

### 3 Acceso directo con...

El llamado «apóstol de la crítica», Javier Darío Restrepo, asume el cargo de defensor del lector en El Colombiano, con cuestionamientos contundentes para el periodista de hoy.

### 4 Antena

La figura del defensor del televidente existente hoy en los canales privados, representa más una amenaza que una real protección para el consumidor de información.

### 6 Enlace

El Tiempo, periódico de mayor circulación del país, cede a ACCESO DIRECTO una lista de las cualidades necesarias para hacer parte de su planta de reporteros.

### 7 Pulso

Mauricio Vargas, director de la revista Cambio, expresa su opinión acerca a las trabas que asfixian al periodista investigador en Colombia.

MAYO DE 2000 EDICIÓN MENSUAL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO UNIVERSIDAD DE LA SABANA

MAYO

# ACCESO

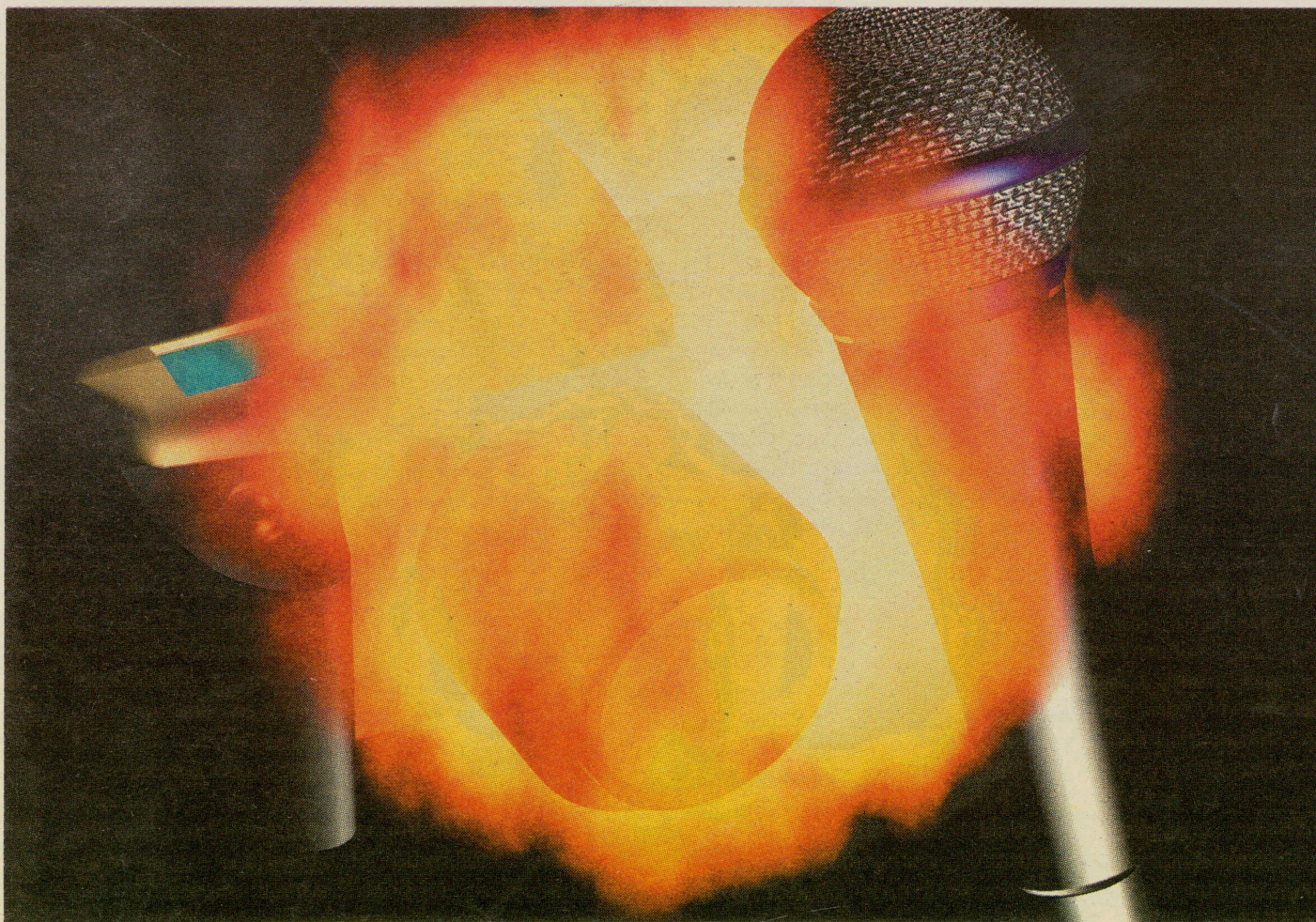
D · I · R · E · C · T · O

NUMERO 1

1000 PESOS

### 8 Informe especial

## Los esclavos del silencio



Para el periodista colombiano, investigar ciertos temas implica arriesgarse a morir o tener que autosilenciarse.

Ilustración Jaime Cadavid

**E**l periodismo colombiano tiene hoy un enemigo que, aunque carente de voz, es más poderoso que las cadenas que ayer robaban la libertad a los esclavos: el régimen del silencio avanza a pasos agigantados y veta temas para la investigación en un país como Colombia, urgido de ella. En el marco del mes que conmemora la libertad de expresión, periodistas reve-

lan a ACCESO DIRECTO alarmantes testimonios sobre la magnitud de las presiones que amenazan su labor. La complejidad del conflicto armado que vive el país; el maridaje entre sectores políticos y esferas narcotráficas; el régimen de desaparición forzada que lideran los grupos de ultraderecha e incluso, los intereses particulares de las grandes empresas informativas, son ape-

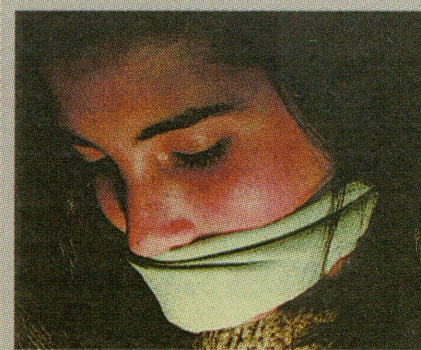
nas algunos de los focos que intimidan el ejercicio de la investigación periodística en Colombia. El silencio no sólo afecta el compromiso de uno de los periodismos más incisivos de Latinoamérica, sino que llega a cuestionar profundamente la decisión del gobierno colombiano para defender uno de los derechos fundamentales del hombre: la libertad de expresar sus ideas. (1)

### 12 Desde afuera

Usted tiene entre dientes la herramienta que le permite no sentir miedo para sacarle la lengua al mundo. Descubrirla le puede ayudar a conseguir, incluso, un mejor empleo.

### 10 Informe especial

Colombia, tercer país en el mundo con índices alarmantes de amenaza a su libertad de prensa, debe volver sus ojos sobre la llamada de auxilio expresada en la Declaración de Chapultepec.



Fotografía Jaime Cadavid

### 14 Tras la jugada

Sin los llamados "cargaladrillos", la efervescencia del fútbol que revienta estadios en Colombia, no sería la misma. Los periodistas de camerino deben llegar a ser "sabuesos" expertos en despertar la pasión de los aficionados.

15

## Lupita



mayo de 2000



ACCESO  
D.I.R.E.C.T.O

Periódico universitario para comunicadores y periodistas Acceso Directo  
Facultad de Comunicación Social y Periodismo  
UNIVERSIDAD DE LA SABANA

**CONSEJO EDITORIAL**

César Mauricio Velásquez, Gustavo Adolfo Herrera,  
Marta Lucía Restrepo, Sergio Llano, José Ignacio Penagos,  
Constanza Morales Arias, Adriana Patricia Guzmán,  
Claudia Nieto Sánchez, Marisol Camacho Hoyos

**Dirección Editorial**

Constanza Morales Arias, Adriana Patricia Guzmán

**Jefe de Redacción**

Claudia Nieto, Adriana Patricia Guzmán

**GERENCIA GENERAL**

Marisol Camacho Hoyos, Marta Lucía Restrepo

**PUBLICIDAD Y MERCADEO**

Gerencia: Jorge Andrés Patiño, Patricia Rocca  
Sub-Gerencia: Marcela Patiño

**RELACIONES PÚBLICAS:**

Gerencia: Manuel Alberto Lozano  
Sub-Gerencia: Ángela Preciado

**DISTRIBUCIÓN Y CIRCULACIÓN**

Gerencia: Adriana Moreno, Sergio Llano  
Sub-Gerencia: Patricia Serrano

**DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN**

María Carolina Serrano, Jaime Cadavid

**FOTOGRAFÍA**

Juan Pablo Cadavid, María Del Carmen Guarín

**ILUSTRACIÓN**

Humberto Cadavid, Jaime Cadavid

**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 Acceso Directo, ni el de la Universidad de La Sabana.

# Estado de conmoción infantil

**Constanza Morales**

Directora General Acceso Directo

**T**oda sociedad tiene un límite a su tolerancia. Llegado el punto en que ésta se desborda, la neutralidad entra a ser cuestionada, máximo para aquellos que se dicen miembros activos de las plataformas que impulsan la consolidación de la igualdad entre los hombres y por ende la construcción de una sociedad. Es de ellos de quienes se espera el impulso de las iniciativas que garanticen la posibilidad de seguir construyendo sociedad, mañana.

Colombia y el mundo entregan un balance preocupante cuando se les examina bajo la lente que calibra la firmeza con la que se supone, deben estar cimentando los sostenes del futuro. Las plataformas se antojan resquebrajadas por el afán enfermizo de alcanzar un reconocimiento entre seres cada vez menos humanos, cada vez más expertos en matarse los unos a los otros.

La fuente principal de la que proviene la oportunidad de tener una mañana, está a punto de secarse, como resultado de la ausencia de verdaderas herramientas para la formación crítica de individuos capaces de reaccionar ante la amenaza de la barbarie que ataca la inocencia. Los medios de comunicación en su lucha por el poder económico, colaboran a incrementar el salvaje proceso de selección natural, sin importar que ello signifique arrebatar los derechos a quienes también por mandato natural, hay que defender y cultivar.

Al ver las imágenes del retiro de Elián de la casa de sus familiares en Miami, surge de inmediato el siguiente interrogante: ¿acaso se le ha preguntado a este niño de tan sólo 6 años qué es lo que en verdad desea?. ¿Quién puede asegurar que todo esto no dejará secuelas graves en un futuro? su corta experiencia en el mundo ha estado salpicada de atropellos, riñas entre familiares, intolerancia y una sed obsesiva por él: una nube de reporteros que no esconde su placer por el llanto, la discusión y el sufrimiento, aunque esto haga parte de la vida íntima de una familia. La experiencia de una niñez amenazada es el claro reflejo de la falta de compromiso con la reconstrucción de toda una nación. La celebración del día del niño en Colombia estuvo caracterizada por la extralimitación de la crueldad humana, cuyo

punto de partida fue el secuestro de un menor de apenas seis años en presencia de sus compañeros mientras viajaba en el bus escolar. La respuesta de los medios fue una programación especial acompañada por una jornada de vacunación. Una respuesta indiferente.

Son pequeños seres que conocen desde temprano la experiencia de la guerra y que son sometidos a un brusco proceso de asimilación de roles ajenos a su realidad. Una realidad que interpretan los medios, contaminados por un periodismo amante del enfrentamiento, la violencia y el escándalo. Códigos de vida que enseñan a estos niños la dinámica de acción que hoy tiene a Colombia atrapada entre el desangre y la intolerancia: el conflicto como única alternativa viable para solucionar los problemas y modificar condiciones injustas.

El compromiso con la regeneración de una nación como Colombia y de un continente como el americano, -donde los principios familiares están más que desgastados-, va más allá de ofrecer dibujos animados y canciones 'bonitas' en los medios de comunicación. La verdadera formación de opinión pública, comienza en el cultivo de las mentes que mañana habrán de liderar los procesos de convivencia armónica. Ese cultivo implica no sólo el desmonte de todos los códigos de violencia con que el periodismo de hoy cumple su función informativa, sino también, la capacidad de defender los parámetros mínimos de respeto a los débiles, dentro de un conflicto armado, máximo cuando se trata de niños.

Es esta la oportunidad para que el periodismo colombiano pruebe que realmente es la plataforma para la consolidación de la igualdad de oportunidades y el respeto de los derechos fundamentales y es también el tiempo para que las futuras generaciones de reporteros, se ganen el lugar que piensan tener en la historia. El campo está abonado. Llegó el momento para defender el derecho a tener un futuro, es hora de que los formadores de opinión y dueños de la palabra en Colombia, demuestren su convicción frente a la verdad: una verdad que mañana no tengamos que sepultar porque es hija de la más absurda violencia, crecida entre los frutos inocentes de un campo que entonces era fértil. ☪

## Construyendo moral pública

**Martha Elvira Soto**

Jefe Unidad Investigativa de El Tiempo  
marsot@eltiempo.com.co

**P**ara García Márquez simplemente no existe y para quienes existe ya todo está dicho. El tema no es otro que el controvertido periodismo investigativo, un nicho informativo que tuvo gran auge en la década de los 80 y que ahora - luego del Proceso 8.000 mil y de la avalancha de casos de corrupción que cayó sobre los colombianos- parece haber perdido los niveles de impacto con los que inició su carrera. Muertos que cobraban pensiones, aseadoras que recibían mesadas de congresista, colchonerías que prestaban servicios médicos...era un platillo periodístico que invitaba al lector a denunciar y

a asombrarse ante el político corrupto que desangraba las arcas. Pero las cosas, como el país, han cambiado. Luego de convivir cuatro años con un gobierno ilegítimo y ver cómo desfilaban ante los tribunales prestigiosos políticos, periodistas, reinas y futbolistas, el país elevó su nivel de tolerancia y ahora es muy poco lo que realmente le llega a causar asombro. Los saqueos en Caprecom, en el Seguro Social, en Foncolpuertos... hicieron que las historias de corrupción se convirtieran en una sola, en donde tan solo cambiaban nombres, montos y fechas. Aunque los resultados de ese periodismo son infinitos -centenares de procesos penales y disciplinarios iniciados con base en estos informes- los reporteros investigativos nos encargamos, inconscientemente, de inmunizar al lector. Por eso, hoy, la tarea es la de redescubrir los favores del periodismo investigativo; de aprovechar los instrumentos que la ley

nos da para ejercer una veeduría en nombre de los ciudadanos ¿La solución? Está en las mentes y computadores de los propios periodistas. Como se dice en el lenguaje militar, hay dos frentes de lucha: el de forma y el de fondo.

El primer frente se debe encargar de sensibilizar de nuevo a los lectores, buscando canales narrativos que permitan llegar con mayor facilidad a la gente. En el terreno del fondo, la batalla que hay que librar consiste en no dejar morir los episodios en los que la investigación periodística fue fundamental a la hora de defender los derechos de las personas y los intereses y bienes del país. Recordarles a los corruptos que hay alguien respirando detrás de su nuca. De esto se ocupa un grupo de medios de comunicación que cree firmemente que a través de la prensa se puede ayudar a construir moral pública. ☪

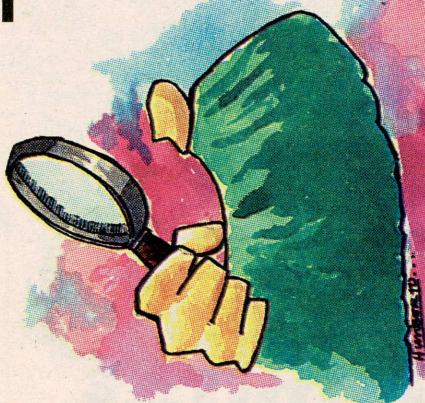
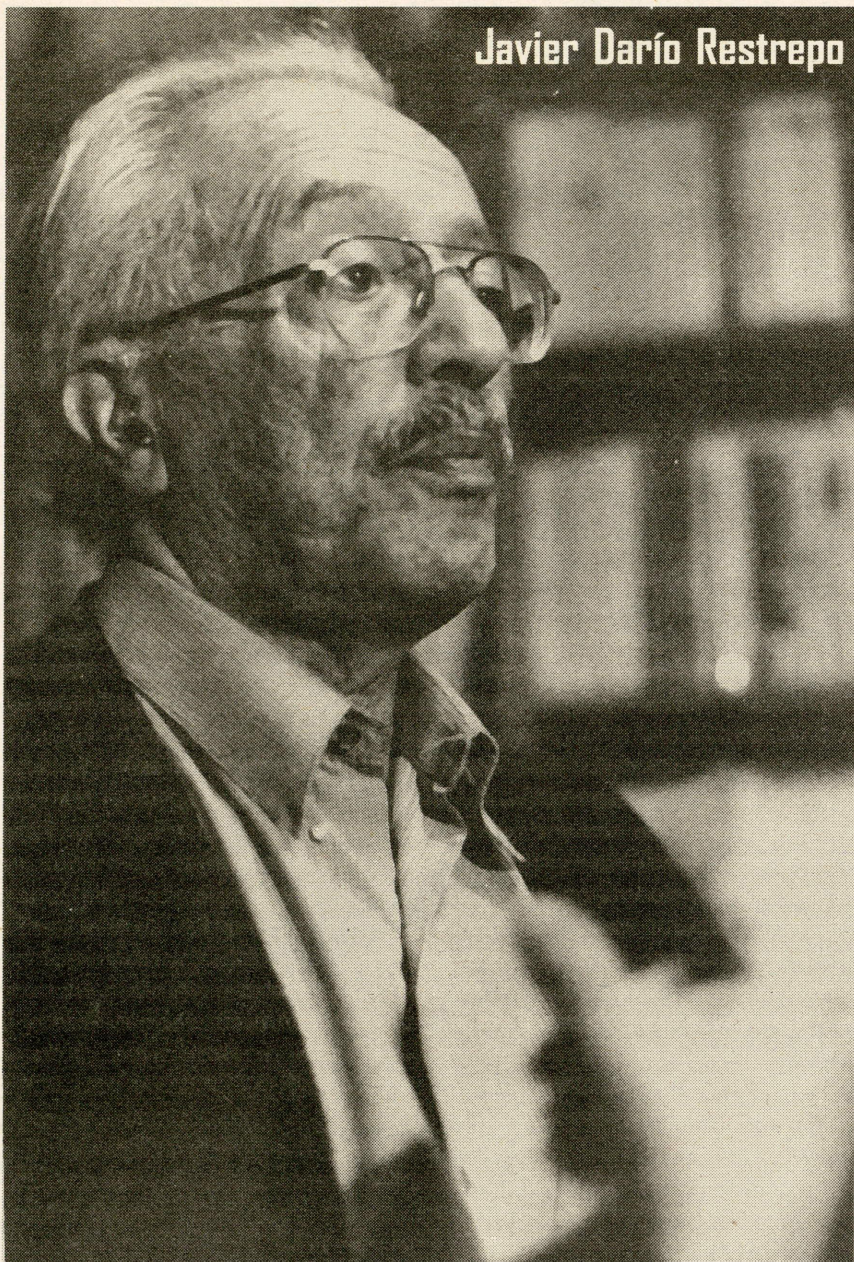


Ilustración Humberto Cadavid





Javier Darío Restrepo

Fotografía Nicolás Cabrera

Javier Darío Restrepo ataca la concepción de las universidades de entender al periodista también como comunicador

Cuando habla, la verdad deja de ser eco. Se le siente en cada golpe de voz, en los ademanes que vienen con la edad, en las pausas que hace cuando se le acaba el aire...en sí mismo se hace tangible la verdad. Experto en ética periodística, ganador del Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar en las modalidades de crónica e investigación; defensor del lector de El Tiempo durante dos años; merecedor del premio PROCEPER 1997; corresponsal de guerra, sacerdote y maestro, Pero ante todo, un verdadero periodista.

Javier Darío Restrepo, nacido hace 64 años en Jericó, Antioquia, recibe el siglo XXI con respuestas ante los retos que una nueva forma de vivir traerá para el periodismo; el norte no ha dejado de ser el mismo que conoció cuando iba con una grabadora de lado a lado, mientras trabajaba para el Episcopado colombiano: el periodismo es una pasión por el servicio a la verdad, un norte que dibuja una ruta clara de destino para el que elige caminar por su senda. Acceso Directo

conversó con el actual defensor del lector de El Colombiano, sobre las rutas equivocadas del periodismo de hoy y las posibles salidas que tiene en el umbral de un nuevo siglo.

**Acceso Directo:** ¿Realmente la formación en periodismo debe eliminarse y reducirse al aprendizaje de unas técnicas complementadas con otra profesión?

**Javier Darío Restrepo:** Es necesario replantear los pñsumes y la orientación de la carrera, porque el periodista debe formarse para ser periodista y no para ser comunicador; esa mezcla es un artificio que no obedece a ninguna necesidad sino a una técnica comercial de las universidades. Además el receptor es cada vez más exigente, porque se han multiplicado las fuentes de información. Aquí hay un asunto más importante y es que esto no es asunto de técnicas ni de especialización; ser periodista es ante todo un estado de alma, una pasión, es casi una misión en la vida y si estas personas

## La voz de la palabra

**Claudia Nieto/Constanza Morales**  
Jefe de Redacción y Directora Editorial  
gruopeditorial@latinmail.com

Diez y siete años de sacerdocio y cuarenta dedicados al que Gabo llamó 'el oficio más lindo del mundo', hacen que a este veterano del periodismo no le tiemble la voz para revelar los 'pecados' que comete la academia en la formación de los profesionales de la información.

especializadas no comparten esta visión, engendremos un periodismo sin alma.

**A.D.:** ¿A la luz de esa necesidad de especialización en el periodismo, por qué no ha habido ningún tipo de pronunciamiento por parte del gremio, ante el proyecto de ley que busca profesionalizar el periodismo sin contemplar esa exigencia?

**J.D.R.:** Las exigencias de independencia de la profesión son tales que no quiere deberle ninguna clase de favor particular a los políticos ni a los que están en el poder, y el hecho de que haya una ley para regular el periodismo es crearle la coyuntura a esos políticos y poderosos, para trazarle parámetros a la profesión. Hay que desconfiar de esas iniciativas porque la responsabilidad que existe frente a una información emitida, no se debe asumir por razón de unas leyes, sino por razón de una convicción y una formación ética.


**A.D.:** En ese caso la responsabilidad sería la necesidad más importante de la información, y muchos podrían pensar que esa responsabilidad se sustenta en el grado de especialización sobre un tema. ¿Cuáles serían entonces esos cambios que necesitan hacer las facultades para que el periodista salga bien preparado?

**J.D.R.:** La universidad tiene que centrarse en lo periodístico y en ese sentido regresar a la antigua 'escuela de periodismo'. Quien entra allí no es alguien que se va a meter en asuntos de comunicología, sino que adquiere unas técnicas y principalmente una forma de ser, se establece de una vez por todas si soy periodista, no soy comunicador. Esa formación enfatizada en las cualidades para ser periodista, está ligada a la vez con la especialización, entendiendo ese gran valor que da la sociedad de hoy al conocimiento profundo y duradero. Se acabó el periodista todero.

**A.D.:** ¿Si la formación debe concentrarse únicamente en periodismo, cómo dotar a ese profesional de las herramientas gerenciales que le está exigiendo el poderío comercial de los medios de comunicación?

**J.D.R.:** En eso ha habido una evolución y yo he asistido. Recuerdo cuando decía «entre la sala de redacción y el área comercial debe haber un muro insalvable». Hasta que la Fundación para el Nuevo Periodismo organizó una conferencia dirigida por el director-gerente del diario El País de Madrid, quien nos mostró como en un periodismo maduro deben coexistir en una sola persona esas dos habilidades, pues permite un equilibrio entre el interés informativo y el comercial: esa es la condición para que un medio sobreviva. Se ha demostrado que la división de competencias lleva a una serie de conflictos en los que inevitablemente triunfa el gerente, porque es quien maneja las cifras.

**A.D.:** Esa necesaria convergencia de habilidades gerenciales e informativas, ¿está convirtiendo aquellos principios como la defensa de la audiencia o el respeto a la verdad, también en focos de rentabilidad comercial?

**J.D.R.:** En toda empresa hoy la condición para que haya florecimiento empresarial es, que el consumidor tenga confianza en el producto y en la empresa que lo hace. Eso es todavía más apremiante en periodismo porque cuando alguien compra un periódico no está comprando información sino credibilidad. No hay libertad de prensa, sin hombres libres en la prensa. Cuando matan a un periodista, la sociedad no sólo siente que le han quitado una boca, unos ojos, unos oídos...también ve amenazada su libertad de expresión, y por eso lo siente. 

**SER PERIODISTA ES ANTE TODO UN ESTADO DE ALMA, UNA PASIÓN, ES CASI UNA MISIÓN EN LA VIDA**



El consumidor de información en Colombia,  
paga caro su derecho a ser defendido.

# Quando atacar es defender

Alvaro Acuña  
Redactor  
a3405537@hotmail.com

Es miércoles 5 de abril; hora: 8:30 de la noche. Lugar: un hogar colombiano. Daniela Gómez de 6 años y su familia observan escandalizados las imágenes del programa "EXTRA" del canal Caracol, donde un hombre desnudo es azotado por una mujer con aspecto de verdugo, en una clara muestra de sadomasoquismo.

Al cambiar de canal, en una escena de "A donde vas Soledad" -una de las cuatro (4) telenovelas incluidas en el "paquete" nocturno de RCN- las escenas de irrespeto familiar y sexo, conforman el principal atractivo. La familia Gómez, al verse "violenta" con los contenidos en la franja Triple A, decide apagar el televisor, sabiendo de antemano que si sigue saltando de canal se va a encontrar con programación repetida, viejos enlatados o producciones reencauchadas. Y, los asalta la pregunta, ¿Qué puede hacer el televidente, para incidir con su opinión, sobre la programación nacional? O mejor aún ¿Hasta que punto son tenidos en cuenta los intereses del televidente en los canales de televisión?

## La indefensión del televidente

La familia Gómez, como la gran mayoría de la audiencia, no sabe que existe la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), cuya función es precisamente la de reglamentar, inspeccionar y vigilar la programación televisiva para que no se sigan emitiendo este tipo de programas; y

mucho menos conoce la existencia de la figura del defensor del televidente.

Con la aparición, en el año 1998, de los canales privados (RCN y Caracol) y de acuerdo con la ley 335 de 1996, se ordenó la creación de este defensor y de un espacio dentro de la programación del canal, destinado a escuchar las inquietudes de la teleaudiencia. "La gente participa muy poco, pues los contenidos no le interesan tanto, particularmente le interesan más al periodismo; además la empresa no ha establecido todavía un mecanismo para ejercer la defensoría" puntualiza Julio Nieto Bernal quien se viene desempeñando hace seis meses como defensor del Televidente en el canal RCN.

Nieto Bernal reconoce que aunque ha persuadido a RCN en procura de una mayor difusión de sus funciones como Defensor, la respuesta ha sido negativa, "ya que hay otros intereses más inmediatos y el canal está en etapa de crecimiento". Por su parte Amparo Pérez quien lleva dos años siendo la defensora del televidente en el canal Caracol, sostiene que "más que velar, el defensor lo que hace es escuchar a la audiencia que se queja de contenidos de sexo y violencia, palabras soeces o cambios bruscos en la programación".

Pero aunque Pérez afirma que dirige un espacio de 10 minutos que va un día entre semana a la media noche y que está dedicado a los reclamos del televidente, no deja de llamar la atención, ni de hacerse notorias las razones de rating,



Con casi dos años de haber sido creada la figura del Defensor del Televidente en Colombia ya da peligrosas muestras de inoperancia, en el respeto a una audiencia que reconoce no saber de su existencia.

el hecho de que Caracol haya 'corrido' la emisión de su noticiero de las 9:30 de la noche, 40 minutos más tarde sin que hubiese habido una consulta previa con el televidente.

Al respecto Pérez afirma que "por ser un canal privado, Caracol acomoda su programación a lo que más le conviene y no porque alguien llamó se va a quitar o poner un programa". Entonces ¿sigue siendo descabellado pensar que la audiencia está supeditada indefensa frente a los caprichos del canal?

## El derecho a la defensa

La figura del defensor del televidente a nivel internacional nace en Gran Bretaña y es realmente reciente; la BBC de Londres nombra el primer defensor en el año 1982. En la actualidad hay aproximadamente 80 defensores en los medios del mundo. En Colombia, la defensoría del televidente nace según la CNTV, con

el ánimo de escuchar las quejas de la audiencia, hacer crítica y tomar las respectivas medidas cuando la privacidad, el buen gusto, y la moral del televidente sean irrespetados.

Sin embargo "El defensor también está -señala Pérez- para defender al canal; no todo lo del canal es malo a veces hay que defenderlo tenga o no la razón". A tono con esto, Nieto Bernal afirma que la idea de que el defensor sea nombrado por los propios televidentes y no pertenezca al mismo canal no es descabellada y agrega que "para ser defensor es suficiente que se vea televisión y se tenga criterio de ética y estética". Declaraciones como éstas no obligan a hacer un análisis muy profundo para que se pueda

# ACCESO

D.I.R.E.C.T.O

¡suscríbese ya!

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

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

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 \$ 11,000<sup>00</sup>      Suscripción anual fuera de Bogotá en Colombia \$ 18,000<sup>00</sup>



**4 Antena**  
**Cuando atacar es defender**

concluir que la figura del defensor del televidente es de bajo perfil. Como también es bajo el volumen de quejas recibidas por la CNTV, -sólo 12 en los últimos dos años- así como el número de acciones adelantadas por las defensorías de los canales privados.

La precaria cantidad de reclamos presentados obedece más al desconocimiento por parte de la audiencia en torno a qué tipos de inquietudes pueden diligenciar, de qué deben estar protegidas, para qué sirven las acciones de amparo que contempla la CNTV y la misma figura del Defensor del Lector. Según Amparo Pérez, las quejas recibidas deben ser verificadas, se habla con la persona comprometida y después se le da respuesta al televidente; dice además que "Caracol es el único que se ha preocupado por tener, un programa, una cuña, en fin, se está cumpliendo con la ley".

No obstante, las quejas registradas ante la CNTV reciben solución a través de la atención de los reclamos y una notificación que le informa al consumidor, si su queja está bien fundada o no. Aunque está claro que el defensor está para educar a la audiencia y defender sus derechos de estar bien informada y sanamente entretenida, el cargo es todavía muy incipiente y obedece más al llamado del mero cumplimiento de la Ley.

**Defensa a control remoto**

Figuras como la del defensor del televidente siempre serán bienvenidas por parte de la audiencia, toda vez que estén representadas en personas idóneas para mejorar la calidad de la televisión colombiana y no para convertirse en otra cuota burocrática o figura decorativa. En tiempos de globalización informativa como los que estamos viviendo y donde la televisión es prácticamente un integrante más de la familia, el criterio del televidente debería ser más tenido en cuenta y porque no, participar de la programación de sus canales favoritos por medio de una televisión interactiva con miras a unos mejores contenidos. De lo contrario, todos nos veríamos avocados a imitar lo que hizo la familia Gómez: tomar el control remoto como herramienta para la protección de sus derechos, apagar el televisor e irse a dormir. ☹

*Si usted tiene alguna queja respecto al contenido de algún programa emitido por cualquiera de los canales nacionales, públicos o privados, comuníquese con: defensor.televidente@caracol.com.co / tel. 3190860 ext. 1523 y 1524 RCN carrera 13A No. 37-32 / Conm. 3147070 CNTV calle 93 No. 16-25 tel 6352240*

**Bienvenidos al festival de los hombres orquesta**



Ilustración Humberto Cadavid

**Carolina López**  
Jefe de Relaciones públicas Crump América S.A.  
crump@impsat.net.co

**S**i usted es de los que regularmente oye mencionar la frase «relacionista público» e inmediatamente se imagina una morena de 1. 80 de estatura, unas piernas imponentes, una impresionante minifalda y una sonrisa cautivadora, debe leer urgentemente este artículo. En los países subdesarrollados una de las áreas de la comunicación social más malentendida es la de Relaciones Públicas. Es común oír hablar de las niñas del departamento de recreación y deporte, de cocktailología, glamour, fiestas etc... o encontrar en los clasificados de los periódicos anuncios como este: «se necesita señorita relacionista pública para que reparta volantes de un nuevo almacén de perros calientes, que sepa patinar y que pueda desplazarse por una importante vía del norte de la ciudad, buenas relaciones interpersonales, amable, etc...En ese momento surgen las preguntas: ¿promotor de ventas?, ¿maestro de ceremonias?, ¿modelo?, o...¿EJECUTIVO ORQUESTA? Para poder aclarar un poco este enredo remontémosnos a 1850 cuando las industrias estadounidenses atravesaban por innumerables problemas sindicales y de inconformidad por parte de los millares de empleados que se sentían explotados y ultrajados. Fue en este momento cuando surgieron los famosos «agentes de prensa», encargados de contener revueltas por medios poco éticos para evitar que se detuviera la producción. Nace entonces la primera ola de «relacionistas públicos», que a través de fiestas, licores, y regalos, pudieron evitar verdaderas catástrofes empresariales.

La persona encargada del departamento de relaciones públicas debe entender claramente el concepto de emisión de mensajes, y saber imprimirle la fuerza adecuada en el momento adecuado. Debe lograr tal vez la tarea más titánica de todas dentro de la empresa: generar confianza entre los diferentes

públicos con los que se relaciona, sean medios de comunicación, clientes, empleados o gobierno.

Profundicemos un poco en este aspecto. Un líder orienta a su equipo hacia el éxito, siendo capaz de transmitir claramente los objetivos que se van a alcanzar, de una manera convincente. Una compañía puede contar con suficientes recursos económicos, personal muy capacitado e imponentes instalaciones, pero si cada departamento responde a los clientes de diferente manera, será como una lluvia de esfuerzos que al no enfocarse en la misma dirección, generarán grandes fracasos y una desintegración total de las metas.

Anteriormente este departamento contaba el con menor presupuesto y los profesionales de la comunicación que trabajaban en él acababan como asistentes de otra área (era común verlos sacando pendones y organizando el cumpleaños del presidente de la compañía). Hoy en día las empresas se han dado cuenta de que un manejo eficiente de los medios de comunicación, una buena rueda de prensa, unas excelentes entrevistas, un buen comunicado de un evento impactante, y sobre todo, una PRIMERA BUENA IMPRESIÓN DE LA EMPRESA, redundan en miles de beneficios para un negocio, menores gastos en publicidad y efectivos intentos por atrapar a los esquivos clientes.

Por eso, si usted habla con desprecio de una persona que tiene el título de relacionista público, recuerde que es un profesional de la comunicación enfocado en hacer su vida más amable y en inventar todo tipo de maromas para dirigir su compañía hacia el éxito y la recordación. Si no fueran útiles, ¿cree usted que multinacionales tan importantes como Mercedes Benz y Chrysler gastarían millones de dólares sólo en contratar modelos en minifalda? ☹



## ¿Qué tipo de egresado necesitan los medios?

# 'Yo sí quiero ser periodista'

**Nubia Camacho**

Subeditora de La Nación  
El Tiempo  
nubcam@eltiempo.com.co

Siempre me sorprende la cantidad, cada vez más grande, de estudiantes que debajo de una apariencia de artistas despistados, guardan un potencial periodístico enorme. Su convencimiento de que nacieron para 'crear' y no para repetir (la noticia es una reproducción de la realidad), los hace alumnos *sui generis*. A veces tienen el pelo largo, usan lentes de color azul o naranja y cargan un par de libros en su mochila 'de combate'. Otras, se visten como el común de sus compañeros pero un brillo en sus ojos los hace diferentes. Se les notan las ganas de 'construir', de crear, de hacer. Sin embargo creen que cayeron por accidente en la Facultad de Periodismo; que son unos incomprendidos por el mundo y por sus padres, y que un duende intrépido los sacará de aquí y los pondrá en el lugar que, están seguros, les corresponde y los espera.

Habitualmente, ese tipo de estudiantes tiene una ventaja grande sobre el resto de sus compañeros: ganas. Algunos siguen metidos en sus sueños mientras tropiezan en el aprendizaje del periodismo. Muchos de ellos solo por obstinación. Otros deciden, en mitad de la carrera, apostarle a esta profesión. "Por un momento -me dicen, en tono de broma- he decidido olvidar que mi destino está en otra parte, profe". Al final, un gran porcentaje de esos estudiantes ha resultado ser de los mejores de su clase porque asumen la vida y los retos que ella les pone en el camino con un auténtico entusiasmo. No es fingido; una cierta alegría natural conduce cada una de sus acciones.

Luego los ve uno -en El Tiempo tengo dos o tres de esos ex alumnos- de cola de caballo frente al computador, con los infaltables lentes azules, una picardía a flor de piel y ya no como estudiantes sino como colegas: es la mayor satisfacción para un "profe".

Pero no solo de entusiasmo hay que regar el camino para llegar a un periódico de la importancia de El Tiempo. Pesan otros factores también importantes.

La lista de cualidades y aptitudes necesarias para ingresar a un medio de comunicación de prestigio no es muy grande ni mucho menos exótica. Los medios no piden cosas raras. Piden cosas simples.

### Ni detectives ni genios

Las facultades de periodismo han sido objeto de incontables cuestionamientos por parte de directores de medios y, particularmente, de periodistas empíricos. Se les critica su "falta de aterrizaje"; su aparente "desconexión" con la realidad del país; su academicismo. Precisamente esta discusión ha llevado a muchas de ellas a reevaluar sus programas de estudio y a sintonizarse con los medios.

Hoy, la mayoría de ellas están convencidas de que la práctica desde la academia es fundamental, a la hora de formar buenos comunicadores sociales. Pero realmente, ¿qué necesita un recién egresado de una facultad de periodismo para ser parte de la planta de periodistas de un diario como El Tiempo? Criterio, audacia, permeabilidad, apertura, cultura, sentido del humor, honestidad, sensibilidad y, por supuesto, una dosis enorme de entusiasmo.

Fácil. El criterio, dirán ustedes, lo da la universidad a través de las 'lecturas obligadas'. Error grande: el verdadero estudiante de periodismo es el que busca más allá de las cuatro paredes de su salón de clase y no exclusivamente lo que el profesor exige en su taller. No es un 'come libros' ni un 'devorador' de enciclopedias. Es un tipo común y corriente que está medianamente enterado de lo que pasa a su alrededor. La información es la materia prima de esta carrera; dejarla escapar es, literalmente, andar en las nebulosas.

Audacia. A uno le hablan de audacia y



Ilustración Humberto Cadavid

Acceso Directo inaugura su canal de «Enlace» con los medios impresos de comunicación. En esta oportunidad, el diario El Tiempo cede uno de los trabajos realizados por la subeditora de la sección Nación.

piensa en Robin, el fiel y 'audaz' compañero de Batman. O en esos periodistas de película que "se le miden a todo". Yo pienso, simplemente, que ser audaz en estos tiempos de indiferencia es tomar actitudes frente a la vida. Hablar, discutir, pensar, buscar, perder, sentir, rechazar, admirar, tolerar, ayudar, disentir, respetar...

Sentido del humor. La mayor muestra de inteligencia, dice un respetado filósofo antiguo cuyo nombre no recuerdo, es el sentido del humor. Y eso sí que no lo da la academia. Lo da la vida diaria: los amigos, las circunstancias, el día, la clase, la 'rumba', las lecturas, los instantes. Es esa alegría natural que siempre acompaña al joven de lentes azules y cola de caballo y que nada tiene que ver con la sorna y el irrespeto.

Lo otro es la sensibilidad. A mis estudiantes les digo que el periodista corre a diario el mismo riesgo del médico: se acostumbran tanto a manejar tragedias ajenas que pueden llegar a un punto de in-

sensibilidad extrema. Por eso les recomiendo que tengan a la mano, siempre, un buen libro. Porque la lectura sensibiliza, lo vuelve a uno permeable, le espanta la indiferencia. Eso sí que se aprende desde la Academia.

La verdad, la lista de cualidades y aptitudes necesarias para ingresar a un medio de comunicación de prestigio no es muy grande ni mucho menos exótica. Los medios no piden cosas raras. Piden cosas simples. No piden detectives encubiertos; piden mentes frescas y aguzadas que sepan por dónde hay que buscar. No piden genios de la escritura; buscan hombres que sepan contar historias con claridad. No piden académicos; quieren jóvenes preocupados por la realidad de su país, de su gente, del mundo. Y por fortuna, cada vez piden menos 'cazadores de chivas' y más mentes con criterio. Así las cosas, ¿se le mediría usted a pertenecer a la planta de periodistas de un medio como El Tiempo? ☺



Mauricio Vargas, Director de la Revista Cambio

# El periodismo colombiano no debe tener 'alma de mártir'

César M. Velázquez/  
Gustavo A. Herrera\*

**A**cceso Directo inicia **PULSO** en esta edición, una serie de entrevistas con directores de medios de comunicación del país. Queremos abordar temáticas interesantes sobre nuestra profesión, analizar problemas y proponer soluciones. El invitado en esta ocasión es el Director de la Revista Cambio, que con su equipo de trabajo acaba de ganar el Premio Ortega y Gasset por el cubrimiento dado al proceso de paz. La distinción fue concedida por el periódico El País de España.

Durante su carrera periodística, Mauricio Vargas ha sido director de la Revista *Semana*, fundador de *Radionet* y director del *Noticiero CM&*, ha escrito varios libros sobre historia política reciente del país, entre los que se destaca *El presidente que se iba a caer*, un trabajo profundo sobre los intrínquilos del proceso 8000. Con él hablamos en su oficina mientras compartíamos un café.

**Acceso Directo:** ¿Cómo percibe usted las facultades de Comunicación frente a los desafíos del periodismo en Colombia?

**Mauricio Vargas:** Las facultades de Comunicación tienen un desafío importante en la coyuntura que estamos viviendo. Durante muchos años han sido objeto de crítica, yo mismo las he hecho, las he acusado de estar formando insuficientemente a los periodistas del mañana. Es de admirar la actitud que ha tenido la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Sabana con respecto al comportamiento de los medios ante la situación de violencia, y el tratamiento mismo de los esfuerzos de paz. Creo que si empezamos a sembrar futuro a través de los estudiantes de comunicación en cuanto a temas como el Acuerdo por la Discreción, sin duda va a llegar un día en que va a ser más fácil sacar adelante este tipo de iniciativas.

**A.D.:** ¿Para lograr ese objetivo que aspectos de los futuros periodistas se necesita fortalecer?

**M.V.:** El sentido crítico y de debate. Los estudiantes, hoy más que nunca, tienen que ser testigos críticos para suplir la



Para Vargas ya es tiempo de que la prensa colombiana acabe con la «mentira» y la «tontería» de creerse la principal víctima de la violencia.

formación de lo que hoy pasa en los medios frente a lo que ocurre en el país. No que simplemente salgan unas lindas ideas de la cabeza de jóvenes ilusionados con una manera utópica de hacer periodismo, sino que esas propuestas se confronten con la realidad de la actividad diaria de los medios.

**A.D.:** En los últimos meses han sido asesinados periodistas, otros amenazados y exiliados, se podría pensar que todo esto es por hacer bien su trabajo ¿no cree que hay periodistas que, de alguna manera, han tomado partido, han dicho mentiras, tienen compromisos y cartas bajo la mesa, incumpliendo deberes profesionales?

**M.V.:** Creo que estamos ante dos situaciones muy claras: la primera es que no se puede generalizar que todo periodista que es amenazado es por la misma razón. La segunda es que los periodistas no podemos montarla de víctimas. Nosotros no somos la gente más amenaza-

da de Colombia. Nosotros no somos los que sufrimos la violencia, esa actitud de plañideras internacionales de que somos los pobrecitos del conflicto es una mentira y una tontería. Los periodistas tenemos que dejar de ser las 'vedettes' del 'victimismo'. Decidimos ser periodistas en un país que no se volvió así de la noche a al mañana. Es la opción que elegimos y hay que tomarla sin cobardías ni llantos.

**A.D.:** Cuando uno habla de libertad de expresión, siempre hace una referencia a las amenazas, pero hay otro tipo de faltas a esa libertad como, tergiversaciones, calumnias, apreciaciones infundadas que van en contra de la misma persona ¿qué opina de esto?

**M.V.:** Creo que todo eso hace parte de un país confundido, perplejo, de un país desinformado; no por falta de información sino por exceso en la misma y por su falta de calidad. Insisto: creo que la libertad de prensa también es

una libertad para equivocarse. La responsabilidad de todo periodista es no hacer señalamientos indebidos, irresponsables y no 'colgarle' la lápida a nadie; pero nada de eso debe justificar que se vuelva esa persona *target* violento también.

**A.D.:** Usted firmó el Acuerdo por la Discreción en su Revista, ¿lo han intentado cumplir?

**M.V.:** Sí aquí le hemos hecho debate al tema. Nos hemos enfrentado ante desafíos planteados por la propia información frente al espíritu del texto del Acuerdo. Yo espero que hayamos actuado correctamente. No lo garantizo. Me parece que esa valoración hay que hacerla con el transcurso del tiempo. ☛

\*Decano/Director de Programa  
Facultad de Comunicación Social y  
Periodismo  
Universidad de La Sabana



# Los esclavos

**Manuel Ignacio González**

Redactor  
manuelgonzalez@uol.com.co

Con casi más de dos siglos de haber desaparecido la esclavitud en el mundo, el escenario colombiano se muestra como una tierra fértil para que la ética del miedo coarte la libertad de todo un pueblo. Desde el sonado proceso ocho mil, los periodistas colombianos presentan síntomas claros que caracterizan a quienes son esclavos de las verdades que tienen que callar: hoy por hoy, la labor investigativa al interior de los medios está soportada bajo un régimen de silencio que los reporteros más incisivos se obligan a respetar, a cambio de proteger su vida e incluso su puesto.

El verdugo de la verdad tiene rostros diferentes. La presión que obliga al periodista a vetar temas trascendentales de la vida nacional, también viene desde ángulos diferentes. La amenaza a la seguridad personal; los intereses económicos y políticos de los medios; la legislación usada malintencionadamente; la falta de colaboración de los funcionarios públicos para acceder a documentos; los extraños compromisos que el mismo periodista adquiere con sectores oscuros de la sociedad; las iniciativas a favor de la reconciliación nacional, entre otros, constituyen los 'motivos' que obligan al periodismo investigativo a retirar su dedo de la llaga que levanta la acción corrupta de los poderosos, contra una nación encerrada en su ignorancia.

Investigadores de varios medios de comunicación, consultados por Acceso Directo, coincidieron en afirmar que no existen temas vetados para un buen periodista, pero que de todas maneras no se puede desconocer la realidad del país, un factor responsable de que las investigaciones sobre ciertos temas tengan el rótulo de 'delicadas'. "Los paramilitares, la guerrilla, escuadrones de la muerte, son muy difíciles" afirmó Camilo Chaparro, subdirector e investigador de NTC Noticias.

La experiencia de Chaparro y de los miembros de su equipo confirma la sentencia



Callar o morir: la mordaza que intimida al periodista investigativo en Colombia. Nuestro país ocupa el tercer lugar después de Sierra Leona y la ex Yugoslavia

de silencio que varios sectores han puesto sobre el periodismo investigativo en Colombia, "Nosotros nos metimos de frente a hacer en Medellín la investigación sobre el asesinato de Jaime Garzón, la presunta conexión entre el 'bochas' y la 'terrazza', así como entre ésta 'banda' y los paramilitares. Finalmente nos tocó sacar a todo el equipo periodístico de Medellín, porque los amenazaron de muerte; sin embargo el trabajo se publicó".

**La verdad no alcanza para 'dejarse matar'**

Para Manuel Teodoro, productor del programa de televisión Séptimo día,

que permaneció 4 años al aire siguiendo un formato de denuncia, "muchas cosas pueden obstaculizar la publicación o la transmisión de una nota, puede ser censura por presiones del gobierno o por amenazas abiertas que básicamente te advierten que si sacas esa nota puede haber represalias contra ti". Afirma que en su calidad de director y en compañía de varios miembros de su equipo, recibió amenazas frecuentes, cuya constante era evitar la transmisión de información comprometedor para alguien o como represalia por haber denunciado alguna irregularidad. «Recuerdo que un día llegó a la oficina un sufragio para

mi. En Colombia la vida de uno vale cinco pesos, hay que pensar en las consecuencias del periodismo, en un país donde matar es común y uno no está exonerado de esa posibilidad».

Esas constantes presiones de las que son víctimas los periodistas investigadores en Colombia, han llevado a algunos de ellos a no tocar ciertos temas con profundidad. Para Deisy Cañón, ex directora del *Noticiero 7:30 caracol*, 24 horas y editora de la Revista *Cromos*, en Colombia los periodistas dejan de cubrir ciertos temas y se someten a la ética del miedo, "porque el peligro existe y no hay una chiva que valga la pena para hacerse matar".



# del silencio

**Colombia, país que se enorgullece de tener una de las democracias más sólidas de América Latina, registra uno de los índices más altos de amenaza a su libertad de expresión. Paradójicamente los verdugos de la verdad son los mismos que tienen en ella el fundamento de su profesión.**

tre publicidad e información "hace que las investigaciones a veces se cuelguen (no se publiquen) por no perder la pauta de cierta empresa o grupo, sobre todo en épocas de crisis como la actual", afirmó Héctor Mario Rodríguez, periodista que lleva más de 15 años haciendo investigación en diferentes medios de Colombia. El mismo experimentado investigador atribuye su salida de la dirección de la Unidad investigativa de Semana, a la falta de publicación de sus trabajos por razones similares a las mencionadas. La relación de los medios y los partidos políticos coarta la autonomía del comunicador. En palabras de Héctor Mario "en ese sentido el periodismo investigativo está tan mal que ahora hasta los propios políticos se denuncian entre ellos, lo de Dragacol fue denunciado por un congresista, lo mismo que los contratos de la Cámara de Representantes". En ese sentido Deisy Cañón, destaca la entrada de los canales privados con sus intereses comerciales específicos, como condición para que el periodista practique la autocensura. «Como directora jámás le he dicho a un periodista eso no se puede decir porque este noticiero es del grupo Santo Domingo; me he arriesgado bastante, pero obviamente eso me ha costado el puesto. Por ejemplo mi salida de caracol tuvo que ver con mi oposición al gobierno Samper».

Llegado este punto es necesario contemplar un elemento que cruza toda actividad periodística, con mayor razón cuando ésta se dedica a la investigación: la ética, entendida como la capacidad de enfrentar presiones e intereses para defender la publicación de una verdad que sea de utilidad para la opinión pública. Para Javier Darío Restrepo, "en el caso de investigación, la norma ética fundamental es el respeto a la verdad, haya o no haya dificultades ese respeto a la verdad se tiene que mantener para que sea un buen trabajo investigativo".

## El 'derecho' de impedimento

Para Guillermo Puyana, asesor jurídico de El Espectador, Semana y Cambio, la legislación en materia investigativa, es



Hector M. Rodríguez abandonó SEMANA por razones de censura

lo suficientemente reducida, pero según su criterio, si fuera menos sería mejor, "porque los esquemas normativos sobre periodismo los hacen los legisladores quienes son por naturaleza contraparte de los periodistas, son objetivo informativo de la prensa. Comparto la frase del ex director del diario El País de España Juan Luis Eubrian que decía que cuando él oía que iba a legislarse sobre periodismo, sentía mucho miedo, porque entendía que iban a legislar contra el periodismo, y yo creo que básicamente lo mismo pasa acá". Pese a que existen mecanismos que tiene cualquier ciudadano para acceder a la información, (ver recuadro pag.10), ellos no implican una garantía de facilidades para el trabajo investigativo de los periodistas, quienes según Martha Elvira Soto, jefe de la Unidad Investigativa de El Tiempo "enfrentan complicaciones de tipo legal, procesos dispendiosos para acceder a documentos, que en ocasiones son demorados con intención".

Finalmente los mecanismos que están a disposición de cualquier ciudadano para hacer valer sus derechos cuando sienten que se los han vulnerado, también afectan a los investigadores. Mientras Séptimo Día estuvo al aire, fue blanco de 31 acciones de tutela, de las cuales

ganó 29, perdió 1 y tiene otra en revisión. Cifras que dejan la sospecha de un uso con fines restrictivos, a través del mecanismo introducido por la Constitución del 91. "Cierta tipo de rectificaciones y cierto tipo de tutelas se están interponiendo por parte de las personas supuestamente afectadas con la información con un efecto intimidante, para tratar de callar al medio" afirmó Puyana.

## 'El grito de independencia'

A pesar de todas las dificultades que han tenido que sortear, los periodistas colombianos han logrado sacar adelante trabajos de una gran utilidad para la sociedad, como el proceso 8000 y todas las verdades que salieron a flote gracias a las labores de las diferentes unidades investigativas de algunos medios de comunicación. Al futuro esta labor será cada vez más decisiva, porque en un país en crisis es necesario depurar todo aquello que se encuentra escondido afectando la comunidad. Según Javier Darío Restrepo, "la demanda por parte del público va a ser tan grande, que los periodistas tendrán que afinar su capacidad investigativa. Uno de los grandes problemas de la sociedad colombiana es la corrupción que se oculta con mucha astucia, y el público va a entender que el medio de comunicación está de su lado para proteger sus intereses a través de la investigación".

El consumo de una información veraz sigue dependiendo del valor y la integridad con que los periodistas ejercen su misión día tras día; de la tenacidad de los equipos de redacción; del compromiso de los medios independientes de hacer honor a los principios de una profesión que vive constantemente bajo presiones. Es el cultivo de la independencia de criterio, lo que le permite al periodista investigador ser libre en un medio que lo presiona para que no lo sea. Cuando el profesional de la información lleve esa convicción en la mente, logrará el respeto por su misión, el valor y el compromiso del periodismo colombiano con la búsqueda de la verdad y el saber.



Ilustración Jaime Cadavid

amenazas contra la libertad de prensa.

## El precio de la honestidad

Esas dificultades se han sentido en Colombia desde que Daniel Samper introdujo el periodismo investigativo a través de El Tiempo en 1975, y aún se sienten con mayor intensidad. Las razones de esta compleja realidad son varias: el conflicto armado que vive el país desde hace más de cincuenta años ha involucrado a los medios de comunicación, limitando los campos de investigación.

La participación de medios en los portafolios de empresas de diferentes sectores, liga las investigaciones a los intereses de los grupos y no de la sociedad; además la desdibujada frontera en-



## 9 Informe Especial

## Los esclavos del silencio

## ACCIONES LEGALES PARA EL EJERCICIO DEL PERIODISMO INVESTIGATIVO

**Derecho de petición: artículo 23 Constitución y artículos 5o. y 9o. Código Contencioso Administrativo.**

**Derecho a la obtención de información sobre la acción de las autoridades públicas, artículo 17 Código Contencioso Administrativo.**

**Derecho a la formulación de consultas en relación con las materias a cargo de los funcionarios públicos, artículo 25 Código Contencioso Administrativo.**

**Acción de Tutela: artículo 86 Constitución y decretos 2591 de 1991 y 306 de 1992 para la eficacia del derecho de petición cuando no existe respuesta por parte de la autoridad pública.**

**Derecho de acceso a documentos públicos para su consulta y expedición de copias, artículo 74 Constitución y ley 57 de 1985.**

**Recurso de Insistencia: ley 57 de 1985 para aquellos casos en que el funcionario impida el acceso a un documento alegando su carácter reservado. El mecanismo es aplicable para acceso a informaciones y certificaciones sobre asuntos a su cargo.**

**Silencio administrativo positivo especial, Ley 57 de 1985 para acceso a documentos públicos no reservados cuando se omite respuesta expresa a la solicitud dentro del plazo legal.**

Fuente: Normas legales



La Declaración de Chapultepec es un clamor de los periodistas latinoamericanos por la libertad de expresión

Hace 15 años, en medio de un proceso de diálogos con los grupos armados de la época, Gabriel García Márquez escribió un prólogo para el libro de Enrique Santos Calderón, *La guerra por la paz*, "... la pobre opinión pública, que debía ser el árbitro final de la controversia, estaba reducida a la condición de una pobre señora sentada en medio de un ventisquero de informaciones contradictorias, en el cual era imposible saber sin lugar a dudas dónde estaba la verdad».

En la actualidad, y en condiciones para el país en parte similares a las de 1985, aunque más decisivas, el papel de los medios de comunicación en el cubrimiento del conflicto armado vuelve a ser cuestionado, pero esta vez, por los propios actores del mismo, quienes de manera abierta buscan en la tarea de directores y reporteros, una posición ante sus objetivos y razones de lucha. Es una situación en extremo delicada, porque para ellos, con la prensa de su lado o en su contra, será como finalmente se ganará la guerra que se libra en el país.

#### El derecho de informar.

Lo anterior es una manera adicional de limitar la libertad de expresión dentro de una sociedad democrática, reconocida como tal en el artículo segundo de la Declaración de Chapultepec firmada entre otros gobiernos, por el de Colombia, y adoptada en la Conferencia Hemisférica sobre Libertad de Expresión, celebrada en México D.F. el 11 de marzo de 1994, en la cual se reconoce que "toda persona tiene el derecho a buscar y recibir información, expresar opiniones y divulgarlas libremente. Nadie puede restringir o negar estos derechos" (Ver recuadro).

La Declaración de Chapultepec es quizás uno de los mejores documentos emitidos en los últimos años sobre libertad de expresión, teniendo en cuenta que se dirige a América Latina, una región interesada en participar de un sistema internacional abiertamente comprometido con el respeto y el mantenimiento de los derechos humanos, entre los que el de informar y ser informado es fundamental para la solidez de los referentes de una sociedad y la transparencia en la gestión pública en la defensa de los intereses sociales.

Por eso, es necesario revivir de manera permanente el espíritu de declaraciones como la de Chapultepec, o incluso del Acuerdo por la Discreción, con la intención de mejorar los estándares profesionales de los periodistas, sobre todo en la recuperación de la credibilidad de su oficio ante la sociedad civil que desea ver en ellos un juicio imparcial sobre lo que ocurre. ●

## Declaración de Chapultepec:

## Reto por cumplir

Germán Ortiz

Profesor de Relaciones Internacionales  
german.ortiz@unisabana.edu.co

### La declaración de Chapultepec: Mayo de 2000

**1. No hay personas ni sociedades libres sin libertad de expresión y de prensa. El ejercicio de ésta no es una concesión de las autoridades; es un derecho inalienable del pueblo.**

**2. Toda persona tiene el derecho a buscar y recibir información, expresar opiniones y divulgarlas libremente. Nadie puede restringir o negar estos derechos.**

**3. Las autoridades deben estar legalmente obligadas a poner a disposición de los ciudadanos, en forma oportuna y equitativa, la información generada por el sector público. No podrá obligarse a ningún periodista a revelar sus fuentes de información.**

**4. El asesinato, el terrorismo, el secuestro, las presiones, la intimidación, la prisión injusta de los periodistas, la destrucción material de los medios de comunicación, la violencia de cualquier tipo y la impunidad de los agresores, coartan severamente la libertad de expresión y de prensa. Estos actos deben ser investigados con prontitud y sancionados con severidad.**

**5. La censura previa, las restricciones a la circulación de los medios o a la divulgación de sus mensajes, la imposición arbitraria de información, la creación de obstáculos al libre flujo informativo y las limitaciones al libre ejercicio y movilización de los periodistas, se oponen directamente a la libertad de prensa.**

**6. Los medios de comunicación y los periodistas no deben ser objeto de discriminaciones o favores en razón de lo que escriban o digan.**

**7. Las políticas arancelarias y cambiarias, las licencias para la importación de papel o equipo periodístico, el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión y la concesión o supresión de publicidad estatal, no deben aplicarse para premiar o castigar a medios o periodistas.**

**8. El carácter colegiado de periodistas, su incorporación a asociaciones profesionales o gremiales y la afiliación de los medios de comunicación a cámaras empresariales, deben ser estrictamente voluntarios.**

**9. La credibilidad de la prensa está ligada al compromiso con la verdad, a la búsqueda de precisión, imparcialidad y equidad, y a la clara diferenciación entre los mensajes periodísticos y los comerciales. El logro de estos fines y la observancia de los valores éticos y profesionales no deben ser impuestos. Son responsabilidad exclusiva de periodistas y medios. En una sociedad libre la opinión pública premia o castiga.**

**10. Ningún medio de comunicación o periodista debe ser sancionado por difundir la verdad o formular críticas o denuncias contra el poder público.**



Obstáculos en el ejercicio de la gestión informativa ecológica

# El verde tiene fiebre amarilla

**Gloria Cristina Macías**

Redactora  
gloria\_cristina@yahoo.com

Que el conflicto armado en nuestro país sea noticia de primera plana en los medios, es obvio; que la actuación de nuestros futbolistas en el exterior es noticia de prioridad, nadie lo pone en duda; y que los colombianos debamos estar enterados día a día de las actuaciones de los "Padres de la Patria" ya vemos que es necesidad. Pero aparte de la fauna parlamentaria que nos muestran a diario los medios, los casi 40 millones de colombianos desconocen que, ser uno de los cinco países de mayor biodiversidad del mundo no se lo debemos propiamente a dicha "fauna".

Ocupar el segundo lugar en el planeta en número de especies vivas por área; poseer la flora más rica del ecosistema tropical, y ser uno de los países con mayor variedad climática, convierten a Colombia en un "paraíso" donde las noticias relacionadas con el medio ambiente florecen a cada minuto.

Un panorama como éste ha llevado a que algunos periodistas se inquieten por la información especializada en el área ambiental; temas que en el ámbito noticioso sirven para la información, denuncia y educación, toda vez que generan una conciencia eco-lógica en la sociedad y persiguen la identidad, en nuestro caso, del colombiano, con la riqueza natural en la que vive.

Sin embargo esta clase de periodismo en nuestro país enfrenta un fenómeno de desplazamiento. En los medios no ha logrado consolidarse una visión periodística capaz de demostrar la importancia de temas como el acelerado desgaste de los suelos colombianos por causa de la erradicación indiscriminada de cultivos ilícitos; el costo que tienen para nuestro ecosistema los constantes derrames de petróleo; el tráfico de especies silvestres o la deforestación de bosques tropicales.

## La Cumbre del descenso

Al amparo del boom que trajo la Cumbre de la Tierra celebrada en Río de Janeiro (1992), aparecieron en Colom-

bia revistas como Ozono, Tierra Verde, Ecológica, Prisma, Rescate Ambiental y la Agencia de Noticias Prensa Verde, que luego de ocho años es la única que sobrevive y continúa impulsando la iniciativa de crear un canal de información ambiental hacia los pequeños y grandes medios de comunicación; las otras publicaciones desaparecieron. (Ver recuadro)

Contrario a este fenómeno de extinción en los medios, se registró un crecimiento de la conciencia ambiental por parte de grandes empresas como British Petroleum, Compaq, Smurfit, Pavco, Protobaco, Bavaria, Varela, Suizo, Colmotores, Postobón, Icontec, entre otras. Max Henríquez, Presidente de la Asociación de Periodistas Ambientistas en Colombia, señala como causa de esta anomalía los intereses sesgados de muchos medios al momento de difundir información de carácter ambiental. La redactora ambiental de El Tiempo, Ivonne Malaver se suma a este planteamiento, afirmando que "los medios le dan prelación a informaciones 'amarillistas', y si las relacionadas con el medio ambiente no llevan componentes violentos, no clasifican". Sin embargo reconoce que la clave está en educar, porque en ocasiones se convierte lo ambiental en algo demasiado científico.

## Una esperanza 'verde'

Al margen de ello, existen ejemplos como el caso de la agencia de noticias Prensa Verde que completa ya un ciclo de ocho años a partir de su creación el 5 de mayo de 1992. La agencia inició su servicio informativo bajo el liderazgo de tres periodistas: Martha Goyeneche, Lina Lozano y Luis Gabriel David. Esta entidad independiente abarca también el ámbito internacional y, en palabras de Lozano, "busca informar sin casarse con la causa, porque lo demás le corresponde a los ambientalistas".

Otro de los intentos a destacar lo constituye la revista radial El Andariego, realizada por la cadena de noticias Radionet, que a partir de géneros como la crónica y el reportaje, entrega diagnósticos sobre problemáticas ambientales. En ese sentido, los mismos ambientalistas como Alexis Rodríguez, jefe de Prensa de la unidad Ozono del

## PAZ EN LA «TUMBA» DE LA PAUTA VERDE

Periodistas vinculados a los casos de revistas como Ozono y Ecológica, ubicaron la razón de la muerte prematura de sus publicaciones (3 años) en la imposibilidad de conseguir pauta publicitaria para su sostenimiento. Angela Sánchez ex editora de Ecológica afirma que la publicación no era preferida por los anunciantes por tener una circulación de solo 3000 ejemplares trimestrales y llegar a un nicho específico de lectores. Por su parte Lina Lozano recuerda el caso de Ozono como algo dramático gracias a la crisis de 1995, cuando tuvo que sostenerse de los aportes del equipo periodístico, porque el total del aporte publicitario que era de un 30% desapareció. En el otro lado de la orilla se encuentran planteamientos como los de Renzo Pérez, director del proyecto Fundación natura - refrescos hit, quien afirma que a las publicaciones ecológicas les hace falta contar con ingenieros de mercados en lugar de comunicadores sociales dedicados por escasez de presupuesto, al manejo del marketing, la distribución, la labor gerencial y la negociación de pauta. Temas que no les corresponden.

riodistas que trabajen por la preservación del medio ambiente, es otro de los intentos que merece ser reseñado.

Sin embargo, no deja de ser relevante hechos como los que se desprenden del descalabro masivo que han sufrido las publicaciones dedicadas al tema ambiental en los últimos ocho años, pues constituyen una llamada de auxilio que las nuevas generaciones de periodistas deben escuchar, siempre que involucran elementos sintomáticos de que algo trascendental está ocurriendo en el curso de la dinámica informativa actual, en la que el periodista sigue sacrificando campos fértiles que coadyuvan al crecimiento de la sociedad, guiado por el inconveniente precepto que alguien instituyó para su profesión: levantarse siendo un mar de conocimientos, sin ninguna profundidad.

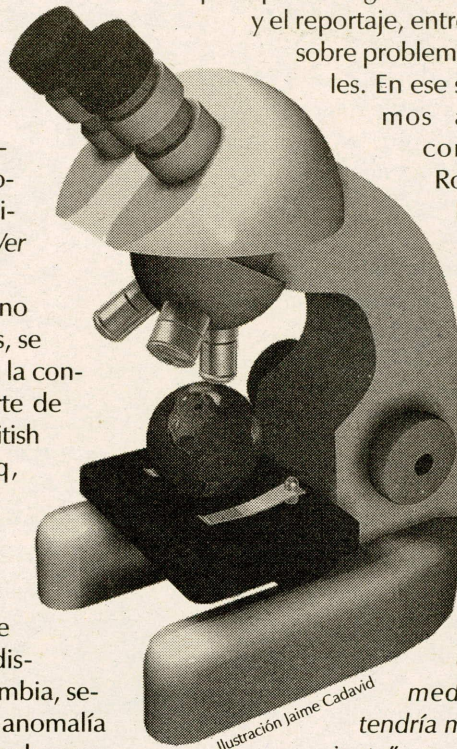


Ilustración Jaime Cadavid

En ese sentido, los mismos ambientalistas como Alexis Rodríguez, jefe de Prensa de la unidad Ozono del ministerio del Medio Ambiente reconocen que "el periodismo ambiental de ejecutarse de una forma diferente sería una herramienta valiosa en la lucha por el medio ambiente y tendría mayor posicionamiento".

El impulso de Varela a través de la creación, en 1993, del "Premio Nacional de Periodismo Ambiental" con el fin de ofrecer un reconocimiento a los pe-

## EL MESON DE LA SABANA

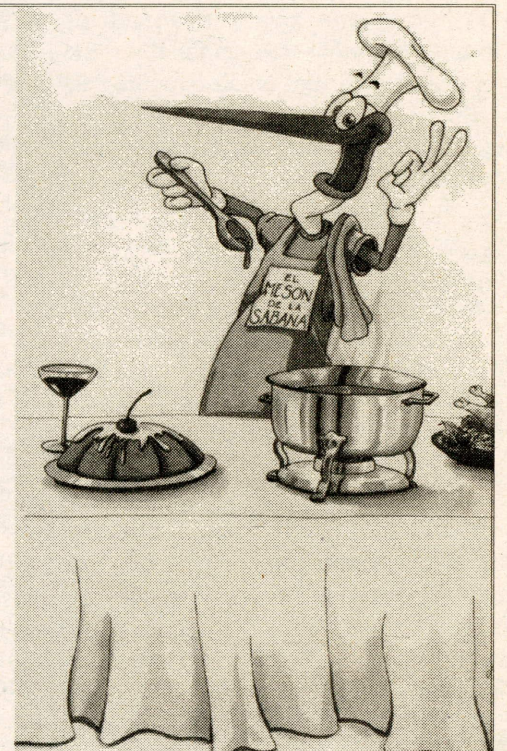
Comida italiana en El Embarcadero

- 1 Canelones rellenos
- 2 Lasagna mixta
- 3 Tortellini
- 4 Spagetti
- 5 Ravioli

Cuatro opciones para acompañar

- 1 Salsa carbonara
- 2 Atún al huevo
- 3 Bolognesa
- 4 Pollo

Acompañado de Baguette





El inglés, una herramienta indispensable

# Fresco, sólo que le la lengua al mundo

Sandra Milena Barragán

Redactora  
sandramileba1@latinmail.com

El profesional exitoso del futuro, deberá ser capaz de posicionarse en mercados tan lejanos como los 1250 millones de clientes potenciales chinos, tan diversos como los usuarios de Internet o tan familiares como sus propios colegas. Tendrá que ser un 'ciudadano del mundo', y como tal, debe pensar, hablar y escribir con fluidez dos o más idiomas.

Incluso si usted no trabaja para una multinacional, tendrá en algún momento que entrar en contacto con clientes, distribuidores y proveedores extranjeros o consultar por entretención u obligación - como en el caso de los periodistas- los diarios, revistas y agencias de noticias de los "ocho grandes" (Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña, Japón, Canadá, Rusia, Francia e Italia), países que han adoptado el inglés como lengua común en materia de comunicaciones.

"El periodista que aspire a ser corresponsal debe dominar por lo menos el inglés; un editor, por ejemplo, debe dominar 4 ó 5 idiomas"; afirma Javier Pérez, director del departamento de recursos humanos del diario El Espectador.

En el caso de los comunicadores organizacionales, según Laura Muñoz, integrante del equipo de selección de personal en la compañía 'caza ejecutivos' Top Management Internacional, en Colombia las empresas -incluso multinacionales- no exigen explícitamente que sus ejecutivos sean bilingües porque "es algo que el mercado laboral no les puede ofrecer. Si se tiene experiencia y las capacidades necesarias las compañías capacitan al empleado".

No obstante, existen áreas (redacciones internacionales, corresponsalías, relaciones públicas) en las cuales el dominio del inglés no es 'negociable', y ante la falta de periodistas y comunicadores bilingües, otros profesionales ocupan dichos empleos. Es el caso de Juan Manuel Uribe, administrador de empresas que se desempeña actualmente como redactor de deportes internacionales en el diario El Tiempo. "Necesitaban a alguien para cubrir los deportes norteamericanos y era indispensable que dominara el inglés. En

eso fue determinante para quedarme con el empleo"

Mientras un periodista que no es bilingüe en un puesto regular, puede ganar entre 500 y 800 mil pesos, el profesional que domine otro idioma puede ganar tres veces más esta cifra. Así, afirma Javier Pérez.

En cinco años no dominar otro idioma dejará de ser una desventaja para convertirse en un grave problema, ya que el dominio de por lo menos el inglés será obligatorio, no sólo para los periodistas, sino para todos los profesionales. ¿Estará la nueva generación de periodistas y comunicadores colombianos preparada para esto?

## La nueva generación

Según la encuesta realizada en quince de las 32 facultades de comunicación social y periodismo del país, el 75 por ciento de ellas exigen actualmente como requisito, antes de graduarse, el inglés como segunda lengua. Sin embargo, ninguna de las facultades cuenta con cátedras dictadas en otro idioma.

Pero la situación en donde existen los programas de inglés tampoco es la mejor, teniendo en cuenta que la intensidad de estudio del segundo idioma es de 4,5 horas semanales durante la mitad de la carrera (dos años). "El nivel de formación no es el adecuado, por eso quienes hacen prácticas en el exterior, son los alumnos que se graduaron de colegios bilingües", comenta Liliana Bárcenas, coordinadora académica de la Universidad Santo Tomás.

Y aunque la exigencia del inglés para graduarse existe, sólo el 0,26 por ciento de las facultades encuestadas evalúan el nivel de conocimientos de sus estudiantes a través de los exámenes reconocidos internacionalmente como el Toefel o el Michigan.

Ante las deficiencias de los programas de idiomas en las universidades, los estudiantes deciden tomar cursos particulares. Sólo en Bogotá existen más de 90 centros especializados, que se comprometen a enseñar inglés dentro y fuera del país (ver cuadro).

Ante el cambio en las exigencias del mercado profesional cada vez son más las personas que se preocupan por apren-



Ilustración Humberto Cadavid

der otro idioma. Es mejor hacerlo ahora. Recuerde que saber inglés es sólo el principio para abrirse paso en el mundo de las oportunidades. ☎

## COSTOS PROMEDIO

\*Los precios de los cursos varían según la intensidad y la ciudad en que se realicen, aquí algunos ejemplos:

\*Paquetes de 1 año 2850 a 12 mil dólares en Estados Unidos e Inglaterra.

\*intercambios estudiantiles: 1 a 12 meses, 25 horas semanales entre 2590 y 4560 dólares, incluyendo alimentación, vivienda.

\*Programas en Estados Unidos y Gran Bretaña : 4 meses 5500 a 7700 dólares, 8 semanas 2600 dólares.

\*Créditos Icetex con desembolsos de aproximadamente de 8 mil dólares.

\*Paquetes ingles-trabajo: hacen pasantías en el trabajo que quieran para practicar el inglés en su profesión. (El precio depende del país, la compañía en la que aspire a trabajar, etc)

## Medios y mediación de conflictos

La Maestría en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana, y el Instituto Universitario Kurt Bosh de Sion en Suiza, invitan a participar en el Seminario Internacional: Medios y Mediación de conflictos. Bogotá, 9 y 10 de mayo. Fundación Santillana para Iberoamérica. Valor: \$80.000, cupo limitado. Informes: Angela Ximena Contreras, Tel:320-8320 ext: 4591/4563,

## X Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación.

Del 23 al 26 de octubre se reunirán en Sao Paulo estudiantes de Comunicación latinoamericanos. Información: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social FELAFACS.

E-Mail: wneira@felafacs.org

**VERANO 2000** La Universidad ANGLOSCHOOL, situada a 30 minutos del centro de Londres, ofrecerá un curso de inglés, del 16 de junio al 15 de Julio. Mayores informes, Oficina de Relaciones Internacionales, Universidad de la Sabana, Tels: 861-5555/861-6666.

CALENDARIO

MEJAMOS Y PROYECTAMOS LA COMUNICACIÓN PARA TRASCENDER.

ESTRATEGIA  
COMUNICATIVA  
ORGANIZACIONAL  
Asesoría y Promoción

"LÍDERES CREATIVOS EN COMUNICACIÓN"

EN COMUNICACIÓN HAY MUCHAS OPCIONES,  
LE MOSTRAREMOS LA MÁS INDICADA.

CONTÁCTENOS  
E-mail: ecoasesoria@uol.com.co Web: http://galeon.com/eco\_asesoria\_y\_promocion  
Carrera 11 No. 70A-20 Oficina piso 3. Teléfonos 2496799- Telefax: 5443244. Santa Fe de Bogotá



# Anaqueles

## «Actos» de fe

Sara Marcela Gómez

Redactora  
sarahoria7@latinmail.com

En el marco de la gran fiesta de las artes escénicas, más de cuatro mil agrupaciones de teatro de Bogotá, luchan por ganarse un cupo ante las entidades estatales de cultura, como única salida a la pobre situación económica que enfrentan.



Fotografía Catalina Rueda

Los directores de teatro callejero afirman que la realización del Festival Iberoamericano absorbe todo el presupuesto cultural en Colombia, y empuja a los artistas de la calle al set de televisión.

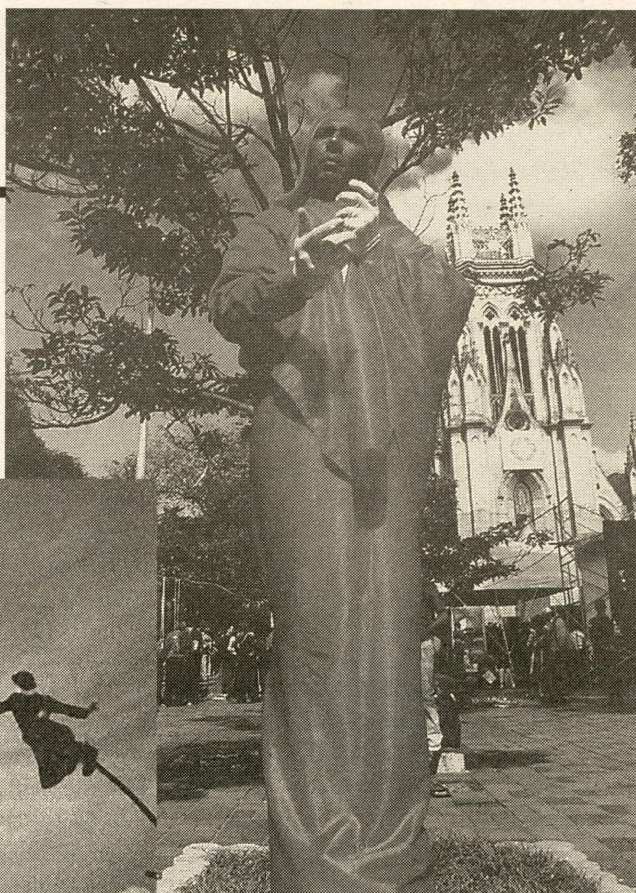
Ha terminado el espectáculo. Los aplausos y chiflidos de la gente perturban los oídos de los mismos asistentes y de los transeúntes que, curiosos, se acercan a observar, mientras que los actores dibujan en sus labios una enorme sonrisa de complacencia. El público comienza a dispersarse para volver a su círculo cotidiano de actividades y uno que otro espectador se acerca al lugar donde está reunido el grupo de artistas para saludarlos y felicitarlos por la obra.

Así es el mundo del teatro en la ciudad. Un amplio escenario que en sus parques, plazas y andenes, tiene el espacio apto para la creación espontánea, donde la luz del día y la fuerza de la voz son las condiciones naturales que permiten mostrar el arte. «Esto, para mí, es una gran escuela porque el actor se hace en el escenario, actuando y enfrentándose al público para comunicarse con él», dice Paola, actriz de teatro desde hace cuatro años. Detrás de un rostro pintado, un vistoso traje, un alborotado peinado, se esconde alguien que se entrega en cuerpo y alma a una historia que debe

mantener al público en su sitio.

Así, el movimiento del teatro callejero en Colombia toma fuerza con la aparición de nuevos grupos que buscan hacer propuestas innovadoras. Sin embargo, algunas de estas agrupaciones incluidas entre las más de 4.000 de profesionales y aficionados que existen en Santa Fe de Bogotá, no siempre cumplen con el criterio de calidad teatral. Según Orlando Olaya, dramaturgo de la Escuela Nacional de Artes Escénicas, «el teatro se ha vuelto comercial; ya no tiene el interés de criticar ni de ahondar en ninguna problemática, tan sólo busca divertir pero sin investigar».

Debilidades como ésta, sumada a la falta de ayuda económica por parte del Estado, han hecho que muchos de estos grupos se diluyan rápidamente. No obstante, actualmente hay quienes cuentan con la ayuda del Ministerio de Cultura que con programas como 'Salas Concertadas', el cual financia en un 30 por ciento los montajes teatrales, beneficia a 1.500 artistas, entre actores y directores. Hasta el momento, hay 72 salas en todo el país, que tienen el respaldo del



Fotografía Juan Pablo Cadavid

A la falta de apoyo estatal se suman gastos por 20 millones de pesos que dificultan aún más los montajes callejeros de teatro.

Ministerio y de Instituciones Culturales Locales para que mantengan sus puertas abiertas.

De la misma forma, estos programas estatales que fomentan la creación teatral y la investigación, patrocinan importantes eventos como es el Festival Iberoamericano de Teatro que se realiza en la capital, que ha permitido un intercambio cultural y pedagógico con lo mejor de las artes escénicas de todos los continentes. Claro que, como apunta Jaurés Naranjo, director de la Compañía Nacional de Teatro, «este certamen ha absorbido todo el presupuesto para formación teatral y ha dejado menos espacio al teatro colombiano», que se ha visto opacado por las compañías extranjeras a las que, de acuerdo con Olaya, «se les da más importancia, lo que relega a nuestros actores. En este sentido el festival, paradójicamente, no ha sido de gran ayuda para el teatro mismo».

A pesar de las múltiples dificultades que debe enfrentar el verdadero artista sólo tiene que volver su mirada hacia la esencia de su alma, en donde reside la fuerza suficiente para salir airoso de las pruebas. Quien ama el arte, encuentra en ese amor todas las respuestas, pues más que una simple actividad, es todo un estilo de vida.

## CLASIFICADOS

### Servicios Fotográficos

Revelado y proceso de rollos - color y /o sepia películas, retablos autoadhesivos, cámaras y accesorios a precios inusuales, para estudiantes de la Universidad de la Sabana. Mayor información contactar a **Mónica Niño** de la Facultad de Ingeniería Industrial.  
**Cel: 3160082.**

### Apartamento

Busco apartamento o casa de 3 alcobas, estudio cuarto y baño de servicio. Norte de Bogotá proponer al **6351490** preguntar por Martha Lucía.

### Arriendo

Se arrienda amplio apartamento de tres alcobas, tres baños, sala-comedor, cocina, ubicado en el norte de Bogotá. Llamar a Victor Jimenez.  
**Cel. 3794189.**

### Diseño

Se montan páginas de Internet, animaciones y diseños editoriales. Tel. 6728596. [Micont@hotmail.com](mailto:micont@hotmail.com).

### Vendo

Vitral clásico: lámparas Tiffany, accesorios, decoración residencial o comercial. Taller-escuela. Rosalba Hoyos. TRABAJANDO VITRALES Cra. 4 No.17-41. Tel. 2866829. Cel. 3675106

### Vendo

Al mejor postor vendo computador portátil 486,500HD, 24 MBRAM con cámara digital **Nikon** para puerto PCMCIA. Sergio Llano. Cel. 033 2963300.

### Vendo

Batería Tama Rock Star Negra, platillos Zildjian y Meteor, cencerro Latin Percusión, todas las bases Tama, base para 2 Toms de aire, silla y juego de baquetas Ahead. Rafael Páez. 6837076, 6829347, beeper 6187000 cod 2143

### Vendo

Guitarra eléctrica Jackson edición limitada JDR 94, roja con estuche duro (3 micrófonos, uno sencillo y 2 Humbucker). Llamar a Juan Pablo Cadavid al 2713306/27212067. cel 3144057

### Canino

Hermosa y coqueta Pomeranea Lulú busca novio de su misma condición. Tel. 4404576

### Clases

Se dictan clases de Inglés a domicilio. Niños, jóvenes y adultos. Informes: María Carolina Serrano. Tel. 6169830, Cel. 033 2580745, e-mail: [caro\\_serrano@hotmail.com](mailto:caro_serrano@hotmail.com)

### Mensaje

Camilo Andrés Barragán, acepto ser su esposa. ATTE: Claudia Conde.

### Mensaje

Salserín te amo. ATTE: Pelos

### Mensaje

Eres lo más importante que me ha sucedido. Gracias por todo este tiempo. ATTE: Mp

### Mensaje

Paola y Panchonchi: como lo dije en el dibujo de la nevera ustedes son mi guía, el principio y el fin. ATTE: Mauricio Tamayo.



# Fabricantes de pasión

Como transmisores de la información que alimenta la afición futbolera en Colombia, los llamados "cargaladrillos" deben convertirse en expertos rastreadores de las jugadas detrás del gol.

**Eder Torres**  
Redactor Deportivo  
Pologol1@latinmail.com

Detrás de los sagaces movimientos del balón que hacen acalorar las gargantas de multitudinarios grupos de personas apiñados en las graderías de un estadio cualquiera, corre toda una faena de olfato, protagonizada por personajes sencillos, que como cirujanos expertos, aprenden a reconocer las fibras más sensibles que hay que tocar en cada aficionado para hacer brotar la emoción que encierra un encuentro de fútbol.

La voz del comentarista que se encuentra en cabina va guiando e insinuándole al desprevenido aficionado que esta vez va a oír o ver un buen partido. De repente, dentro de la emisión, un personaje empieza a dar las formaciones de los equipos en contienda, a relacionar el nombre de cada uno con el número de su camiseta y a hacer cortas entrevistas a los protagonistas. Tareas propias de una trajín 'sudado' junto a quienes saltan a la cancha y se roban la estrella del reconocimiento, pero que con el correr de los tiempos ha moldeado todo un espíritu de afición, que en Colombia, tiene devociones concretas: cuando una persona es verdaderamente aficionada al fútbol prende su radio a eso de las 2:30 p.m. los domingos, o a las 7:30 de la noche: los miércoles.

Los protagonistas del balón son quienes desarrollan la astucia para comprender cada una de las señales que despierta el espectáculo futbolero en las ciudades de Colombia. Su palabra desboca una pasión que hierve soterrada entre los asistentes a un estadio; los que acompañan su actividad diaria con el radio o simplemente los que junto al conductor siguen paso a paso las jugadas narradas a través del transistor que se enciende cada tarde de partido, en las cabinas de los buses de servicio público.

## La batalla del calentamiento

Además de cubrir los camerinos en los días de fútbol, los llamados cargaladrillos establecen un contacto permanente con el ritmo futbolístico. Por ejemplo, Edward Acero, periodista de Caracol Radio, cubre, además de los entrenamientos de los equipos, la información que se mueve en círculos deportivos como la Dirección Mayor del Fútbol Colombiano, Dimayor, y el Comité olímpico, entre otras. "Uno utiliza muchas fuentes 'externas', gente que le va soltando datos para armar la noticia, porque los comunicados de prensa no son ninguna garantía. Al contrario si uno se confía en ellos puede salir fácilmente 'chiviado', afirma con contundencia Diego Rueda, otro de los compañeros de 'camerino y batalla' de Acero, en Caracol Radio. Existe otra forma en que los reporteros cargan ladrillos en los medios; es el caso de la prensa en la que ellos no están siempre cerca de los jugadores. Como dice Gabriel Meluk de El Tiempo, "la radio y la televisión se han llevado la exclusividad de tener reporteros de camerino," Ante la imposibilidad de tener los previos de los compromisos, se las ingenian para hablar con los jugadores que a su juicio sean trascendentales para el partido de la fecha y de esta manera apuntarse ese 'zapataso' que de entrada tienen ganados los periodistas de camerino, porque, como afirma Meluk, "cuentan con la información menuda para que sus oyentes tengan la facilidad de enterarse de los nombres de los jugadores y otros daticos", en definitiva eso implica entrar al partido con un gol a favor. La semejanza entre la labor del cargaladrillo y el fútbol, llega hasta el cubrimiento de un previo, en donde también se necesitan dos tiempos: en primer lugar comunicar la alineación del compromiso y luego hacer preguntas preparadas con anticipación, que el jugador responde con expresiones ya comunes para la afición, como 'agradezco la confianza del profe' y 'confiando en Dios, ganaremos el partido'.

## La encerrona del reloj

Inmediatamente se ha escuchado el pitazo final, cada uno de los reporteros se dirige presuroso a los camerinos. La puerta encierra la realidad palpitante que comparten los jugadores después del resultado. Ya han pasado más de veinte minutos de haberse finalizado el compromiso. En las graderías la adrenalina se toma a los aficionados que vieron la victoria de su equipo y despacha a los derrotados. Por fin se abre la puerta en el corredor, y todos ingresan. Entrevistas van y vienen; comentarios sueltos se pierden por el lugar. No pasan más de quin-

ce minutos y los diálogos terminan. Los micrófonos se apagan, las grabadoras también y jugadores y periodistas se van. Al día siguiente los hinchas cuentan con el recuento de las jugadas más importantes; los errores que el arbitro no pitó; el grito ronco de gol; la reproducción 'vívica' de un compromiso deportivo que se asume en Colombia con absoluta pasión.

Detrás de la jugada está el trabajo de aquellos hombres que también aman el balón, pero que lo han aprendido a leer con una óptica separada del bochinche acalorado de los aficionados. Los que 'quieren el uniforme' de otro modo, porque están detrás de la verdad que encierra cualquier hecho deportivo.


Más que "cargar ladrillos", ellos cargan la responsabilidad de entregarle a la afición, los hechos depurados de todo sensacionalismo pero conservando la sana emoción que despiertan en el público cuando están delante de sus ojos. Son el canal a través del cual viaja el torrente de optimismo que le imprime el fútbol al imaginario colectivo colombiano, tan azotado por la intolerancia y la barbarie. Los testigos del camerino, sin pensarlo llevan puesta la camiseta de la lucha por el respeto a la sana convivencia de los hombres. 



Ilustración Humberto Cadavid









Ilustración Jaime Cadavid

El comunicador de hoy debe estar dispuesto responder a las necesidades de una sociedad que ha desplazado muchas de sus actividades al ciberespacio. El dilema para los medios de comunicación tradicionales es actualización o desaparición.

**E**l periodismo colombiano, rezagado del norteamericano y europeo -en cuanto a ideas, innovación, inversión, mercados y riesgos, empezó el 2000 con la certidumbre de que "o cambias con el cambio, o el cambio te cambiará".

Empresas como "El Tiempo" han empezado a conformar equipos de nóveles periodistas especializados en técnicas y mercados del periodismo a través de internet, para que sean ellos los pioneros del cambio.

Hoy, el objetivo es trabajar para que el periodismo de ayer se convierta drásticamente -con una reingeniería de alta cirugía- en el periodismo del presente. Pero cuidado, porque el periodismo del futuro aún es inimaginable.

#### El lector electrónico

En noviembre de 1999, la revista *Time* sondeó a una muestra representativa de estadounidenses sobre el uso de los me-

dios de comunicación en la nueva era de la I.T. (Tecnología de la Información). Un 73 por ciento dijo que para informarse, muy pronto reemplazará a los medios impresos y electrónicos (prensa, revistas, radio y televisión) por internet, es decir, reemplazará a los átomos por los bits. Si esa proyección se cumple, y posiblemente se cumplirá, y si abarcamos el universo de 260 millones de norteamericanos, y si todos ellos leyeron o vieran medios escritos o electrónicos, tendríamos que 190 millones se desplazarían en un lapso de dos a cinco años de los medios tradicionales hacia las autopistas de la información. Lo cual ratifica que asistimos al nacimiento de la primera generación digital, es decir, al nacimiento del periodismo electrónico total.

Lo anterior rompe el paradigma de la administración periodística tradicional, para crear compañías de comunicación e información, como la configurada hace cuatro meses por *The New York Times*,

la unidad de negocios llamada *Times Company Digital* que ocupa los 50 sites (sitios) de su web y que en los dos primeros meses de operación generó ingresos por 26 millones de dólares.

Sorprende aún más la existencia de bancos virtuales, como el Mark Twain Bank, de Estados Unidos, y la presencia de la primera "moneda" virtual, el "beenz" lanzada en julio pasado simultáneamente en Londres y Nueva York con el fin de promover el comercio electrónico. Aunque los "beenz" no son tangibles como las monedas tradicionales, la forma de ganarlos y acumularlos es sencilla: mediante compras, suscripciones o simplemente por visitar un determinado lugar en las páginas web.

Estas cifras del "futuro que llegó ayer" (Peter Drucker, "La Gerencia del Futuro"), un futuro que está aquí entre nosotros desde hace un lustro, plantean al periodista un radical cambio de esquemas, pues aquel que desista de pertenecer a la primera generación digital sim-

**Augusto Calderón**  
Catedrático Especialización en Gerencia  
de Comunicación Organizacional

plemente no existirá en el mercado laboral del periodismo electrónico.

#### El periodista de hoy

Proactivo, interdependiente e hipercomunicado. Así debe ser el periodista de hoy, lo que significa que todos los miembros deben alinearse en una plena comunicación y en una información integral, para hablar el mismo lenguaje dictado por la tecnología.

Existe también otro fenómeno que se ha vuelto común en nuestro hábitat y son los hipermercados virtuales en donde, obviamente, también están como en cualquier kiosko, los diarios y revistas, los noticieros de t.v. y los de radio. Un de estos "malls" virtuales dispone de 25.000 tiendas.

De manera que lo que unos han enseñado y otros han aprendido en las universidades, ya está revaluado si sólo se ha acudido al expediente de la cátedra magistral, y más si se tiene en cuenta que ya en Colombia existe la "universidad virtual". No han fallado los catedráticos, no; simplemente no se han preparado para el cambio signado por la velocidad. Hoy puede acudirse al computador y encontrar los sabios consejos de Sócrates y también aprender sobre periodismo. Tenemos unas inmensas posibilidades profesionales que no teníamos antes. Pero para acceder a ellas y tener éxito debemos, ante todo, volvernos "conmuters", es decir, desplazarnos constantemente en cada hora de cada día sin movernos de nuestro lugar físico; debemos dominar el idioma inglés porque en esa lengua está concebida esta tecnología; debemos crear el paradigma del liderazgo virtual, es decir, liderar seres humanos a quienes seguramente nunca hemos visto y nunca veremos, pero que hacen parte de, por ejemplo, nuestros lectores o compañeros de trabajo.

Debemos embarcarnos en el manejo del complejo marketing periodístico virtual; vender la idea a la alta gerencia de los medios de comunicación, de que ellos también son comunicadores del ciberespacio, pues esto creará una gestión estratégica de logística periodística a través de la web.

Mientras un periodista no acepte ni comprenda el nuevo mundo que le correspondió gozar o sufrir, será un periodista carente de identidad en la era de la globalización. Aceptemos los retos para no llorar lo que pudo haber sido y no fue: nuestro éxito profesional. ☛