

Germán Santamaría, director de la revista *Diners* y uno de los más destacados cronistas de nuestro país, habla de las experiencias que han marcado su vida profesional y la necesidad de mantener despierta la sensibilidad en su trabajo.

La piratería de videos invade el mercado nacional y amenaza el desarrollo de la aún débil industria audiovisual. Hablan los actores del fenómeno.

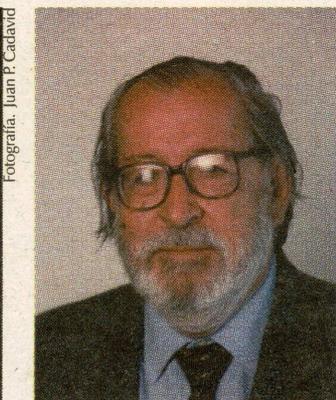
Los más importantes medios impresos del país han decidido darle una nueva imagen a la información. En busca de mayor unidad, se le exige al periodista que piense también gráficamente. Innovaciones y giros en el periodismo escrito.

Gracias a Juan Pablo Montoya, los periodistas que cubren información sobre automovilismo asumen un lugar de importancia dentro de las preferencias del público colombiano y el fenómeno comercial se apodera de los medios.

EN DIRECTO



Jineth Bedoya



Guillermo «La Chiva» Cortés

Fotografía. Juan P. Cadavid

Fotografía. Archivo particular

Periodistas en la mira

La muerte de Jaime Garzón, el 13 de agosto de 1999, conmocionó al país. Dentro y fuera de Colombia se escucharon voces de indignación que condenaban el acto y hacían un llamado a los violentos para que cesaran sus ataques contra la prensa. Sin embargo, los grupos al margen de la ley que se enfrentan dentro del territorio, han hecho caso omiso de las peticiones de la población y continúan ensañándose con el periodismo: Jineth Bedoya, periodista de *El Espectador*, fue golpeada por tres presuntos paramilitares hace unos tres meses y Guillermo «La Chiva» Cortés, presidente del consejo editorial del noticiero *Hora Cero*, fue secuestrado por las Farc en enero de este año y aún continúa retenido. Jineth Bedoya renunció a la oportunidad que le presentó el periódico para ser corresponsal en el exterior y la opción que la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana le ofreció para estudiar en el extranjero, argumentando que ha entendido su profesión como un compromiso con la sociedad. Por su parte, Guillermo Cortés, periodista de 73 años de edad, se ha desempeñado como director del noticiero *NTC*, de la revista *Cromos* y venía ejerciendo las funciones de director del consejo editorial del noticiero *Hora Cero*. Además vivió épocas de político, cuando fue concejal del municipio de Choachí y cuando se desempeñó como Cónsul de Colombia en Sevilla (España). Su estado de salud después de más de seis meses de cautiverio es motivo de preocupación para sus colegas.



Jaime Garzón

Fotografía. Revista Cambio

El collar de la indiscreción

La imagen de Elvia Cortés con un collar bomba amenazando su vida, le dio la vuelta al mundo, mientras que los principales noticieros y periódicos informaban, basándose en declaraciones de altos mandos militares y del propio Presidente de la República, que las Farc habían sido las autoras intelectuales y materiales del acto terrorista. Una semana después, esos mismos medios anunciaban que las autoridades aún no sabían con exactitud quiénes eran los responsables de los hechos, lo que puso nuevamente en tela de juicio la credibilidad del periodismo colombiano. Análisis del *Observatorio de Medios*.

EN DIRECTO



PERIÓDICO UNIVERSITARIO PARA COMUNICADORES Y PERIODISTAS ACCESO DIRECTO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
UNIVERSIDAD DE LA SABANA

CONSEJO EDITORIAL

CÉSAR MAURICIO VELÁSQUEZ,
MARTA LUCÍA RESTREPO,
SERGIO LLANO, JOSÉ IGNACIO PENABOS, ADRIANA
PATRICIA GUZMÁN,
CLAUDIA NIETO SÁNCHEZ,

DIRECCIÓN EDITORIAL

CLAUDIA NIETO
ADRIANA PATRICIA GUZMÁN

EDITORES

JUAN MANUEL GONZÁLEZ, CÉSAR MUÑOZ

DEFENSOR DEL LECTOR

JUAN CARLOS GÓMEZ

DEFENSOR DEL IDIOMA

WILLIAM ARGUELLO B.

GERENCIA GENERAL

VICTORIA H. LAVERDE,
MARTA LUCÍA RESTREPO

PUBLICIDAD Y MERCADEO

GERENCIA: ANDRÉS SEGURA
SUB GERENCIA: CLAUDIA CONDE

RELACIONES PÚBLICAS:

GERENCIA: MARIANA JARAMILLO
SUB GERENCIA: CATALINA VEGA

DISTRIBUCIÓN Y CIRCULACIÓN

GERENCIA: ADRIANA MORENO

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

CAROLINA SERRANO, JAIME CADAVID

FOTOGRAFÍA

JUAN PABLO CADAVID,
MARÍA DEL CARMEN GUARÍN

ILUSTRACIÓN

DIEGO PATIÑO, FRANCISCO ZORNOSA

PRODUCCIÓN

HUMBERTO CADAVID, JAIME CADAVID

PREPrensa E IMPRESIÓN

EDITORIAL EL GLOBO, DIARIO LA REPÚBLICA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
CAMPUS UNIVERSITARIO DEL PUENTE DEL COMÚN, KM. 21
AUTOPISTA NORTE DE SANTAFÉ DE BOGOTÁ, CHÍA,
CUNDINAMARCA, COLOMBIA.
TELÉFONO: 861 6666 EXT. 1907-1908
FAX: 861 8517 ACCESODIRECTO@PERIODISTASMIX.COM

Los planteamientos de los columnistas no comprometen el pensamiento oficial de En Directo, ni el de la Universidad de La Sabana.

Responsabilidad, en directo

El pasado 23 de junio, horas después de ser liberada, la pequeña Luisa Fernanda Cano expresaba con llanto su confusión ante lo que estaba lejos de entender: las mismas personas que, gracias a su intensa y oportuna intervención, habían logrado su liberación después de 71 días de secuestro se interponían ahora entre ella y sus deseos de abrazar a su madre. La niña caminaba en medio de flashes, micrófonos y grabadoras confundida y sin captar lo que ocurría.

Esa misma confusión es la que, por momentos, parece vivir el periodismo colombiano. La disyuntiva entre el compromiso social que debe ser base de la profesión y la necesidad de responder a los compromisos comerciales de los medios, está planteando para los comunicadores la necesidad de ejercer con fundamentos éticos muy sólidos su función dentro del conflicto colombiano para establecer así un orden de prioridades que conduzca a una selección cuidadosa de la información.

El caso de Luisa Fernanda demostró el poder de los medios de comunicación cuando se trata de ejercer su función como fiscalizadores de la sociedad, pues indudablemente su presión a los insurgentes por medio de campañas masivas en prensa, radio y televisión, abogando por la liberación de los niños secuestrados, fue determinante para que las Farc no sólo aceptaran que tenían en sus manos a la menor, sino también para que la dejaran en libertad pocos días después.

Sin embargo, en el cubrimiento de la información misma, se cometieron errores que se han convertido en hechos recurrentes cuando se trata, especialmente, de noticias transmitidas en directo.

Periodistas aglomerados dentro y fuera de la residencia de la familia Cano; toma de declaraciones a la niña y a la familia, todos aún conmocionados por el hecho y cubrimiento extra de la noticia desde la mañana y durante todo el día, son algunas de las características que demuestran que el periodismo colombiano continúa buscando informaciones a la carrera y a veces, actuando con imprudencia y desequilibrio cuando se trata de lograr una chiva y anotarse un punto en la carrera por el rating.

Lo peligroso de la situación es que la falta de medida de los

medios en el tratamiento de la información (especialmente aquella que proviene del conflicto armado) puede generar en el público incertidumbre respecto a la verdadera dimensión de los acontecimientos, pues no hay que olvidar que mientras Luisa Fernanda estaba siendo liberada, Andrés Felipe Navas (3 años), Clara Oliva Pantoja (9 años), Juan José Martínez (3 años), y como ellos, cientos de colombianos más continuaban privados de la libertad. Si bien es cierto que el hecho no podía pasarse por alto, es necesario también que la gente entienda que lo realmente importante no es celebrar cada liberación con bombos y platillos, sino erradicar definitivamente un fenómeno que azota a la población colombiana con más insistencia cada vez.

La función social de los informativos debe enfocarse en buscar el bienestar colectivo, más allá de la particularización de los acontecimientos, pues si bien es cierto que casos como éste son un punto de partida para generar en la población una posición frente a la guerra, es importante también mirar hacia el futuro y prever las secuelas que a largo plazo se pueden dejar en la estructura mental de la gente; y para ello, es vital que el periodista entienda su responsabilidad como constructor de una realidad que la sociedad asume como propia e interpreta gracias a él.

Acertos como los que se lograron en el caso de Luisa Fernanda no pueden quedar empañados con situaciones que pueden evitarse si se aceptan las críticas constructivas, que enriquecen el ejercicio real de la profesión.

N.D. A partir de este número, En Directo es el nombre con el que esperamos posicionar el periódico de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana. A razón de una disposición legal debimos descartar el nombre de Acceso Directo, con el que presentamos las ediciones anteriores.

Aclaración: En Directo aclara que la periodista Amparo Pérez es Defensora del Televidente del Canal Caracol desde diciembre de 1999 y no desde hace dos años, como se afirmó en el artículo publicado en la edición número 1, correspondiente al mes de mayo.

Ética bajo fuego

Marcela Uribe

Jefe de Prácticas

marcela.uribe@unisabana.edu.co

Son numerosos los dilemas éticos que enfrentan actualmente los periodistas en Colombia. Se encuentran informando del conflicto interno entre los fuegos cruzados de la guerrilla, el narcotráfico, las autodefensas y el ejército. Realizan su misión en medio del público y los empresarios de los medios, sin saber a cuál de los dos frentes atender: Son acosados por el departamento comercial, mientras, quizás, su conciencia les dice que lo importante es la información veraz, contrastada y de utilidad, no sólo aquella que produce dividendos fáciles. Saben que sus informaciones pueden poner en riesgo su vida u obligarles a salir del país si quieren salvarse.

Es larga la lista de periodistas que han sido asesinados por los violentos, sólo porque sus denuncias fueron valientes; o los que están exiliados, porque las amenazas les impedían seguir diciendo la verdad y ejercer libremente la profesión.

Pero si bien los periodistas en ejercicio se hayan en dificultades para tomar decisiones acertadas, no menos problemática resulta la enseñanza de la ética periodística en una facultad. Enseñar ética a los futuros periodistas es no sólo una tarea difícil, sino llena de dilemas. El periodismo es una profesión a la cual quien ha llegado a ella sintiendo la vocación, la asume como una misión. Pero la realidad de los medios en una sociedad de principios capitalistas, neoliberales, es que son un negocio, una empresa catalogada como de servicios, pero en la cual el servicio, o más bien la utilidad, es en

muchas ocasiones para los dueños, los anunciantes o los accionistas. ¿Cómo explicarles a los estudiantes, futuros profesionales del periodismo, que en los medios van a tropezar con los intereses comerciales y que tendrán que saber atender simultáneamente al público y a los directivos?

Hay un *deber ser* en el periodismo: informar al público oportuna y responsablemente la verdad completa sin prejuicios, sin parcialidad, con la documentación acertada. Ese bellissimo fin del periodismo chocará con las fuentes oficiales que darán informaciones amañadas, con el poco tiempo para investigar o con los engaños que urdirán contra ellos los que conocerán su inexperiencia y abusarán de su buena fe.

El conflicto interno no parece tener un final cercano. Hay que preparar a los futuros periodistas para informar en medio de una sociedad en guerra. ¿Y en qué guerra la verdad ha resplandecido? Los bandos, que requieren de los medios de comunicación para desinformar a los contrarios, acudirán a ellos y los manipularán, por entregarles informes imposibles de contrastar o confirmar. Por su parte, los medios no pondrán a disposición de ellos elementos para llevar a cabo sus tareas y en el cubrimiento de la guerra tendrán que ir en vehículos de la Cruz Roja, en el mejor de los casos, y en otros, del ejército o incluso de paramilitares. Ello los pondrá en grave peligro porque los hará estar del lado de uno de los bandos, siendo blanco de los otros dos.

No obstante, el periodismo sigue siendo una misión y un servicio, y la sociedad confía y tiene credibilidad en el periodista. El público no puede quedar defraudado y el profesor de ética periodística tendrá que armarse de valor y de argumentos convincentes, para, a pesar de las circunstancias y de la realidad de los medios de comunicación, infundir en sus alumnos el amor a la profesión, la lucha por la libertad de ejercerla y la disposición al sacrificio, que probablemente será necesaria. ●

En directo con...

«Hay que amar para poder escribir»

Germán Santamaría

Juan Manuel González

Editor En Directo. Sexto semestre
juanma_gonzo@hotmail.com

El reconocido director de la revista «Diners» y contador de historias habla acerca de una profesión en la que no se considera un experto.

El hombre de la esquina

Entre el pueblo judío es costumbre que los ancianos cuenten a los niños la historia de sus antepasados en la noche de Pascua. En la Edad Media, los juglares iban de pueblo en pueblo, de villa en villa contando historias. Los pueblos indígenas americanos tienen chamanes, hombres mezcla de médico, brujo y guardián de la historia y la verdad. En el mundo moderno esa labor le corresponde a los cronistas. Germán Santamaría es uno de ellos.

La historia

Germán Santamaría nació en el Tolima Grande, en medio de violencia y pobreza: «La primera imagen violenta que tengo en mi cabeza es la de un grupo de hombres degollados en la plaza del pueblo». Estudió en un colegio pobre, donde le tomó el gusto a la Literatura. De allí salió, como muchos otros, a probar suerte a la capital de su departamento, donde comenzó el periplo que lo llevaría al reconocimiento, especialmente, como un buen buscador y contador de historias; un camino que anduvo hasta llegar a la dirección de la revista *Diners*.
¿Cómo llegó a ser cronista y optó por

no quedarse en la reportería diaria?

«Cuando estaba en la universidad me fui de vacaciones por toda Sur América en *autostop*. Mandaba cartas a *El Cronista* con relatos del viaje, sólo por escribir. Entrevisté, junto con un amigo, a Mario Vargas Llosa cuando acababa de publicar *La ciudad y los perros* y en Chile escribí una crónica acerca de la situación política del país durante el gobierno de Salvador Allende, a menos de un año del golpe de Pinochet. Cuando regresé a Ibagué, me había convertido en una pequeña celebridad. Entonces me di cuenta que a la gente le gustaba que le contaran historias».

El cronista

La crónica es un oficio antiguo y muchos de los grandes escritores de todos los tiempos han ejercido este trabajo con maestría. Escribir es un sufrimiento, dice García Márquez, a quien Germán admira fervientemente. Y si es un sufrimiento, se ha de sufrir también con otros para poder comprender el fondo de sus corazones. Pero, según Santamaría, eso no es suficiente: «Un cronista debe tener una base cultural muy amplia, tiene que leer mucho; estoy convencido de que

«Hay gente que dice que yo me invento las cosas, pero yo nunca he dicho mentiras».



Fotografía. César Muñoz

Para Germán Santamaría la «ciencia» de una buena crónica radica en la búsqueda de los pequeños detalles.

sólo escribe bien quien lee mucho, porque uno puede tener un talento natural para escribir pero hay que pulirlo a través de la lectura. Además, debe tener una especie de tercer ojo para profundizar, para ver más allá de lo que ve el resto de la gente, para captar el ambiente y las emociones; hay que entender a la gente, saber cómo piensa y siente; a mí me gusta mucho la gente y, sobre todo, quererla, amarla, tenerle cariño. Yo escribo con pasión, a veces me enamoro de los personajes, me caso, y a veces me divorcio de ellos; depende de la impresión que tenga de cada uno. Hay que amar para poder escribir. Escribir es una pasión». Claro, siempre está el conflicto entre realidad y fantasía, una barrera que

es fácil de traspasar cuando se trabaja en el estilo de un hombre que aprendió del realismo mágico de García Márquez; que ve el periodismo como el arte de mostrar corazones abiertos en situaciones descarnadamente reales con la belleza de las palabras: «Hablar de esto es muy difícil, porque la gente tiende a mal interpretar. En el fondo, yo creo que una crónica no se sostiene por la verdad que dice como por la manera y la sensibilidad con la que está escrita. Hay gente que dice que yo me invento las cosas; pero yo nunca he dicho mentiras, ni me he inventado nada. Lo que pasa es que a mí me parece más importante ver los pequeños detalles».

continúa ►

Especialización en Gerencia de Comunicación Organizacional

- Comunicación Virtual
- Comunicación Organizacional
- Gestión Estratégica
- Mercadeo (real y virtual)
- Realidad sociológica

No se quede por fuera de la carrera del futuro. La nueva empresa necesita líderes capaces de gerenciar efectivamente el flujo de información y la innovación tecnológica. La especialización en Gerencia de Comunicación Organizacional es la nueva opción, ofrecida únicamente por la Universidad de La Sabana.

Dirigido a profesionales con perfil de alta gerencia.

Matrículas abiertas.

Para egresados: 15% de descuento



UNIVERSIDAD DE LA SABANA

Tel. 861 5555 o 861 6666 Ext. 1915/1916

Campus Universitario Puente del Común, Chía, Cundinamarca

Registro ICFES 17115658045110011200

agosto de 2000

▶ En directo con...

3

«No soy un buen periodista»

La valiente Omaira

El 13 de noviembre de 1986 el Nevado del Ruiz acabó con Armero. Una avalancha de lodo y piedra provocada por los gases que emanaba el volcán, sorprendió a un pueblo que dormía. En medio de los escombros, hundiéndose en el barro y sin saber qué los había golpeado, murieron aproximadamente 20.000 seres humanos. Una de esas personas era una niña de 12 años, que el mundo conoció sólo como Omaira y que le cambió la vida a Germán Santamaría (en cuyos ojos aún se asoman las lágrimas al recordarla).

La muerte de esa niña conmovió al mundo y, de cierto modo, lanzó a Santamaría a la fama. «Tan sólo lo que quería —dice— era salvarle la vida a esa pequeña, pero lo único que pudo hacer fue acompañarla mientras se le iba la vida... «Omaira me marcó y me encasilló. Y me marcó y me involucré porque fueron muchos días y muchas noches de untarme de barro y de sangre ayudando a las víctimas».

Ese día aprendió que la muerte no significa nada si no tiene un rostro; que muchos muertos no son ninguno y que la tragedia de Armero tendría para siempre, ante el mundo, el rostro de Omaira, gracias a su crónica y a que la revista *París Match* escogió ese rostro como uno de sus 100 personajes del siglo XX.

El hombre de la esquina

«No, yo no soy un buen cronista, ni un buen periodista, porque no soy objetivo. Veo, para escribir yo me enamoro u odio a los personajes y eso no es buen periodismo. Por ejemplo, cuando yo escribí una crónica sobre García Márquez, "El inmortal", dije que una vez en Nueva York me lo había encontrado en un teatro, en matiné. El teatro estaba solo y tan sólo él y yo. En ese entonces, escribí que había tenido ganas de cogerle la mano y decirle que lo amaba. La gente no entendió eso y muchos se burlaron de mí; pero eso fue lo que sentí, ganas de cogerle la mano y decirle que lo amaba, de tanta admiración que le tengo.»

Entonces, ¿usted qué es?

«Yo sólo soy un hombre que está parado en una esquina viendo pasar la gente, como quien ve pasar la vida, y amándola, porque para poder escribir hay que saber amar a la gente.»

Legalidad "de película"

Ángela María Vélez

Cuarto Semestre

Además de las pérdidas económicas que la piratería de videocasetes genera a los distribuidores legales, se añade el costo que deben pagar los clientes y que va desde la mala calidad de las películas hasta las implicaciones jurídicas para algunas videotiendas.

Cualquiera diría que ese hombre es un cinéfilo de tiempo completo. Por lo general acude al cine dos veces al día, pero no precisamente porque le gusten las buenas películas. ¿La razón? Él es uno de los muchos "pirateadores" de películas que ingresan a los teatros con el único objetivo de filmar la película de cartelera con su videocámara ocho milímetros, bien escondida entre su chaqueta.

Paga su boleta y se acomoda en lo más alto del recinto; enciende su Handycam y comienza la grabación. Tan pronto termina el filme, el sujeto se va a su casa, situada en el barrio Tibabuyes (al noroccidente de la Capital) y allí inicia todo un procedimiento de copia. Al otro día, la película está disponible para el alquiler en una de las muchas videotiendas piratas de la ciudad.

La piratería de video es un fenómeno mundial que afecta a la mayoría de los países, y les genera pérdidas económicas a los distribuidores legales. Los gobiernos de las diferentes naciones han intentado frenar este delito, para lo cual han creado programas en contra de la piratería. A manera de ejemplo, en lo que va corrido del año, el gobierno de China ha confiscado 3'160.000 películas extranjeras de video en formato de VHS, en desarrollo de una campaña coordinada en todo el país contra la piratería de derechos de autor. Según el diario *El País* de España, el 70 por ciento de esas cintas incautadas procede de almacenes clandestinos y mercados especializados.

El proceso de la piratería

Para Giovanni Walban, administrador del Múltiple Portoalegre, en Bogotá, "es bastante complicado impedir que alguien se «cuel» con una cámara y grabe la película, pero aquí hacemos todo lo posible para vigilar a esas personas; por eso es que tenemos bastante personal que está pendiente de lo que acontece dentro de la sala".

Al preguntarle al administrador si ha capturado a alguien grabando alguna película, respondió: "alguna vez cogimos a un

tipo con una Handycam en una sala cuando *Titanic* estaba en cartelera. Le decomisamos la cámara y él dijo que la grabación era para su abuelita. Desde ese día, hemos incrementado la seguridad en las salas". Hay tres procesos de grabación de películas piratas. El primero de ellos es ingresando la cámara ilegalmente al teatro, acomodándose el sujeto en las últimas sillas y colocando la cámara entre sus piernas. El segundo método es sobornando al empleado que proyecta la película e ingresando al cuarto de proyección con la videograbadora (así la grabación ilegal queda mejor encuadrada y sin obstáculos o risas del público). El tercero es copiando del casete original a otro virgen, mediante dos reproductores de video VHS que se conectan fácilmente a un televisor. Éste es el método utilizado en copia de videos que ya están disponibles en tiendas legales.

En defensa del video legal

Hasta no hace mucho tiempo, la piratería se pensaba sólo para la reproducción de obras literarias, científicas y artísticas. Actualmente, con el avance de la tecnología en áreas como la informática y las telecomunicaciones, la piratería creció a una velocidad vertiginosa. Ahora todas las obras intelectuales pueden ser objeto de imitación, falsificación o plagio por parte de terceros, lo que vulnera así los derechos de autor.

Colvideo es la entidad colombiana encargada de velar por el video legal y que vigila a las distribuidoras del país, entre las cuales se encuentran Rodven (dueño de los derechos de autor de Walt Disney, Twentieth Century Fox, entre otras), Cine Colombia (que distribuye producciones de las demás compañías), Cine Video (distribuidora de Kyron, CyC, etc.) y Cine Plex (una empresa independiente que produce cine arte en el país). El control tutelar que Colvideo ejerce sobre las an-

teriores compañías es estricto; aún así, la distribución ilegal de video es difícil de fiscalizar. En un estudio realizado por esta entidad, en 1999 por cada video legal circularon dos "pirateados" en la ciudad de Bogotá. "Esta relación es alarmante, más si se tiene en cuenta que se ha implementado un control intensivo sobre la entrada de grabadoras a las salas de cine en Bogotá", señala Juan Martínez, de Colvideo.

Además, el estudio anterior reveló que sólo en Bogotá hay más de doscientas videotiendas ilegales que se encuentran registradas como legales ante la Cámara de Comercio y las demás entidades fiscalizadoras. A pesar de lo anterior, el crecimiento de los alquileres en videotiendas legales en 1999 se estimó

en alrededor de un 20 por ciento, según el estudio, debido a las reformas que éstas debieron implementar para atraer a los clientes. En el campo de la venta directa, a los grandes comercios como Blockbuster y Betatonio les va cada vez mejor porque su clientela es la de mayor poder adquisitivo y

además tiene acceso a muchas ventajas y promociones. Bogotá es la ciudad en donde más se vislumbra el problema de la piratería del país.

Aproximadamente, según el estudio de Colvideo, desde la capital se distribuye casi el 60 por ciento de los videos ilegales del país hacia las demás ciudades.

Beatriz Ayala, abogada especializada en propiedad intelectual, sostiene que "El comerciante honesto y titular de los derechos intelectuales se ve afectado al encontrarse en el mercado a un pirata que coloca los mismos productos en forma engañosa a un costo menor; de este modo, se incurre en una actividad ilícita". Según la abogada, Colombia está incluida en la lista de Observación 301, la cual está integrada por las naciones que no gozan de adecuada protección en Propie-

Ahora todas las obras intelectuales pueden ser objeto de imitación, falsificación o plagio.

Enfoque

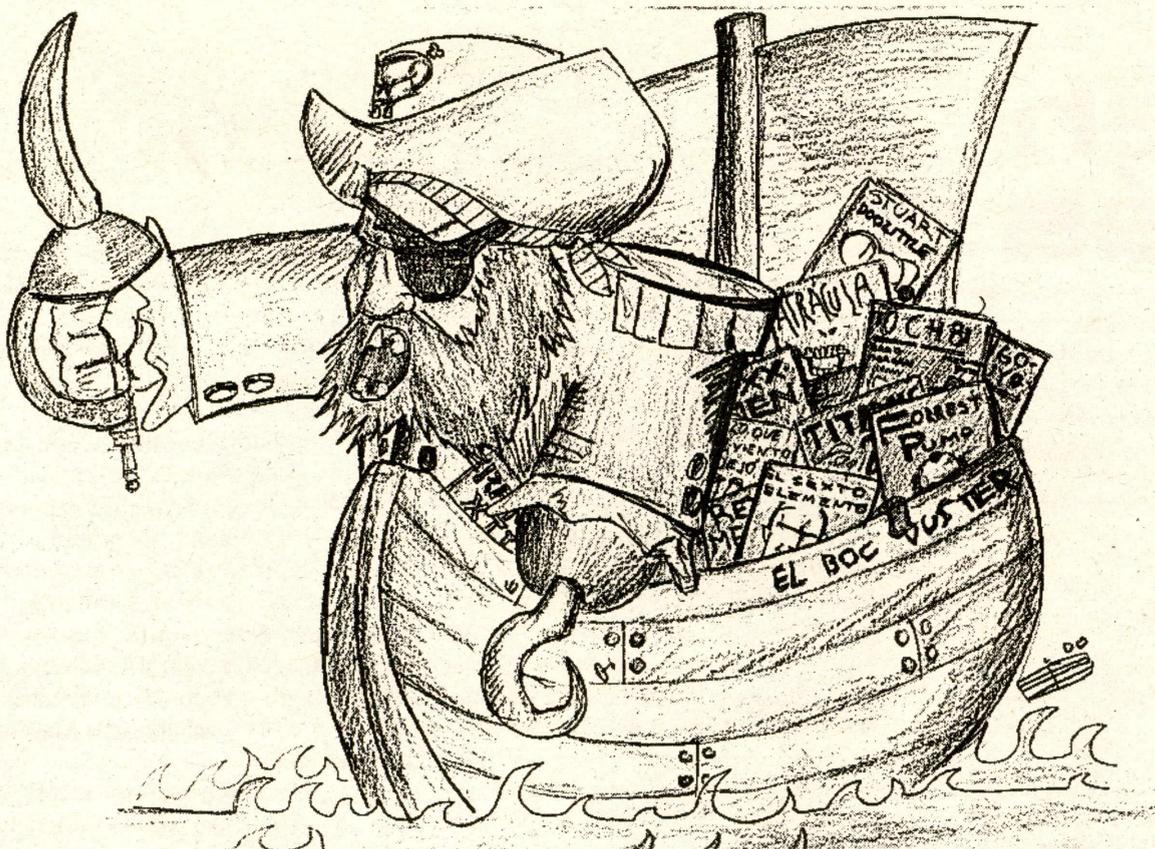


Ilustración. Diego Patiño

dad Intelectual y con altos índices de ilegalidad en esta materia, situación que nos coloca en una posición débil frente a los demás países. Las consecuencias de todo lo anterior son restricciones de orden comercial y económico y reducción de las inversiones extranjeras en el país.

En Colombia, todos estos ilícitos están sancionados por las leyes que rigen en materia de Propiedad Intelectual, como lo son la Ley de Propiedad Industrial y la Ley sobre el Derecho de Autor, y por el Código Penal. Beatriz Ayala considera que "las penas y sanciones establecidas contra la piratería de videos no corresponden con la realidad actual del país, sobre todo si tomamos en cuenta el avance de la tecnología o las nuevas formas de comunicación (internet, televisión por ca-

ble, transmisión satelital, etc.)". Además, agrega que para crear una seguridad jurídica se tienen que establecer sanciones severas y proporcionales con el delito cometido contra bienes que son tutelados por el Estado. En el Proyecto de Disposiciones Tipo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (Ompi) se considera que la acción de piratería es un robo y debe castigarse como tal.

"En Colombia, es poco lo que se ha hecho con respecto a este delito; la legislación que protege los derechos de autor se limita simplemente al papel, mientras que nosotros, los distribuidores legales de películas estamos perdiendo mucha plata", afirma Juvenal Cepeda, propietario de Videocep, una videotienda legal de Santa Fe de Bogotá. Él cree que la gente considera que los únicos sitios de alquiler

de videos legales son Betatonio o Blockbuster, pero hay negocios como el suyo que pagan impuestos por la entrada de películas originales y poderlas comercializar.

¿Ganancias o pérdidas?

Cristina Otálvara, administradora de Blockbuster Video, sede Niza, afirma: "cada película que ingresa a nuestros locales está completamente legalizada; por ella debemos pagar impuestos, tasas, aranceles y derechos de autor a la compañía

distribuidora y al Estado".

Por otro lado, Mayerly Sánchez, propietaria de una videotienda ilegal en Bogotá, explica que en su negocio se alquilan tanto películas legales como ilegales. Sin embargo, considera que el problema de las películas originales es que se demora mucho su distribución y llegan un poco retrasadas con respecto a su estreno en cartelera. Por eso, ella decidió conseguir un muchacho que se las vende de forma ilegal, más baratas y recientes (en cartelera).

Según Andrés Duque, director de mercadeo de Betatonio, los costos de una película pirateada reciente que se vende en las videotiendas ilegales de Bogotá, oscilan entre 20 mil a 25 mil pesos, por concepto del valor del casete virgen, más la ganancia del distribuidor pirata. Mientras

tanto, el costo de un video original que ingresa a una videotienda legal está entre 40 mil y 50 mil pesos. Lo anterior quiere decir que la videotienda pirata evade el 50 por ciento del valor de la película original. Para Andrés lo peor de todo es que las películas piratas son malas de calidad en imagen y audio, y la gente sólo porque son más baratas consideran que son iguales a las originales.

Según Carlos Fernando Martínez, dueño de una videotienda ilegal, "una película aquí cuesta \$2.500, y salen de buena calidad, lo que pasa es que la gente le hace a uno mala fama. Pero la situación económica obliga a la gente a acudir a estos sitios".

Jesús Lozano, administrador de Betatonio Niza, afirma que "las copias "pirateadas" no tienen la misma calidad que las originales, están mal conformadas o configuradas, y por defectos o la ausencia total de un control de calidad y de garantía, llegan inclusive a producir daños. La adquisición de estos videos, por regla general, acarrea problemas a los equipos en los cuales son usados (VHS, reproductores, etc).

Marina Bejarano, cliente de una videotienda ilegal, dice "no pienso pagar más por la misma película en Betatonio. Eso sí, la calidad no es la misma, pero igual algo se ve". Al parecer, la gente aún no es consciente que la piratería de las películas afecta no sólo a las empresas que se encargan de distribuirlas legalmente, sino también al país y a los consumidores que son engañados al creer en la calidad de esos productos. **1**

EN DIRECTO

¡suscríbese ya!

Universidad de La Sabana
Campus Universitario del Puente del Común, Km. 21
Autopista Norte de Santafé de Bogotá, Chta, Cundinamarca, Colombia.
Teléfono: 861 6666 - 861 5555 Ext. 1907-1908 Fax 861 8517

Con el recibo de consignación, entregue este cupón con el dinero en efectivo personalmente en la gerencia de distribución y circulación o envíelo vía fax.

Cualquier inquietud, no dude en contactarnos.

Cupón de suscripción

Fecha: mes año

Nombre: _____ Documento: C.C. _____ C.E. _____ País: _____

Teléfonos: casa celular oficina

Dirección envío de correspondencia _____

Forma de pago _____

Efectivo sí no Consignación Conavi cuenta 2005 8996304 251-1

Cheque sí no número _____

Suscripción anual Bogotá \$ 11.000⁰⁰ Suscripción anual fuera de Bogotá \$ 18.000⁰⁰

Nuevo reto periodístico de los medios impresos

Una imagen vale más que...

Ana Milena Bermúdez

Redactora
chiquiber@hotmail.com

Como pan caliente. Así se vendió la edición dominical de *El Espectador*. A las ocho de la mañana del domingo 23 de julio ya no había ni un solo ejemplar en los puestos de venta. De eso da cuenta, por lo menos, el propio periódico que en su edición del lunes siguiente destacó a seis columnas la acogida que, en principio, los bogotanos, le dieron a la edición renovada del diario. Este hecho es apenas uno de la serie que se inició hace unos meses, cuando varios medios impresos, dentro de los que se



Fotomontaje. Jaime Cadavid

incluyen *El Tiempo* y *La República*, y revistas como *Cambio*, decidieron estrenar vestido.

La cuestión no es fácil, cada vez el lector se hace más exigente, tiene menos tiempo, más obligaciones y menos disposición para leer con detenimiento la oferta global de los diarios.

De manera reciente, entonces, los periódicos han optado por solucionar las necesidades de los lectores a través de su imagen. Lo rápido, ágil y, ahora más que nunca, conciso, es a juicio de los expertos, lo que atrae al público que busca la mejor opción de información.

Rompiendo la tradición

Conscientes de que el concepto de leer el periódico en familia, en donde cada

Además de los valores agregados que periódicos y revistas buscan ofrecer a sus lectores cada día, quienes conocen el medio saben que ante la competencia y el desarrollo de los medios electrónicos también hay que trabajar mucho en el desarrollo de alternativas gráficas.

uno tomaba el cuadernillo que le interesaba, ya no existe, hace un par de meses, Beiman Pinilla, editor gráfico del periódico *El Tiempo*, y el reconocido diseñador internacional, Mario García, le cambiaron la cara a este diario de circulación nacional. Con sólo dos cuadernillos se pretende que el lector realice un recorrido por todas las secciones del periódico, cautivándolo para que se quede en él y obtenga toda la información que desee en menos tiempo. Con un costo aproximado de un millón de dólares el periódico se arriesgó así al rechazo de los lectores tradicionales y se lanzó, de paso, a la conquista de unos nuevos.

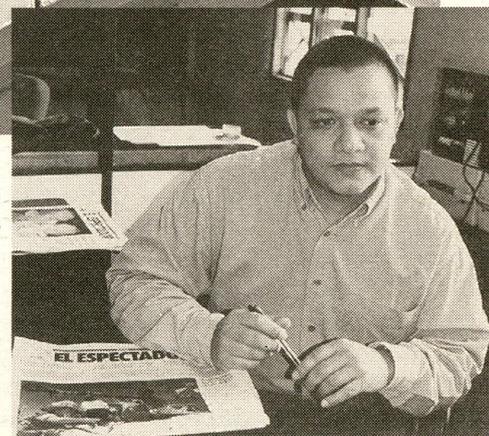
Miguel Rodríguez, editor gráfico y creador del nuevo diseño del diario *La República*, comenta que en este caso, las personas tenían el concepto de que por ser un periódico especializado en temas económicos debía ser pesado y sin espacios blancos que descansen la vista. Justamente por esta razón los propietarios tomaron la decisión de rediseñar el periódico. Ahora, cuenta con un diseño más ágil, menos cargado de información, pero eso sí, más concreto.

Rodríguez asegura que algunos de los cambios no sólo apuntan a crear una nueva imagen del diario sino a su vez a reducir costos, debido a la incidencia que sobre el negocio ha traído consigo la situación económica del país.

En este caso la estrategia fue un poco distinta. *La República* disminuyó el número de páginas en su versión en papel, pero aumentó su trabajo en internet. "El diario sigue guardando la concepción de dar la información lo más completa posible con la diferencia de que, ahora, cada vez que haya un artículo muy extenso, una parte se publica en el diario y se le hace una invitación al lector para que visite nuestra página en internet en donde encontrará la ampliación del mismo". Así, el reto se hace mucho más grande porque además de visualizar el trabajo para



Los más importantes medios de comunicación escritos del país decidieron darle una nueva imagen a sus publicaciones, planteando así, nuevos retos para sus periodistas.



Fotografías. Juan Pablo Cadavid

la red, se crea una propia competencia con la versión que circula físicamente.

Los paisas también caminan en la misma línea. Wilson Daza, editor gráfico del periódico *El Colombiano*, afirma que particularmente con una inversión en la actualización de equipos, el diario busca estar acorde con lo que, según él, es la tendencia del diseño gráfico actual: "cada vez el diseño de los impresos se parecerá más al que utilizan los nuevos medios como internet; pero sólo en la forma, en el fondo debe seguir conservando ingredientes como el análisis y la profundidad en los temas". Opina que si bien los periodistas no están capacitados del todo para entender el nuevo concepto del diseño, están haciendo su mejor esfuerzo para adaptarse en el menor tiempo posible.

El periodista muy pocas veces piensa en el concepto gráfico, según la mayoría de los diseñadores. Se olvida de que el trabajo de diseño y de redacción debe hacerse en equipo y de que es preciso ceder un poco de contenido para que los textos respiren; pero al periodista no le gusta escribir corto, aseguran. De ahí que, según Beiman Pinilla, el mejor periodista es quien mejor condensa la información.

Todo entra por los ojos

El editor gráfico de la revista *Cambio*, Jorge Rodríguez, comenta que el periodista simplemente tiene que ser más concreto y utilizar un estilo más ágil y agradable. Rodríguez agrega que la revista no tuvo que hacer inversiones adicionales para el rediseño que realizó hace cuatro meses, ya que la "metamorfosis" fue creada por los mismos diseñadores gráficos. "El diseño mundial actualmente brinda una libertad para no llevar ninguna tendencia, en él todo está permitido. Existe la posibilidad de rescatar lo que antes se utilizó", según Hernán Zansone editor gráfico de la revista *Gatopardo*. Zansone considera que el diseño de la revista le da mucha importancia al texto y respeta la fotografía, por esto no puede excederse en texturas y fuentes tipográficas. Todo esto depende del medio en el que se trabaja.

La tecnología inunda las páginas de los medios impresos, por eso el redactor al frente de su computador, tecleando afanosamente, deberá llegar al grano, diciendo lo que es, en donde es, pensando siempre en la forma que el lector lo verá escrito, porque como dicen los culinarios "todo entra por los ojos".

De nuevo, los periodistas están en la mira de los violentos

'Sentía miedo de no volver a escribir': Jineth Bedoya

Los hechos de violencia contra los periodistas también son asunto de los dueños de los medios, asegura esta profesional, víctima de las represiones contra la prensa.

Jineth Bedoya era una periodista como cualquiera; cargadrillos, como cualquiera. Que estudió en la Universidad Central y ha trabajado en radio, prensa y televisión, como podría hacerlo cualquiera. De los que asisten a ruedas de prensa, cubren combate, van a las cárceles y escriben noticias, como cualquiera. Y la vida ni siquiera le cambió cuando comenzó a recibir amenazas, como le ocurre a cualquier periodista que cubra orden público. "... Uno ya no se preocupa cuando sabe que alguien se va a molestar y cuando es consciente de que no a todo el mundo le va a gustar lo que uno escribe. Yo no pensaba que iba a pasar eso".

Pero lo que sí le cambió la vida fue el secuestro del que fue víctima, a manos de tres hombres que se la llevaron cuando realizaba un trabajo de reportería sobre un caso de corrupción en la cárcel La Modelo de Bogotá. Ellos la golpearon, la amenazaron con asesinarla y la dejaron botada en Villavicencio. Desde entonces, comenzó a recibir muchas cartas, recibe comunicaciones de apoyo de todo el mundo, de periodistas y de personas del común que rechazan el que fue un acto más de violencia contra un periodista en Colombia y que le hicieron sentir "que no estaba sola en el rollo". Pero las cartas no son lo único distinto ahora.

Hoy Jineth va a todas partes acompañada de un guardaespaldas y debe movilizarse en un carro blindado que le proporcionó *El Espectador*, el periódico donde trabaja. Debido a ello ha perdido su intimidad y, además, ha tenido que enfrentar el hecho de que las fuentes que cubre se frenan a la hora de darle información porque a su lado siempre hay alguien desconocido para ellas.

A Jineth no le gusta hablar de "eso" que "es una cosa que para mí quedó atrás y sólo lo hablo con la fiscalía. Pues, como persona y como periodista, obviamente es algo muy difícil de superar. Más que ese momento, lo importante es el ahora; creo que ahí vamos, saliendo adelante..."

Sin embargo, dice que vivir el presente le cuesta, pues es imposible vivir tranqui-

la con el resentimiento y el odio que "eso" le dejó en contra de tres personas que ni siquiera conoce. Además, asegura que mucha gente comparte la responsabilidad de hechos como en el que resultó involucrada; es más, que los grandes monopolios y los directores de los medios también tienen su culpa, porque los cargadrillos como ella no cuentan con la suficiente protección para hacer su trabajo. "... El cincuenta por ciento de la culpa es de ellos, porque por ellos es que nos metemos en la boca del lobo y, sin embargo, no tenemos nada a cambio. Un salario, nada más", y ni siquiera una prima de riesgo o un seguro.

Ni un paso atrás

Sabe que hacer bien su trabajo también influyó en lo acontecido, pero aún así piensa que "contra mi trabajo nunca podría tener ni siquiera el mínimo odio. Yo adoro mi trabajo y por eso estoy aquí, mi trabajo me motivó a quedarme en el país y a continuar hacia adelante".

Y por su trabajo, en efecto, se quedó, aún cuando la Universidad de La Sabana le ofreció una beca para estudiar en España y *El Espectador* le planteó la posibi-

lidad de irse a trabajar al exterior. Se quedó porque siente que su recuperación está acá, en su país y haciendo lo que le gusta y porque no quiere huir de unas personas que desconoce, así eso le implique desconfiar de todo el mundo.

Además, "cuando los tipos me estaban apuntando a la cabeza yo sentía miedo de no volver a escribir. No sentí ganas de decir que no quería saber nada más del periodismo, de irme del país, no. Mi gran miedo era no poder volver a escribir, no poder volver a hacer reportería. En esos momentos es cuando uno se da cuenta si de verdad quiere lo que está haciendo y que vale la pena.". Así que seguirá, sin duda, en el periodismo.

El miedo de Jineth ahora es que, aunque ha contado con todo el apoyo de las autoridades y de las organizaciones en defensa de la Libertad de Prensa, su caso quede impune como tantos otros, que la Unidad especial que creó la Fiscalía para investigar las agresiones contra periodistas no sirva para nada y que, como ha sido siempre, los periodistas, especialmente los que cubren orden público tengan que salir a hacer su trabajo bajo su propio riesgo.

Jineth Bedoya ya no es una periodista como cualquiera. Todavía cubre orden público y ruedas de prensa, como cualquiera, pero tiene guardaespaldas y carro blindado, y un odio que antes no tenía.

No obstante, se esfuerza por hacer su trabajo con objetividad y con ánimo más que cualquiera. ¿Entonces por qué sigue haciendo periodismo? «Porque sí vale la pena hacer periodismo en Colombia» a pesar del peligro.

Y sigue por el apoyo de la gente y porque "alguien lo tiene que hacer. Si no valiera la pena, entonces que todos los periodistas del país empaquemos maleta y vayamos al exilio. No, alguien tiene que hacer el trabajo." 📍



Fotografía. Juan Pablo Cadavid

Jineth Bedoya fue secuestrada y golpeada por tres presuntos paramilitares quienes la abandonaron a la salida de Villavicencio el mismo día del plagio.

Una revisión del Acuerdo El Collar de la

Germán Ortiz

Coordinador de Investigaciones
Facultad de Comunicación Social y Periodismo
german.ortiz@unisabana.edu.co

La desinformación generada en el caso del asesinato de doña Elvia Cortés constituyó una violación del Acuerdo por la Discreción y puso en evidencia la necesidad de la exactitud sobre la rapidez, tanto por parte de las fuentes como de los profesionales de la comunicación.

Un hecho de indiscreción

El pasado 15 de mayo, los noticieros de televisión de Colombia y el mundo, abrieron sus emisiones nocturnas con espeluznantes imágenes sobre los minutos previos a la muerte de una campesina de 56 años a quien se le había colocado un collar con explosivos unas horas antes, al negarse a pagar una extorsión de 15 millones de pesos, que un grupo de hombres le había exigido en su casa ubicada en la vereda La Palestina, una zona del departamento de Boyacá al nororiente del país.

El hecho, que logró conmocionar a la ya impasible opinión, cobró con las horas inusitada importancia pública, no sólo por la crueldad que encerraba el acto en sí mismo, sino porque se convirtió, en apariencia, en un serio revés a las negociaciones de paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, Farc, el grupo subversivo más grande y viejo de América, puesto que la autoría -según fuentes del gobierno y ampliamente difundida por los medios masivos de comunicación - recaía en el frente 11 que operaba en la zona.

Dos días después, los titulares de prensa de muchos diarios resaltaron las palabras del propio presidente Pastrana quien -en un inusual tono- durante una intervención en la Escuela de Formación de Oficiales de Policía advirtió: «No hay palabras para repudiar esta acción de la que hasta las bestias se avergonzarían. Los violentos han colocado un collar de dinamita, no solo sobre doña Elvia, cuya muerte hoy nos conmueve el corazón, sino sobre la esperanza de todos los colombianos.

...No es posible que mientras el gobierno demuestra permanentemente su voluntad de paz, este movimiento cometa hechos tan atroces como el del día de ayer, o como la amenaza general de secuestro y extorsión o como el ataque de la semana pasada a un microbús en el que se transportaban ciudadanos del común en Gigante, Huila, y en el cual murieron víctimas inocentes. ¡Así no se construye la paz!

...He dado claras instrucciones al Alto Comisionado para la Paz para (...) que se suspenda la audiencia pública internacio-

nal que estaba prevista realizarse a finales de mes sobre los temas de medio ambiente y cultivos ilícitos. Los pueblos del mundo no entenderían, a la luz de los últimos hechos, que se les invite a participar en el proceso de paz y que esa participación no incluya un apoyo para que se acaben los efectos perversos del conflicto sobre la sociedad civil y para que se de el respeto pleno al Derecho Internacional Humanitario».

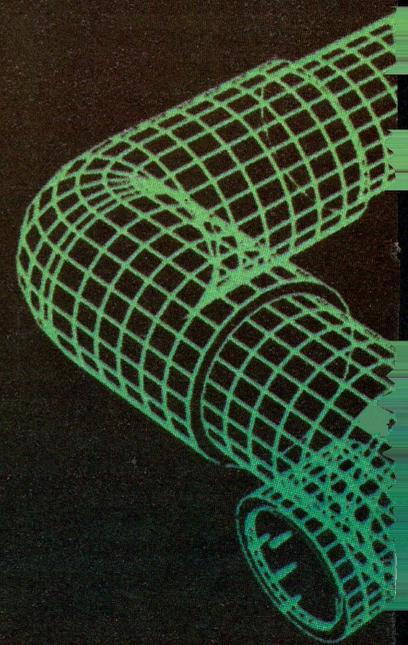
En ese momento, voceros de los gremios económicos pidieron también la suspensión de toda negociación distinta a la del alto del fuego con las Farc. Eran declaraciones basadas en los propios informes de Inteligencia Militar en la región donde ocurrió el hecho y respaldados en alguna medida por las propias del Vicefiscal General, Jaime Córdoba, quien calificó el episodio como «un acto de extrema barbarie que pone en evidencia que las Farc insisten en violar de manera desafiante las reglas mínimas humanitarias» o del ministro de Defensa, Luis Fernando Ramírez, cuyas frases fueron usadas para configurar el titular de un diario de circulación nacional: «No es el primer acto inhumano de la guerrilla», seguido de esta aseveración: «el hecho no tiene parangón en nuestra historia a pesar de estar plagada de actos horrendos». Con el tiempo y en el transcurso de tan sólo una semana se fue evidenciando el proceso de desinformación que rodeó la noticia del crimen de doña Elvia Cortés. De la certeza inicial en las primeras informaciones se pasó a la incertidumbre en la autoría de los hechos. «No sabemos quiénes son los autores» diría - ante los medios de comunicación- el director nacional del Cuerpo Técnico de Investigaciones, CTI.

Así, por un lado, se pasó del sofisticado sistema del collar bomba del que se habló en un comienzo, al mecanismo que no requería de grandes conocimientos en el manejo de explosivos. Los expertos establecieron que el collar era una vulgar bomba casera compuesta por pólvora negra y algunos químicos que explotaron por la fricción y el calor generados por una segueta que utilizó el técnico de la policía para neutralizarlo. Además, también se pasó de acusar al conocido frente guerrillero a descargar la responsabilidad en una banda de delincuen-

tes comunes que actuaban desde tiempo atrás en la región, que incluso seis meses antes habían utilizado un cinturón bomba hecho con tubos de PVC llenos de pólvora de la que se usa para las explotaciones de esmeraldas de zonas cercanas.

Eran evidencias que, de manera gradual, diluían las versiones iniciales de un acto que, por sus dimensiones en un entorno de violencia y terrorismo como el actual, parecía dar la puntada final a un proceso de diálogo en torno de la paz con el grupo de las Farc. Proceso éste que se caracteriza por vivir entre las transformaciones (diálogos en búsqueda de esa paz por 16 años) y crisis (aumento de frentes armados y agudización del conflicto) permanentes, en donde los acontecimientos que las enmarcan, y las informaciones que se generan por ellos, se suceden a diario con extrema volatilidad.

Muchos de los sucesos por su amplitud en Colombia - como lo fue el del «collar bomba»- son altamente protagónicos y sus implicaciones parecen



Ahora en
Centro Chía

¡Imparable y Genial!

No habrá nadie
que se resista...

Local 1070

¡Los esperamos!

Indiscreción

construir puntos de ruptura dentro de un proceso socio político sin rumbo. Aún más, en la cotidianidad nacional de violencia que sufre el país, un hecho de repercusión, en el que el papel de los medios masivos de comunicación es fundamental, oscurece a otro rápidamente, a manera de espirales superpuestas y de gran dinamismo, por lo que la atención pública y el registro por parte de la opinión se desplaza de un tema a otro con tanta rapidez que los factores de la crisis misma se acentúan y se acumulan con el día a día, sin que el ciudadano entienda lo que puede hacer por su sociedad y por el contrario se sienta sumergido en un caos social formal, bajo un sentimiento de impotencia que causa desarraigo a la manera de lo que el pedagogo John Dewey denominó en 1927 en su obra *El público y sus problemas*: la tensión de la comunicación en la que ella es al mismo tiempo la causa y el remedio de la pérdida de la comunidad social y de la democracia política.

Informar para desinformar

Lo anterior es tan sólo la punta

de un gran iceberg, que esconde en el fondo, complejas realidades que enmarcan la labor de informar en un país en medio de la guerra.

En el caso del crimen de doña Elvia, se incumplió de manera clara uno de los puntos del *Acuerdo por la Discreción* firmado por más de 35 medios de comunicación del país en 1999. "No presentaremos rumores como si fueran hechos. La exactitud, que implica ponerlos en contexto, debe primar sobre la rapidez".

Sin embargo, ¿se hizo lo necesario para mantener la discreción en este asunto? En un difícil momento económico como el actual para las empresas informativas del país la competencia se gana con raiting. El consumo de noticias debe aumentar y cualquier estrategia puede servir. El producto de venta es la información y la calidad se fija por la avidez de quien puede poner más rápidamente la noticia en los hogares de los consumidores. Esto lleva a identificar nuevos rasgos que caracterizan la rutina del periodista colombiano.

Tal vez el interés público no esté tan determinado por lo social como sí por

la tecnología de las comunicaciones satelitales, que vigoriza la entrega del mensaje periodístico; el creciente avance del espectáculo en parte por la creencia de algunos directores de medios de considerar que en Colombia hablar de lo ligero suaviza el dolor de sus ciudadanos agobiados por la corrupción, el secuestro o las masacres. Ahora subsisten ambos contenidos en los mismos noticieros. Se abre con la matanza del día y se cierra con la intimidad de los famosos. Son las nuevas estrategias de venta y consumo que han hecho parecer lo realizable como necesario, lo propagandístico como verdad.

Es un asunto tan complejo al interior de salas de redacción y emisión que resolverlo no es fácil, pero no deja de ser una realidad que compromete el perfil profesional de quienes ejercen el oficio porque se pone en entredicho la calidad y los estándares de los comunicadores. Incluso ahora por otro de esos efectos perversos del conflicto armado en Colombia, la discreción es un asunto de vida o muerte de los informadores que han quedado en medio del enfrentamiento de los violentos que ven al reportero como parte de su causa, apoyándole o atacándole dependiendo de cómo le vea en el oficio de informar y en relación con su causa política.

De ahí, el interés por conocer los efectos que ha tenido la firma de este acuerdo de discreción; discreción que guarda sus principios en el ejercicio de informar – y en un ámbito público – con una capacidad y juicio apropiados para saber hacer las cosas mejor y por las vías más razonables. La idea es dar a conocer los hechos al público en su punto y con el uso de buen criterio (el cual no necesariamente es el mismo de su jefe de redacción o dueño del medio), para una visión más amplia y contextualizada de la situación. Estar atento a informar con discreción es tener presentes todas las circunstancias para ir con cautela, con prudencia. Es conocer lo que puede en determinadas circunstancias ser bueno o ser malo para el interés público, (en el caso del collar bomba era la posibilidad de ruptura en búsqueda de un ambiente para las conversaciones sobre la paz), en la información y formación de la opinión pública. Hoy, en medio de las crisis recurrentes del país, los medios masivos de comunicación deben enfrentar gran-

des retos para mantener la verdad y la realidad del mismo lado. Por defender los principios de la información y no caer en uno de los peores matices de la desinformación como la mentira.

Nuestro papel

Ante este panorama es necesario ahondar en los estudios académicos de los procesos de información basados en la realidad misma sobre el objeto de que se habla, en últimas del referente social objeto de trabajo de quienes laboran en periódicos y noticieros; de la representación que el informador se hace de manera más o menos adecuada de esa realidad y en la que entran a jugar sus valores y prejuicios, y del discurso periodístico que llega al interlocutor (más allá del simple receptor), es decir, la representación social de esa realidad que finalmente se transmitirá por canales de difusión con gran efectividad.

En el caso del "collar-bomba", podrían asumirse de manera crítica estos tres aspectos para concluir de qué manera se trató en la difusión del hecho, por un lado, la verdad (si tomamos la realidad de lo sucedido y la representación que de esta se hicieron para sí medios e informadores), y por otro, la realidad (repleta de confusas imágenes) cuando se correlacionan los procesos de conocimiento de quienes cubren la guerra en Colombia y la validez de su propio discurso periodístico para no caer en los síndromes de una primicia que muchas veces subvalora la realidad de los acontecimientos.

Un desafío de inmenso valor para quienes deben mostrar una nación que va más allá de ser el problema de la posguerra fría sin resolver. Sucesos como el que convoca al público en este artículo, le dieron la vuelta al mundo en descrédito no sólo de quienes hacen la guerra en Colombia, sino sobre todo de la mayoría que desea la paz.

Una semana después, el 21 de mayo, el Comisionado de Paz en declaraciones a los medios masivos de comunicación, reconocía que las Farc no eran las autoras del crimen, e incluso resaltaba que el gobierno se animaba a intensificar de nuevo las gestiones para seguir adelante con el proceso de paz. Hoy, sin embargo, no hay claridad acerca de los responsables del asesinato de Doña Elvia Cortés. 

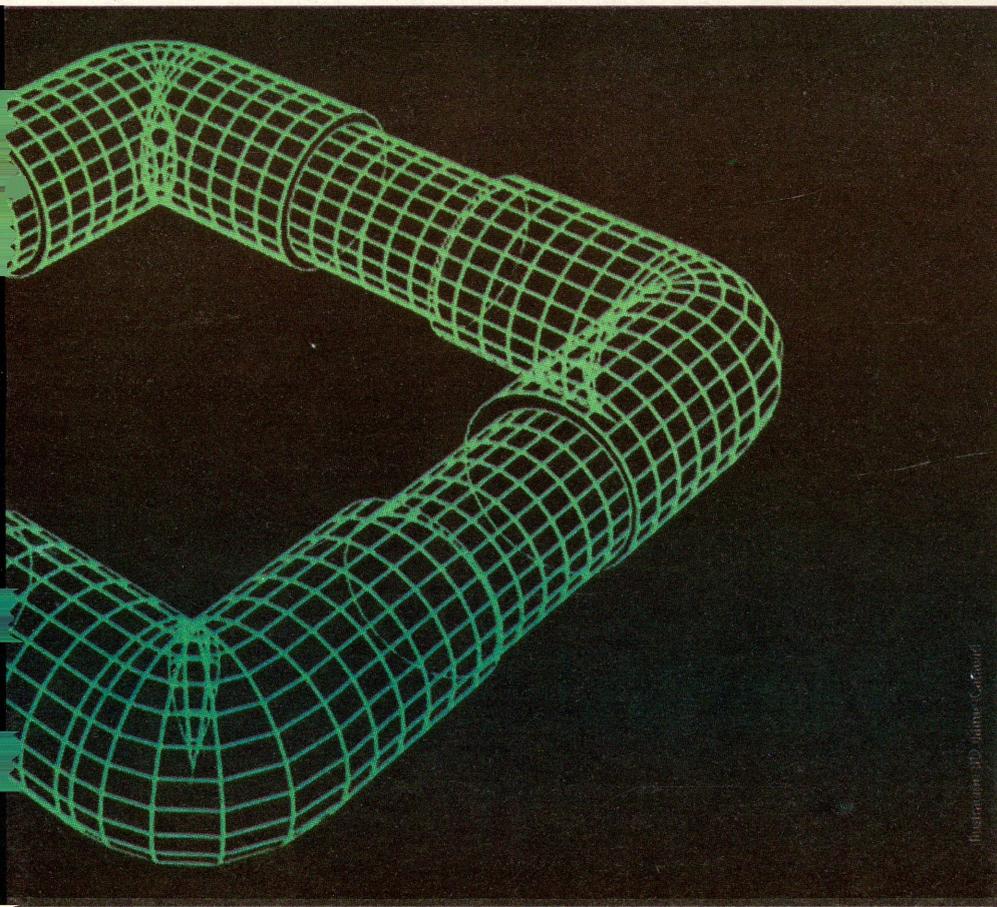


Ilustración 3D: Javier Gaviria

En memoria de Jaime Garzón y los periodistas caídos

Un año sin la risa

Gloria Cristina Macías y Sandra Barragán

Redactoras. En Directo
gruopeditorial@latinmail.com.co

Por curiosidad, sentimiento de culpa o simple casualidad, todos los días, desde hace un año, alguien se detiene frente al poste que ahora tiene pintada la bandera de Colombia. No es por simple y llano patriotismo. Detrás de los colores y del mismo poste hay una historia que, lastimosamente, es la de muchos periodistas que han caído víctimas de la indolencia de la sociedad.

Hacia las 5:45 de la mañana del 13 de agosto de 1999, dos sicarios motorizados asesinaron, en la carrera 42B con calle 22E - al occidente de Bogotá-, en donde hoy está el poste del lamento, al periodista y humorista Jaime Garzón Forero, cuando se desplazaba en su camioneta Cherokee verde hacia las instalaciones de la Cadena Radionet.

A las seis y un minuto el país entero conocía la noticia, mientras sus colegas de Radionet, su hermana, y su compañera Gloria Cecilia Hernández llegaban al lugar de los hechos. Minutos después el poste contra el cual se estrelló la camioneta comenzó a llenarse de flores y mensajes que le rendían homenaje a Garzón.

En el sitio, en medio de curiosos, periodistas, amigos, parientes y decenas de policías, los agentes y detectives del CTI, Dijin, Sijin y DAS interrogaban a testigos para la elaboración del retrato hablado de los homicidas, el cual se convertiría en pieza fundamental para la captura de uno de los autores materiales del crimen.

Las tres hipótesis que se manejaron al inicio de la investigación señalaban a los paramilitares como responsables del crimen; ya que días atrás Garzón se había referido con preocupación a las amenazas que el jefe paramilitar, Carlos Castaño, le había hecho a través de terceros.

La segunda hipótesis, apuntaba a un sector de ultraderecha de la fuerza pública. Según los investigadores, varios uniformados veían con disgusto los acercamientos de Garzón con las Farc y el Eln.

La última hipótesis señalaba a un sector de las Farc, al parecer varios frentes guerrilleros que no compartían la decisión de su jefe máximo y del secretariado de mantener los diálogos de paz con el gobierno.

El caso es que sean cuales sean las hipótesis, éste es apenas uno de los casos que ocupan no sólo a las autoridades, a través de entes como la Fiscalía General de la Nación, sino que desde hace algún tiempo son llevados a los escenarios de debate académico, con el fin de buscar causas y formular propuestas que conduzcan a establecer los mejores estándares de calidad en la transmisión del cubrimiento de la guerra, sin poner en riesgo la vida de los comunicadores, ni su ética profesional ni la de ninguno de los actores del conflicto.

Y la justificación es mayúscula. Sólo en 1999, de acuerdo con estadísticas de la Fundación para la Libertad de Prensa, hubo 44 ataques conocidos a la labor periodística, entre ellos siete homicidios, 24 secuestros, 18 amenazas y 10 exilios forzados.

Por su parte, los datos de Prensa Libre (Red para la Protección de la Libertad de Prensa y Protección a Periodistas de Colombia) indican que Bogotá y Medellín, con 80% de los casos, son las ciudades más peligrosas para ejercer el periodismo en Colombia, según estadísticas de los últimos 10 años (ver gráficos).

En una reciente investigación del Observatorio de Medios, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, el 42 por ciento de los 200 periodistas entrevistados confesó que, alguna vez, ha recibido una amenaza de muerte por razón de su oficio.

El Fiscal General de la Nación, Alfonso Gómez Méndez, tendrá en la Facultad de Comunicación Social y Periodismo su primer encuentro con los medios de comunicación para hacer una revisión del cumplimiento sobre el Acuerdo por la Discreción y una reflexión sobre la relación entre justicia y medios.

En este contexto, la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana tiene previsto, para el próximo 10 de agosto, un encuentro con directores y redactores de medios de comunicación firmantes del Acuerdo por la Discreción, al que está invitado el Fiscal General de la Nación, Alfonso Gómez Méndez. El funcionario, en reiteradas oportunidades, ha señalado la pobre relación que existe entre el sector judicial y los medios, en donde (en muchas oportunidades) los unos sacan provecho en detrimento de los otros.

Así, el evento constituirá una buena posibilidad para llevar a cabo un diálogo entre las instancias que se ocupan en la actualidad de estos asuntos.

La investigación...

El 12 de enero de este año, la Fiscalía General de la Nación, a través de la Unidad Nacional de Derechos Humanos, ordenó vincular mediante indagatoria a Juan Pablo Ortiz Agudelo, alias 'Bochas', como presunto responsable del delito de homicidio con fines terroristas en la persona de Jaime Garzón.

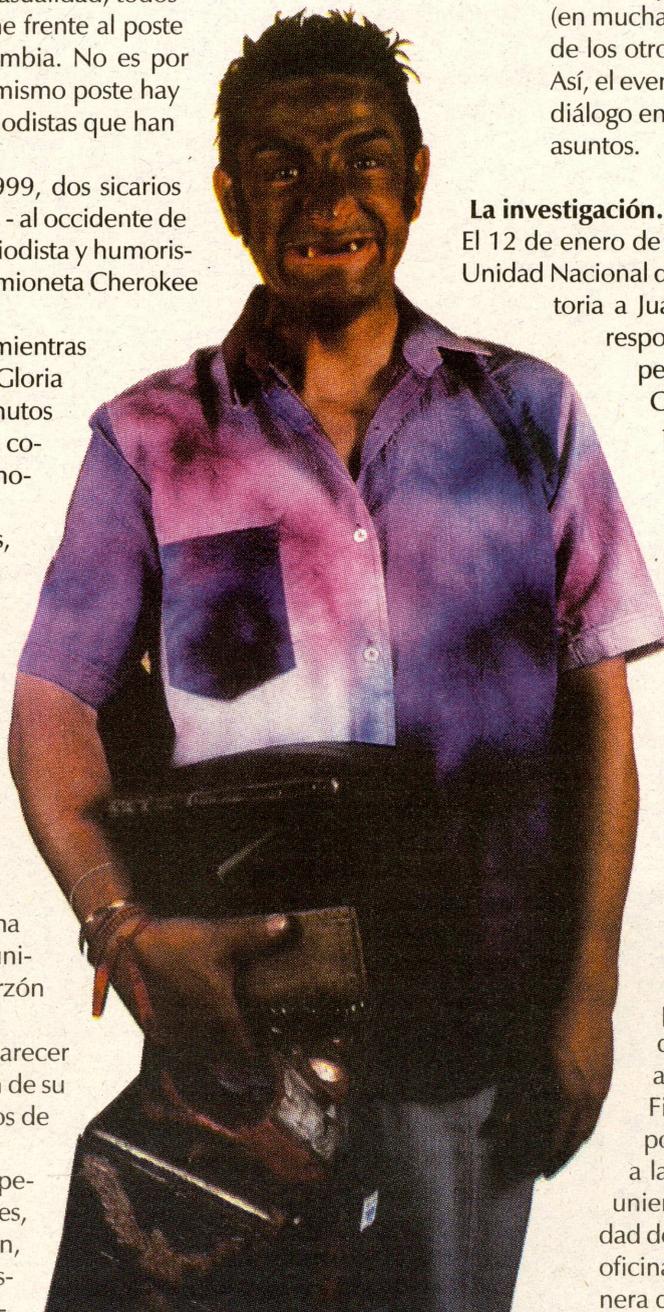
Gracias a una labor, que contó con la colaboración de los funcionarios del DAS, Ortiz Agudelo fue capturado el jueves seis de enero del presente año en Medellín, por su presunta participación en un delito de porte ilegal de armas de uso privativo de la fuerza pública.

El 19 de enero de 2000, fiscales de la Unidad Nacional de Derechos Humanos cobijaron con medida de aseguramiento, consistente en detención preventiva sin beneficio de excarcelación, a Ortiz Agudelo como presunto autor material del homicidio de Garzón. Así mismo, el 3 de mayo, fiscales de dicha unidad vincularon a Carlos Castaño Gil mediante indagatoria, en calidad de presunto autor intelectual del crimen.

El último avance importante en la investigación, se produjo el pasado 5 de julio cuando la Fiscalía dictó orden de captura contra Carlos Castaño después de declararlo persona ausente en el llamamiento a indagatoria.

Amenazas que cruzan fronteras

Con el fin de conocer más de cerca la problemática del periodismo colombiano, amenazado por todos los actores del conflicto armado, representantes de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, visitó al país y se reunió con el Fiscal General de la Nación para manifestarle su inquietud por la lentitud en las investigaciones sobre ataques directos a la prensa. En esa visita los representantes de la SIP se reunieron con directivos, alumnos y profesores de la Universidad de La Sabana, quienes les sugirieron crear en Colombia una oficina permanente de la organización para monitorear, de manera directa, la acción efectiva de la justicia. 



Fotografía. Revista Cambio

Investigaciones sobre crímenes a periodistas

Desde su conformación el año anterior, a la Subunidad de Periodistas, de Unidad Nacional de Derechos Humanos de la Fiscalía General de la Nación, se le ha asignado 28 investigaciones, obteniendo algunos resultados relevantes como son:

Resolución de acusación proferida contra Juan Carlos Henao Mosquera, como autor del homicidio del periodista Ernesto Cadena Acero, resolución de acusación contra Libardo Humberto Prado Bayón por el homicidio de la periodista Amparo Jiménez Payares; medida de aseguramiento de detención preventiva contra el señor Juan Pablo Ortiz Agudelo, alias "El Bochas" y Carlos Castaño Gil, como autores material e intelectual del homicidio del comunicador Jaime Garzón; resolución de acusación contra Fernando Bermúdez Ardila, Víctor Félix Trujillo Calderón y Alvaro Quintero Alvarado, al primero como autor intelectual y los otros dos en calidad de autores materiales por el homicidio del periodista Nelson Carvajal Carvajal. También se logró acusar a los autores de los homicidios de los periodistas Guzmán Quintero Torres, Alberto Sánchez Tovar y Luis Alberto Rincón Solano.



Fotografía. Juan Pablo Cadavid

Periodismo en uniforme

El trabajo periodístico se está generando por iniciativa de los estudiantes y desde los mismos espacios escolares.



Fotografía. Juan Pablo Cadavid

Sara Marcela Gómez

Redactora En Directo
sarahoria7@latinmail.com

No son ni Mauricio Vargas ni alguno de los Santos, tampoco María Cristina Uribe ni Claudia Gurisatti ni mucho menos Darío Arizmendi o Yamit Amat; pero desde ya tienen un importante espacio en los medios de comunicación trabajando como redactores, presentadores y locutores. Claro, en los medios de comunicación de sus centros educativos de secundaria.

Alguna vez le han temido al papel en blanco, han sufrido de 'pánico escénico' y han tartamudeado cuando salen al aire; pero eso sí, tienen una clara convicción de lo que están haciendo: periodismo.

En *Directo* dialogó con un grupo de jóvenes estudiantes -sobre todo de últimos años del bachillerato- de 35 colegios de la Capital que, a partir del espacio que éstos les brindan, ha organizado por iniciativa propia, periódicos, emisoras, canales de televisión y páginas web escolares. Todos ellos fueron presentados en el *Primer Encuentro de Medios de Comunicación Escolares*, evento realizado por la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, a fines del semestre anterior, con el ánimo de "compartir ideas con los estudiantes y conocer cómo están elaborando sus medios de comunicación", según afirmó César Mauricio Velásquez, decano de la facultad.

Con esta clase de medios, "nuestra finalidad es incentivar a los estudiantes a que expresen lo que piensan, y proyectar las actividades más importantes del colegio", afirmó Alejandro Vargas, estudiante de undécimo grado y director de la emisora *Aquinas* del Colegio Santo Tomás.

Bajo esta perspectiva, en este caso, la participación de los alumnos es total y gracias a ellos mismos estos proyectos se han mantenido. No obstante, cada uno cuenta con el respaldo de profesores, directivas y padres de familia, siendo estas dos últimas instancias las encargadas de patrocinarlos económicamente. Por ejemplo, en los gastos de equipamiento ascendieron a 10 millones de pesos para la emisora, a 12 millones para el estudio de televisión, a 3 millones para la página web y a ochocientos mil pesos para cada impresión del periódico.

Claro, las condiciones de circulación y venta son distintas en cada sitio; depende de la solvencia del colegio. En el caso de las publicaciones que tienen una edición regular, su distribución llega a ser gratuita debido a que los establecimientos asumen el valor como gastos fijos. En muchos casos, y como se estilaba en materia de publicaciones, los fondos también son producto de la venta del periódico que, por lo general, no supera los \$500. En otros casos, se organizan actividades para obtener recursos. Las alumnas del Colegio Santo Ángel, por ejemplo, no reciben aportes del colegio. "Nos sostenemos con la plata que recogemos de los bazares, fiestas, conciertos y cine-foros que organizamos". Cualquier recurso es útil al momento de sacar adelante estas actividades escolares en las que, como afirma Fernando Pava, estudiante de undécimo grado del Colegio San Viator, hasta ahora se está aprendiendo. "Estamos atravesando por un proceso evolutivo en el que apenas se está tomando fuerza. Es un proceso largo en el que los alumnos interesados debemos ser partícipes para ir creciendo como comunicadores y desarrollarnos luego en un gran medio".

Al paso de este desarrollo, se han ido modernizando las temáticas. Las secciones y programaciones de estos medios son propuestos por los mismos alumnos, quienes tienen la tarea de seleccionar la información, de acuerdo con las necesidades de la

comunidad estudiantil de hoy, aunque tienen la asesoría de los profesores.

Sin embargo, la falta de un espacio más amplio que dé lugar a la transmisión de las informaciones que los estudiantes quieren presentar y no a la que las instituciones estén dispuestas a permitir, preocupa a algunos.

Según comenta Fernando Ramírez, estudiante del Colegio San Viator y director del periódico *El Viatoriano*, "la opinión puede llegar a ser muy amplia; en cambio la libertad de crítica a los altos estamentos del colegio es limitada». Frente a esto, Camilo Irrizalde, docente del Gimnasio Moderno, dice que "se tiene en cuenta la idea de libertad, pero ésta debe estar en los límites de responsabilidad y seriedad, y de acuerdo con los principios de formación del colegio".

Aún así, la proyección que tienen estos medios escolares es muy positiva, sobre todo si se tiene en cuenta que podrían hacer parte de la nueva generación de periodistas que con calidad y experiencia estarán, a la vanguardia de una profesión que exige mayor responsabilidad. Claro, estos grupos de trabajo no son los únicos. A lo largo y ancho del país, escuelas y colegios han entendido que los

medios de comunicación tienen una altísima importancia en el aula y por ello se han convertido no sólo en un medio de promoción de las instituciones; sino, en una alternativa pedagógica de mucha trascendencia.

Encuentro de talentos

Con la desaparición de la tarjeta de periodista, explica Edgar Ospina, director de Estrategia Comunicativa Organizacional, ECO, y promotor del encuentro, "se ha generado desinformación en padres de familia y estudiantes, por lo tanto la idea de estudiar no es muy clara".

Como respuesta a esa inquietud, se organizó el *Primer Encuentro de Medios de Comunicación Escolares*, con el fin de que "esto sirva como orientación profesional para que los estudiantes sepan qué es la comunicación y se reafirmen en su vocación", afirmó César Mauricio Velásquez. El evento contó con la participación de profesores y 158 estudiantes representantes de 35 colegios de Bogotá; de acuerdo con un sondeo realizado durante el evento, cerca del 71 por ciento de ellos piensa estudiar la carrera de Comunicación Social. **B**

EL MESÓN DE LA SABANA

Desayune en el Mesón y balancee su dieta por solo \$2.500. Ustedes pueden desayunar con huevos fritos, revueltos, pericos, café, té chocolate, canasta de pan jugos de frutas tropicales o porción de fruta, mermelada y mantequilla
Delicioso caldo de carne por solo \$1.100

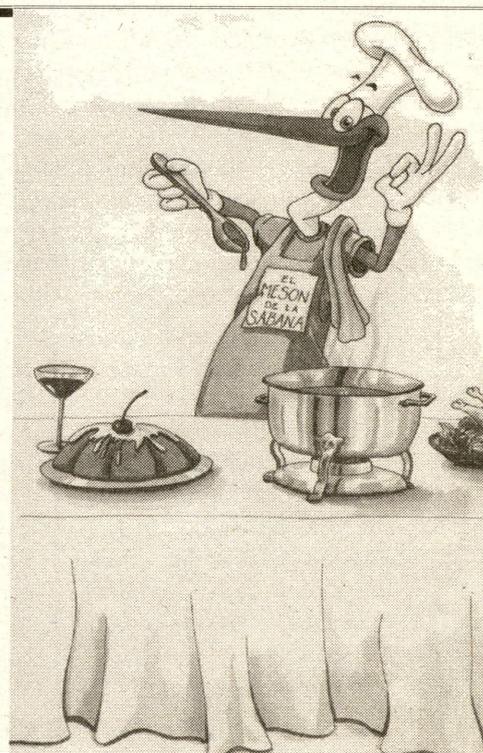
En los kioscos almuerce

- Creppes de pollo con espárragos
- Stroganoff de lomo con champiñones
- Camarones al curry

En el embarcadero

- Deliciosas pastas, canelones, raviolis en diferentes salsas.

Ahora puede solicitar todos los productos de panadería y pastelería en el mesón. Cualquier información, teléfonos 8615555 ext. 3131 ó 3132



El periodismo virtual está aquí

Marisol Camacho Hoyos

Décimo semestre

marisolcamacho@periodista.com

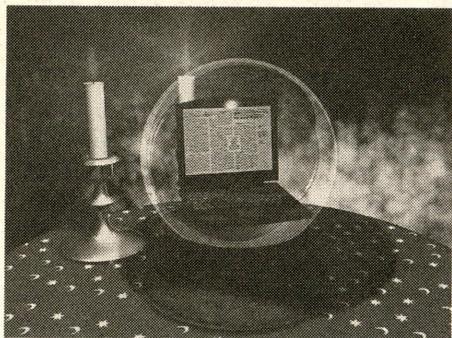


Ilustración 3D: Jaime Cadavid



Fotografía: Elías Díaz

Los medios de comunicación que utilizan internet como un canal de distribución tienen que adaptarse con vertiginosa rapidez a un mercado desconocido y cambiante. La red que permite conexión global, le abre la puerta a oportunidades que siempre estuvieron lejanas y que ahora es tiempo de explorar. Internet brinda la posibilidad de cumplir a cabalidad el artículo 20 de la Constitución Política de Colombia, pues "garantiza a toda persona la libertad

de expresar y difundir su pensamiento y opiniones y la de fundar medios masivos de comunicación."

A diferencia de la imprenta, la radio y la televisión, internet es un medio absolutamente abierto, público, sin límites.

Las reglas de juego para realizar el trabajo periodístico deben adaptarse ahora a este nuevo panorama. El público no es limitado sino que la cobertura es mundial; sin embargo, se tiende a targetizar el mercado basados en medios especializados. La competitividad es un tanto más equitativa y los costos de iniciar un medio de comunicación en internet son muy económicos. Los cierres editoriales cambian en su esencia en la medida en que la información se publica cuando está lista y el tiempo que exigen la producción y la distribución deja de ser limitante.

Scott Newlowet, decano de la Facultad de Animación y Medios de Comunicación del Instituto de Arte de Fort Lauderdale habló con *En Directo* sobre el ejercicio del periodismo en internet y la opinión pública virtual.

EN DIRECTO: Los medios de comunicación se están trasladando a internet, ¿Cree usted que los periodistas están preparados para asumir este cambio?

SCOTT NELOWET: Creo que los periodistas están en el lugar perfecto para asumir este cambio de medio por la nueva dinámica que se manejará a través de internet. Actualmente una persona compra un periódico con toda la información que trae porque no puede escogerla, lee unos cuantos artículos pero no todo el producto. A lo que la mayoría de periódicos va a llegar es a que los artículos serán cargados en una base de datos y los lectores tendrán una lista de preferencias de acuerdo con sus intereses. De esta manera, el periódico que una persona descargue de su computador en las mañanas solamente tendrá los artículos que le interesan con sus columnistas favoritos y temas preferidos. Adicionalmente, dada la cantidad de intereses de la gente, surge la necesidad de periodistas para que cubran la información que el público demanda en un formato de periódico distinto.

E.D.: Muchas personas sienten temor frente a internet pensando que va a desplazar a los medios de comunicación tradicionales. ¿Qué cree usted que vaya a suceder?

S.N.: Imprimir un periódico cuesta mucho dinero para una persona común y corriente, en ese sentido la prensa perderá su poder excluyente. Sin embargo, lo que va a

primar en este nuevo medio es el contenido y esta será la única forma de supervivencia; los periódicos electrónicos dependerán de la información y sus periodistas. Leer en la pantalla de un computador es un 40 por ciento más difícil que leer una página impresa, por ello la gente imprimirá su periódico y llevará consigo la información que ha decidido seleccionar basado en lo que considere importante. En el futuro, los periodistas se convertirán en una especie de estrellas de los medios por su estilo y calidad como profesionales. Ya no vendrán como parte de un periódico, sino que serán elegidos por los lectores, para quienes lo más importante será quien escribe y sobre qué temas escribe.

E.D.: ¿Cómo ve la oportunidad que tiene el público de interactuar con los medios de comunicación?

S.N.: Creo que si la gente rechaza los artículos de un columnista ya habrá interacción y viceversa si todos tratan de obtener la información que un periodista ofrece. Adicionalmente el público se une como comunidad para leer y analizar temas y artículos.

E.D.: ¿Qué opina usted de esas comunidades virtuales que los internautas han creado?

S.N.: Se une gente de pequeñas comunidades e intercambian información entre sí y eso está bien en el sentido que muchas personas que no interactúan con otras en general tendrán la posibilidad de hacerlo. Mi gran temor es qué va a suceder con la socialización, la interacción directa: una conversación como tal. Alguna vez esto se le preguntó a Bill Gates en una conferencia y su respuesta fue: "algo tiene que perderse..."

E.D.: ¿Qué sucederá si por la rapidez del mundo actual el público omite el análisis de la información que recibe?

S.N.: La gente debe tener más cuidado. Los medios que no aportan nada siempre existirán y quienes busquen información tendrán que estar discerniendo y discriminando.

E.D.: ¿Cuál cree usted que es la nueva herramienta de poder en internet?

S.T.: La información.

E.D.: En el desarrollo de internet algunos países están a la vanguardia y otros se han quedado atrás. ¿Cómo harán estos últimos para alcanzar a los primeros?

S.N.: No van a poder hacerlo.

E.D.: ¿Considera que la opinión pública está lista para asumir la gran cantidad de información que internet le brinda?

S.N.: No.

Seminarios

Máster en Periodismo Profesional y Prensa de Calidad

La Universidad Complutense de Madrid invita al curso que se desarrollará entre octubre de 2000 y junio de 2001. Pueden postular licenciados en periodismo o comunicación cuya lengua materna sea el español.
Informes: www.ucm.es

La Fundación Reuters, Londres, invita a los periodistas de televisión a participar del curso *Marking Television News*, el cual tendrá como tema central la producción de noticias para televisión. El curso tiene una duración de tres semanas. Inscripciones hasta el 25 de agosto. Ofrecerán oportunidades de trabajo práctico.

Informes: www.reuters.com
Francia- Philippe Nilles in Paris Telephone +33 1 4221 5482;
philippe.nilles@reuters.com

Talleres intensivos de periodismo para periodistas de diarios y revistas de países en desarrollo. Auspiciados por la Fundación Thomson en el Centro de Estudios Editoriales en Cardiff, Gales. Los participantes deben hablar y leer inglés, tener 24 años de edad o más y un mínimo de tres años de experiencia laboral en un diario, revista o agencia de noticias.
Informes: Enquiries@thomfound.org y www.thomfound.org/courses.

III Encuentro Internacional de Investigadores y Estudiosos de la Información y la Comunicación. (ICOM 2000). Se llevará a cabo del 4 al 8 de diciembre de 2000. La Habana, Cuba.
Informes: Comité Organizador Icom 2000 Facultad de Comunicación, Ciudad de La Habana, Cuba.
Telefax: (537) 323734.
Correo electrónico: icom2000@fcom.uh.cu
Web: www.uh.cu/facultad/comunicacion

Perspectivas

Periodismo, una "tarea sagrada"

(Fuente: Zenit)

Con su enorme y directa influencia en la opinión pública, el periodismo no puede ser guiado sólo por fuerzas económicas, el provecho o intereses partidistas". El llamado, en esta oportunidad no fue de ningún dirigente gremial, ni de ningún decano de una facultad de comunicación social. El llamado fue del Papa Juan Pablo II, en su intervención durante el *Jubileo de los Periodistas*, al que acudieron alrededor de mil periodistas de los cinco continentes en Roma.

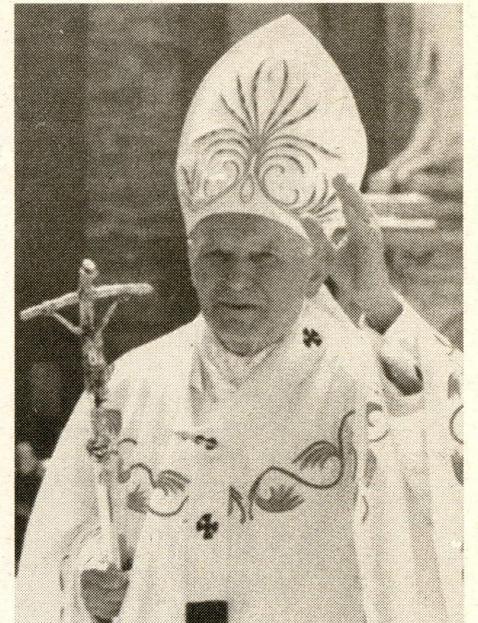
Para el Santo Padre, el periodismo debe ser experimentado, por el contrario, "como una tarea en cierto sentido sagrada, ejercida con la conciencia de que los poderosos medios de comunicación son confiados a los periodistas para el bien de todos, y en particular para el bien de las capas más débiles de la sociedad: desde los niños hasta los pobres, desde los enfermos hasta las personas marginadas y discriminadas".

"No se puede escribir o transmitir sólo en función del índice de audiencia, a despecho de servicios verdaderamente informativos, añadió el Santo Padre.

Según el Pontífice, tampoco se puede apelar de manera indiscriminada al derecho que da la información sin tener en cuenta los demás derechos de la persona. Añadió que ninguna libertad, incluida la de expresión, es absoluta sino que tiene su límite en el deber de respetar la dignidad y la libertad de los demás.

Juan Pablo II, en desarrollo del encuentro, agradeció al Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales por el documento que acaba de publicar sobre la ética en las comunicaciones y aseguró que es posible ser al mismo tiempo auténticos cristianos y excelentes periodistas.

Es más, concluyó: «el mundo de los medios de comunicación tiene necesidad de hombres y mujeres que día tras día se esfuercen por vivir mejor esta doble dimensión». **B**



Fotografía. Ediciones San Pablo

Valor semántico de la palabra en el cubrimiento del conflicto

Carlos Alfonso Velásquez
Docente del Área de Opinión Pública

La dimensión de la responsabilidad social del periodista en el cubrimiento de la coyuntura «proceso de paz-conflicto armado» es evidente al tener en cuenta que los actores buscan con frecuencia utilizar los medios de comunicación como un escenario privilegiado para el logro de sus respectivos propósitos, y que, de la manera como se permita que eso suceda, dependen en alta proporción las actitudes que asuman los ciudadanos frente al principal problema del país.

Lo anterior suscita interrogantes: ¿Qué hacer para no ser utilizado y no quedar «matriculado» como alguien que actúa a favor o en contra de uno de los actores? ¿Qué hacer para que la opinión pública no pierda la esperanza en el proceso de paz? ¿Cómo cumplir con el deber ético de informar la verdad? Dada la dinámica y descomposición del actual conflicto, de las que se desprenden hechos tan disímiles como inesperados, sería atrevido pretender dar respuesta a todas las posibilidades. No obstante, para que cada quien encuentre la suya, un paso fundamental es reflexionar alrededor de las diferentes valoraciones que dan al significado de las palabras tanto el actor del conflicto, como el periodista.

Para el actor del conflicto la palabra es, a la vez, una herramienta política y un arma. En el primer caso la utiliza como medio para legitimar sus acciones tratando de justificarlas. Cuando un vocero de cualesquiera de las guerrillas habla o escribe sobre «retenciones para financiar la lucha», pretende disfrazar la realidad del «secuestro». Si habla de «pesca milagrosa», el propósito es el mismo, pero esta vez tratando de esconder la verdad de un «secuestro colectivo» en una especie de juego de azar, en un acto baladí. Una comunicación paramilitar o guerrillera, que señala a alguna persona como «objetivo militar», es un clásico eufemismo del lenguaje que provee un mecanismo conveniente para enmascarar una acción reprobable y sancionable (el homicidio intencional) que trata de conferirle un aura de respetabilidad.

Como arma, la palabra apunta contra la imagen que del oponente pueda tener la opinión pública. Con alguna frecuencia se leen o escuchan declaraciones de algún mando militar como «...hubo un combate en el que resultaron abatidos cuatro terroristas de las Farc, y asesinados dos soldados». A su turno, las guerrillas siempre han caracterizado el fenómeno paramilitar como el principal medio que utiliza el «establecimiento y su ejército» para ejercer el «terrorismo de Estado». Para ellos, el concepto de

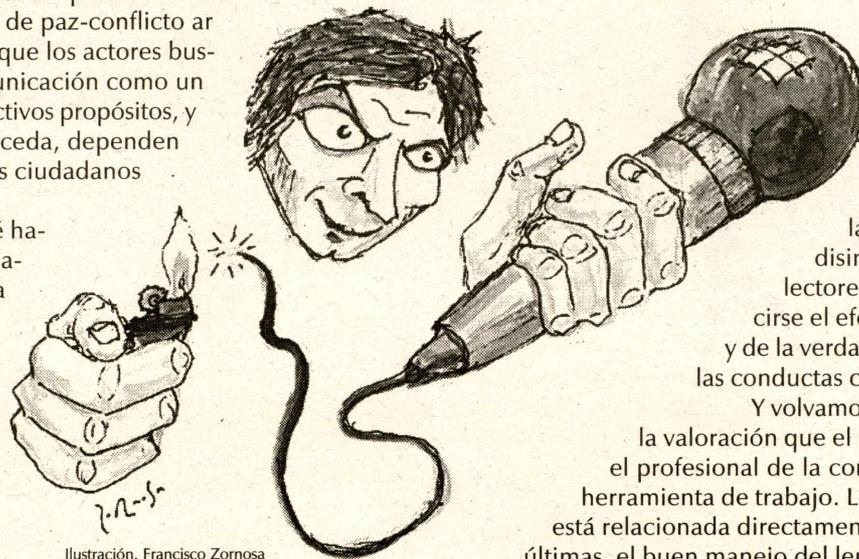


Ilustración. Francisco Zornosa

responsabilidad personal es prácticamente inexistente.

Lo importante es tener conciencia de que los eufemismos buscan en el fondo vaciar de fuerza semántica a las palabras para así crear un ambiente de laxitud moral y jurídica hacia acciones reprobables. El daño social que se produce es grave, pues la manipulación del lenguaje llega de manera inconsciente y disimulada a quienes la sufren, llámense televidentes, lectores o radioescuchas; pero no por eso deja de producirse el efecto de la desaparición progresiva del mundo real y de la verdad. Y peor aún, los eufemismos tienden a desinhibir las conductas criminales.

Y volvamos a los interrogantes mencionados al comienzo, y a la valoración que el periodista le da al significado de las palabras. Para el profesional de la comunicación, la palabra se constituye en su eje de herramienta de trabajo. La propiedad semántica con que utiliza el lenguaje está relacionada directamente con su capacidad de comunicar la realidad. En últimas, el buen manejo del lenguaje está relacionado con la ética periodística.

Ahora bien, algunos utilizan las mismas, o similares, palabras a las que provienen de los actores del conflicto; pero no lo hacen con los mismos propósitos sino, principalmente, para «despolarizar» y no «quedar matriculados» como contrarios de quien emitió el comunicado o la declaración, y esa intención es comprensible. Sin embargo, al hacerlo están ayudando a desaparecer de la realidad las aristas de lo reprobable, y de paso, pierden el compromiso con la verdad. Pero, alguien podrá decir: «aunque se utilicen estos términos se está diciendo la verdad, así esté maquillada». A esto, la respuesta es clara y precisa: «una verdad a medias, también es mentira».

¿Qué hacer? Como se dijo al comienzo, cada cual debe responderse. Creo que una guía podría ser la de no dejar en la opinión pública sólo las declaraciones o comunicados de los actores del conflicto; sino, siempre agregar una nota adicional utilizando con propiedad semántica, las palabras claves del mensaje, sin olvidar hacerlo serenamente, sin tintes de reproche, y por igual con todos los actores. A quienes les preocupe la pérdida de esperanza en el proceso por parte de la opinión pública al conocer la realidad, hay que hacerles caer en la cuenta de que para que un proceso de paz llegue a buen término debe llegar el momento de «perdón y olvido»; y para que la sociedad pueda hacerlo debe partir de la verdad, pues la mentira ha sido, es y será un factor de discordia y violencia. **B**

William Argüello

Defensor del Idioma
william.arguello@unisabana.edu.co

Cada vez que se menciona el adjetivo "real", sin duda se

viene a la mente de casi todos una estructura milenaria, rígida, distante, invariable, despótica y aburrida que poco o nada está ligada con la realidad que la circunda. En la gran mayoría de los casos, esta imagen no es tergiversada, como podrían pensar los demás.

Pero, como toda regla tiene su excepción, también la puede tener la Real Academia Española (RAE), en lo que se refiere al manejo de la lengua española; algo, también, milenario, rígi-

do, distante, invariable, despótico y aburrido para, también, casi todos los 400 millones de hispanoparlantes, más si se tiene en cuenta el lema por el que se regía la Academia: "limpia, fija y da esplendor".

Es así como, desde la década anterior, la RAE ha tratado de no ser un ente cerrado que sólo le competa a los académicos y literatos y, más bien, convertirse en uno que pueda, con prontitud, interactuar con cualquier persona interesada en el correcto uso del idioma. En otras palabras, una entidad "verdaderamente panhispánica" como ella misma últimamente quiere autodenominarse, que no renuncie a nada que pueda estar en beneficio de la Lengua.

¿En el siglo pasado?

¿Alguna vez había pensado en pronunciar una palabra en dos formas, sin temor a ser corregido por alguien? Pues hoy puede no sólo pensarlo, sino hacerlo. Es el caso del sustantivo masculino "país" (con acento ortográfico en la vocal cerrada "i") que puede, también, tener el acento fonético en la vocal abierta "a"; el caso de huir, que puede escribirse indistintamente "huir" o "huír"; e, incluso, de las posibilidades de decir "impreso" e "imprimido" y "freído" o "frito" sin equívoco alguno.

Ello es posible gracias a las últimas novedades de la RAE. Todas las normas mencionadas, y otras más, están tratadas en su *Ortografía de la lengua española* (la más actual normativa sobre el tema, un trabajo revisado por las 22 academias de la lengua española); en sus boletines cuatrimestrales de enmiendas y adiciones publicados o en su portal www.rae.es.

Parece ser tanta la preocupación de la RAE por universalizar y entrar con el pie derecho a este siglo, que, incluso, en un aparte del prólogo de su más reciente publicación sobre la normativa ortográfica, aclara que su viejo lema fundacional

ahora mejor ha de leerse como "unifica, limpia y fija".

Sin duda que la rapidez para asimilar las exigencias de un mundo cada vez más global es una preocupación mayor para la Academia; no de otra forma se puede explicar que meses antes de que terminara el siglo pasado la RAE había aclarado, desde su punto de vista, la manera para escribir la fecha en el presente siglo, empezando con el 2000: "[...] La Real Academia Española entiende que este uso ha de mantenerse en la datación de

cartas y documentos del año 2000 y sucesivos (ejemplo: *4 de marzo de 2000*). Si se menciona expresamente la palabra año, es necesario anteponer el artículo: *5 de mayo del año 2000*".

Por fortuna, en este caso para la Academia, una revisión a los principales periódicos y revistas que se publican en Hispanoamérica muestra que la tendencia en la datación, es la de preservar su recomendación.

Adicionalmente, si se revisan los nombres de los últimos Académicos de Número (también hay Honorarios, Electos y Correspondientes) nombrados en la RAE (en total son 42), se pueden distinguir claramente los de escritores de prestigio que no necesariamente son académicos ni investigadores del idioma castellano: Luis Goytisolo Gay, Juan Luis Cebrián, Mario Vargas Llosa y Antonio Muñoz Molina, el miembro más joven de la RAE y quien aclara que en ella interectúan todo tipo de profesionales: médicos, científicos y personas que trabajan la Lengua.

Queda claro que el oficio de la RAE no se detendrá en el presente siglo y que varias novedades serán asumidas y nuevas publicaciones editadas como la vigésima segunda edición del *Diccionario de la lengua española* (Drae) el próximo año, el *Diccionario académico de americanismos* (DAA) que contará con cerca de 120.000 términos, gracias al trabajo comenzado hace años por la Asociación de Academias o una nueva gramática compuesta por 60 capítulos breves y prácticos que reemplace al *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española* publicado en 1991.

De un real cuidado

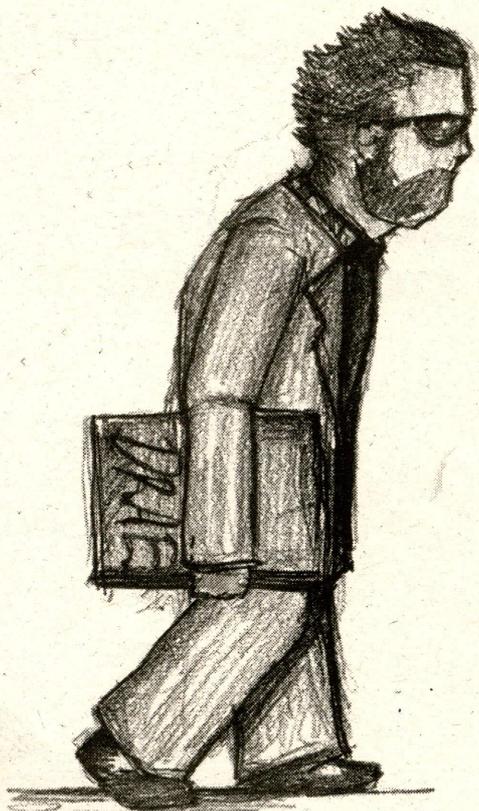
Sin embargo, esta apertura y trabajo extenso deben realizarse por la RAE con el mayor sigilo para no desmoronar lo que ha construido desde hace casi tres siglos: una normatividad, en lo posible, única y coherente para la lengua que le compete. De lo contrario, se pueden dar falsos pasos y crear zozobras o dudas en la gente del común que diariamente pregunta, por ejemplo, si se dice dice "maíz" o "maiz".

Por último, para evitar la ambigüedad generada por el deseo de una normatividad más universal, la RAE debería revisar la redacción de esa publicación.

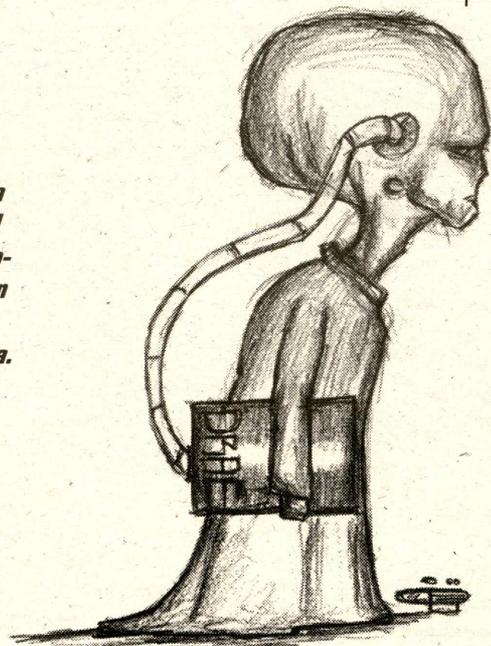
De lo contrario, los docentes e investigadores del español se verán abocados a no poder responderle con certeza a los alumnos sobre la autoridad que posee, en muchos casos, la Academia frente a propuestas como la del Premio Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, de "jubilar la ortografía".



Ilustraciones. Diego Patiño



A pesar de lo rígida que pueda parecer, la Real Academia Española evoluciona con el mundo, sin perder su esencia.



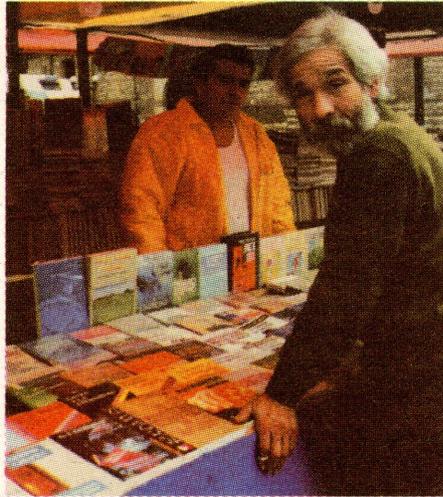
Una academia para todos

Un parque con olor a libro

Comprar un libro en la actualidad puede salir costoso teniendo en cuenta la situación económica del país. Por eso, la Feria Popular del Libro se da como opción para que la falta de dinero no nos aleje de la lectura.

César Muñoz
Editor Digital En Directo
muce00@yahoo.com

En un parque que ha olido por muchos años a época precolombina, a papel moneda y betún, los transeúntes del centro de Bogotá encuentran un olor diferente. El Parque Santander, ubicado en la carrera séptima con calle catorce, desde el pasado diez de junio alberga un aroma especial. Es la esencia que se escapa de los libros al pasar las páginas; es ese hedor que expulsan al estar en estantes, orgullosos de ser observados, y más aún, orgullosos de pasar de mano en mano impartiendo sabiduría en unos casos, transportando sueños en otros.



Fotografía. Catalina Rueda

Desde hace un año, el Parque Santander se tapiza de libros en lo que se denomina la Feria Popular del Libro, la cual nació de un acuerdo realizado por la Alcaldía de Bogotá y los vendedores ambulantes de libros que se encontraban ubicados en la calle diecinueve, zona céntrica de la capital.

A estos vendedores se les otorgaron locales en el Centro Internacional del Libro, para legalizar así su trabajo; además, se les garantizó que podrían hacer la feria dos veces al año para salir a la calle, vender, y tratar así de equilibrar la cantidad de clientes que manejaban antes.

En junio y diciembre, esas personas arman sus toldos con dos objetivos muy claros: uno, el deseo de vender y el otro, aprovechar la oportunidad para hacerle contrapeso a la Feria Internacional del Libro que se realiza en Corferias en abril de cada año.

Miriam Sánchez, coordinadora y organizadora de la Feria Popular, afirma que el contrapeso a la Feria Internacional se da porque los feriantes populares prefieren vender a menor precio para vender mayor cantidad. Además, agrega que no todo el mundo tiene plata para pagar el ingreso al evento de Corferias, y a ellos eso les da un público mucho más amplio.

Los precios de los libros en el Parque Santander están entre mil y treinta mil pesos. Con Miriam a la cabeza, los vendedores han tratado de organizarse lo mejor posible. Cada uno de ellos paga ciento cincuenta mil pesos por un espacio en la Feria, pero también tiene derecho a ser partícipe de una buena publicidad.

No obstante, vendedores como Nora Luz Perdomo no opinan lo mismo y consideran que la difusión de la Feria no ha sido la mejor y eso ha disminuido la asistencia de la gente, pues muchas personas no conocen de su existencia.

Por otro lado, los ciento diez participantes de este evento tienen que cumplir con ciertas normas de comportamiento como no consumir bebidas alcohólicas, no escuchar música con el volumen muy alto, no botar la basura en la mitad de la plaza y otras reglas de convivencia.

Un tema que puede llegar a preocupar a librerías y a escritores es el tema de los derechos de autor y para evitar malos entendidos, Netzer Salinas, expositor en la Feria dice, que en ese sentido tratan de vigilarse entre todos para que no se vendan libros piratas, y así evitarse problemas con la Cámara del Libro. Los vendedores consiguen los libros comprando saldos en las librerías y editoriales, o adquiriendo libros viejos en buen estado que la gente les ofrezca.

¿Qué y cuándo?

Fedor encima de Gabriel, Gabriel encima de Federico y éste arriba de José. Todos estos escritores abren sus mentes y deseos en la Feria popular, en donde se encuentran libros de Dostoyevski, García Márquez y Saramago, entre otros. Sin embargo, también se pueden hallar textos de superación personal y libros académicos de formación secundaria y universitaria.

«Es el momento ideal para conseguir libros que en las librerías uno no puede comprar por los precios; además, hay libros de segunda mano que se encuentran en buen estado y son más baratos», afirma Nelson Castro, visitante de la feria.

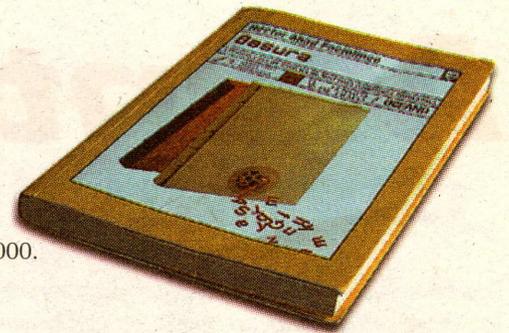
Durante un mes, el Parque Santander se deja seducir por la fragancia de los libros. No se sabe cuántos visitantes acuden a la feria durante su exposición; lo cierto es que en Bogotá se siguen abriendo espacios para la cultura, la cual necesita ser sustentada en una de las formas más antiguas de alcanzar el conocimiento: la lectura. 📖

De una reflexión

Por Dib Hadra

Faciolince, Héctor Abad Basura

Ediciones Lengua de Trapo/ Océano. 2000.
192 páginas
\$26.000



En Medellín, el trash del edificio del Parque de Laureles contiene los desechos con olor a mirra de las hermanas Montoya; los residuos de comida rápida del doctor Molina; los desperdicios de un periodista y recolector de basura; y los escritos (cuentos, ensayos, reflexiones) de Bernardo Davanzati: un escritor viejo, frustrado y mañoso hecho rico a través del narcotráfico.

Davanzati, como Kafka, escribe para sí mismo. Solitario, silencioso e inédito dedica fielmente gran parte de su tiempo a la composición literaria, pero a la vez emplea algunos lapsos a desechar lo que escribe. Su vecino, periodista y lector apasionado, se transforma también en un recolector de esta basura y análogamente se descubre como un Max Brod de Davanzati, aquel que lee, traiciona y a la vez salva del olvido cada palabra que el desgastado autor escribe.

De esta manera el escritor paisa, Héctor Abad Faciolince, analiza la relación entre lectura y escritura, y deja para nuestra mirada una conmovedora reflexión acerca de la forma en que (ciegamente) los seres humanos juzgamos a otros en razón a su desconocimiento. La gracia, sensibilidad, simpleza, osadía y profundidad de esta novela, la hicieron merecedora del I Premio Casa de América de Narrativa Americana Innovadora.

Medios de Comunicación y Publicidad

Asociación Nacional de Instituciones Financieras, Anif
Año 2000
Bogotá
Una entrega por año: \$300.000 + IVA

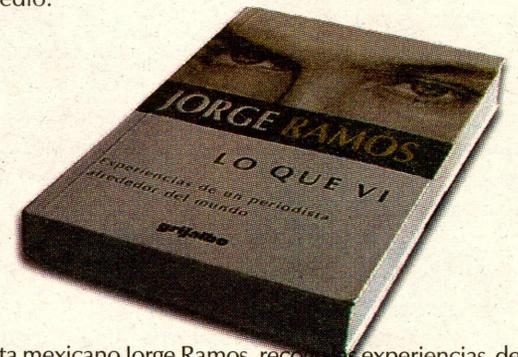
Es ésta una descripción de los resultados financieros de las principales empresas del sector, número de suscriptores, tarifas, promedios, perspectivas, tendencias de largo plazo en cada una de las siguientes actividades: prensa, radio, televisión, revistas, páginas amarillas, agencias de publicidad y centrales de medios en internet. Casi por primera vez, los medios de comunicación son sometidos al riguroso análisis económico, por parte de una de las entidades gremiales con mayor autoridad en el país para ello. Antes de ser una obra para leer, es un estudio de mucho rigor, consulta obligada para quienes están en el medio.

Lo que no vi

Ramos, Jorge

Lo que vi

Editorial Grijalbo. México. 1999
345 Páginas
\$ 30.000



Lo que vi, escrito por el periodista mexicano Jorge Ramos, recoge las experiencias de este reportero y presentador de la cadena Univisión alrededor del mundo. Cuatro continentes albergan las aventuras y desventuras de este periodista. ¿Y qué vio? Guerras, niños, ciudades destruidas; además realizó viajes, entrevistó presidentes; vivencias que cualquier periodista quisiera tener. Son historias breves, personales y mal escritas.

El libro está lleno de personajes fantásticos desaprovechados por el autor, a la hora de plasmar sobre el papel entrevistas que, con seguridad, fueron interesantes y llenas de buena información. Al pasar las hojas uno se cuestiona sobre si valió la pena haber gastado 345 páginas, y el tiempo del lector para decir tan poco. Por otro lado, Ramos deja ver un deseo enfermizo por querer derrocar desde las salas de redacción al Presidente de cualquier país. Esas páginas, además de dar lecciones de Watergate, se pudieron dar lecciones de crónica y reportaje, de mesura ante los escándalos y de buen periodismo literario.

No cabe duda de que Ramos ha viajado mucho, pero a la hora de escribir un libro las prioridades son diferentes, no son la inmediatez y cambiar cantidad por calidad. Cuando se escribe un libro la prioridad es la buena escritura, así los temas sean experiencias personales; esa no es excusa para "lo que se ve" en ese libro.

Montoya

comercial, noticioso y deportivo

Tras los brillantes resultados de Montoya, el periodismo deportivo especializado en Colombia se ha visto popularizado al igual que la explotación comercial de su figura. ¿Montoya ha ayudado a que este periodismo mejore y que la gente se interese por él?

Pocos pilotos hay en el mundo como Juan Pablo Montoya. El ser vencedor de la mítica carrera de las 500 Millas de Indianápolis y constituirse en el actual campeón del Campeonato Cart son argumentos suficientes para decir que se encuentra dentro de la élite mundial del Automovilismo, un deporte que carecía de interés dentro de la gente del común en Colombia, antes de que este piloto bogotano se convirtiera en figura y al que, por ello, los medios de comunicación no prestaban mayor atención.

El repentino interés que ha suscitado Montoya en la gente ha obligado a los medios de comunicación a profundizar sobre los asuntos relacionados con este deporte y ha llevado a que los periodistas que cubren el sector del automovilismo deportivo se ocupen constantemente del desempeño de Montoya en cada carrera, analicen sus resultados y evalúen sus posibilidades.

Así, el automovilismo deportivo colombiano ha caído en una especie de "montoyo-dependencia" que puede tener varias explicaciones o que, incluso, puede no existir ya que, como dice Elkin Chávez, director de la revista *Car & Driver*, "el periodismo está aprovechando la coyuntura que ha generado Montoya para que la gente se interese verdaderamente por este deporte". Por ello, averiguar si el periodismo automovilístico en Colombia es fruto del nacimiento de figuras de la talla de Montoya o si éste se ha venido consolidando en el país a raíz de un trabajo serio de años es absolutamente necesario.

Para José Clopatofsky, director de la revista *Motor* y columnista de *El Tiempo* desde hace unos treinta años, la masificación de la información sobre Montoya no significa que el periodismo automovilístico sea algo nuevo; por el contrario, desde la época de Roberto José Guerrero ya existía una cultura sobre el tema y los medios no eran ajenos a ello. Sin embargo, reconoce que hay más personas interesadas en el tema, en este momento, debido a la novedad del asunto. "Hay mucha gente que ha aparecido en el periodismo automovilístico gracias a la figuración de Montoya", afirmó. No obstante, esa nueva incursión ha hecho que esa misma gente se interese en el automovilismo de tal forma que, incluso, empiece a desarrollar nuevas ideas como la de abrir la Biblioteca del Automovilismo, un proyecto de Fedeaautos que ha sido impulsado por Ricardo Soler, narrador del Campeonato Cart en televisión y que, según Elkin Chávez, servirá no sólo para los periodistas sino todos los interesados en el automovilismo.

Por ello, el mismo Clopatofsky asegura que lo auténticamente importante es que quienes ingresaron y quienes han estado desde hace años le brinden calidad al periodismo automovilístico y a la gente mejor tratamiento de las noticias sobre Montoya y el automovilismo en general.

De esta manera, el fenómeno Montoya no sólo ha dado resultados en el tratamiento del este deporte en los medios de comunicación y que la gente observe sus carreras, sino que también ha logrado que haya mayor número de espectadores en las carreras que se organizan en el país. Según Fernando Escobar, Gerente General del Autódromo de Tocancipá, la asistencia al autódromo se ha incrementado notablemente desde que Montoya es piloto de la Cart y eso es muy importante para que empiece a nacer un verdadero interés por el deporte y que surjan pilotos, si no igual a Montoya, con gran calidad y disciplina deportiva. Incluso, el mismo Escobar le contó a *En Directo* que se había realizado por primera vez en el autódromo una competencia de óvalo gracias a la importancia de Montoya en el escenario mundial y que los resultados, en cuanto a organización y asistencia de público, habían sido maravillosos.

Éder Torres

Redactor En Directo
pologol1@latinmail.com



Fotografía. Juan Pablo Cadavid



Fotografía. Cambio

Los periodistas deportivos especializados en automovilismo, han encontrado en Juan Pablo Montoya una oportunidad para que su trabajo sea reconocido. José Clopatofsky es uno de ellos.

La imagen comercial de Montoya, ¿más valiosa que la deportiva?

Este punto es realmente controversial. Muchas personas creen que Montoya ha adquirido su gran figuración dentro del ámbito nacional tanto por sus condiciones de piloto como de la exagerada explotación comercial que se hace de su figura. Para Álvaro Martínez, director de cuenta de la agencia de publicidad Colombo Suiza -y que además es quien maneja la publicidad que Montoya hace para Pony Malta-, la comercialización de la imagen de Montoya logra hacer de él una persona para imitar y también hace que los productos que patrocina tengan mayor salida en el mercado. "La publicidad ayuda a que un deportista o una figura pública se presente ante los medios más fresco, más compenetrable; esa es una virtud que los medios aprovechan para explotar comercialmente esa figura", afirmó.

Hay otros que, como Clopatofsky, piensan que la explotación de Montoya ha sido más noticiosa que comercial, especialmente en prensa. Eso sí, cree que en los medios audiovisuales el denominador comercial es más alto y ellos necesitan de la publicidad para cubrir gastos. "Ellos, aparte de transmitir lo que interesa y es noticia, transmiten lo que se venda", afirmó.

Adicionalmente, están en la búsqueda de sintonía y una carrera de Juan Pablo Montoya, acompañada de una alta dosis de comerciales, logra por un lado atraer compradores de pautas publicitarias y por otro, oyentes. Por ejemplo, hay pautas publicitarias que, en medios como la televisión y por sólo 20 segundos, ascienden hasta los \$6'500.000 según informó una fuente de la agencia de publicidad Colombo Suiza.

La pasión por el deporte en Colombia es inmensa e inocultable. Ya no es sólo el fútbol, día tras día este deporte del Automovilismo logra generar interés dentro de las personas que ya lo conocían y otras que gracias a Montoya y su participación en la Cart están aprendiendo de él. El Periodismo especializado también se ha visto beneficiado porque logra hacer su misión: informar a la opinión pública con prontitud y exactitud sobre lo que le interesa saber; y, por qué no, éste continuará abriéndose espacio en nuevos campos de este deporte que, seguramente, seguirá siendo explorado tanto por comunicadores como por comerciantes y publicistas.

SORPRESA PARA NUESTROS ANUNCIANTES!

Los Días 18, 19 y 20 de Septiembre se llevará a cabo
en las instalaciones de la Universidad de la Sabana la
FERIA DEL ANUNCIANTE.

EN DIRECTO

Espera la carta de invitación que se le hará llegar próximamente,
o comuníquese con la Facultad de Comunicación Social y Periodismo
de la Universidad de La Sabana a los teléfonos 861 5555 o 5816666 Ext. 1907