensa polémica en el país e inclusive en el continente: me refiero a la información veraz. ¿Quién sabe lo que es veraz y lo que no lo es? Mi verdad no necesariamente es la verdad de otro.



María Pilar Hernández,  
*Unión Radio*, Venezuela.

Entonces la veracidad es algo que está como suscrito a terceros y no a uno solo. Si yo no puedo ser veraz, por lo menos necesito ser honesta, creerme lo que yo misma estoy informando, no decir una mentira, ni parcializarme.

Me llamó la atención la intervención de Sergio Muñoz sobre los medios en los Estados

### Sergio Muñoz

También en Estados Unidos los periódicos surgieron como instrumentos políticos. Es más, en algunos casos todavía lo son. El problema que yo tengo con esta ideologización de los medios es de índole práctica. Para *Fox News*, hay armas de destrucción masiva en Irak. No encontramos nada pero ellos dicen que ahí están. Y mientras tanto, ya destruyeron la mitad de Irak. Pasando al otro extremo, debo decir que me encanta Michael Moore, pero cuando me enfrento a la lógica de su sin-taxis cinematográfica, digo: “esto es un cuento”.

A mí me parece que la noción de veracidad sí es válida. Nosotros como periodistas debemos saber cuándo un hecho es verdadero, nosotros podemos saber si alguien se cayó o no se cayó. No tenemos la verdad suprema, pero podemos distinguir un hecho cierto de uno falso. Si reemplazamos hechos comprobados por suposiciones, y además presentamos las suposiciones como sucesos verdaderos, entonces nos estamos metiendo en un problema espantoso. No pode-

mos renunciar a ser veraces, a acercarnos tanto como podamos a la verdad. Obviamente eso no es fácil en sociedades polarizadas como la de Estados Unidos y la de Venezuela, donde las cosas se ven en blanco o negro. ¿Cómo, con lo que diga, le doy gusto a los dos bandos? Esa, sencillamente, no debe ser la preocupación. El único compromiso es con la verdad.

Retomo un planteamiento que hicieron Joaquín Estefanía y Clóvis Rossi: el del periodismo como un servicio público. Debemos apelar a las técnicas del buen periodismo, que nunca han perdido vigencia. Una de ellas, no lo olvidemos, es la precisión. Hay que saber el nombre correcto de la persona sobre la cual informamos. No podemos decir que un *fulano* está muerto, con el convencimiento de que esa mentira le conviene más a la historia. Me dirán que les estoy hablando de cosas elementales, pero es que si no rescatamos esos fundamentos básicos no vamos a mejorar.

## **Juan Cristóbal Soruco**

Estoy de acuerdo con Sergio Muñoz, la autocrítica me parece necesaria porque, además de ayudarnos a reconocer errores cometemos, nos permite legitimarnos. Creo que podemos aprovechar la experiencia de dos mil años de la Iglesia Católica para obtener una enseñanza muy grande. ¿A qué

## **Rosental Alves**

Hoy, más que en el pasado, hay preocupación por entender lo que hace el periodismo. Germán Rey nos dio algunos datos sobre la cantidad creciente de observatorios de medios que tenemos en la región. Ese fenómeno se debe a que muchos han concluido que hay que hacer algo para controlar a la prensa. Controlar no es maniatar, ni censurar, sino someterse a unas reglas de transparencia que valen para toda la sociedad. Yo creo que vamos a llegar a un punto en que el periodismo va a ser una asignatura obligatoria en todas las escuelas, pues puede servir para la formación de los ciudadanos. No creo que en la actualidad alguien pueda ejercer la ciudadanía sin entender qué es el periodismo y cómo funcionan los medios.

Estoy de acuerdo con Miguel Henrique Otero. Oyendo muchas de las intervenciones de este foro, cualquiera concluiría que hoy se está haciendo el peor periodismo, lo cual es injusto. Si nos hubiéramos reunido aquí hace 10 años, con

me refiero? A que vale muy poco que nos confesemos pecadores si al término de la misa –o, en este caso, del foro– persistimos en los errores. Por cierto, en Bolivia, mi país, lo mismo que en el Perú, los medios están por debajo de la Iglesia en las preferencias de la ciudadanía.

seguridad las preocupaciones habrían sido las mismas, pues existe una tendencia humana natural a creer que antes las cosas eran mejores. Yo, que constantemente viajo por América Latina, puedo asegurarles que es difícil encontrar un país donde el periodismo fuera mejor que hace 10, 20, ó 40 años. No creo que se esté dejando de lado el periodismo de investigación. Al contrario, en muchos países apenas está empezando.

El último punto que quiero tocar es el de la conspiración. Tal vez la palabra de Miguel Otero no sea buena, pero él ha tocado un tema fundamental. Yo pienso que, en efecto, los medios tienen que sofisticarse más para entender que están siendo manipulados casi con un método científico, con mucho dinero, por la vía de la corrupción explícita o a través de unas relaciones públicas muy competentes y profesionales. Si el periodismo no sabe contestar a eso con la preservación de su independencia, estamos en problemas.

## **Luiz Egypto**

Desde hace 25 años trabajo como profesor de periodismo en la Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo. Siempre me pregunto cómo se enseña periodismo y quién soy yo para llevar a cabo esa tarea. Les digo a mis alumnos que todo lo que quiero es que salgan de la universidad con ganas de ser periodistas.

No podemos encarar la autocrítica con arrogancia. Lo que digo a mis alumnos es que puede haber mucha tecnología, pero siempre es necesario el periodista que investiga y escribe con gusto. Nunca desaparece eso que yo llamo “la artesanía de la profesión”. Hay cosas que un periodista siempre debe poder hacer, como escribir bien, por ejemplo. También es deseable que comprendan las angustias y las demandas de la gente, que no se encierren en sus acuarios, que se gasten las suelas de sus zapatos en las calles, que oigan las voces de las personas, que son la razón de ser de su profesión. Se sabe de casos de periodistas que en el trabajo se comunican con su vecino a través del correo electrónico. El problema, sin embargo, no es de tecnología. A mí no me gusta la palabra conspiración. Prefiero que examinemos nuestros problemas y hablemos abiertamente de ellos. Digamos, por ejem-

plo, que las empresas periodísticas están cada vez más grandes, más sofisticadas y, sin embargo, están retirando a muchos buenos profesionales del mercado.

Conozco varias definiciones del periodismo, pero sobretodo dos me son muy queridas. La primera: “es un eterno estado de vigilancia”. La segunda se refiere a nosotros los reporteros como “seres que preguntan”. Esto de las preguntas es muy serio. Joaquín Estefanía nos hablaba hace un rato, de cómo las preguntas han ido desapareciendo en estos tiempos en que los entrevistados dicen lo que quieren y los jóvenes reporteros están saliendo a las calles para probar las tesis de sus editores y no para descubrir algo nuevo ni para contar la realidad en forma sincera. La situación es más grave en el caso de los periodistas jóvenes, que se van formando con la creencia de que ese patrón es el correcto.

Tenemos la responsabilidad de depurar el proceso de enseñanza de nuestra profesión. Y en ese empeño es formidable el papel que cumple la Fundación Nuevo Periodismo. Pero es algo que se tiene que diseminar, es algo que tiene que extenderse más allá del recinto en el que nos encontramos nosotros.

Segundo panel

**Géneros en fuga. Experiencias y propuestas  
para que los medios escritos que buscan  
la calidad, promuevan la creatividad y el rigor  
en la era de Internet, cuando el mundo  
se le escapa al periodismo**



Pedro Valtierra. *Agencia Cuartoscuro*, México.  
Héctor Feliciano. FNPI, Puerto Rico.  
Jean-François Fogel. FNPI, Francia  
Clóvis Rossi. *A Folha de São Paulo*, Brasil.  
Victor Ghitta, *Revista Rolling Stones*, Argentina.

## **Géneros en fuga. Experiencias y propuestas para que los medios escritos que buscan la calidad, promuevan la creatividad y el rigor en la era de Internet, cuando el mundo se le escapa al periodismo**

---

### **Héctor Feliciano**

Ya hemos criticado bastante. Ahora sería oportuno reflexionar sobre el futuro que nos espera. A continuación Jean Francois Fogel, uno de los maestros de la Fundación Nuevo Periodismo

Iberoamericano, quien además es asesor de *Le Monde*, tanto en su versión impresa como digital, hablará de varios temas relacionados con Internet.

---

### **Jean-François Fogel**

#### **Internet: ¿ayuda o peligro para la calidad periodística?**

Lo importante es saber si Internet es una ayuda o un peligro para el periodismo de calidad. Como en esta mesa redonda algunos han insistido en que no preguntamos nada o tenemos preguntas pero no respuestas, voy a empezar respondiendo: Internet es una ayuda para el periodismo de calidad. Mejor dicho, será una ayuda si conseguimos resolver ciertos problemas que plantea la existencia del nuevo medio.

Cuando digo Internet estoy usando una manera fácil de designar, a la vez, Internet y la web que nació un poco después.

Si recordamos lo que fue el nacimiento de Internet, había meramente una visión de peligro y no de ayuda en esa época. Recuerdo que se utilizaba la palabra “canibalización” para describir lo que, supuestamente, Internet iba a hacer con los periódicos de papel.

El otro día yo iba leyendo un libro que se llama *The creation of the media*, el libro de Paul

Starr. Él recordaba que cuando apareció la radio en Estados Unidos, los periódicos habían hecho un acuerdo que se llamaba “Vigmore agreement”, según el cual la radio sólo podía dar noticias dos veces al día. Además, no podían durar más de cinco minutos al aire, ni usar más de 30 palabras, ni referirse a hechos que tuvieran menos de 24 horas de haber ocurrido. El pacto les imponía a las emisoras la obligación de decir, al final, una frase como la siguiente: “si quieren conocer más detalles deben leer el periódico local”.

Por supuesto, ese acuerdo no tuvo mucho tiempo de vigencia. Al año siguiente había terminado. Recuerdo el incidente porque me parece similar al caso de Internet, pues tampoco ha habido quien pueda detener a este nuevo medio.

Existen estudios muy serios que indican que los recursos publicitarios que ha tomado Internet provienen, sobre todo, de la televisión. De modo que no hubo una “canibalización” directa del papel.

El peligro hoy en día es que no parece que

44 existiera en el nuevo medio un modelo económico. ¿Cómo se gana dinero por Internet? Un *website* como el de *The New York Times*, pese a que tiene tanto éxito a nivel de las visitas, gana en un año lo que gana el diario de papel en una semana. Por el momento la red no es el gran negocio, pero plantea muchas amenazas para la calidad del trabajo periodístico. Son ya conocidos los puntos que voy a recordar. El primero es la pérdida de la cultura del cierre. En Internet no existe ese criterio porque las noticias se renuevan de manera constante. Un segundo punto es que Internet es el camino real hacia el mal trabajo y la falta de ética. El caso de Jason Blair, de *The New York Times*, es una consecuencia directa de Internet. Sin este recurso le habría sido imposible incurrir en las falsificaciones con las que tanto daño le causó al diario neoyorquino.

Claro que también Internet introduce una competencia tremenda al crear nuevas fuentes periodísticas. Un ejemplo, hace un tiempo se presentó una noticia muy importante en Francia, según la cual el futbolista Zinedine Zidane renunciaba a jugar en la selección de fútbol. ¿Quién ha dado la noticia? No fue ningún diario, ni ninguna cadena de televisión, ni ninguna emisora de radio. Fue el *website* del propio futbolista. Es decir, Zidane tuvo la capacidad de actuar como una fuente, como un medio de comunicación de masas.

La mayor amenaza de Internet a la calidad

periodística es que se pierde la idea de quién es la audiencia. A mí me gusta mucho una definición de noticia que da Jack Fuller, presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP): “noticia”, dice él, “es un hecho recogido por una empresa que se dedica a la comunicación, una empresa que toma la decisión de publicarla porque opina que es pertinente para la comunidad a la cual pretende servir”. Nosotros sabemos que la audiencia en radio depende del alcance de las ondas sonoras. En la televisión pasa algo similar. El diario de papel se riega entre los lectores de acuerdo con sus canales de distribución. Pero ¿cuál es la audiencia en Internet? En el nuevo medio este asunto parece fuera de control. No existe una visión muy clara de para quién se publica la noticia, y cuando se ignora ese punto es muy difícil hacer periodismo de calidad.

Lo que estoy diciendo ahora tiene mucha relación con lo que se ha dicho en esta mesa redonda, por ejemplo, sobre cómo ha disminuido la circulación de los diarios. A todos esos problemas que se han planteado habría que sumarle el que nos creará el nuevo medio, con su velocidad tremenda, si no sabemos resolver los retos que nos plantea.

¿Cuáles son esos retos? Yo he establecido tres. El primero es el uso de Internet en las redacciones. Para adentrarnos en este punto hay una pregunta pertinente: ¿qué hacen los periodistas utilizándolo dentro de su oficio?

El segundo problema es el florecimiento completo del llamado sexto medio. En este momento estamos hablando de algo que intenta definirse periodística y económicamente, siempre en relación con la audiencia.

La tercera zona de problemas es la necesaria adaptación al nuevo comportamiento de la audiencia. Hoy la gente tiene acceso a Internet y es un hecho cierto que esa circunstancia influye en su actitud al momento de leer un periódico o ver un programa de televisión.

Detengámonos en el uso de Internet en las redacciones. Muchas veces los periodistas se enteran de algo gracias a que alguien lo ha enviado a un sitio en la red que, a su vez, lo ha difundido. No se trata de opinar si Internet es bueno o no lo es, es simplemente una herramienta de trabajo que a estas alturas ya no podemos ignorar.

Tengo 57 años. Desde muy temprano aprendí del tema de lo gráfico en el periodismo y, sin embargo, yo no sabía que existían las fuentes *verdana* y *arial* como familias de tipografía en los diarios. Ahora resulta que veo esos tipos de letra en periódicos de papel, lo que quiere decir que se ha introducido a la tradición de los diarios algo proveniente de la pantalla. Están en boga ciertos tamaños de letra que no existían o que no se utilizaban desde hacía años. Para bien o para mal, Internet es la gran influencia gráfica en los diarios de hoy.

Un periodista que se dedica, voy a dar un ejem-

plo clásico, a seguir el tema del ganado, puede usar la red como base de información para su trabajo. Así se entera de si sube el precio de la carne en Chicago, o aumenta el comercio en Inglaterra, o mejora la salud veterinaria en Ginebra.

La siguientes son algunas proposiciones concretas en cuanto al uso de Internet en las redacciones, la primera, muy obvia, es crear o poner al día una guía de recursos. Recuerdo que alguna vez yo estaba en *The Washington Post* y descubrí que ellos tenían, sobre ciertos temas, información archivada y una lista de sitios en los cuales se podía conseguir material. No son muchas las redacciones que tienen esa organización.

Punto dos. Creo que hay que establecer o reestablecer nuevos procesos. Validar la información en Internet es tan importante como producirla. ¿Cuáles son los procesos de validación dentro de una redacción? Muchas veces, al leer los manuales de estilo de diferentes periódicos, descubro que no tienen nada definido sobre el tema.

Es necesario saber cómo se busca una información en línea y cómo se aprovecha lo que hay. Hace poco, en Francia, si usted tecleaba en un motor de búsqueda la palabra “rufián”, salía un sitio sobre Jacques Chirac. Sucede que había personas conocedoras de informática que sabían muy bien cómo funcionaba *Google*. Habían preparado todo de tal manera que cuando alguien tecleara el vocablo “rufián”, apareciera la imagen del presidente de la República en me-

46 dio de varios insultos. Aquella era una broma pero, por otra parte, ¿cuáles son los periódicos que utilizan *Google* de la mejor manera?

Lo último que hay que revisar es lo que tiene que ver con el aguante, entendido en un sentido similar al de la tauromaquia, es decir, esperar a que venga el toro. Se trata de decidir qué publicar y qué no, de saber si nos detenemos o seguimos. Esta pregunta es clave en la redacción de un periódico de papel, porque si la guía fuera Internet, entonces no habría manera de parar, ya que en ella siempre hay algo nuevo. ¿Cómo se aguanta ese flujo de información?

Me parece que va siendo hora de asumir la cobertura de Internet como parte de una realidad de la cual los periodistas deben estar pendientes diariamente, así como lo están de sus fuentes habituales. Hablamos de una autopista en la que aparece un montón de información, hay una enorme cantidad de fuentes, de personas que se comunican entre sí y generan hechos de interés. ¿Cuántos periodistas en cada redacción se dedican a la cobertura de Internet? En muchos periódicos, sencillamente nadie.

Hay que evaluar la relación que tienen los periodistas con Internet. ¿Cómo lo utilizan? Porque no es cierto que lo que aparece allí está validado por obra y gracia del Espíritu Santo. Uno tiene que confirmar de dónde procede la información y verificarla. De lo contrario, vamos a tener más casos como el de Jasson Blair.

Hoy en día es muy fácil, gracias a la red, que ciertos estudiantes roben trabajos, pero también es fácil descubrirlos. Los periodistas son susceptibles de este control. Es una ventaja de la cual no se puede abusar y los editores deberían estar pendientes.

Cuando se habla de un nuevo medio hay que leer a Marshall McLuhan, pensador fenomenal. Hay que creerle a él cuando advierte que todos los medios en la historia de la humanidad nacieron para “canibalizar” lo que ya existía.

El caso de la información en Internet es bastante extraño porque se trata de marcas que ya existían desde antes de la creación del llamado sexto medio. La organización que corresponde a la marca intenta mantener su cultura dentro de Internet.

En cuanto a la definición de la audiencia, se han establecido unas tendencias que siguen siendo una sorpresa para mí, que soy periodista de periódicos impresos. Para los últimos Juegos Olímpicos, *Le Monde* presentó en su *website* dos ofertas para sintetizar cada jornada. Por un lado había un artículo que contaba cómo había transcurrido el día en Atenas y, por el otro, un módulo de tecnología *flash* que duraba menos de dos minutos e incluía 30 fotografías y una voz que narraba lo sucedido en aquella jornada. Por cada tres personas que visitaban el módulo de tecnología *Flash*, sólo había una que iba al texto. Y estamos hablando de un periódico co-

mo *Le Monde*, que es una marca garantizada en materia de prensa escrita, un periódico conocido como defensor del idioma francés.

Pienso que hay que crear una nueva narración para Internet que sea distinta a la de un diario, por cuanto el soporte es multimedia e interactivo, es decir, combina el sonido, la imagen y el texto. Yo he visto ya casos curiosos de reporteros que van a hacer su cubrimiento con un técnico de *flash*, no con un fotógrafo.

Otro punto para tener en cuenta es la reconstrucción de la noticia. Si uno mira un sitio hecho con toda la tecnología, puede que veamos un reportaje que viene de un diario, un texto escrito en el propio *website*, fotografías procedentes de varias agencias, un video que viene de otro lugar y el comentario de un lector que está al lado y opina otra cosa. En Internet se arman muchas versiones de noticias con contenidos que vienen de varios lugares. Es algo que por ahora se está haciendo muy mal. Esa falta de lenguaje y de reconstrucción propia de la información es, a mi juicio, el gran defecto en este momento, pero, paradójicamente, allí veo también una gran promesa.

Otro aspecto importante: hay que adaptarse a los nuevos ciclos de la información. En los debates, en los foros, en los *chats*, hay un ciclo de unos tres días, para que se introduzca una idea y se presenten comentarios. Estos ciclos no corresponden a los de la prensa escrita. Cuando

Internet consiga dominar esos ciclos va a vivir su vida propia, con su locura, con su aceleración y con sus demoras. La prensa escrita, entre tanto, debe ir al ritmo de la imprenta y de la distribución. Debe, además, reafirmar su identidad.

Yo creo que si resolvemos los problemas que he planteado, el sexto medio tendrá mayor calidad y también mejorarán los otros medios de comunicación, porque van a tener una situación más clara.

Ahora bien: al principio formulé una pregunta que tal vez no he respondido todavía: ¿qué es la audiencia? He dicho que la red no tiene una audiencia que se pueda definir tan fácilmente, debido al contexto. De repente, lo que en Colombia se lee en la *web* con mucho interés, interesa muy poco a la gente de Venezuela, y viceversa. La gran dificultad es saber lo que es una noticia en Internet. Supongo que ese contexto social de la noticia hay que verlo de otra manera. Necesitamos entender que gracias a ella hay más apropiación de la información por parte de la gente. Por eso la audiencia tiene hoy un papel fundamental en la manera en que los medios de comunicación evolucionan. Y nosotros estamos llamados a tener en cuenta esos nuevos comportamientos.

Hoy los medios tienen una relación difícil con la audiencia. En las grandes sociedades industriales existen medios de comunicación muy potentes, tan potentes como quienes los

48 critican. No es la primera vez que se plantean estos problemas; es algo que se ve en Francia, Estados Unidos y España.

En la audiencia hay una cultura de la contrariedad, estimulada por la propia prensa en muchos casos. Es un concepto que tomo de un crítico literario llamado Lionel Triding. Este hombre, en los años 30, se peleaba con los intelectuales en Nueva York. Les decía: “ustedes enseñan un escepticismo total frente a todas las instituciones, menos la suya”. El éxito fenomenal del caso Watergate determinó que ese estilo de periodismo fuera copiado en varios países. Entonces, bajo esa influencia, la prensa adoptó una cultura de la contrariedad, y lo hizo con tanto éxito que ahora la audiencia dice: “es verdad, hay que tener escepticismo frente a todas las instituciones, incluyendo a la prensa misma”.

La oferta de medios es hoy bastante amplia. Hay Internet, hay diarios gratuitos, hay información en el teléfono celular. El público tiene una gran competencia frente a él y eso conlleva, incluso, el riesgo de equivocarse, de creer, por ejemplo, que la tertulia radiofónica es periodismo. Le corresponde al periodismo encontrar alternativas para que la audiencia no siga confundiéndolo.

Las razones que merecen estudio son diversas e importantes: el público tiene ahora acceso a un medio de comunicación permanente que es anónimo. Por primera vez nos enfrentamos a un instrumento de información que para la gente

no se asocia con ningún nombre. Antes crear un diario era tener acceso a la fama, a la riqueza, a la posibilidad de tener una proyección social muy fuerte. Ahora el asunto es diferente. Si en este momento me diera a la tarea de preguntarles a ustedes cuáles son las diez personas que más influencia tienen en el mundo a través de Internet, con seguridad no conseguiría que se pusieran de acuerdo. ¿Por qué? Porque en Internet la situación es diferente de lo que pasaba antes en la prensa escrita.

Hoy los visitantes de las páginas web tienen el control. Pueden comparar cada vez que quieren: les basta un *click* para ver lo que dice el otro sitio. Si leemos algo en *The New York Times*, tenemos en seguida la facilidad de compararlo con lo que dice *The Washington Post*. Si leo *El País*, en seguida voy al sitio de su competencia, es decir, *El Mundo*. Además, la audiencia ha aprendido a hacer preguntas en los motores de búsqueda y, de paso, ha adquirido la capacidad de decir cuáles son sus preferencias. Entonces tiene la agenda, la pauta que, en gran parte, han dejado escapar los periodistas.

La audiencia ha hecho en los últimos tiempos grandes conquistas. Un escritor inglés decía: “si ustedes quieren hablar de los otros, escriban una novela; si quieren hablar de sí mismos, escriban una poesía”. Lo que pasa es que el público pide una novela pero también quiere escribir su propia poesía y ponerla en In-

ternet. Y no conforme con eso, se permite criticar las novelas que nosotros les hemos entregado. Semejante situación, desde luego, provoca desconcierto en la prensa.

Es necesario escuchar a esa audiencia y darle el espacio que reclama. La idea de mantener el monopolio de la expresión es del pasado y representa un gran peligro para la calidad y la credibilidad periodística. Hoy, más que antes, estamos obligados a ser transparentes, abiertos y practicar sin temor ese nuevo género periodístico que es la autocrítica. ¿Qué hacer con este asunto de la audiencia? Me parece que lo que tenemos que aclarar es dónde ubicarnos para hacer periodismo de calidad. Y creo que hay que ubicarse en las zonas donde la audiencia busca una definición, una explicación, es decir, entre el mundo virtual y el real, porque el público quiere reconciliar dos visiones: una para el universo local en el que viven y otra para el global donde se toman las decisiones que también afectan sus vidas. La audiencia espera que se sincronicen la experiencia que ella puede com-

partir en Internet y la visión del especialista, que es la que maneja la prensa.

Para terminar, voy a hablar del *Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha*: es el primer libro sobre un medio de comunicación de masas, es decir, sobre la alucinación que provoca el consumo de un medio de comunicación de masas. Hay una frase de Carlos Fuentes que yo voy a citar en español aunque la leí en inglés: “el mundo moderno comenzó en el preciso momento en que Don Quijote salió de su aldea”. Parodiando a Fuentes, yo creo que el mundo del siglo XXI empieza cuando el usuario cierra la pantalla donde vivía en el mundo virtual y sale al mundo real, que es otra cosa. ¿Qué podemos hacer? Quizá para ayudar a los quijotes que todos tenemos por dentro, debemos comenzar por buscar en nosotros mismos un Sancho Panza que venga a ayudarnos. No para que diga cuál es la diferencia entre los gigantes y los molinos, sino para que nos responda algo mucho más importante en el periodismo de hoy: por dónde soplan los vientos del cambio.

---

### **Clóvis Rossi**

Considero que el fraude en el periodismo no es un asunto que haya nacido ayer y tampoco es algo que se deba al Internet. Voy a referirme a una historia real de la que fui testigo. En ella interviene un instrumento que teóricamente dice

siempre la verdad: una cámara de televisión. Durante la primera guerra del Golfo, en 1991, estaba en Israel cubriendo el hecho. Un día el ejército de Israel nos llevó a los periodistas extranjeros que estábamos ahí a la Franja de Ga-

50 za, que había estado cerrada durante toda la guerra. No había una sola persona en las calles. Claro, nosotros estábamos custodiados por el ejército de Israel. De una esquina salieron de repente varios chicos de entre 12 y 16 años, que se pusieron a lanzarnos piedras. Eran más o menos 20 muchachos. Los camarógrafos de nuestra comitiva hicieron que los soldados pararan los coches inmediatamente para registrar la noticia. Tan pronto el primer camarógrafo bajó del coche del ejército de Israel, encendió la lucecita roja, la terrible y famosa lucecita roja que indica que la cámara está grabando. Los jóvenes palestinos se acercaron a la cámara y empezaron a gritar no sé qué cosas. Después yo miré la cinta grabada y descubrí que el camarógrafo les había hecho a los chicos una toma muy cerrada. Tan cerrada que no daba ninguna idea sobre lo que pasaba dos metros más allá. Tal y como fue hecha la grabación, parecía que se trataba de una tremenda manifestación en la que participaban miles de personas. Supongo que gritaban “muerte a los judíos” o algo así. Esto demuestra que para falsificar la realidad no se necesita Internet; eso se puede hacer utilizando cualquier otro medio. Para el caso de Jason Blair, pienso que su mentira también hubiera podido fraguarse sin necesidad de Internet. El problema con él fue, básicamente, falta de control interno por parte del diario que publicó su historia.

Por otro lado, estoy obligado a reconocer que don José Salgar tiene razón en el acta de defunción prematura que hizo del periodismo: “En la era del dedo gordo”. Los datos de Brasil, en particular, son preocupantes. Entre 2001 y 2003 los principales diarios de mi país han pasado de una circulación de 3.800.000 ejemplares a 3.200.000. Y no es que los lectores de un diario se hayan cambiado a otro. No. Todos los diarios los han perdido sin excepción. Eso significa, en términos prácticos, algo así como si hubiera desaparecido en dos años el principal diario brasileño, que es *Folha de Sao Paulo*. ¿Para dónde se fueron los lectores? No tengo ni idea, pero supongo que Internet puede ser la respuesta, porque los lectores de *O’Globo* no se fueron a *Folha*, ni los de *Folha* para *O Estado de Sao Paulo*. Las revistas, por su parte, tampoco crecieron. O sea, ellas no heredaron los lectores. ¿Dónde están, entonces?

Yo creía que la preocupación no debía ser para los reporteros sino para los dueños de los diarios, pues ellos son los que tienen que decidir dónde invierten su dinero. Ahora veo, por los datos que dio Jean Francois Fogel, que el asunto me concierne a mí también, porque si Internet no produce las ganancias que produce el papel, mi puesto de trabajo está amenazado.

Yo creo que el acta de defunción es correcta en relación con la circulación de los periódicos, pero no lo es en relación con mi oficio, que es el

de reportero. En televisión, en Internet, en diarios, en emisoras, siempre habrá periodistas que salgan a la calle para hablar y hacer preguntas a la gente. Siempre habrá alguien dispuesto a contarle a una audiencia, sea cual sea, tenga o no tenga rostro, lo que pasó o su verdad de lo que pasó.

Carl Bernstein, el famoso periodista del caso Watergate, dijo que el reportaje es la mejor versión posible de la verdad. Yo creo en ese principio y siento que no cambia si el medio es el papel o es Internet. Tenemos que averiguar si, en efecto, las personas de hoy quieren o no quieren leer textos escritos. Esa es la clave, a mi juicio.

Otra cuestión clave es la planteada por Roberto Pombo. Él habló de malabaristas de la palabra. Creo que eso es algo que hemos perdido. Voy a poner un ejemplo con el cual espero provocar a Joaquín Estefanía: juegan los equipos de fútbol Real Madrid y Barcelona. Gana “el Barza” 4-0. El público ve el partido por televisión, analiza los goles en cámara lenta, recibe la información repetitiva y al detalle de todos los noticieros. Al día siguiente los diarios aparecen con un titular terrible: “Barcelona le ganó al Real Madrid 4-0”. Este es un hecho que ya todos los interesados en la información sabrían. Por eso quiero retomar la preocupación de Roberto: ¿quién nos va a leer si no utilizamos ese malabarismo con las palabras, si no

reinventamos el lenguaje para contarle a la gente buenas historias? Jean Francois Fogel aboga por una nueva narración en Internet. Yo creo que esa nueva narración también la necesitamos urgentemente en los tradicionales periódicos de papel.

En cuanto a la proliferación de la crítica, pienso que puede ser una evolución de la sociedad. La tradición democrática en América Latina es muy joven. Antes no se podía confiar en la prensa porque estaba censurada, tenía límites. Hoy no parece haber censura de ese tipo, pero sí es cierto que existe la autocensura, como lo mencionó Joaquín Estefanía.

La desconfianza de la sociedad conlleva a que se formen grupos que no sólo vigilan a la prensa sino también a los políticos, a los empresarios y al resto de instituciones en general. No es sólo la prensa la que está en la mira. A mí me parece que se trata de algo saludable. No creo que sea un problema, a menos que los periodistas no consigamos dar las respuestas que la sociedad espera de nosotros, así como los políticos no están dando las respuestas que se esperan de ellos. Una encuesta reciente hecha en 18 países de América Latina muestra que 71% de los consultados, pese a que cree en la democracia, desconfía de la manera como funciona. No es que quieran reemplazar la democracia con algún otro tipo de régimen, sino que la manera como la democracia está funcionan-

52 do no les agrada. Por supuesto, dentro de lo que no les gusta mucho están los periodistas.

Volviendo al principio, no creo que Internet

---

### **Víctor Ghitta**

---

Una mañana de mayo del año pasado, Josefina Licitra, ganadora este año en la categoría de texto del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI, me llamó para contarme que una muchacha de 15 años, embarazada, se había fugado de la prisión, adonde había llegado acusada de comandar una banda dedicada al secuestro de personas en la provincia de Buenos Aires. La muchacha, me informaba la colaboradora, le había concedido una entrevista en la clandestinidad.

No supe, en principio, qué hacer, sólo por confirmar el mandato que diariamente guía mi trabajo: dudo, luego edito.

Pero una imagen me sacó de golpe de ese estado de sospecha que, creo, debe animar la labor de un periodista: la historia de Silvina, una adolescente con una infancia dolorosa y marginal, nos permitiría retratar el fenomenal proceso de exclusión social que asoló a la Argentina en los 90. Su historia es la de cientos de miles de adolescentes que en este país y en los del resto de América Latina no tienen oportunidades, ni futuro. Hundidos como están en la pobreza y la indigencia, apenas sobreviven en los bordes mismos de la tragedia. Y, sin embargo, como lo

sea un problema. Por el contrario, posiblemente es una solución si conseguimos ejercer nuestro oficio buscando la mejor versión posible de la verdad.

señaló Germán Rey, sueñan. En cierto sentido, la historia de Silvina recuerda aquello que escribió Borges: la suerte de un hombre resume, en ciertos momentos esenciales, la suerte de todos los hombres.

Encontrar historias como ésta es la tarea del periodismo que sigue confiando en la narración como herramienta irremplazable en la era de Internet. No creo, de todos modos, que Internet deba ser condenado.

En la reciente inauguración del Congreso de Bibliotecas realizado en Buenos Aires, Tomás Eloy Martínez observó que el reino de lo virtual nos ha devuelto, en cierto modo, a la forma comunitaria de leer, de comunicarnos y de interactuar a través de los signos.

Con la difusión del libro llegó la idea del autor y de la lectura en solitario. Pero Internet nos llevó de regreso a la conversación y a la escritura colectiva, tal como sucedía en los espacios públicos (las plazas, los templos, las academias) de la antigüedad, donde una sucesión de voces iba conformando un relato coral.

Internet ha inaugurado algunos géneros que merecen profundos estudios en las academias.

Entre ellos está el *weblog*, que trajo una democratización del saber, una ausencia de jerarquías preestablecidas y una libre circulación de la información. Son muchos los *weblogs* sobre *cyberperiodismo* que procuran presentarse como voces independientes frente al discurso muchas veces hegemónico de las grandes corporaciones.

A veces, incluso, sirven como espacio para eludir la manipulación de la información que se ejerce desde el poder. La prueba la tuvimos hace muy poco, cuando un iraquí subió a la red un *weblog* en el que diariamente publicaba sus crónicas detalladas sobre los horrores de la guerra, llevando a la comunidad de internautas una visión muy distinta, e infinitamente más franca, que la que ofrecían los medios tradicionales.

Por otro lado, Internet es una fuente de noticias que va a velocidad invencible, aunque no siempre convenientemente masificada. Sabemos que diarios y noticias han sido heridos de muerte por el poderoso avance de Internet y de la telefonía celular, que vinieron a golpear un cuerpo ya castigado por la radio y la televisión. Y, sin embargo, las noticias aún necesitan de la legalización que les conceden otros medios, sobre todo la radio y los periódicos.

La mejor noticia entregada por Internet recién se corporiza y cobra verdadera vida cuando llega a las primeras planas de los diarios.

Estos beneficios son evidentes. Pero tam-

bién hay reparos. Se dice que es un medio que aún no ha consolidado su lenguaje o su modelo narrativo. De todos modos, me parece oportuno hacer una observación: en la Argentina –y sospecho que el dato sintetiza, a lo menos, lo que ocurre en toda América Latina– 64% de los usuarios tienen menos de 35 años. Internet responde a la naturaleza de los jóvenes y por eso es dominio de ellos, sin duda.

En el diario *La Nación*, de Buenos Aires, Sergio Balardini, licenciado en psicología, investigador y coordinador de los estudios sobre juventud en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), hizo la siguiente observación: “por primera vez en la historia los jóvenes tienen más conocimientos que los adultos, no ya sobre el acotado fragmento de la cultura juvenil, como hace 30 años sucedió con el rock, por ejemplo, sino que están más capacitados que los adultos respecto del saber hegemónico de su tiempo, aquel sobre el que se está desarrollando el nuevo perfil económico, político y social del mundo”.

Pero los jóvenes no leen, se comunican a golpe de *mouse*, obtienen música de la red en formato MP3 a velocidad de olimpiada. Tal vez porque pertenezco a una generación analógica, anterior al *big bang* digital, creo sin embargo que Internet nos priva del placer de demorarnos en la lectura, en la música que nos regala un buen texto, en la descripción minuciosa de un perso-

54 naje, en la emoción que envuelve a una historia.

Los medios y, sobre todo las revistas, favorecidas por los espacios y las condiciones de producción, deben aprovechar la singularidad del lenguaje, su irremplazable carga expresiva y su carga emotiva a menudo devastadora. En esa dirección, al nuevo periodismo –heredero de una tradición que hace ya muchos años impulsaron hombres como Norman Mailer, Truman Capote o Tom Wolfe– le cabe continuar explorando el vasto territorio de la escritura. Y debe servir-se de esa maravilla para ofrecer sus puntos de vista sobre el mundo, comprender la época en que le ha tocado vivir e interrogarse hasta donde le sea posible sobre la condición humana.

Muchas veces, en reuniones de sumario, me escucho decir: “olvidémonos del mercado, contemos las historias que sentimos que debemos contar, hagamos una revista no diseñada según las demandas del mercado, sino de acuerdo con nuestras propias convicciones”.

Confieso que no siempre triunfamos en ese propósito. La resistencia no es del todo sencilla.

Un día después de la aparición de la historia de Silvina, un gerente se me acercó para preguntarme: “¿Hacía falta decir que esa chica, que saca la plata de los secuestros, sueña con comprarse zapatillas *Nike*?” Le dije que sí, que me parecía un dato imprescindible de la crónica, porque revelaba no sólo algo del personaje sino también de nuestro tiempo. Desde luego, *Nike* es uno

de los anunciantes más fieles de *Rolling Stone*.

El gran animal que nos amenaza hoy es el mercado. Las empresas periodísticas nos entrenan para realizar operaciones de *marketing* y *managment* y, sobre todo, para asegurar resultados económicos. No se habla ya más del lector sino del cliente. Y la publicidad no tradicional, conocida como PNT, intenta con ferocidad ingresar en los espacios editoriales, que antes eran custodiados por los editores con celo.

Sin embargo, debemos tener fe y una enorme convicción. Nada hará mermar el poder de seducción del relato, tal como ha sido concebido en su larga y fecunda tradición narrativa.

Así como el libro seguirá siendo el refugio de los solitarios, de aquellos que conciben la lectura como un gesto de intimidad y un acto de fe casi religiosa, las grandes historias contadas por el nuevo periodismo seguirán hechizando en todo el mundo a cientos de miles de lectores, desinteresados de los murmullos de la comunicación virtual, del lenguaje vertiginoso y de su electrificante artefacto digital.

Esos lectores continuarán siendo cautivados, como viene sucediendo desde hace siglos, por los pequeños y grandes relatos. Esas historias, como la de Silvina y como las otras finalistas del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FN-PI, nos permiten devolernos en el tiempo a nuestra infancia y reencontrarnos con las voces de nuestros abuelos y nuestros padres.

---

## Pedro Valtierra

Como fotógrafo, quiero resaltar el papel de la fotografía en el periodismo de este tiempo o, en los términos de la mesa redonda, en la era de Internet. La fotografía es un instrumento que permite dar credibilidad a los hechos, aunque, por lo menos en mi experiencia con algunos medios mexicanos, ha tenido un papel secundario, para rellenar el hueco que deja un texto. A menudo, nuestros propios compañeros reporteros no nos consideran periodistas. Pero sí que lo somos, y escribimos con la luz.

Gracias a la fotografía digital, hoy se pueden transmitir con más facilidad fotos sobre cual-

quier tema y, claro, también es bien sabido que las posibilidades de lo digital traen inconvenientes, como distorsionar o modificar la realidad. No hay que olvidar que desde siempre la fotografía ha tenido la posibilidad de ser alterada, sólo que antes el proceso obligatoriamente necesitaba de un laboratorio y tomaba más tiempo. No pienso que lo digital, ni la era de Internet sean el motivo para que se acabe la creatividad y para que desaparezcan los fotógrafos serios y comprometidos. La cámara digital no hace al mejor fotógrafo, sino su formación.

---

## Miguel Henrique Otero

Así como en Francia apareció esa página insultante para Chirac de la cual nos habló Jean Francois Fogel, en Venezuela se presentó una situación similar. Existe una página en Internet llamada “Aporrea” que no simpatiza con quienes se oponen al oficialismo. Cuando en el buscador se consulta el nombre de una de estas personas siempre aparece “Aporrea”.

Quiero añadir que los periódicos han sido los más importantes proveedores de noticias en Internet. Y ahora me permito preguntarle a Jean Francois hacia dónde va el *hardware*, porque va a llegar un momento –y no les estoy hablando de ciencia ficción– en que debido al *hardware* uno podría sustituir el periódico físico. De pronto va a desaparecer la rotativa, que es como un dinosaurio.

---

## Jean-Francois Fogel

Yo no haría la apuesta sobre la muerte del periódico de papel. Puede ser que se modifique, pero todavía existe un futuro. Vamos hacia un *hardware*

que nos va a dar unas funciones y una potencia tremenda. Pero eso no quiere decir que el periódico físico será desplazado. Simplemente se trata de

56 otra audiencia. Cuando usted está en Internet no es el mismo lector que cuando usted está en el papel, ni tampoco es la misma persona cuando escucha radio. Hay que familiarizarse con las diferencias.

---

### **Ana Beatriz Magno**

Germán Rey afirmó que la función primordial del periodismo es contribuir al autogobierno de los seres humanos. De los 170 millones de personas que hay en mi país, Brasil, menos del 3% leen periódicos. ¿Estamos trabajando, entonces, para ese pequeño porcentaje de nuestra sociedad? Sospecho que en Internet no cabe un género informativo como el reportaje y que es un soporte más apropiado para dar noticias inmediatas. Yo

creo que una de las funciones más encantadoras de los reportajes es eternizar una determinada realidad. Si de aquí a 100 años nosotros queremos comprender la vida de una chica como Silvina, nos bastaría con buscar el reportaje de Josefina Licitra. En Internet, por el contrario, todo puede ser efímero. ¿Qué hacemos, entonces, con la obra más preciosa, más querida y más heroica del periodismo, que es el reportaje?

---

### **Jean-François Fogel**

No comparto su visión. Yo creo que ya hay reportajes extraordinarios en Internet. En el sitio de *The New York Times*, se encuentran reportajes maravillosos sobre varios temas, como la situación de las mujeres en el tercer mundo. También tienen textos en profundidad sobre los accidentes de trabajo en las fábricas de tubos del sur de Estados Unidos. Como este sitio, se podrían citar muchos otros ejemplos.

No hay que olvidar que existen muchas maneras de expresarse y de indagar sobre la historia. Si la intención es enterarse sobre lo que fue la vida de Francia en el siglo XIX, la mejor recomendación es leer a Balzac. La literatura funciona como

un instrumento de conocimiento potente. No hay que desesperarse porque no podamos encontrar todo en Internet o en los periódicos. Tengamos presente que para entender mejor al ser humano sigue existiendo la posibilidad de leer a Proust y a Freud. Así que no debemos condenar a la red en nombre del periodismo de papel.

La penetración de Internet es como la del teléfono celular, va muy rápido dentro de las partes más pobres de la población porque es una manera de integrarse. Me acuerdo de una de las frases más estúpidas que he leído en mi vida. Salió en *Le Monde*. Un reportero que cubrió una manifestación en Venezuela decía: “se veía que eran per-

sonas muy ricas, porque tenían teléfonos celulares”. Si uno vive en un barrio donde no hay agua ni teléfonos fijos, la única manera de integrarse es a través del teléfono celular. Funciona igual con Internet. Cuando debido a la crisis se desplomó todo en Argentina, aparecieron unas tiendas

donde la gente iba para leer el periódico en Internet y, de ese modo, no romper el vínculo con la realidad. Las transformaciones que se han generado valen para los pobres y para los ricos.

### **Sergio Ramírez**

Lo que más me ha sugerido la exposición de Jean Francois Fogel es lo que yo llamaría la cultura de leer, que tiene mucho que ver con lo que estamos discutiendo. Nosotros pertenecemos a la cultura de leer sobre materia desde hace ocho mil años, si contamos a los sumerios, y mucho más si contamos a la civilización china. Cambiar esa cultura de leer sobre materia para leer en pantalla es una operación que va a costar seguramente muchos siglos. Pienso que la lectura en pantalla va a volverse discriminada, es decir, uno va a informarse sobre el estado del tiempo, sobre las acciones de la bolsa, sobre los resultados deportivos, o sobre cualquier otro interés dirigido, pero el placer de leer un libro o un reportaje, que es donde el periodismo se aproxima más a la literatura, seguirá perteneciendo a la materia. El papel es lo que le va a conceder siempre a la prensa escrita su majestad. Pienso que la preocupación de Miguel Otero entra en el terreno de la ciencia ficción. De todas maneras es posible que alguna vez podamos imprimir nuestro propio periódico en casa. Es decir, quizá en el futuro imprimamos lo que nos intere-

sa del periódico, porque al comprar un periódico como el *New York Times*, que consume 300 hectáreas de bosque cada domingo y pesa como 50 libras, la mayoría de los lectores buscamos cosas específicas y no lo leemos entero. Por eso no estaría mal que uno pudiera desde su computadora imprimir su propio periódico, para darse el gusto de leer estrictamente lo que le interesa.

A mí no me alarma que la circulación de los periódicos vaya en declive. Hace unos años, con el auge de la televisión por cable, las salas de cine estuvieron a punto de cerrarse en todo el mundo, y hoy han vuelto a renacer. Pienso que en el futuro vamos a tener dos alternativas: una, seguir leyendo en papel, imprimir nuestros propios libros, nuestros propios capítulos de libros y nuestros propios reportajes, directamente en nuestras casas. La otra: que nos pase como en la película *Sentencia Previa*, donde hay una escena en la cual la gente mira el periódico en el Metro y lo que va leyendo es una materia transparente en donde las noticias cambian a cada momento y no hay fotografías, sino videos.

## 58 **María Pilar Hernández**

Me llama profundamente la atención que en la discusión de un tema tan importante como Internet, no se haya mencionado algo que desde mi óptica es lo más importante: la mundialización barata de la información. Se acabó el problema de la distribución, que generalmente se limitaba a lo local, a un municipio, a una ciudad e incluso a un país. Ahora cualquier persona, desde cualquier lugar del planeta, tiene la posibilidad de obtener información de cualquier otro lugar del mundo que le interese, y seleccionarla. Ese es realmente el verdadero potencial, lo que lo hace ser esencialmente un medio distinto a los demás.

Los buscadores como *Google* tienden a convertirse —y esto es solamente una hipótesis— en lo que en algún momento fueron las grandes agen-

cias de noticias del mundo. Para conseguir material en Internet, recurre a un buscador que filtra la información, de otro modo no funcionaría; es imposible buscar en todas partes. Hasta qué punto los buscadores, en un momento determinado, se van a convertir en censores o productores de noticias o filtradores de noticias.

A diferencia de la televisión y de la radio, donde el receptor es pasivo, en Internet es activo. Debe saber usarlo para conseguir la información que necesita. Creo, sin embargo, que es un soporte necesita legitimarse a través de los medios tradicionales, porque la gente sabe que en la red le pueden mentir fácilmente, por eso no termina de creer totalmente lo que se dice allí sino cuando lo ve en los medios tradicionales.

## **Paula Escobar**

Me parece inconveniente que haya hoy tantos periodistas de escritorio, así le llamo yo a esos reporteros que permanecen en la sala de redacción. Están todo el tiempo sentados, reportando por teléfono desde sus gabinetes, conectándose a Internet para buscar datos. Es lo contrario de un ambiente donde florecen la creatividad, el rigor, las ideas nuevas y las nuevas narraciones.

Es necesario tener legitimidad para realizar nuestro trabajo. Sin ella es imposible corregir los textos ajenos o sugerir ideas de enfoque. A menudo los reporteros no le creen al editor porque nunca lo han visto escribiendo, ni haciendo investigaciones. Considero necesario que sintamos la responsabilidad de inspirar a los periodistas a desarrollar lo mejor del oficio, a reportear, a escribir con pasión.

---

## Luiz Egypto

---

Retomo el tema de la tecnología digital aplicada a la fotografía abordado anteriormente por Pedro Valtierra. Muchas de las nuevas cámaras son tan pequeñas que parecen juguetitos imperceptibles. Eso nos ahorra esfuerzo, peso y muchas otras cosas. El problema es que ahora, con

los programas gráficos, un fotógrafo puede convertirme a mí, por ejemplo, en el hombre más bonito del mundo. Si alguien puede lograr eso es porque estamos frente a una posibilidad fantástica de manipulación. Y me temo que ahí ya no estaríamos haciendo periodismo.

---

## José Varella

---

El problema es de ética, no de tecnología. La ética ha existido siempre; la modernización técnica existe apenas ahora. Siempre ha habido gente des-

honesto. Para torcerse éticamente no se necesitan adelantos científicos. Antes había gente que manipulaba con un lápiz o recortando con unas tijeras.

---

## Pedro Valtierra

---

El riesgo existe. Lo acabamos de ver en *Los Angeles Times* con el caso del fotógrafo que cambió una imagen de Irak en forma tramposa. Es cierto

que ahora resulta más fácil manipular, pero lo que acaba de decir José Varella es clave: el asunto no depende de la tecnología sino de la ética.

---

## Clóvis Rossi

---

Estoy de acuerdo con Varella. Y para darle la razón quiero recordar un hecho histórico: el soldado ruso que puso la bandera soviética al final de la Segunda Guerra Mundial contó que la fotografía que se le tomó fue retocada; él dice que tenía dos relojes puestos y en la imagen aparece sólo con uno. El hombre le dijo a la BBC que por nada del mundo el Ejército Rojo podía tener un

ladrón en sus cuadros. Por eso en el laboratorio le quitaron uno de los dos relojes del pulso, para que no se pensara que el reloj adicional se lo había robado a un soldado alemán. ¡Y estamos hablando de hace más de 50 años, cuando no había ninguna tecnología y además la situación era crítica por causa de la guerra!

## 60 José Luis Ramírez

Me llama la atención ese ciudadano que durante la semana se monta en un bus incómodo y es pisoteado, llega al trabajo y su jefe lo trata mal y para colmo tiene problemas en la casa, pero cuando llega el domingo se va al estadio y allá se desahoga gritándole palabrotas a los jugadores y al árbitro. Ahora mismo en Colombia sucede algo parecido con los lectores del periódico *El Tiempo* en Internet: tienen la posibilidad de comentar las columnas de opinión de las páginas editoriales, y a menudo lo hacen con una virulencia tremenda. Los lectores están aprovechando una gran oportunidad que el periódico impreso no les brinda. La fiebre es de tal magnitud que los comentarios de los corresponsales van dando lugar, a su paso, a nuevos comentarios, y de ese modo la cadena interactiva se va alargando. Es una situación que debemos analizar

con cuidado, porque muchas cartas son agresivas.

Hago la comparación con el caso del trabajador oprimido que se desquita en el estadio porque acá también hay *hooligans*, gente intolerante que insulta al columnista que piensa diferente. Incluso, en *El Tiempo* algunos lectores han llegado a proferir amenazas de muerte.

En este punto me atrevería a decir, parodiando al maestro Vinicius de Moraes, que el comentario de opinión es eterno mientras dura, mientras está ahí disponible para que todo el mundo entre a decir lo que le venga en gana. En Colombia hay una corriente que piensa que esas personas fomentan la intolerancia. Otros consideran que los foros de los lectores, así sean los de periódicos respetables como *El Tiempo*, no pueden ser diferentes de lo que es el país. ¿En qué quedamos?

## Jean-François Fogel

*Le Monde* tiene 58.000 suscriptores que pueden participar en los foros y debates de la web. Sus inquietudes pasan por un filtro de seis moderadores que leen todo antes de ponerlo en línea. Hay una cierta diferencia de tiempo entre el momento en que escriben y el momento en que se publica. Quitamos los insultos personales, las amenazas, las expresiones racistas, todo lo que, lejos de pro-

mover argumentos, busque simplemente ofender. Hay una regla de oro elemental que no negociamos: el debate civil tiene que ser respetuoso. Al que pretenda saltarse esa norma lo sancionamos. Puede ser con la suspensión del servicio durante un tiempo comprendido entre uno y tres días. Para volver deben presentar disculpas públicas, reconociendo que incurrieron en una barbaridad. El

98% de los suscriptores de *Le Monde* se someten a los castigos y aceptan disculparse.

Cuando reinciden en las faltas son excluidos definitivamente del foro. Es posible que algunos cambien de computadora y de nombre, pero todavía deben pagar el servicio con una tarjeta de crédito en la cual, por supuesto, está el verdadero nombre.

---

### **Sergio Muñoz**

---

Respecto a la inquietud de Ana Beatriz Magno sobre la extensión de los reportajes en la red, en mi periódico, *Los Angeles Times*, vi un ejemplo que me pareció estupendo. Una reseña de un concierto que en el periódico físico tenía 20 pulgadas, en el *website* apareció de 40 pulgadas, es decir, el doble. Pero no sólo eso, sino que en la página *web* había siete fotografías del evento y no una sola, como en el periódico de papel. Además, el lector de Internet tuvo el privilegio de escuchar la música del concierto. Entonces, en este caso la red tuvo mayor espacio y opciones distintas para darle otra dimensión a la historia original. Conviene no perder de vista semejantes ventajas.

---

### **Horacio Verbitsky**

---

Jean Francois Fogel habló de una cultura de la desconfianza de la que no se salvan los medios. Me parece que es un tema que merecería una dis-

Puede que nos engañen, claro, pero no llegan muy lejos con eso porque les cancelamos el servicio.

El foro es para debatir ideas, no para ventilar amenazas e insultos de mal gusto. Por tanto, los editores asumen su trabajo con mucha responsabilidad, pensando en respetar las libertades pero también en el bienestar de la sociedad.

No sé qué haríamos sin la red, que es ahora la biblioteca más extensa del mundo. Para preparar mis palabras en esta mesa redonda lo que hice fue entrar a un servicio de búsquedas llamado *Factiva*. Di un *click* para que me mostrara todo lo que se ha escrito sobre credibilidad en los medios, aparecieron de una sol vez 592 artículos. Luego fui a un enlace: “¿Quiere saber más sobre esto?” Estamos hablando de una capacidad infinita.

En cuanto al tema de las manifestaciones de agresividad en los foros, hay otra forma que no se ha mencionado que lo constituye el *spam* venenoso que envían algunos lectores malintencionados. Gracias a los filtros se logran controlar algunos, pero es una ofensiva espantosa.

cusión bien a fondo. No estoy muy seguro de que la gente desconfíe de todo. Así como aquí se han señalado casos de desconfianza, podría advertir,

62 por el contrario, unas ciertas expresiones de confianza ingenua en los medios, especialmente en Internet. Eso es lo que permite que en la red aparezcan miles de falsificaciones descomunales que surten todo tipo de efectos sobre la conciencia de la gente. Me refiero, por ejemplo, a la presunta carta de despedida escrita por Gabriel García Márquez que circuló abusivamente por Internet. Bastaba con haber leído alguna vez una página escrita por él para saber no pudo ser el autor de tamañas cursilerías. Sin embargo, la carta se repetía y se repetía. La reenviaban personas que uno considera ilustradas, cultas y sensatas. A mí me la mandaron varios de mis amigos.

Puedo citar otro ejemplo. Está circulando en la Argentina, desde hace dos años, un mensaje que dice algo así como: “pedimos ayuda. Escribimos desde el rincón más austral de la Argentina, Tierra del Fuego, pues se está por instalar una base nuclear norteamericana, en contra de una ley que lo prohíbe”. La verdad es que la primera vez que recibí la información quedé impactado y quise investigar de qué se trataba. Muy rápidamente y sin demasiado esfuerzo llegué a la conclusión que las Naciones Unidas se les había autorizado instalar una estación de control sismológico de explosiones nucleares.

---

### **Clóvis Rossi**

---

Me parece que los grandes enemigos no son ni la televisión ni la Internet, sino el tratamiento que

A quienes temen que la red conspire contra la literatura, quiero decirles que estén tranquilos ya que por ahora la calidad de esa escritura es baja, pero puede subir, no hay que desesperarse.

Creo que la desconfianza está sobre lo instituido y, por el contrario, hay una confianza infantil en lo no instituido, a partir de una realidad y es que en la pantalla todo parece igual, todo parece equivalente. Uno toma la página de la publicación más seria del mundo y el fraude más grosero, y ambos ocupan una superficie muy parecida y hasta pueden tener un diseño similar. En cambio, cuando se trata de ediciones físicas no hay manera de confundir un gran periódico con un pasquín de porquería.

Supongo que la decantación de este fenómeno nos llevará tiempo. Internet es todavía un medio nuevo que apenas tiene diez años. Muchos nos alegramos por sus ventajas, pero no hay que olvidar que las escrituras que se hicieron en piedra hace miles de años tienen más perdurabilidad que lo que estamos escribiendo hoy en la computadora. Cada medio nuevo tiene una duración inferior al anterior. El cuero es posterior a la piedra pero menos resistente. El papel es posterior al cuero y menos resistente. Y así, sucesivamente.

algunos periodistas de prensa le dan a la información. Tenemos que acabar con la dictadura

del “ocurrió ayer”, de la cual estamos prisioneros. El ayer ya salió en todas partes. Lo que la

---

### **Josefina Licitra**

---

Quería hacer una especie de apostilla en relación con este tema de Internet. Hay algo que no se mencionó y que considero muy importante como lo es el valor ritual que tiene aún el papel. En Argentina uno ve que en los trenes, en los colectivos, en los bares que la gente sigue leyendo diarios. Cuando digo que tiene un valor ritual me parece que es porque no solamente uno lo hace para informarse, sino que en el acto mismo de leer uno se está inscribiendo en un orden de-

---

### **Clóvis Rossi**

---

Tengo una propuesta muy concreta, que no tiene nada que ver ni con conceptos ni con filosofías. Le pido a la Fundación Nuevo periodismo Iberoamericano que lidere la creación de un círculo de periodistas de la región. El propósito es que nos ayudemos los unos a los otros. Si yo estuviera en México para trabajar como periodista, no sabría qué debo hacer para acceder a Manuel López Obrador, que es el hombre de la noticia en ese momento. Supongo que si un periodista mexi-

gente nos reclama es una mirada nueva, creatividad, dejar a un lado la inercia de las redacciones.

terminado. La primera vez que yo compré un diario, tenía 14 ó 15 años. Me acuerdo de la sensación al subir al colectivo con el diario bajo el brazo y saber que ese diario yo no lo tenía solo para informarme. Hace poco alguien dijo en este foro que la información es también una forma de autogobierno. Creo que ese valor agregado del papel difícilmente lo puede adoptar Internet, ya que por fortuna, los rituales no se borran tan fácilmente.

cano va a Brasil, tendría la misma dificultad. Entonces, como aquí hay representantes de 22 países, periodistas respetables y con experiencia, ¿por qué no empezar la lista? Creo que eso tan aparentemente elemental contribuiría a solucionar parte de los problemas que hemos mencionado, pues facilitaría que nos conociéramos más y que sepamos con quiénes hablar cuando, por razones de trabajo, nos corresponda ir a los otros países.

Tercer panel

**El poder político, otro reto**

**a la calidad de medios y periodistas**

**en América Latina**



Gabriel García Márquez, presidente de la FNPI.

Enrique García, presidente ejecutivo de la CAF.

## **El poder político, otro reto a la calidad de medios y periodistas en América Latina.**

---

**Enrique García**

67

### **Desarrollo y gobernabilidad democrática en América Latina**

Son muchos los temas de interés para la región. Permítanme citar algunos de los más controversiales: la globalización, el papel del Estado y el mercado, la inversión extranjera, la deuda externa, los recursos naturales, el libre comercio, la sociedad civil, las instituciones democráticas, los partidos políticos, el poder fáctico, los medios de comunicación, la inseguridad, el desempleo, la impunidad jurídica, la corrupción y las demandas sociales que exceden los recursos de nuestros países en términos humanos y financieros.

Algunos consideran que los años, 2004 y 2005 permitirán una cierta recuperación económica, después de un periodo que fue bastante dramático. La ventana de oportunidad que se abre, no debe ponernos anteojos oscuros que nos impidan ver la realidad con perspectiva. Pienso que la región está, en definitiva, en un cierto punto de inflexión. Hay confusión sobre qué enfoque, qué modelo, qué camino seguir para acelerar el proceso de desarrollo. Por otro lado existen elevados niveles de frustración social y polarización. Hay una tendencia a que veamos los vasos medio vacíos, en lugar de verlos medio llenos y en eso creo que los periodistas juegan un rol importante.

¿Por qué esta situación? Seamos realistas: si hacemos un análisis de lo que ha pasado en América Latina en los últimos 50 años, veremos que se han experimentado diversos modelos, diversos esquemas, y aún así, lamentablemente, la región ha perdido importancia en el contexto internacional. Es dramático pensar que al principio de la década de los 50, América Latina era la tercera región más importante en el mundo y hoy es la sexta. Tal y como está la situación, tomará más de cien años alcanzar el promedio del ingreso per cápita de los países industrializados. Todo ello suponiendo que la región creciera a la mejor tasa que tuvo, durante el tiempo comprendido entre los años 1990 y 1998.

Otro tema que motiva esta confusión es que, indudablemente, los niveles de desempleo abierto son altos. La pobreza es un problema agudo. La distribución de la riqueza es la menos equitativa del planeta. En América Latina 5% de la población se lleva más del 25% del Producto Interno Bruto. En los países industrializados ese mismo 5% se lleva menos de la mitad de ese 25%. Uno de cada tres latinoamericanos vive con menos de dos dólares diarios. Este es un tema realmente preocupante.

En la actualidad, semejante situación motiva un estado de debate y de confusión, ya que debido a la globalización y a la tecnología de la in-

68 formación, todos tenemos posibilidades de conocer al instante lo que pasa en el mundo. Eso genera comparaciones que, a su vez, causan frustraciones. ¿Cuáles son, desde nuestro punto de vista, algunos de los obstáculos reales que tenemos que vencer? Evidentemente, el nivel de crecimiento económico ha sido y es bajo. Y no solamente bajo, sino que tampoco es de buena calidad. Cuando me refiero a calidad pienso en que sea incluyente, genere empleo y llegue a la población. Y en ese orden de ideas hay que concluir que, si bien ha habido un crecimiento modestamente razonable, ha carecido de la calidad suficiente. No podemos sustraernos, claro, del tema anteriormente mencionado: la mala distribución de la riqueza.

En el plano político, si uno analiza país por país, ve que la tendencia es seguir a las encuestas y, como resultado de esa estrategia, tratar de responder a las frustraciones de la gente mediante una oferta electoral. Una oferta electoral que difícilmente se cumple, porque las limitaciones que tiene nuestra región son de tal magnitud que no hay mago que pueda superarlas. Eso ha ocasionado un deterioro de la popularidad y aceptación de los gobernantes en la mayor parte de nuestros países, porque las poblaciones se sienten frustradas al no recibir una ejecución real y positiva de las ofertas que les hicieron.

La gente está reclamando una serie de soluciones, sin tener en cuenta la limitación de re-

ursos y sin aceptar que la responsabilidad del desarrollo no es exclusiva de los gobiernos, sino de todos los agentes de la sociedad.

Hoy es evidente que hay poco respeto por las instituciones tradicionales, comenzando por los partidos políticos y los Congresos. Se buscan soluciones alternativas de diversa índole. En resumen, creo que lo que falta es confianza y capital social. Necesitamos confiar en el prójimo, en las instituciones, en la sociedad en su conjunto.

Si nos ponemos la mano en el pecho y nos preguntamos cuáles han sido los errores principales de los diversos modelos que hemos aplicado los latinoamericanos, lo primero que yo diría es que tenemos una tendencia a ir a los extremos, de acuerdo con la moda. Si vamos a los años 50, 60 y 70, el extremo era la sustitución de importaciones, la fuerza del Estado. Luego nos fuimos al otro extremo diciendo que todo lo anterior había sido malo y, consecuentemente, adoptamos un dogmatismo en materia de alternativas, como una economía de mercado excesivamente rígida.

Creo que otro error ha sido la parcialidad de enfoque entre tres objetivos que normalmente se persiguen en líneas muy sintéticas en el desarrollo como son la estabilidad, la eficiencia y la equidad. En diversos tiempos se pone énfasis en una de las tres pero no en forma simultánea, lo cual da como resultado que puede haber economías muy estables con bajas inflaciones pe-

ro con mal crecimiento y sin equidad, o sociedades que pretenden tener mucha equidad pero sin crecimiento, lo cual conduce a que no haya estabilidad. Esa visión parcializada ha influido mucho en la situación que viven nuestros países.

También hay la tendencia a enfoques demasiado macro en lo económico, en lo social, en lo político, pero la realidad de las cosas es que las soluciones van en lo micro, en la microeconomía, en lo microinstitucional, en lo microsocioal.

En la concepción tradicional el crecimiento como base para el desarrollo está fundamentado solamente en las formas tradicionales de capital, que son el físico y el financiero, cuando realmente hay otras formas de capital muy importantes: el humano, el natural y, desde luego, el social como un elemento que crea confianza en los diversos actores sociales.

Hay temas centrales que van más allá de la ideología y que trascienden una administración y que resultan fundamentales para el cambio. Uno de ellos es, por ejemplo, la educación. Es imposible pensar en tener transformaciones fundamentales en cuatro años de gobierno. Entonces, tiene que haber políticas de Estado, no la aplicación dogmática de recetas que se ponen de moda y que generalmente no salen de nosotros mismos sino que vienen de afuera. Hay asuntos en los cuales no podemos uniformarnos, aunque tengamos gustos similares. Y eso

en cierta forma es lo que ha venido sucediendo, con las consecuencias de que se deteriora la institucionalidad democrática. *Latinobarómetro*<sup>2</sup> muestra, por otra parte, que la corrupción también está ligada a este fenómeno.

¿Cuál es el camino para revertir esta situación? No existe una fórmula, desde luego, pero déjenme suministrarles algunas señales y reflexiones que pueden ser importantes para el debate. La primera conclusión es que no hay mejor forma de gobierno que la democrática. Si ustedes miran las encuestas recientes de *Latinobarómetro* van a encontrar que existe una baja satisfacción de la sociedad latinoamericana con el funcionamiento de la democracia, pero no hay que confundir ese dato con que a la gente no le guste la democracia. No le gusta cómo funciona, que es diferente.

Lo segundo es que debemos estar concientes que para tener éxito, el esfuerzo debe comenzar dentro de nuestra propia región, nuestro propio país, nuestra propia ciudad, nuestra propia empresa. Los países, las regiones y las empresas que han tenido éxito son aquellas que toman la decisión de salir adelante con el esfuerzo propio. Lo de afuera es muy importante como complemento, pero en ningún caso debe ser lo único.

La tercera cuestión es que hay que tener mucha claridad. Esto no tiene que ver con ideologías. No hay solución sostenible para los problemas fundamentales de la pobreza, de la

2. Encuesta sobre temas sociales realizada cada año por la Corporación Latinobarómetro en 17 países de América Latina. ([www.latinbarometro.org](http://www.latinbarometro.org)) (Nota del Editor)

70 exclusión y la marginalidad si no se construyen economías competitivas, con un nivel alto de productividad. El crecimiento debe ser generador de empleo, participativo, incluyente y respetuoso de la diversidad cultural. Hay que aplicar acciones que tiendan a mejorar la distribución de la riqueza. Les estoy hablando de acceso a la educación, de oportunidades para la gente y de otros factores que no han sido vistos con propiedad.

Otro tema que es claro es debe hacerse un balance adecuado y realista entre cuánto debe ser la participación del Estado y cuánto la del sector privado. Pienso que no hay una fórmula mágica, pero también considero que se nos fue la mano cuando en una época se nos ocurrió que el Estado se podía ocupar de todo, y después volvimos a equivocarnos cuando creímos que todo podía resolverlo la iniciativa privada.

Desde luego, como decía anteriormente, hay que actuar simultáneamente en los objetivos de crecimiento, equidad y estabilidad. Es fundamental que seamos conscientes de que se necesita la participación concertada del gobierno, de la oposición, de los poderes del Estado, de la sociedad civil, del sector privado, de los trabajadores, de los periodistas y de las fuentes externas. Todas tienen que conciliar, lograr consensos, aun en medio de los desacuerdos. Ese es el reto de la democracia: aceptar las reglas de juego en todos los ámbitos.

Si me preguntaran cuáles son los cuatro o cinco temas que considero fundamentales, independientemente del modelo ideológico que apliquemos, diría en primer lugar que no es factible pensar en un desarrollo sostenible, con estabilidad, crecimiento de calidad y equidad, si no se tiene –y este es el punto crítico– estabilidad fiscal. Los países que se desordenan fiscalmente, más temprano que tarde, sufren desajustes que hacen caer a los sectores financieros y provocan hiperinflaciones. Es un castigo muy dramático para la sociedad. La estabilidad fiscal debe estar en armonía con el equilibrio externo. Si no se tienen exportaciones adecuadas, suficientes para el tamaño de la economía, tarde o temprano se presentarán problemas de balanza de pagos y de deuda. Si a eso le sumamos las crisis financieras, entonces vamos a tener repercusiones muy grandes para el empleo y la calidad de vida de la población.

Me parece esencial el tema de la infraestructura. Si no contamos con carreteras, puertos y, en fin, una logística adecuada, no es posible hablar de competitividad. Tampoco creo que sea posible hablar de institucionalidad democrática y de competitividad sin el recurso humano. Me refiero a la educación como base para la calidad y la eficiencia. La educación es la puerta que le abre oportunidades a la gente para su movilidad social, para su mejoramiento y para crear nuevas oportunidades.

El cuarto elemento son las instituciones. Si no tenemos instituciones sólidas no podemos hablar de nada. A veces, cuando uno menciona a las instituciones, muchos piensan en el Poder Ejecutivo, en el Poder Legislativo y en los partidos políticos. Pero la institucionalidad es un concepto mucho más amplio e importante que eso. Tiene que ver también con la gobernabilidad, la eficiencia corporativa y la transparencia. Tiene que ver con que la gente se acostumbre a manejar contabilidades claras y a respetar las reglas de juego siempre, así vayan en contra de sus intereses particulares. De modo que se trata de un concepto fundamental para la construcción de capital social, entendido como un elemento vital de confianza entre los miembros de una sociedad.

Todo esto, al final, resulta relacionado con una palabra mágica, que es la ética en el comportamiento. Los valores son definitivos para alcanzar sociedades justas y con calidad de vi-

da. Nosotros en CAF siempre tenemos eso presente y aprovechamos espacios tan importantes como este para apoyar a los periodistas, pues pensamos que las tareas de informar, analizar y fiscalizar son esenciales para el mejoramiento de las democracias.

Déjenme concluir diciéndoles que en nuestra región debemos ver con realismo hacia el mundo. Hay que mirar al mundo si queremos que el mundo nos vea. Pero, por supuesto, eso no será suficiente si no logramos vernos profundamente a nosotros mismos, para ser conscientes de nuestra cultura, de nuestra historia, de nuestras fortalezas y defectos. La idea es que lo que nosotros hacemos esté en función de la gente. Creo que siempre hay que plantearse una pregunta elemental: ¿qué es lo que busca la gente? La respuesta también me parece sencilla: bienestar. Todos los medios tienen una alta responsabilidad social como catalizadores de visiones constructivas para nuestros pueblos.

---

### **Horacio Verbitsky**

El año pasado, en el seminario que realizamos aquí mismo en Monterrey, uno de los temas que se trataron fue el desafío que implican la concentración económica y las formas de propiedad de los medios como gestores de negocios de otras empresas del mismo grupo.

Esta vez vamos a concentrarnos en un aspec-

to tradicional de la problemática de la prensa, que es la relación con el poder político. Ya algo se avanzó en la sesión pasada cuando María Pilar Hernández planteó el origen de la mayoría de los medios latinoamericanos como órganos de expresión partidista.

Hay veces en que el célebre mito de la objeti-

72 vidad se queda corto, pues el periodista, supongo, debe tomar partido. A veces en el tema del equilibrio se nos va la mano y esto sería interesante discutirlo. En Argentina, por ejemplo, se ha llegado a extremos absurdos como el del conductor de un programa de televisión que propició un debate entre un dirigente Nazi y un judío, y al final del programa él, como periodista, sacó una conclusión ubicándose en el justo medio. Ese modelo de objetividad y equilibrio evidentemente está en crisis. Todo lo que se habló en esta mesa redonda sobre lo que está pasando en Estados Unidos, con todas las transgresiones a los abundantes códigos éticos, debería inducirnos a reflexionar, no ya sobre las conductas individuales que se apartan de la norma, sino sobre el rigor y la viabilidad de la norma misma.

En Estados Unidos hay varios casos de personas que dan todo de sí mismos por lo que creen, como O'Reilly y Michael Moore. Nos guste o no, ellos sientan una posición política en relación con el poder. No creen en la neutralidad sino en la necesidad de expresar un punto de vista de manera explícita, que es lo que de alguna manera decía ayer María Pilar. Aquí entonces la regla no es la objetividad sino la honestidad, que todos sepan qué es lo que están comprando, que no haya gato escondido en el material que los medios ofrecen.

Entonces, cuando uno, como periodista, toma partido, el público sabe a qué atenerse. En Argentina tenemos una cierta experiencia en ese

sentido. Hace algunos años un periodista que conversaba conmigo quiso saber qué le preguntaría yo a Menem en el caso de que le hiciera una entrevista. Le dije: "no le preguntaría nada porque no le creo nada de lo que pueda contestar".

En tiempos más recientes, el subdirector del diario *La Nación*, José Claudio Escribano, tuvo una entrevista con Néstor Kirchner, pocos días antes de que quedara consagrado como presidente de Argentina. En la entrevista el periodista le presentó al candidato un pliego de condiciones. Le dijo de frente: "usted tiene que alinearse incondicionalmente con Estados Unidos, tiene que denunciar las violaciones a los derechos humanos en Cuba, tiene que suspender la persecución a los militares de la dictadura por los crímenes del terrorismo de Estado, tiene que reunirse con los empresarios rápidamente y tiene que reforzar las medidas de seguridad". Kirchner le respondió: "yo no estoy de acuerdo con ese planteamiento". Entonces Escribano escribió en su periódico un artículo donde dice: "la Argentina ha elegido dar su gobierno por un año". Me parece muy honesto. *La Nación* está conspirando para que esa profecía se cumpla, aunque ya se le pasó el tiempo.

Desde mi diario hice todo lo que pude para que quedara en claro que el gobierno de Menem era una banda de delincuentes que estaban destruyendo a Argentina, y que eso tendría gravísimas consecuencias para el futuro del país.

Con esta introducción quiero abrir una perspectiva de discusión sobre qué tienen que hacer los medios frente al poder. ¿Nos importa el pluralismo al interior de cada medio o más bien queremos el pluralismo al interior de cada sociedad? ¿Cuál es la fórmula? ¿Acaso la que tenía *Página 12* frente a Menem? ¿Acaso la que tiene *La Nación* frente a Kirchner? ¿Queremos una posición cerrada, absoluta, sin fisuras, donde no haya espacio para puntos de vista diferentes? ¿No será que esta-

mos obligados con el público a permitir que las voces que no comparten nuestra visión se expresen?

Me parece que estos son algunos de los temas que están en el fondo de esta problemática que aquí se plantea en términos sintéticos como relación con los gobiernos. Muchos de quienes intervendrán son editores o directores de periódicos, es decir, personas que toman las decisiones de fondo en algunos de los medios más importantes de nuestra región.

### **Julio Blanck**

El 14 de mayo de 1995, la noche en que fue reeligido como presidente de Argentina, Carlos Menem dijo: “le ganamos a los medios”. Menem nos dio una categoría de poder y de adversario político que, supuestamente, era muy buena para las dos partes. En ese momento él no tenía oposición, ya que la oposición estaba disgregada. Entonces, ganó con facilidad aquella reelección, a pesar de las críticas de varios de los medios de Buenos Aires y del resto del país.

Los periodistas creímos que eso era bueno. Muchos de nosotros quizás pensamos que era el lugar en el que teníamos que estar colocados. Supongo que ese fue el principio de algunos problemas posteriores que tuvimos respecto a nuestra relación con el poder político. A mí me gusta citar a Camilo José Cela, quien dijo que

“el periodista no es eje de nada sino eco de todo”. Muchas veces por tentación, por vanidad, por ambición –todas materias constitutivas de cada uno de los que ejercemos esta profesión– nos situamos del lado del poder político o pensamos que somos parte de él. En realidad creo que los retos que plantea el poder político en su relación con los medios son dos: uno se le plantea a nuestra identidad y el otro a nuestra integridad. Los medios que nosotros representamos acá no son alternativos sino parte del sistema de poder de nuestros países. Por tanto, se supone que tenemos alguna capacidad de controlar el engranaje del poder, pero nosotros somos parte de ese engranaje, en una posición, si se quiere, de auditores externos, de observadores.

Nosotros tenemos la capacidad de establecer



Julio Blanck, *Clarín*,  
Argentina

74 la agenda informativa, la capacidad de estructurar las noticias y orientar el debate público. Eso también es una forma de poder. Ponemos el mundo más cerca de la gente, pero la gente, en general, sólo participa del consumo de la información y no conoce mucho más que aquello que los medios han decidido transmitirle.

Como identidad somos parte del engranaje del poder, pero no estamos adentro. Lo somos en el sentido de que estamos en la estructuración del debate público, pero también somos parte del control del poder. Hay una zona de la identidad que tiene que ver con nuestros valores, con nuestra historia personal, con las cosas que seríamos, con las cosas que jamás haríamos y con las cosas que haríamos bajo cualquier circunstancia. Me parece que cada uno tiene una especie de recinto individual profundo donde acampa para actuar. En ese recinto uno actúa, incluso, más allá de los condicionantes que implica el hecho de trabajar en un medio que tiene intereses económicos, muchas veces emparentados con los gobiernos.

Creo que la integridad individual y colectiva es la que nos puede llevar hacia la orilla de la honestidad intelectual y personal, a la superación profesional. Entonces, todo empieza por saber manejar la relación con el poder político.

Voy a citar a Gabriel García Márquez. En una entrevista que publicó hace algunos años el dia-

rio *El País*, de Madrid, dijo: “todo periodismo es investigativo por definición. De los ámbitos oficiales sólo se puede obtener algo a partir de las contradicciones. Hay que dudar de todo, desconfiar mucho de las fuentes, y mucho más de una sola fuente. Lo peor del oficio es que somos instrumento de las fuentes. Nadie dice la verdad, todos tienen algo que ocultar”. Me parece que esa desconfianza es la que puede mantener a los periodistas en una relación sana con las fuentes.

Tenemos que acostumbrarnos a trabajar bajo presión, a resistir los llamados de las 10:30 de la noche de algún funcionario importante. Esta situación, por cierto, ocurre hoy en día en Argentina unas cuatro o cinco veces por semana. Los funcionarios oficiales llaman porque quieren saber cómo estamos dando tal tema o si, en efecto, estamos poniendo el énfasis donde el gobierno quiere que lo pongamos. Nosotros hemos padecido ya todas las formas de presión, desde la desafiante de Menem hasta los más frontales intentos de injerencia en las ediciones diarias.

La resistencia a la manipulación y a este tipo de presiones no es una forma heroica, es simplemente hacer nuestro trabajo en la forma debida. Es, para rematar con el otro concepto mencionado hace un momento, un asunto de integridad.

## **Juan Cristóbal Soruco**

En situaciones de transición como las que está atravesando mi país, Bolivia, hay un reacomodo importante de los diversos factores que conforman la realidad. Las jornadas de octubre de 2003 por las que fue derrocado un presidente constitucional han marcado la vida nacional a partir de una severa interpelación al sistema político partidario, que ha logrado sobrevivir gracias a la salida constitucional que se dio a esa crisis: la posesión del Vicepresidente de la República, una vez presentada la renuncia del hasta entonces primer mandatario.

La crisis comenzó a gestarse en 1998, cuando asomaban en Bolivia las consecuencias del colapso económico del sudeste asiático y estaba en ejercicio un mal gobierno. Hasta entonces, se presumía que los cambios que se habían dado eran irreversibles y estaban conduciendo al país a su modernización. Sin embargo, la crisis económica abrió el cauce a una crisis estructural que tendrá en la futura asamblea constituyente, prevista para el próximo año, la oportunidad de ser resuelta a través de un nuevo pacto entre el Estado y la sociedad.

Desde la perspectiva del sistema político, los medios de comunicación tenemos una elevada cuota de responsabilidad en su deslegitimación y desmoronamiento. Es cierto que por las transformaciones que se han dado en el planeta, la in-

fluencia de los medios ha adquirido fuerza concreta y la crisis de representatividad en el ámbito político ha generado un vacío muy grande que por acción u omisión los medios hemos ido copando, no siempre con la responsabilidad necesaria.

El problema de fondo es que los políticos, con algunas excepciones que debemos reconocer, han abdicado de la política. En tales circunstancias, las relaciones entre la política, el poder y la información son conflictivas, repletas de mutuas susceptibilidades. Y, sin embargo, ninguno se imagina poder sobrevivir sin el otro. Es decir, estamos condenados a convivir.

Lo dicho sirve para ingresar al tema solicitado por Jaime Abello. Lo cito: “revisar la temática del poder político como reto a la calidad de medios y periodistas en América Latina, dentro de lo cual se destacan las relaciones con los Presidentes de la República”. Para hacerlo, permítanme contarles que inicié mi vida profesional en 1979, cuando empezaba a recuperarse la democracia. Desde entonces han pasado por el poder cinco dictadores, dos presidente interinos y seis mandatarios constitucionales. Hasta 1978, nunca había votado en mi vida. Desde entonces he acudido a las urnas para participar en ocho elecciones presidenciales, seis municipales y un referendo. En funciones de director de un medio me ha tocado lidiar con cuatro presiden-

76 tes. Más allá de la personalidad de cada uno de ellos, he podido encontrar un común denominador, mientras no estaban en el poder sosteníamos una buena relación, incluso me tenían afecto, pero una vez que llegaban a la silla presidencial me miraban como adversario.

Lo extraño es que lo único que yo he hecho es cumplir con mis obligaciones de informar y opinar con independencia de criterio y algún sentido de responsabilidad cívica, estén ellos o no en el poder. Esto me ha llevado a la conclusión de que la visión del poder político tiene perversas distorsiones que van en detrimento de quien lo ejerce, más allá de las incomodidades que nosotros podamos sufrir. Por tanto, ellos están convencidos de que lo que hacen es lo correcto. Y si los periodistas nos atrevemos a criticarlos, ellos asumen que no han fallado, que los del problema somos nosotros. De ahí a imaginar escenarios de conspiración y desestabilización premeditada no hay sino un corto trecho.

Convencidos de esta presunción comienzan las presiones, desde las más sutiles hasta las más abiertas. En mi experiencia he sufrido, por ejemplo, un corte bruto de la publicidad estatal, del 51% más o menos; también me han acusado de estar vinculado a determinados partidos políticos o de servir a intereses particulares, incluso, de estar involucrado en actividades desestabilizadoras. Coincidirán mis colegas en que se trata de gajes del oficio que, ciertamente, provocan tensión.

Esa tensión en la democracia es manejable, pero una cosa muy diferente es sentir la dictadura.

Adicionalmente, hay que recordar que al presidente lo rodean círculos estrechos de colaboradores que resultan más complicados porque son más papistas que el Papa. Muchas veces son ellos los que generan conflictos y tensiones, incluso, como una manera premeditada de legitimarse ante el mandatario.

Viendo la relación desde nuestra posición, hay algunos factores que generan tensiones y conflictos que podrían evitarse: la generalización de la información, titulares poco sustentados, excesivo corporativismo y algunos otros que hacen que podamos dar paso a sentimientos antes que a información. Poniéndonos en el lugar de quienes ejercen el poder, así nos convertimos en una piedra en el zapato pero ese es nuestro oficio. El problema real se presenta cuando no lo cumplimos a cabalidad y nos dejamos arrastrar por la corriente, especialmente si somos parte de una sociedad que por diferentes razones, justificadas o no, desconfía de todo lo que proviene del Estado. Esa susceptibilidad, llevada al extremo, hace que no sepamos valorar ni reconocer los logros obtenidos desde la recuperación de la democracia. Así mismo, nos ven con gran capacidad de influencia, pero incapaces de asumir ninguna responsabilidad pública.

La situación es más evidente en el caso de los medios audiovisuales, donde los conductores

de programas adquieren inusitados niveles de poder. Si añadimos una deficiente formación, el peligro es obvio. A veces, pretendemos convertirnos en jueces, llenar el espacio que deja vacío la justicia, y entonces nos ponemos a contravenir elementales principios de la sana convivencia, como son la presunción de inocencia y el debido proceso. Hace un tiempo Horacio Verbitsky, nuestro moderador, escribió que lo que los latinoamericanos debemos envidiar del caso *Watergate*, no es tanto a los periodistas que destaparon el caso sino al sistema judicial que, una vez denunciado el dolo, comenzó a funcionar como corresponde.

En resumen, más allá de las formas, la relación con los presidentes está asignada por las

---

### **Clóvis Rossi**

---

La prensa brasileña también tuvo un origen político, toda vez que nació para publicar las noticias que interesaban a los partidos.

Quiero hablar, básicamente, de mi diario *Folha de Sao Paulo*, que hace más o menos 20 años elaboró un proyecto editorial basado en cinco criterios que son: la crítica, el pluralismo, el estar más allá de los partidos políticos, la independencia y la modernidad. El periódico no sólo preparó la carta de navegación, sino que además la publicó. Así que los lectores saben qué es lo que pueden esperar del diario. Por supuesto, hay

mutuas desconfianzas que en determinadas ocasiones pueden terminar en conflictos. Nosotros debemos seguir cumpliendo nuestras funciones. En tiempos de crisis estructural corremos el riesgo de obnubilarnos por el pequeño o gran poder que nos caiga en las manos, pero eso es algo que debemos evitar si queremos cumplir a cabalidad nuestras responsabilidades. Para ello es clave el trabajo de los periodistas, que finalmente son los lazarillos que guían nuestro camino en la medida en que ejerzan como corresponde el oficio. La mejor defensa frente al ataque del poder es cumplir bien nuestro oficio de intermediarios entre los hechos y la ciudadanía que es, y termino con esto, la titular del derecho a la comunicación y a la información.

errores. En algunos momentos no somos ni críticos, ni pluralistas, ni “apartidarios”, ni independientes, ni modernos, pero lo intentamos todo el tiempo. Eso cuesta mucho.

En los años más recientes de la Guerra Fría la prensa brasileña funcionó casi como un monopolio en el intento de salvar a la civilización occidental y cristiana del supuestamente omnipresente y omnipotente movimiento comunista internacional. Esa es una característica común con los demás países latinoamericanos, o por lo menos suramericanos.

78 Hace poco, el presidente de Brasil, Luiz Inacio Lula da Silva, dijo una frase que yo he querido compartir con ustedes: “noticia es lo que queremos esconder. Lo demás es propaganda”. Más allá de su tono irónico, la frase es certera porque muestra una vez más el viejo juego entre la política, el periodismo y el poder. Nos corresponde a nosotros, entonces, buscar esa noticia que el propio gobierno reconoce quiere esconder.

Recientemente, el gobierno asumió un proyecto dentro del cual sugirió la creación del Consejo Federal de Periodismo, en lo que parece un intento de orientar el oficio. Hubo una reacción muy fuerte de todos los medios de comunicación, que acusaron al gobierno de autoritarismo. Yo no comparto ese criterio. Me parece que la iniciativa del gobierno no es autoritaria sino tonta. Es la manía que tenemos los brasileños y los latinoamericanos, en general, de creer que para problemas complejos, como el de la relación de la prensa con la sociedad, se necesitan soluciones simples. Es una visión equivocada

### **Felipe Edwards**

Para entrar en materia en el tema que nos ocupa, quiero hablar acerca de un reto verbal que recibí directamente del presidente de mi país, Chile, Ricardo Lagos. El escenario fue un avión comercial. Hace dos años volvíamos de una ceremonia en Madrid, donde el Presidente ha-

que parte de la base de que los asuntos se resuelven con normas y con burocracia, cuando claramente estamos frente a un tema que es conceptual. La idea, supongo, es tener algún elemento de control para evitar que los medios tengan la posibilidad de divulgar las noticias que el gobierno quiere esconder y para permitir, por ende, que la propaganda siga vigente.

De mi parte, soy un fanático de la independencia y les digo que no es fácil preservarla, especialmente, en situaciones tan extremas como la que mencionó Horacio Verbitsky –el debate entre un nazi y un judío–. Cuando hacemos críticas, los partidos políticos creen que estamos haciéndole el juego a la oposición. Pero si criticamos a la oposición, entonces nos dicen que le estamos haciendo el juego al gobierno. Si nos acusan de ambos bandos es porque tal vez lo estamos haciendo bien. En todo caso, yo creo que la independencia es el único camino para evitar que el gobierno consiga esconder las noticias que la sociedad tiene derecho a conocer.



Felipe Edwards, *El Mercurio*, Chile.

bía firmado un Tratado de Libre Comercio entre Chile y la Unión Europea.

Después de unas 11 horas de vuelo y antes del amanecer, un asesor de la Presidencia me advirtió que el mandatario quería intercambiar unas palabras conmigo. Lagos me dijo: “nues-

tro país se ha modernizado pero la prensa no lo ha hecho”. Durante casi dos horas, desde ese momento hasta el final del vuelo, me describió cómo se estaban construyendo nuevas carreteras y cómo la infraestructura física y financiera habían evolucionado. Según él, sin embargo, la prensa nuestra seguía atrapada en costumbres del pasado. Con una voz calmada, diplomática, me señaló que la prensa escrita, en general, y de manera específica *El Mercurio*, éramos sesgados. Todavía, de acuerdo con sus palabras, escribíamos como si estuviéramos en plena Guerra Fría. Nos dirigíamos sólo a un pequeño porcentaje de la población, los adinerados, y no a la masa del pueblo chileno. Lagos añadió que cuando cubríamos su administración lo hacíamos –y aquí lo cito textualmente– “con mala leche”.

Ningún de mis argumentos logró hacerlo variar en lo más mínimo su idea de que somos parciales, poco profesionales y anticuados. Le dije que nuestros lectores no son tontos y si acaso tuviéramos los problemas que él nos atribuía, ya se habrían dado cuenta y nos hubieran quitado la confianza. También le dije que los presuntos sesgos que él nos endilgaba iban en contra de los principios sobre los cuales fue fundado *El Mercurio*.

Como él insistió en su crítica, tuve que sacar entonces mi artillería de mayor calibre: el dinero. Le dije que ser sesgado no es rentable,

espanta a los lectores, a los anunciantes y ningún medio puede darse ese lujo. Me permití nombrarle varios medios chilenos que habían fracasado por esa misma razón. Bueno, a estas alturas ustedes seguramente no se sorprenderán si les digo que este argumento también fue rechazado. Su justificación era que *El Mercurio* es respaldado por los empresarios chilenos, que, según él, “son igual de sesgados que el diario”. Mi argumento entonces fue que nuestros clientes comerciales merecen respeto y, que no son ni tan generosos ni tan descuidados con sus fondos publicitarios como él los presentaba.

¿Qué se siente cuando lo que uno más aprecia como editor de un diario serio, su credibilidad y hasta su mismo profesionalismo, ha sido cuestionado por la máxima autoridad política del país? En mi caso, lo primero que sentí fue un dolor de cuello, porque pasé dos horas mirando hacia el lado para poder mirar al presidente. Y él era tan insistente que no permitía mucha distracción. Al volver a mi silla en el avión, sentí sensaciones de frustración y luego de comprensión. Frustración porque no fui capaz de convencer al presidente de que nosotros aspirábamos a editar un diario para toda la población y no solamente para parte de ella. Este sentimiento de impotencia fue sustituido por uno de humildad y tranquilidad. Decidí que me estaba exigiendo lo imposible, pues personas tan polí-

80 ticamente comprometidas como él, simplemente no pueden compartir con un editor el mismo criterio de lo que constituye el equilibrio periodístico.

Este no es el caso de todos los políticos, pero creo que para muchos de ellos existe sólo una versión posible de la realidad: la de ellos. Todo lo que choca con esa perspectiva es sesgado o producto de la mala leche. Ahora, ¿cómo enfrentar, entonces, el reto del poder político a la calidad periodística? Se nos acusa de parcialidad cuando no actuamos como voceros. Debemos actuar con calma, porque esto no tiene nada de nuevo. El conflicto entre el poder político y la prensa nació junto con la libertad de expresión. Permítanme recordarles un poco de historia estadounidense. Cuando recién se independizó ese país y se introdujo el concepto de proteger a la prensa en la Primera Enmienda de la Constitución, todavía no existía el criterio de equidad. Los diarios y panfletos de la época eran completamente partidistas. Durante la Revolución dirigían sus dardos contra el Rey y después de ella lo hicieron contra quienes se oponían a un gobierno federal fuerte. Pese a ello, en 1787, dos años antes de que se redactara la Constitución y se escribiera esa enmienda, Thomas Jefferson escribió esa frase celebre que tanto nos gusta repetir: “si me hicieran elegir entre tener un gobierno sin periódicos o unos

periódicos sin gobierno, no dudaría un momento en preferir la segunda alternativa”. ¡Y eso que Jefferson había sufrido ataques de la peor especie de la prensa sensacionalista! Esos ataques le generaban un odio sobre lo que él llamó “el estado de putrefacción al que han llegado nuestros periódicos”. Jefferson no era un admirador del periodismo de esa época. De hecho, él criticaba el espíritu maligno, vulgar y mendaz de quienes los escribían. Sin embargo, consideraba que los medios eran un mal sin remedio. “Nuestra libertad, dijo, depende de la libertad de prensa y esta no se puede restringir sin que se afecte por completo la nuestra”.

Dudo que haya existido otro presidente con semejante capacidad de comprensión de la prensa. Por eso, esas relaciones entre la prensa y el poder son tan difíciles.

Déjenme concluir con una propuesta. Ante el reto que representa el poder político a la calidad de nuestro oficio, recordemos que nuestros clientes no son ni la clase política, ni la empresarial, ni la sindical, ni cualquier otro grupo de presión que busca manipular nuestras columnas para sus objetivos personales, sino la inmensa y muy diversa masa de lectores. Ninguna medida que tomemos para mejorar nuestra calidad puede olvidar que trabajamos para ellos, y ellos –no los dueños de los medios– son el objetivo de nuestro oficio.

---

## Roberto Pombo

---

En el caso colombiano, los periódicos más importantes surgieron como instrumentos de los partidos políticos. En esa condición beligerante estuvieron durante dos terceras partes del siglo XX. En una de las paredes de *El Tiempo* está enmarcada la primera página del periódico del día siguiente a cuando fueron incendiados los diarios liberales *El Tiempo* y *El Espectador*, en Bogotá. El título, a ocho columnas, decía: “El pueblo y sus periódicos rodean a sus dirigentes”. Más militancia es absolutamente imposible.

Era tan politizado nuestro periodismo que *El Tiempo* decidió una vez no publicar la noticia de la posesión de un presidente del partido contrario.

El asunto es que a partir de los años 60 los periódicos empezaron a sentir la competencia de los otros medios, como la radio y la televisión. Entonces empezó a imponerse la tesis de la imparcialidad y el justo medio. La beligerancia política pasó a mejor vida y entramos en una situación que, mirada en perspectiva, tal vez es peor, y es que los periodistas en aras de la objetividad, le llevan a la gente el mensaje de sus fuentes tal y como estas lo quieren. Ese estilo a mí me parece dañino, y no sólo para el caso colombiano, porque con el pretexto de la imparcialidad el periodista termina manipulado por los dirigentes políticos. Yo diría que el periodismo, al despolitizarse, se oficializó. Y se oficiali-

zó en todo sentido, es decir, cualquier institución gremial de cualquier tendencia política, cualquier partido de cualquier tendencia política, cualquier entidad, por ser oficial, ya tiene derecho a enviar un mensaje que será reproducido en los medios tal y como se origina.

En muchísimos medios se considera que la imparcialidad consiste en contrastar una acusación que implica eventualmente un delito que tiene cárcel con la respuesta de la otra persona diciendo que no es verdad, como si dos opiniones contrarias generaran el equilibrio. Es una noción del equilibrio basada en la confrontación de tesis políticas, o de acusaciones, o de visiones. Ese estilo, a menudo, genera más incertidumbres que certezas entre los lectores.

Esto plantea, a mi juicio, una obligación educativa y práctica. A los periodistas hay que distanciarlos de sus fuentes y darles una autonomía de vuelo mucho mayor de la que tienen. Cuando hablo de periodistas incluyo desde el reportero raso hasta el director del medio. Todos deben tener una capacidad de análisis y de síntesis de la situación general, que les permita hacer una descripción propia y no simplemente sumar informaciones parciales hechas por funcionarios o por políticos de manera interesada. Lo ideal es que hagan el dibujo de la realidad de acuerdo con su propia manera de ver la vida.

82 Eso implica una responsabilidad muy grande desde el punto de vista ético, porque ya tendríamos más vuelo y no andaríamos simplemente cazando declaraciones de los funcionarios.

Las presiones de los políticos o de los gobiernos sobre los medios también se presentan en Colombia. En un artículo reciente Joaquín Estefanía se refería a estas democracias con el calificativo “de baja intensidad”. Pues, bien, en estas democracias de baja intensidad, los gobiernos suelen plantear unos asuntos de vida o muerte para que los respalden, ya sea para una negociación con la guerrilla, en el caso de un gobierno, o para aniquilarla en el gobierno siguiente, o para hacer reformas políticas sustanciales, o para establecer un sistema de impues-

---

### **Roberto Rock**

---

Como en toda América Latina, en México la prensa fue considerada durante mucho tiempo un apéndice del poder político, que tenía los periódicos para difundir propaganda y expresar sus posturas.

En esta nueva época los periodistas asisti-

---

### **Luis Enrique Mercado**

---

Las elecciones presidenciales de México en el año 2000 llevaron al poder, por primera vez en 75 años, a alguien que no pertenecía al Partido Revolucionario (PRI) y que tampoco pertenecía

al Partido de Acción Nacional (PAN). El evento fue presentado ante la opinión pública como un momento fundacional del país. Lo que se decía era que llegaba la democracia por primera vez,

Seamos independientes y no les hagamos el juego a los políticos. Tenemos que crear, a punta de educación y de práctica, unos periodistas que hagan realidad eso de la manera más elemental y profunda, que es en la forma primaria de redactar las noticias. Me parece un esfuerzo que servirá para diferenciarnos de los medios con los que competimos, los electrónicos, y también para que la relación entre el periodismo y la política sea una autonomía nuestra y no de ellos.

mos a cócteles con los políticos y los funcionarios públicos. De ahí la necesidad de establecer códigos de ética que subrayen una toma de postura o una distancia sana entre el ejercicio periodístico y el poder en general.

que llegaba la honestidad por primera vez y que llegaba, por supuesto, la libertad de expresión por primera vez.

Existe una relación estrecha entre la presidencia y muchos directores de medios. Es común que inviten a los periodistas con sus esposas a comer a Los Pinos, la casa presidencial. Antes de la comida hay una intervención de uno de los personajes del presidente, quien presenta

---

### **Sergio Ramírez**

---

Quisiera referirme concretamente a lo que ocurre en Centroamérica. La buena noticia es que durante los últimos 15 años hemos tenido la sucesión de gobiernos electos más grande de toda la historia, desde la independencia de 1821. La libertad de prensa es absoluta, no hay represión militar contra los ciudadanos, los ejércitos están en sus cuarteles, ojalá para siempre. El problema fundamental es que la democracia tiene que defenderse precisamente de los electos. Ese es el gran problema en Centroamérica. ¿Por qué? Porque los electos se convierten en los principales enemigos de la democracia una vez que llegan al poder.

Somos víctimas, como en toda América Latina, de lo que yo llamaría la democracia de *marketing*, es decir, esos candidatos que se presentan envueltos en el mejor celofán, en los mejores colores, con promesas desmesuradas. Esas pro-

una serie de gráficas que muestran un paraíso terrenal, de acuerdo a ellas no hay nada que esté mal, absolutamente todo está bien.

A menudo, cuando se habla de ética, se piensa en el reportero raso. Muchos se preguntan: ¿cómo hacemos para que nuestras redacciones trabajen y se apeguen a los principios éticos? Nos olvidamos un poco de que el asunto debe empezar por la parte de arriba de los periódicos.

mesas son siempre incumplidas, lo que trae un gran desengaño a los electores. Las promesas de cambio que se hacen son para la eternidad y no pueden cumplirse en un sólo periodo de gobierno que va de los cuatro a los cinco años.

Hacen falta acuerdos nacionales estratégicos que le den una continuidad al desarrollo económico y social del país. Cuando llega un gobierno, bota la hilada de muro que el otro gobierno hizo, en lugar de pensar que en el desarrollo se trata de construir un solo muro, una sola pared. Esto trae como consecuencia que la democracia, además de ser de *marketing*, sea excluyente y, por tanto, de constantes confrontaciones.

De la economía de mercado, que fue el gran redescubrimiento de la humanidad a comienzos de los años 90, hemos pasado a la sociedad de mercado, que son dos conceptos obviamente muy diferentes y distantes uno del otro. De la

84 sociedad de mercado hemos pasado a los gobiernos de mercado. En Centroamérica, de cada seis gobernantes, cuatro o cinco son empresarios directamente, es decir, ya no hay intermediación entre el político y los grupos empresariales, sino que los empresarios directamente son los administradores públicos.

Debido a los índices de corrupción de estos países, una de las grandes esperanzas de muchos sectores de opinión en Centroamérica es que lleguen al poder los empresarios que tienen más dinero, porque así no tendrán la necesidad de robar.

Los remanentes del caudillismo, que es una herencia de la cultura rural, están presentes, obviamente, y esto conspira en contra de las instituciones. En Centroamérica, las personas siguen siendo más fuertes que las instituciones y ese es uno de los grandes déficit de la democracia, porque genera una cultura de la corrupción.

Los grandes avatares de la libertad de prensa no son sólo los gobernantes, sino también los poderes fácticos del país. Hace poco, en Nicaragua, en la conferencia episcopal, un dirigente religioso se atrevió a decir que la libertad de prensa está acabando con la democracia. Ante semejante criterio hay que ponerle mucha atención. Julio Blanck decía que, los periódicos tienen que ser auditores de la función pública. Yo creo que en Centroamérica no sólo son auditores, son procuradores, son fiscales y también son jueces, porque la necesidad lo impone. Pienso

que los gobernantes de Centroamérica que han ido a la cárcel o están siendo perseguidos por corrupción, no hubieran sido objeto de un procedimiento de justicia si no fuera por la fiscalización permanente, las denuncias y la exposición de estos casos que de manera permanente hicieron todos los medios de comunicación.

Una de las cifras que yo estaba viendo en mi libreta es que seis presidentes, por lo menos en los últimos 10 años, han sido llevados a los tribunales por corrupción en Centroamérica. Uno de ellos, Arnoldo Alemán, tiene en la cárcel suficiente poder como para imponer al candidato de su partido en las nuevas elecciones. Otro está prófugo en México o no sé en qué otro país. Algunos están acusados, con pruebas suficientes, de haber saqueado el erario nacional al límite, lo que es más inhumano tratándose de países pobres. De manera que los actos de corrupción, los abusos de poder, la manipulación de las instituciones y los extremos de sumisión que hay de parte de algunos gobernantes, son temas que la prensa no puede evadir. Tanto así que una de las grandes ventajas que hemos ganado en Centroamérica es que desaparecieron los medios oficialistas. Cualquier medio que se alíe con las políticas de gobierno es castigado inmediatamente con la deserción de los lectores. Esta es una gran garantía que tenemos de que los medios van a seguir ejerciendo su papel de fiscales, de procuradores y de jueces.

## **Miguel Henrique Otero**

Ayer se hablaba de que uno de los problemas es cómo el periodismo se doblega ante el poder. En el caso nuestro la situación es al revés. Nos dicen que somos tan críticos que queremos ser actores políticos. Pero ese señalamiento nos lo hacen desde 1943, cuando se fundó el periódico *El Nacional*.

En Venezuela hemos tenido problemas de agresiones directas del gobierno a los periodistas. Hay documentadas, más de 750 en los últimos dos años, por parte de sectores del oficialismo. Por eso hay registradas varias denuncias en Periodismo sin Fronteras, de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), en *Human Right Watch* y en todos los organismos internacionales que tienen que ver con el periodismo.

## **María Pilar Hernández**

Voy a hacer algunas reflexiones sobre el caso de Venezuela y luego algunas consideraciones sobre el tema del poder y los medios de comunicación. Los medios de comunicación en Venezuela –no todos, pero sí una buena parte– se han utilizado para presionar políticamente. Incluso algunas corporaciones de carácter económico tienen medios que son deficitarios pero que los utilizan para hacer presión política y para defender sus intereses de carácter económico. Esa es una rea-

El 100 por ciento de la publicidad oficial se nos retiró y se le puso a un periódico que se llama *Últimas Noticias*.. Cuando uno les pregunta a ellos por qué el periódico es chavista, dicen: “porque nosotros tenemos juicio sucesoral y el gobierno nos tiene chantajeados, si nosotros no hacemos el periódico como tiene que ser, nos cambian el juicio sucesoral”. Entonces, toda la publicidad oficial está concentrada en ese periódico donde los dueños dicen que hacen ese periodismo porque tienen un chantaje oficial.

Después hay juicios de vilipendio, juicios de difamación, hay más de 100 juicios abiertos contra periodistas en Venezuela. Una reportera nuestra tiene, ella sola, ocho juicios. Entonces, hacer periodismo así es bien complicado.

lidad que no es de ahora, sino que viene desde hace muchísimo tiempo. Pero se ha agudizado.

Tradicionalmente, los gobiernos en Venezuela de alguna manera llegaban a ciertos acuerdos con los medios de comunicación social. Acuerdos publicitarios, legislativos, inclusive, acuerdos para el nombramiento de funcionarios como ministros. En el caso del presidente Chávez eso no ha sido así. Él no ha accedido a este tipo de negociación y por eso se produce todo este proble-

86 ma grave que hay con algunos medios de comunicación. Por cierto, quiero hacer una salvedad, creo que un grave error, cuando se hacen análisis referentes al caso de Venezuela, es que se generaliza en que los chavistas son de una manera, o que los medios de comunicación son de otra.

Existe una situación en donde los medios de comunicación son excesivamente críticos y hasta insultantes con el Presidente de la República y con cualquier grupo que pueda apoyarlo, pero por el otro lado alcahuetean y justifican hasta las cosas más injustificables que desarrolla la oposición venezolana. Al punto de que la oposición ha cometido errores garrafales pero sus periodistas se los justifican. Cuando uno ve que entrevistan a alguien de la oposición en un medio, descubre que casi le preguntan algo como de qué color es el caballo blanco de Bolívar, o sea preguntas complacientes, orientadas a justificarlos.

También existe la situación de que dueños de medios de comunicación participan activamente de las reuniones de la coordinadora opositora. Y no solamente participan de manera pública, sino que además les lanzan líneas a los políticos, les dicen lo que tienen que hacer. La oposición venezolana no hace política en la calle, la hace a través de los medios de comunicación social. En cambio, los grupos que apoyan al gobierno, empujando por el propio Presidente de la República, están muy vinculados a la calle, sobre todo a los sectores populares.

La agenda informativa de los medios de comunicación ha dejado de ser general, de todo tipo de noticias, para convertirse en una agenda política determinada por los intereses de la oposición. Pongo ejemplos: recientemente se llevaron a cabo las olimpiadas, un evento que virtualmente es cubierto por todos los medios del planeta. En Venezuela solamente el canal del Estado transmitió la inauguración de los juegos. Los otros medios transmitieron apenas pequeños segmentos. La excusa era que había que hablar del referéndum revocatorio del presidente Chávez.

Otro ejemplo es una discoteca que se quemó en diciembre del año 2002, un hecho en el que murieron 52 venezolanos. Los medios de comunicación no pusieron esa noticia porque el tema era el paro que había organizado la oposición. Repito, no estoy generalizando, no estoy hablando de todos los medios de comunicación, pero no me da tiempo de hacer las especificaciones.

En ese sentido, el presidente, de alguna manera, se ha convertido en su propio medio de comunicación. Él tiene su propio programa, hace cadena y genera noticias que contrastan todo el tiempo, incluso de manera bastante agresiva, con las posiciones que asumen algunos medios de comunicación.

Ahora, también es importante señalar que algunos periodistas han caído en un éxtasis de vanidad que les hace considerar que sus propias opiniones son mucho más importantes que las

noticias que les corresponde transmitir. Confunden opinión con información.

Por otro lado el anti chavismo se ha convertido en un negocio porque entonces periodistas que no tienen ninguna clase de talento y que nunca en su vida hubieran conseguido un anunciante por la vía del *rating*, ahora tienen muchos anunciantes que los apoyan simplemente porque hablan mal de Chávez

Creo que hay que tener mucho cuidado con que los medios de comunicación se conviertan en un supra poder. En otras palabras, los medios de comunicación deciden quién gana o quién pierde elecciones, quién es culpable o quién es inocente, sustituyendo al Poder Judicial. A mí me preocupa mucho esa situación, porque eso no es democracia. En el momento en que los medios de comunicación se constituyen en el supra poder que decide lo que debería decidir el resto de los poderes electos democráticamente, ahí se acaba la democracia.

---

### Horacio Verbitsky

De este modo damos por terminado este panel. Es frustrante no haber podido ir más a fondo, pero al tiempo es muy estimulante y todo lo que

Los medios deben ser críticos del poder en general, pero el poder no es simplemente el Presidente de la República. El poder también reside en el poder económico, en los partidos políticos de oposición, entre otros.

¿Puede un periodista tener actividad política o pueden los medios tener actividad política? Creo que cada ciudadano, independientemente de su profesión, tiene derecho a una actividad política. Lo que yo digo es que debemos ser honestos y quien tenga una opción política debe decirlo públicamente, en vez de aparecer como si fuera independiente cuando no lo es y, por el contrario, se reúne a escondidas con ciertos grupos o sectores de carácter político.

Una reflexión final, pienso que si los medios y los periodistas actuamos como factores políticos, entonces no debemos quejarnos cuando nos traten como políticos. Si queremos que nos traten como medios o como periodistas, tenemos que actuar como medios y periodistas.

se ha dicho permite que cada uno pueda seguir reflexionando sobre estos temas. Muchas gracias.



Horacio Verbitsky, FNPI  
Argentina

## Conferencia de clausura

### 88 Jack Fuller

Voy a referirme a cuatro grandes factores que hoy en día ejercen presión sobre el periodismo. Dos de ellos son de naturaleza tecnológica y dos no.

El primero es el costo cada vez menor de la capacidad de procesamiento de información. Cuando estudiaba en Northwestern University, hace mucho tiempo, había un centro de computación muy grande para los estudiantes de sistemas. La capacidad de procesamiento de los equipos con que contaban era menor que la del pequeño computador de bolsillo que llevo conmigo hoy. Si el costo para procesar información se reduce, también lo hará el de la comunicación y existen todas las razones para pensar que seguirá siendo así década tras década.

En Estados Unidos, lo que se conoce como ancho de banda –la cantidad de canales a través de los cuales puede pasar la información– se expande enormemente y mientras lo hace, la ley de la oferta y la demanda conlleva a que los costos de comunicación se reduzcan considerablemente. Por eso hoy puede existir la televisión digital y la de alta definición, por eso –dependiendo de a qué tipo de cable esté conectado su computador– uno puede ver, en tiempo real, videos de buena resolución y con sonido de excelente calidad.

Estas dos fuerzas tecnológicas inexorables –reducción de costos en procesamiento de información y reducción de costos en comunicación–

seguirán coexistiendo por largo tiempo, y crearán las condiciones necesarias para desarrollar otras formas en que las personas obtengan más información en menos tiempo. El ejemplo más inmediato es Internet, prácticamente sin hacer ninguna inversión, cualquier persona puede enviar información de toda índole y entrar en el negocio de las noticias. Todo el mundo puede acceder a esa información. En ese sentido quien la produce está en las mismas condiciones que un periódico, una estación de televisión o una de radio. Hace años, para estar realmente en el negocio del periodismo o la información, era necesario poseer grandes y pesadas prensas de acero, flotas de camiones y un gran número de empleados para poder hacer circular la noticia impresa. Actualmente no es necesario realizar ninguna de estas inversiones para estar en ese negocio.

Internet es apenas un ejemplo de la drástica fragmentación del entorno del periodismo y la información. Mientras creamos en una sociedad con libertad de expresión, contaremos con una amplia multiplicidad de voces, lo cual es muy bueno para el periodismo. Sin embargo, a veces ello complica nuestras vidas como periodistas y como personas, más aun si estamos en el negocio de los diarios o la televisión.

La competencia de hoy no se traduce en dos periódicos buscando captar la atención de deter-



Jack Fuller, presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa y de *Tribune Publishing CO*.

minado grupo de lectores o consumidores. La competencia existe entre todo tipo de medios, incluso entre formas de entretenimiento que nunca habríamos imaginado pudieran ser competencia para un periódico. La gente tiene cada vez más opciones para invertir su tiempo. Si un periódico está tratando de atraer a jóvenes lectores masculinos, tiene que reconocer que entre sus mayores competidores están los juegos de video, que ocupan cantidades obsesivas de tiempo de adolescentes. Así pues, la fragmentación del entorno de los medios ofrece una ganancia en cuanto genera oportunidades a las personas para expresarse y ser escuchadas. Pero el efecto de ello es una competencia tan marcada que deteriora la excelencia y la calidad de los medios tradicionales que buscan a toda costa recuperar audiencia. Para lograrlo el método de algunos es hacerse más grandes. Resulta curioso que, dependiendo del ángulo desde dónde se mire la situación se verán cosas muy distintas.

Desde mi posición como presidente de una empresa periodística, veo una fragmentación radical, una competencia por todas partes y desde todas las direcciones; veo lo que nunca me habría imaginado antes: competencia por los lectores y por los anunciantes. Desde otro punto de vista, el del debate público en Estados Unidos, lo que la gente ve es una aterradora consolidación de muchísimos medios y muy pocas organizaciones controlándolos. Son dos caras de la misma moneda.

NBC TV —una de las principales cadenas televisivas en Estados Unidos— ha visto cómo durante los últimos 25 años su audiencia se ha reducido en dos tercios. ¿Qué ha hecho? Empezó a apropiarse de una gran cantidad de canales por cable para tratar de recuperar la audiencia que alguna vez tuvo cuando, incluso en los mercados más grandes, sólo existían tres cadenas principales y unos cuantos canales de televisión independientes. En ese entonces, si alguien quería enterarse de las noticias a través del televisor, tenía que hacerlo a través de uno de esos pocos. Así, dependiendo desde dónde se mire, se encontrará fragmentación o consolidación. Ambos generados por los dos cambios tecnológicos cuya fuerza probablemente no cesará con el tiempo: la disminución de costos de la información y la comunicación.

Existen otros dos factores, ya no de carácter tecnológico, que están impactando el periodismo y que tenemos que aprender a dominar. Uno de ellos es la creciente complejidad de los temas que afectan nuestras vidas. No vivimos en un mundo donde las personas puedan ser ajenas a las poderosas y complicadas fuerzas que existen hoy día. Son muy pocos los lugares a donde se puede ir y encontrarse aislado de la sociedad global. En la década de los 60, mi padre fue reportero de negocios para el *Chicago Tribune*. Le encantaba contar una historia sobre un hombre muy reputado y experto en asuntos monetarios

90 internacionales que formaba parte del personal del área de negocios del diario; trabajaban en escritorios continuos.

Alguna vez este hombre estaba redactando un artículo sobre un asunto relacionado con algo que había hecho el Banco de la Reserva Federal y las consecuencias que esa acción podría tener sobre el valor de la moneda en el ámbito internacional. Miró a mi padre y le preguntó: cuando el dólar sube ¿entra o sale oro de nuestro tesoro? Mi padre le respondió: Tu eres el experto en política monetaria internacional del *Chicago Tribune*, si tu no sabes lo que sucede cuando el valor del dólar sube ¿pues estamos en graves problemas! Por aquellos días eran contadísimas las personas que tenían la respuesta correcta para esa pregunta y pocos eran los que se interesaban por entender sobre asuntos monetarios internacionales. En cambio hoy, estos temas tan técnicos tienen impacto sobre la vida de cualquiera.

Y hablando de factores que impacten nuestras vidas, necesariamente tengo que hablar de las fronteras de la ciencia y la medicina. Son asuntos de políticas públicas y por tanto objeto de grandes debates, pero a fin de cuentas son cuestiones tan técnicas que pocas personas en el mundo realmente las entienden. Hace algunos años, uno de nuestros reporteros en el *Chicago Tribune* llegó a creer que el hombre que decía haber descubierto y aislado por primera vez el retrovirus humano que causa el SIDA mentía y además se

equivocaba al exponer los hechos de su estudio.

Nuestro reportero investigativo produjo una buena historia que probaba tales sospechas. Para hacerlo tuvo que aprender lo suficiente sobre retrovirología humana como para entender las notas de laboratorio escritas por los científicos expertos en el área. Luego escribió la historia de 16 páginas que nadie más sino los especialistas en retrovirus humanos habría podido entender. Finalmente estableció la verdad del tema y fue algo extraordinario, pues pocos dominan el arte de contar una historia tan complicada. En esos días el tema era de inmensa importancia, había que saber quién sería honrado por tal descubrimiento y quién iba a recibir los generosos recursos públicos que estaban siendo dedicados a la lucha contra el SIDA. La creciente complejidad de las cosas que le interesan personalmente a nuestra audiencia es un desafío. Y la complejidad moral de nuestra labor aumenta con el tiempo.

Simultáneamente, y éste es el cuarto factor, el apetito de información cada vez es mayor; lo que crea un conflicto: velocidad de la información vs. simplicidad de la información. Cuando veo los canales de noticias cubriendo un hecho de última hora, recuerdo que no soy un consumidor de información sino un reportero. La primera vez que me di cuenta de esto fue durante la Guerra del Golfo. Yo era editor del *Chicago Tribune* y la cadena CNN estaba siempre en la sala de noticias cubriendo, minuto a minuto, lo que

estaba sucediendo. Más que el consumidor de una historia, me sentía un corresponsal, todo era una cascada de datos en crudo que caía sobre nosotros. Y a eso nos hemos acostumbrado hoy: a una cascada de datos crudos. Cuando las encuestas que se realizan en Estados Unidos preguntan a la gente cuál es su opinión sobre las noticias, la respuesta es que son un servicio básico, y que todo es lo mismo. Lo que quieren decir es que el flujo de datos siempre es igual. Sabemos que un informe noticioso no es más de lo mismo, el caso es que la simplicidad de la información es una fuerza inmensa que impacta sobre nuestro oficio.

Las mencionadas cuatro fuerzas o formas de presión sobre el periodismo, nos muestran que nos encontramos en un período de cambios rápidos. Es un momento de evolución y desafortunadamente no todas las instituciones sobrevivirán. He aquí una advertencia para estos tiempos: la nostalgia es peligrosa. Es imposible detener esas fuerzas; tenemos que averiguar cómo manejarlas para lo que estamos tratando de alcanzar: aquello que pensamos es bueno y valioso en el ejercicio del periodismo. Los medios, sobre todo los que no son de propiedad gubernamental, no pueden ser ajenos a la velocidad ni a la simplicidad de la información. Los propietarios de periódicos o estaciones de televisión pueden ser, o bien unos reyes filósofos, o bien unos reyes o corruptos. Casualmente he trabajado para dos

propietarios que no son reyes filósofos, uno de ellos, por ejemplo, poseía un periódico muy respetado pero hizo cosas que hoy nos horrorizaría escuchar a todos.

La filantropía puede ser sabia así como excesivamente indulgente. Aun cuando fuese económicamente posible, ningún tipo de filantropía estaría dispuesta a pagar la cantidad necesaria de dinero para comprar un medio, e igualmente no sería inmune a las presiones que lo rodean. En Estados Unidos hay una institución filantrópica que es propietaria de un muy buen periódico: el *St. Petersburg Times*. Sé que sus dueños, aunque pueden operar en forma muy diferente de las instituciones con fines de lucro, están preocupados por lo que el afán de información fácil puede hacerle al periódico y porque no saben si van a poder dominarlo. Las corporaciones pueden ser solidarias y financieramente sólidas. Pueden tener el capital necesario para invertir y evolucionar con el mundo, o pueden ser dominantes y destructivas, hacer caso omiso de las consecuencias de sus actividades y ser totalmente ajenas a los valores periodísticos. Hemos visto ejemplos de ambos casos entre las corporaciones públicas en Estados Unidos.

La clave es la calidad del liderazgo. Necesitamos reporteros que estén dispuestos a guiarnos por el camino de la verdad. Necesitamos editores dispuestos a conducir una discusión seria sobre las consecuencias de lo que publicamos, edi-

- 92 tores que se adapten a la evolución de los medios y que al mismo tiempo reconozcan la meta fundamental de suministrarle a la gente aquella información que necesita para tomar decisiones reflexivas, soberanas y libres. Necesitamos personas en todos los niveles que entiendan el poder no solo de las noticias sino que también entiendan y estén dispuestos a recuperar el poder de la historia periodística. Esta es la que convierte los datos en noticias, la historia es lo que no es fungible, historia es lo que es duradero en el apetito humano. Finalmente, si descubrimos cómo hacerlo, contar buenas historias es lo que tenemos para salvarnos.



## Anexos

---

---

---

---



## **Anexo 1**

### **Programa oficial del seminario**



**Fecha:** 30 y 31 de agosto de 2004

95

**Lugar:** Museo de Arte Contemporáneo (MARCO), Monterrey, N.L., México.

**Convocan:** Corporación Andina de Fomento (CAF),  
y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), con el apoyo de CEMEX.

**Invitados:**

- Presidentes, directores y editores de medios de América Latina
- Periodistas integrantes del Consejo Asesor Internacional de la FNPI
- Periodistas integrantes del jurado del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI
- Periodistas ganadores y finalistas del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI
- Directivos de las entidades organizadoras

**Presidentes:** Enrique García – CAF.  
Gabriel García Márquez – FNPI.

**Asesores:** Jean-François Fogel y Germán Rey.

**Relatoría:** Se publicará un resumen de los debates, conclusiones y recomendaciones del encuentro.

## 96 **Metodología:**

Mesa redonda en tres sesiones para abordar temas sobre la calidad y la transformación del periodismo profesional. La primera sesión fue acerca de las demandas éticas que el público le hace a medios y periodistas, la segunda sobre el periodismo de calidad en la era de Internet y la

tercera sobre poder político y calidad de medios en América Latina. Cada una se desarrolló en torno a la exposición de los distintos panelistas. Un moderador estimuló el debate y la participación de la audiencia.

### **Objetivos:**

Ofrecer a los periodistas de América Latina un escenario de debate y generación de ideas perdurables sobre lo que es hacer periodismo. A través de este espacio, también de autorreflexión, reafirmar el valor que tiene ejercerlo y afincar la idea de que su existencia cobra sentido en cuanto genera beneficio a las personas.

Advertir que los medios, al realizar su papel de informantes y observadores críticos, interactúan con otras instituciones y adquieren responsabilidades que la opinión pública no pierde de vista. Si el periodista es expresión de la socie-

dad, encontrar cuales son las demandas ciudadanas para hacerlo correctamente.

Establecer la medida en que las nuevas tecnologías constituyen un peligro o una ayuda para hacer periodismo de calidad. En Internet circula información para todos los públicos y en múltiples direcciones, fijar entonces el terreno desde el cual el periodista se va a servir de la red para informar a una determinada audiencia.

Generar acuerdo sobre los alcances y deberes del periodista para que este no los confunda con el ámbito de acción de los poderes políticos ni con los diferentes órganos de la sociedad.

---

## **Lunes 30 de agosto de 2004**

---

12:00 m Palabras de bienvenida de Enrique García, presidente ejecutivo de la CAF, Javier Treviño, vicepresidente de CEMEX y Jaime Abello Banfi, director de la FNPI

### PRIMER PANEL

#### **Demandas éticas y sociales: ¿qué le reclama el público a medios y periodistas?**

- 12:30 pm Conferencia: “Un mundo que se le escapa al periodismo”  
Germán Rey (Colombia) FNPI / Asesor de la Casa Editorial El Tiempo, Dirección de Responsabilidad Social
- 1:00 pm Panel: Joaquín Estefanía (España) *El País*, Sergio Muñoz (USA) *Los Angeles Times*, Luiz Egypto (Brasil) *Observatorio da Imprensa*
- 1:45 pm Preguntas y comentarios. Moderador: José Luis Ramírez (Colombia) CAF

### SEGUNDO PANEL

#### **Géneros en fuga: Experiencias y propuestas para que los medios escritos que buscan la calidad promuevan la creatividad y el rigor entre sus periodistas en la era de internet, cuando el mundo se le escapa al periodismo.**

- 4:30 pm Conferencia: “Internet: ¿Ayuda o peligro para la calidad periodística?”  
Jean-François Fogel (Francia) FNPI / Asesor de *Le Monde*
- 5:00 pm Panel: Clóvis Rossi (Brasil) *Folha de S. Paulo*; Víctor Ghitta (Argentina) Revista *Rolling Stone*; Pedro Valtierra (México) Agencia de Fotografía *Cuartoscuro* y jurado del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI
- 6:00 pm Pausa
- 6:15 pm Exposición de casos y debate. Moderador: Héctor Feliciano (Puerto Rico) FNPI

98 **Martes 31 de agosto de 2004**

TERCER PANEL

**El poder político, otro reto a la calidad de medios y periodistas en América Latina.**

- 9:00 pm Conferencia: “Desarrollo y gobernabilidad democrática en América Latina”  
Enrique García (Bolivia), presidente ejecutivo de la CAF
- 9:30 pm Coloquio, con contribuciones iniciales de: Juan Cristóbal Soruco (Bolivia) *La Prensa*; Felipe Edwards (Chile) *El Mercurio*; Roberto Pombo (Colombia) *El Tiempo*; Roberto Rock (México) *El Universal*; Luis Enrique Mercado (México) *El Economista*; Sergio Ramírez Mercado (Nicaragua); Miguel Enrique Otero (Venezuela) *El Nacional*; Mari Pili Hernández (Venezuela) *Unión Radio*  
Moderador: Horacio Verbitsky (Argentina) FNPI / *Página 12*
- 11:00 am Pausa
- 11:30 am Sesión final: Propuestas y recomendaciones finales de los participantes.  
Firma de convenio entre la Escuela de Periodismo *El País*-UAM (España)  
y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano
- 12:00 pm Conferencia de clausura de Jack Fuller (EEUU), presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa y de Tribune Publishing Co.

**Anexo 2****Listado general de participantes**


---



---



---

<b>Presidencia</b>	<b>Cargo</b>	<b>Medio/Empresa</b>	<b>País</b>
Enrique García	Presidente Ejecutivo	CAF	Bolivia
Gabriel García Márquez	Presidente	FNPI	Colombia

99

**Consejo Rector**

Carlos Monsivais	Consejo Rector	FNPI	México
Germán Rey	Consejo Rector	FNPI	Colombia
Horacio Verbitsky	Consejo Rector	FNPI	Argentina
Javier Darío Restrepo	Consejo Rector	FNPI	Colombia
Joaquín Estefanía	Consejo Rector	FNPI	España
Rosental Calmon Alves	Consejo Rector	FNPI	Estados Unidos
Sergio Ramírez	Consejo Rector	FNPI	Nicaragua

**Representantes del Premio Nuevo Periodismo CEMEX FNPI**

Jean-François Fogel	Asesor del Director	Le Monde/FNPI	Francia
José Salgar	Ganador Homenaje 2003	El Espectador	Colombia
Mayra Montero	Periodista y escritora	FNPI	Puerto Rico
Pedro Valtierra	Director Agencia	Cuartoscuro	México

**Premio Nuevo Periodismo CEMEX FNPI****Ganadores**

Clóvis Rossi	Ganador Homenaje	Folha de S. Paulo	Brasil
Mauricio Lima	Ganador Fotografía	Agencia FP	Brasil
Josefina Licitra	Ganadora Texto	Revista Rolling Stone	Argentina

**Finalistas**

Juan Carlos Ramos	Finalista Fotografía	La Jornada	México
Julián Alberto Lineros	Finalista Fotografía	Revista Cromos	Colombia
Luis Eduardo Galdieri	Finalista Fotografía	Agencia AP	Brasil
Víctor Ruiz Caballero	Finalista Fotografía	Agencia AP	Chile

100	Alberto Salcedo	Finalista Texto	Revista El Malpensante	Colombia
	Ana Beatriz Magno	Finalista Texto	Correio Braziliense	Brasil
	José Adán Silva	Finalista Texto	La Prensa	Nicaragua
	Marcela Turati	Finalista Texto	Reforma	México

### Mesa redonda

	Alejandro Ramos Esquivel	Director	El Financiero	México
	Diego Petersen	Director	Público-Milenio	México
	Enriqueta Medina	Directora de Planeación	Milenio Diario	México
	Felipe Edwards	Subdirector	El Mercurio	Chile
	Fidel Cano	Director	El Espectador	Colombia
	Gonzalo Córdoba Mallarino	Presidente	El Espectador	Colombia
	Guillermo Osorno	Editor General	Revistas Gatopardo y Travesías	México
	Héctor Feliciano	Maestro FNPI	Periodista independiente/FNPI	Puerto Rico
	Jack Fuller	Presidente	SIP/Tribune Publishing CO.	Estados Unidos
	Juan Cristóbal Soruco	Director	La Prensa	Bolivia
	Julio Blanck	Editor Jefe	Clarín	Argentina
	Julio Scherer	Ganador Homenaje 2002	Proceso	México
	Luis Enrique Mercado	Director General	El Economista	México
	Luiz Egipto	Editor Jefe	Observatorio Da Imprensa	Brasil
	María Pilar Hernández	Conductora	Unión Radio	Venezuela
	María Cristina Frias	Directiva y periodista	Folha Sao Paulo	Brasil
	Miguel Henrique Otero	Director	El Nacional	Venezuela
	Pablo Hiriart	Director	La Crónica de Hoy	México
	Paula Escobar	Editora de Revistas	El Mercurio	Chile
	Pilar Calderón	Directora de Publicaciones	Revista Cambio	Colombia
	Roberto Pombo	Editor General	El Tiempo	Colombia
	Roberto Rock	Director	El Universal	México
	Rodrigo Pardo	Subdirector	El Tiempo	Colombia
	Sergio Muñoz	Consejo Editorial	Los Angeles Times	Estados Unidos
	Victor Ghitta	Director Editorial	Revista Rolling Stone	Argentina

**Invitados especiales**

José Varella	Subeditor Fotográfico	Correio Braziliense	Brasil
Nina Zambrano	Directora	MARCO	México
Gertrudis Guerrero			Nicaragua

**Equipo CAF**

José Luis Ramírez	Director de Secretaría y Comunicaciones Corporativas	CAF	Colombia
Nathalie Gerbasi	Coordinadora de Comunicaciones Corporativas	CAF	Venezuela

**Equipo FNPI**

Jaime Abello Banfi	Director	FNPI	Colombia
Jaime García Márquez	Subdirector	FNPI	Colombia
Ricardo Corredor Cure	Coordinador de Proyectos	FNPI	Colombia
José Luis Novoa	Coordinador de Comunicaciones	FNPI	Colombia
Francisca Ponce	Cooperación Internacional	FNPI	Colombia
Patricia Torres	Coordinadora Operativa	FNPI	Colombia

**Equipo CEMEX**

Javier Treviño Cantú	Vicepresidente de Comunicaciones	CEMEX	México
Gregorio Martínez Garza	Gerente Corporativo de Relaciones Públicas	CEMEX	México
Mayda Salgado	Ejecutiva de Comunicaciones	CEMEX	México
María Clara Avilán	Gerente de Comunicaciones e Imagen	CEMEX	Colombia
Mariana Jiménez	Directora de Comunicaciones	CEMEX	Colombia

## Anexo 3

### Biografías de los participantes

#### Ana Beatriz Magno

Tiene 35 años. Es periodista de la Universidad de Brasilia. En 1994 empezó a trabajar en *Correio Brazilienze* donde participó en la reforma de este. Ha hecho reportajes sobre temas de infancia, derechos humanos, mujeres, exclusión social, negros, indígenas, medio ambiente y políticas públicas. En 2001 asistió becada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) al Taller de Cobertura Periodística de Temas Sociales en la Fundación Nuevo Periodismo (FNPI).

Con el reportaje *Tráfico de Crianças* ganó el Premio Rey de España en 1996 y obtuvo mención de honor del premio Vladimir Herzog en 1995. El mismo año ganó el premio ESSO y el

Premio OK de Jornalismo por la serie *Mafia dos Condomínios*. La serie *Febem, Escola do Crime*, ganó en 2001 el Grande Premio Mídia da Paz, concedido por la revista Imprensa y Unesco. El mismo trabajo la llevó en 2001 a ser finalista del Premio ESSO Centro-Oeste, y en 2002 del Grande Prêmio Correio Braziliense de Reportaje. Con *Candelária, a Chacina Continua*, serie sobre el destino de los niños que sobrevivieron a la masacre de Candelária, fue finalista en 2001 del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI y obtuvo mención de honor del Premio SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) de periodismo en profundidad.

#### Clóvis Rossi

Nació el 25 de enero de 1943 en Sao Paulo, Brasil. Se formó como periodista entre 1962 y 1964 en la Facultad Cásper Líbero, la única de la época en periodismo. Su primer trabajo en el oficio empezó en 1963, en la sucursal paulista del matutino carioca *Correio da Manhã*, periódico que se destacó por su lucha por las libertades y que terminó mortalmente herido por la dictadura militar. En 1965 Rossi asumió funciones como editor de la primera página del periódico O Estado de S. Paulo, del cual se convirtió en Jefe de reportajes en enero de 1966, a la corta edad de 22

años. En 1972, fue promovido a Asistente del editor jefe y, en 1976, a Editor jefe. Posteriormente trabajó en distintas ciudades para O Estado de S. Paulo, *Jornal do Brasi*, la revista *Istoé*, y *Jornal da República*.

En 1980 comenzó a trabajar en *Folha de Sao Paulo* para el que fue corresponsal en Buenos Aires de 1981 a 1983. Dos años después pasó a ser parte del Consejo Editorial y desde 1987 firma una columna de opinión en la segunda página. De 1992 a 1993, se desempeñó como corresponsal en Madrid (España). Rossi ha sido enviado

104 especial de este diario en los cinco continentes.

Con 41 años de profesión, ha cubierto el golpe de estado en Chile (1963), la Revolución de los Claveles en Portugal (1974), la Guerra de las Malvinas (1982), las sucesivas crisis en el Perú, Bolivia, Nicaragua, El Salvador, Honduras y Guatemala, y la redemocratización de España (1977). En 2001, ganó el Premio Maria Moors Cabot, de la Facultad de Periodismo en la Universidad de

Columbia (EUA). Y en 2002, ganó el Premio Ayrton Senna, en la categoría de periodismo político.

Ha escrito los libros *¿Qué es Periodismo?*, *¿Vale la Pena ser Periodista?*, *La Contra-revolución en América Latina*, *Militarismo en la América Latina*, y *Enviado Especial -25 Años Alrededor del Mundo-*, que recopila sus principales reportajes, registro de los episodios decisivos en las últimas décadas de este siglo.

---

### **Diego Petersen Farah**

---

Nació en Guadalajara, México, el 8 de diciembre de 1964. Estudió comunicación en la Universidad Iteso en la misma ciudad donde participó en proyectos de información sistematizada. En noviembre 1987, participó en la fundación de *Semanario Paréntesis*. Meses después, ante la falta de mano de obra y recursos, se hizo cargo del semanario. A los cuatro años, en junio de 1991, tuvo que cerrarlo por insolvencia económica. Más tarde se integró al equipo fundador de *Siglo 21* como Jefe de redacción y al poco tiempo como Subdirector.

En poco tiempo *Siglo 21* logró romper el esquema de mercado de la ciudad. No sólo se convirtió en el segundo periódico en ventas y primero en generación de opinión, sino que logró captar un mercado joven. En 1997, después de enfrentamientos con el dueño del diario, el equipo profesional de *Siglo 21*, funda el periódico *Público*, del cual hoy es director.

---

### **Enrique García**

---

Es el presidente ejecutivo de la Corporación Andina de Fomento (CAF) desde diciembre de 1991 y fue reelegido para un tercer periodo hasta el año 2006.

De nacionalidad boliviana, ha sido Ministro de Planeamiento y Coordinación de su país y Jefe del Gabinete Económico y Social entre 1989 y 1991. En el ámbito internacional se desempeñó como funcionario del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) durante 17 años y ha ocupado posiciones directivas el Banco Mundial, y otros organismos multilaterales.

Es miembro del Consejo Asesor del Centro para el Desarrollo Internacional (CID) de la Universidad de Harvard, del Diálogo Interamericano con sede en Washington, D.C., así como del Consejo Directivo del Instituto de Estudios

Superiores de Administración (IESA) en Caracas, Venezuela. Ha sido catedrático universitario, es autor de varias publicaciones y conferencista sobre temas económicos y financieros en el ámbito internacional.

---

### **Felipe Edwards Del Río**

---

Nació el 8 de octubre de 1960. Estudió periodismo en el *Medill School of Journalism* en Northwestern University (Chicago, EE.UU). Tiene un Master en Administración de la misma universidad.

En 1982 entró como reportero a *El Mercurio* (Santiago, Chile). En 1985 pasó a ser Sub-Jefe de Crónica; en 1989 fue editor de Suplementos; en 1990 editor de Informaciones, y desde 1997 hasta la fecha, subdirector del periódico.

---

### **Germán Rey**

---

Psicólogo de la Universidad Nacional de Colombia. Germán es un intelectual del periodismo: lo ha estudiado, lo ha descrito, lo ha criticado y defendido, trabajó en la Fundación Social dirigiendo proyectos organizacionales de valores, cultura empresarial y comunicación. Ha sido asesor del gobierno colombiano en temas de cultura y comunicación. Mantuvo por muchos años su columna de crítica de televisión en *El Tiempo*, hasta que fue designado Defensor del Lector por dos años. Sigue vinculado a esa casa

editorial como asesor del Proyecto de Memoria y de los programas de responsabilidad social. Germán es profesor universitario y famoso relator de congresos y seminarios. Ha publicado, entre otros libros: *Oficio de equilibrista. 21 casos periodísticos*, (2002); *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, junto a Jesús Martín Barbero (1999); *Balsas y Medusas* (1998) sobre la política en los medios, y *Desde las dos orillas* (1996), sobre el derecho a la información.

## 106 Héctor Feliciano

Es puertorriqueño. Fue corresponsal cultural europeo para *The Washington Post* y para *Los Angeles Times*. Vivió en París por más de dieciocho años, en donde ejerció también como redactor en jefe de *World Media Network*, una agrupación de diarios europeos. Igualmente, trabajó como director artístico en la Oficina de Asuntos Culturales de la Alcaldía de París.

Su libro, *The Lost Museum*, resultó finalista del Premio Pulitzer en la categoría de no ficción. El extenso trabajo de investigación periodística para ese libro le significó la prestigiosa beca del

*National Arts Journalism Fellowship Program* (NAJP), concedida en 1998 y 1999 por la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia en Nueva York.

Estudió Historia e Historia del Arte en la Universidad de Brandeis, tiene una maestría de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia y un diploma de nivel doctoral en Literatura Comparada de la Universidad de París. Es miembro del grupo de trabajo para programa de estudios de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia.

## Horacio Verbitsky

Horacio es un clásico del periodismo argentino. Trabajó en los diarios *Noticias Gráficas*, *El Siglo*, *El Mundo*, *La Opinión*, *Clarín*, *Noticias y Página/12*; y en las revistas *Tiempo de Cine*, *Rebelión*, *Confirmado*, *Semanario CGT*, *Cuadernos del Tercer Mundo*, *Paz y Justicia*, *Humor*, *El Periodista* y *Entre Todos*. Los domingos buena parte de los lectores del diario *Página/12* devoran sus notas. Ha publicado los libros: *Prensa y poder en el Perú*

(1974), *La última batalla de la tercera Guerra Mundial* (1984), *Ezeiza* (1985), *La posguerra sucia* (1985), *Rodolfo Walsh y la prensa clandestina* (1986), *Civiles y militares* (1987), *Medio siglo de proclamas militares* (1987), y *La educación presidencial* (1990). Es un luchador por los derechos humanos y la libertad de expresión. Fue Jurado internacional en la categoría de texto para esta tercera versión del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI.

## Jack Fuller

Nació en Chicago, Estados Unidos, en 1946. Se graduó como periodista de Northwestern Univer-

sity y tiene un doctorado en Derecho de la Universidad de Yale. Es miembro del grupo directivo de

McCormick Tribune Foundation; Presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP); Consejero de la Universidad de Chicago y del Field Museum; y miembro de Interamerican Dialog y de la American Academy of Arts and Sciences.

Empezó en un cargo menor en el Chicago Tribune a los 16 años, cuando todavía asistía al colegio. En 1969 ingresó al ejército de Estados Unidos y por un año fue corresponsal en Vietnam. A su regreso al Chicago Tribune fue reportero en las ciu-

dades de Chicago y Washington. En 1986 ganó el Premio Pulitzer como editor de la página editorial. En 1989 pasó a ser Editor general y más tarde fue designado como Director administrativo. Asumió la presidencia del Tribune Publishing Group en mayo de 1997 y entró a formar parte de su junta directiva en 2001. Es autor de *News Values: ideas for an information age*, y de seis novelas: *Convergence*, *Fragments*, *Mass*, *Our fathers' shadows*, *Legends end*, y *The best of Jackson Payne*.

---

### **Jaime Abello Banfi**

Estudió derecho en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá y ha dedicado su vida profesional a los medios y al cine. Fue asesor de diversas instancias del gobierno y el Congreso de Colombia en temas de legislación de medios, telecomunicaciones y cinematografía. Ha sido productor de documentales y un largometraje. Entre 1990 y 1995 dirigió el Canal Regional de Televisión del Caribe Colombiano (Telecaribe), en Barranquilla. Ese

año, por petición de Gabriel García Márquez, asumió como director de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, de la cual es cofundador. Hace parte de las juntas directivas de varias empresas y organizaciones de la sociedad civil, entre las cuales se cuentan la Fundación para la Libertad de Prensa y el Comité Coordinador del Proyecto Antonio Nariño para la Libertad de Expresión y la Defensa del derecho a la Información en Colombia.

---

### **Javier Treviño Cantú**

Nació en Monterrey. Es licenciado en Relaciones Internacionales del Colegio de México y obtuvo la maestría en Políticas Públicas en la Universidad de Harvard. Es el Vicepresidente de Comunicación e Imagen de CEMEX desde 2001. Cuenta con una sólida experiencia en los

altos niveles del sector público, la comunicación y las relaciones internacionales. Inició su carrera en el sector público en 1987 como director de planeación en la Secretaría de Educación Pública. Luego, sucesivamente, fue asesor especial del Director General de Comunicación

108 Social de la Presidencia de la República; Ministro de Información en la Embajada de México en Washington; asesor del Secretario de Desarrollo Social. En diciembre de 1994 fue designado por el Presidente de la República como Subsecretario de Cooperación Internacional de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Después de tres años de una experiencia diplomática intensa, en enero de 1998, fue nombrado

---

### **Jean-François Fogel**

Periodista y escritor armado con las herramientas para ser ingeniero de la calidad periodística. Conoce la prensa de occidente como pocos. Ha sido consejero internacional del diario *Le Monde*, al que asesoró durante siete años, desde la creación de la nueva fórmula del periódico en 1995 hasta su última renovación, a principios de

---

### **Joaquín Estefanía Moreira**

Es director de la Escuela de Periodismo UAM-El País. Se licenció en ciencias económicas y en ciencias de la información en la Universidad Complutense de Madrid. Desde 1974 ejerció como periodista en distintos medios de comunicación. Fue director de *El País*; director de publicaciones del grupo PRISA, y director de opinión de ese mismo diario. Recibió el Premio Europa de Periodismo por su defensa de las li-

Oficial Mayor de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. En febrero del 2000 se incorporó a la campaña presidencial de Francisco Labastida como Asesor del Candidato. A partir de julio del 2000, participó en diversos proyectos en el sector privado como consultor independiente y experto en comunicación estratégica y asuntos internacionales.

2002. Ha publicado los libros *Morand-Express*, *El testamento de Pablo Escobar*, *El rugby* y, junto con Bertrand Rosental, *Fin de siglo en La Habana*, una extensa y completa investigación de Cuba y Fidel Castro. En su tiempo libre lee a su escritor favorito, el japonés Haruki Murakami, y viaja por todo el mundo para ver partidos de rugby.

bertades 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. Sus libros más recientes son: *La primera revolución del siglo XXI* (Editorial Aguilar, 2002) y *La cara oculta de la prosperidad. Economía para todos* (Editorial Taurus, 2003).

## **José Augusto Varella**

Nació en Río de Janeiro hace 46 años. Vive y trabaja en Brasilia. Desde 1996 ha sido fotoperiodista y Subeditor fotográfico del diario *Correio Braziliense*. Entre 1984 y 1995 trabajó como corresponsal para los diarios *Jornal do Brasil* y *O*

*Estado de S. Paulo*, la revista *Istoé* y la agencia France Press. Durante 25 años ha hecho cubrimientos periodísticos en todo Brasil y el mundo. Fue finalista del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI en 2002.

## **José Luis Ramírez**

Abogado colombiano, graduado de la Universidad Autónoma de Bucaramanga y con estudios de postgrado en Relaciones Institucionales. Se ha desempeñado en diversas funciones en el Servicio Exterior de Colombia, entre las que destacan la de Jefe de Gabinete del Canciller y Ministro Plenipotenciario y Encargado de Negocios en Venezuela. Ha sido consultor en comunicaciones de la Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos. Actualmente es el Director de Secretaría y Comunicaciones Corporativas de la Corporación Andina de Fomento (CAF).

Hizo parte del Departamento Investigativo del diario *Vanguardia Liberal* del cual fue Director encargado en 1990. También fue asesor editorial del diario *El Espectador* en 1998 y 1999, y columnista en otras importantes publicaciones. Cuenta con una amplia experiencia en los campos de la docencia y la investigación, ha sido profesor en universidades de Bogotá como la Universidad de los Andes, la Pontificia Universidad Javeriana, la Universidad del Rosario y la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Es autor de diversas publicaciones sobre política exterior.

## **José Salgar**

Es colombiano. Se inició en el periodismo hace 70 años en *El Espectador*, en el que 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

110 Bogotá, del que fue socio fundador y hoy es Presidente Honorario. También le ha sido concedido el Premio Merghenthaler de la Sociedad Inte-

ramericana de Prensa (SIP). En el 2002 ganó en la modalidad de homenaje el Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI.

### **Josefina Licitra**

Argentina. Tiene 29 años. Egresada de la escuela TEA de periodismo, desde hace diez años trabaja como periodista independiente. Comenzó en 1994 como colaboradora de la revista dominical del diario *La Nación* y desde entonces ha estado escribiendo para buena parte de los medios nacionales.

Mientras cursa la carrera de Letras en la Universidad de Buenos Aires, se desempeña como colaboradora en el semanario *Veintitrés*, donde hace notas de Tendencias y entrevistas de Espectáculos. Escribire para las revistas extranjeras *Tiempo e Interviu*

(España) y *Gatopardo* (Colombia), y hace notas de fondo sobre problemas sociales para la edición argentina de *Rolling Stone*, donde publicó el reportaje *Pollita en Fuga*: el primer trabajo que presenta en un concurso y con el que recibió el Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI en la Categoría Texto.

*Pollita en Fuga* es la historia de Silvina: una chica de quince años que está acusada de liderar una banda de secuestradores. El reportaje se hizo en la clandestinidad: Silvina se acababa de escapar por cuarta vez de un instituto de menores.

### **Juan Cristóbal Soruco Quiroga**

Nació en La Paz, Bolivia, en 1953. Actualmente es Director del periódico *La Prensa*. Es Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana, miembro del Consejo Consultivo del Programa Ciudadanos Trabajando por la Justicia y miembro del Comité de Honor de la Cámara Boliviana del Libro.

Ha sido Director Ejecutivo de la Asociación Nacional de Prensa (ANP), entidad que reúne a propietarios y directores de periódicos de Bolivia. Fue Jefe de redacción, Editor adjunto y Di-

rector del periódico *Presencia*. También ha sido Director del periódico *La Razón* y del Centro de Documentación e Información (CEDOIN). Durante cuatro años ha mantenido la columna semanal *El Tejo*, publicada en los periódicos *Presencia* y *La Razón*. Tiene varios artículos sobre medios y libertad de expresión publicados en libros y revistas. Bajo la coordinación de Hernando Larrazábal, es coautor de Comunicación dominante y comunicación *alternativa en Bolivia*. Ha sido panelista en varios seminarios de comunicación.

---

## Julio Blanck

---

Nacido y criado en Buenos Aires. Lleva 27 años en el periodismo y casi todos ellos en *Clarín*, al que ingresó como colaborador en las páginas deportivas. Luego de la guerra de Malvinas fue transferido a la sección de información política. Allí fue redactor y editor, jefe de Política y secretario de Redacción entre 1993 y 2003. Cubrió y dirigió coberturas sobre 14 campañas electorales nacionales, dos renunciadas presidenciales anticipadas y las crisis económicas y sociales de 1989 y 2001. Entre 2000 y 2003 dirigió el Equipo de Investigación de *Clarín*, cuyo trabajo *Piqueteros* fue premiado, en su versión digital, por la FNPI. Des-

de abril de 2003 es Editor Jefe del diario.

Desde 1985 ha conducido programas periodísticos en televisión abierta y por cable, siempre sobre temas políticos. Fue corresponsal en Buenos Aires de radios de Córdoba y Rosario. Publicó artículos en diarios de Brasil, Chile y Uruguay. Desde 1989 ha participado en seminarios y conferencias sobre estrategias electorales, comunicación política y reformas institucionales. En 2000 co-dirigió el seminario sobre “Prensa independiente y comunicadores institucionales”, organizado por la FNPI en Cartagena, Colombia. Desde entonces es maestro de la Fundación.

---

## Luis Enrique Mercado Sánchez

---

Periodista egresado de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Es Director General y fundador del periódico *El Economista* y Presidente del consejo del periódico *Imagen*. Inició su carrera periodística como reportero en *El Universal* donde se especializó en economía y finanzas: autor de las columnas *Noticias Bursátiles* y *Mundo Financiero*; editor de la sección *Mundo Financiero* y Subdirector de Información Financiera. En 1987 dejó este periódico y al año siguiente lanzó *El Economista*.

Ha tenido una intensa actividad radiofónica y también ha incursionado en televisión. Es comentarista económico en *Radio Fórmula*, fue comentarista en canal 13 de 1995 a 1998, y comentarista económico en el programa *Hoy*. Es coautor del libro *El Mercado de Valores, una Opción de Financiamiento e Inversión* y autor de *Handicap Presidencial* que escribió con el seudónimo de Alejo Garmedia en entregas semanales en *El Economista*.

## 112 **Luiz Augusto Egypto de Cerqueira**

Nació en São Paulo, Brasil, en 1952. Ingresó a la facultad de ingeniería de la Universidad Federal de Juiz de Fora en 1971, y dos años después se cambió a la carrera de periodismo. Se graduó en julio de 1976 y fue a São Paulo para trabajar en la publicación mensual *Versus*. Después fue reportero y editor *free lance* del suplemento *Folhetim, de Folha de S.Paulo*. En 1979 se hizo profesor del entonces recién creado Curso de Periodismo de

la Facultad de Comunicación y Filosofía de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo y en 1983, en esta misma universidad, obtuvo el título de Maestro en Historia. Trabajó como editor de la revista *Imprensa*, fue reportero de *O Estado de S.Paulo*, editor de la revista *Comunicação Empresarial* y coordinador de proyectos del museo de Pessoa. Desde 1997 está en el *Observatório da Imprensa* del cual hoy es Editor jefe.

## **María Pilar Hernández**

En 1988 se graduó de la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas, Venezuela, como comunicadora social. También realizó estudios de Pedagogía Religiosa en el Seminario Interdiocesano. Conduce diariamente un programa de noticias en la emisora Unión Radio Noticias, de Caracas.

Su carrera profesional empezó como pasante en el canal del Estado, del cual fue designada

presidenta once años después. Condujo los programas *Opinión en la noticia* y *Doble Filo*. Fue concejal de Caricuao, presidenta de Venezolana de Televisión. TV y Coordinadora Nacional Juvenil del Movimiento V República.

Estudió canto por 15 años, ha compuesto música de trova y guarda una fascinación especial por Giacomo Puccini.

## **Miguel Henrique Otero**

Nació en Caracas, Venezuela, en 1947. Primero estudió Matemáticas en la Universidad Central de Venezuela, luego hizo un posgrado en Administración de Empresas en la misma universidad, y más tarde un Master en Economía en el Churchill College de la Universidad de Cam-

bridge, Inglaterra. Posteriormente, en París, hizo una serie de estudios de especialización sobre arte y política.

Cuando regresó a Caracas asumió el cargo de Director Ejecutivo de la C.A. Editora El Nacional. Entre otras actividades, ha sido asesor

del Ateneo de Caracas, miembro del Consejo Directivo del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), Presidente del Grupo de Diarios de las Américas, y directivo de la

Cámara de Industriales de Caracas. Es miembro de la Comisión "Periodistas en Riesgo" designado por la Sociedad Interamericana de Prensa.

---

### **Paula Escobar Chavarría**

---

Nació en 1968 en Santiago de Chile. Se tituló como periodista de la Universidad Católica de Chile. Comenzó en 1986, como redactora cultural de la revista *Pluma y Pincel*. En 1987 empezó a trabajar en la revista *Caras*. Primero ejerció como reportera, desempeñándose especialmente en las áreas de investigación y temas culturales, y realizando entrevistas a mujeres destacadas. Luego, en 1993, fue nombrada editora general de la revista y en 1995, subdirectora. Un año después, en 1996, asumió como directora. En el año 2000 fue nombrada gerente editorial de Editorial

Televisa Chile, con 17 revistas a su cargo. También fue directora de la Asociación Nacional de la Prensa (ANP) y presidió su Comisión de Revistas.

En mayo de 2001 dejó la dirección de la revista *Caras*, para asumir como Editora de Revistas del diario *El Mercurio*, cargo en el que se desempeña hasta hoy. Es miembro de la Comisión Bicentenario que creó el Presidente Ricardo Lagos, e integra el Capítulo Chileno de la Internacional Women's Forum. En el ámbito docente, se desempeña como académico en las universidades Alberto Hurtado y Adolfo Ibáñez.

---

### **Pedro Valtierra**

---

Mexicano. En 1973 fue asistente del laboratorio de fotografía de la Presidencia de la República. Ingresó como fotógrafo a *El Sol de México* en 1977 y un año después se incorporó al diario *Unomásuno*. En 1984 organizó la agencia Imagen Latina y participó en la fundación de *La Jornada* como jefe del departamento de fotografía. Recibió el Premio Nacional de Periodismo en 1983. Fue Presidente de la Sociedad de Autores de Obras Fotográficas de

1988 a 1991 y Director de la revista *Mira* en 1990. Fue considerado por la revista *Fotozoom* como el "Fotógrafo de la década 1975-1985". Ha expuesto sus fotografías en Canadá, Estados Unidos, Cuba, España, Francia, Italia, Alemania, Bélgica, Venezuela, Ecuador, Guatemala, Costa Rica, Suecia e Inglaterra, entre otros países. En 1992 publicó el libro *Nicaragua, una noche afuera*. Es el creador y director de la agencia y revista *Cuartoscuro*.

## 114 **Roberto Pombo Holguín**

Estudió Derecho en la Universidad de Los Andes, en Bogotá. Es Editor General de *El Tiempo*. Ha sido Director de la revista *Cambio* (México) y editor de la misma publicación para Bogotá. Fue Director de la emisora *Viva FM*, de la revista *Semana*, y del *Noticiero T.V. Hoy*. También fue Editor Político de *El Tiempo*, Reportero del *Noticiero Nacional*, Jefe de Redacción del Dia-

rio del Caribe, Jefe de la sección económica de la Agencia de Noticias Colprensa, Jefe de Información Regional del Diario *El Heraldo*, Reportero de la *Revista Alternativa* y corresponsal de la misma en Brasil.

Recibió el Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar 1991–1992, y el Premio Ortega y Gasset 2003.

## **Roberto Rock Lechón**

Mexicano, tiene 48 años. Vicepresidente y Director general editorial de *El Universal*. Es egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. En 1978 ingresó a *El Universal* en donde trabajó como reportero de Información General hasta 1986. Ha realizado coberturas especiales por encargo del periódico en México, Estados Unidos, Centroamérica, Europa Occidental y Oriente Medio. Fundó los periódicos regionales del diario en los estados de Morelos, Puebla, México y Hermosillo. En 1986 fundó la Agencia de Noticias de *El Universal* y en 1987 creó la sección Estados, de la que fue Editor hasta junio de 1992. Autor de las columnas *Política* y *República* (1987 a 1996); y *Contrapunto* (julio 2002 a junio 2003). Asumió

por un año (2002-2003) como director general editorial de *El Universal Gráfico*.

Fue becario de las fundaciones Ford y Miguel Alemán en 1990, en Washington, D.C.

Ha sido profesor de periodismo en la Universidad Iberoamericana y en la Facultad Acatlán de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales de la UNAM. Fue miembro del Consejo Consultivo en la Licenciatura de Comunicación del Tecnológico de Monterrey. Ha participado como ponente en conferencias y mesas redondas en diversas instituciones, tanto en México como Estados Unidos, Canadá y Sudamérica. Es coautor de los libros *Zócalo Rojo*, *Comunicación y Transparencia de los poderes del Estado* y *Representación política y toma de decisiones*.

---

## Rosental Calmon Alves

---

Professor Rosental es un trabajador incansable. 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 para Internet en América Latina. Comenzó su carrera académica en Estados Unidos en marzo de 1996, después de 27 años de experiencia como periodista profesional y siete años como profesor de periodismo en varias universidades de su país. Fue el primer brasileño que recibió la

Beca Nieman para una estancia académica en la Universidad de Harvard (1987-1988). Durante más de una década fue corresponsal del diario *Jornal do Brasil* en España, Argentina, México y Estados Unidos. Ha sido editor ejecutivo y miembro de la junta directiva de ese mismo periódico. En la actualidad 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.

---

## Sergio Muñoz Bata

---

Editorialista de *Los Angeles Times* desde 1993 y colaborador en las páginas editoriales de una docena de periódicos en América Latina, entre ellos *Reforma de México* y *El Tiempo* de Colombia. Estudió filosofía en la Universidad Nacional Autónoma de México, cinematografía en la London School of Film Technique y realizó una maestría en literatura en la University of Southern California. Trabajó en el diario *La Opinión* de Los Angeles, California, desempeñando di-

versos puestos, y en la radio y la televisión de México, Estados Unidos y Canadá. Fue profesor en la Universidad del Sur de California, la Universidad de California en Irvine y otras instituciones académicas de México y Estados Unidos. Es miembro de la junta directiva de la Sociedad Interamericana de Prensa y Presidente del Comité de Chapultepec. Fue miembro de la junta directiva del Museo de Arte del Condado de Los Angeles por seis años en la década de los 90.

---

## Sergio Ramírez

---

Es un narrador que tuvo que atender la hora histórica de la política en su país, Nicaragua. Ha escrito unos 30 libros, muchos de los cuales han si-

do traducidos a varios idiomas. Con *Margarita, está linda la mar* ganó el Premio Internacional de Novela Alfaguara; con *Castigo Divino* ganó

- 116 el premio Hammet Internacional, y con *Un baile de máscaras* ganó el Premio Laure Bataillon al mejor libro extranjero en Francia. Fue miembro del Frente Sandinista de Liberación Nacional y vicepresidente de su país. Ha sido miembro del Jurado del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI. Es Presidente de la Fundación Siglo XXI en Nicaragua.

---

### **Víctor Ghitta**

---

Nació hace 45 años en la ciudad de Buenos Aires. Es periodista, director editorial de la edición argentina de *Rolling Stone*. En 1979 comenzó a colaborar con el diario *La Nación*, en donde se desempeñó en la sección de espectáculos durante más de dos décadas. Es fundador de la revista

*Teatro Colón*, publicación cultural dedicada a las actividades de esa sala lírica, que dirigió entre 1993 y 1996. Es responsable de los contenidos editoriales de *Rolling Stone* desde su nacimiento en América Latina, en 1997.

Este libro se terminó  
de imprimir en marzo de 2005  
Caracas – Venezuela  
La presente edición consta  
de 1.000 ejemplares