

FUNDACIÓN NUEVO PERIODISMO IBEROAMERICANO (FNPI)
Y
CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO (CAF)

SEMINARIO:

“EL PAPEL DEL EDITOR EN LA BÚSQUEDA DE LA CALIDAD PERIODÍSTICA”

Monterrey, México, 28-29 de agosto de 2006

¿QUIÉN DIJO QUE SER EDITOR ERA FÁCIL?

Relatoría por Roberto Guareschi¹
robertoguareschi@gmail.com

Nunca como hoy los periodistas hemos estado tan concientes de nuestros límites. Durante los dos días en que se desarrolló este seminario se escucharon expresiones de enorme sinceridad acerca de nuestra perplejidad frente a una avalancha de cambios en lo periodístico y lo mediático, lo tecnológico, y hasta lo político, lo económico, lo cultural.

En este contexto ¿cuál es hoy el rol de los editores en los distintos tipos de medios donde operan? Ese fue el tema central del encuentro. ¿Qué nuevos desafíos afrontan desde la realidad política? ¿Qué nuevas funciones le imponen los nuevos medios a los editores? Estos fueron algunos de los interrogantes que hallaron respuesta en las dos intensas jornadas de Monterrey.

Jean François Fogel, de *Le Monde*, Francia, abrió el seminario. Su tema: *El papel del editor en una sala de redacción que cambia: pistas para abordar un futuro incierto*.

Intenso, concentrado, lanzó una definición rotunda: “Está en plena marcha un intento global de redefinición del oficio del editor, de los modelos económicos de la prensa y de la relación entre los medios de comunicación y la audiencia”.

Y explicó: “Es ella, la audiencia, más que cualquier otro protagonista, la que utiliza las nuevas tecnologías de la comunicación, es ella también la que crea nuevos medios al cortar, pegar y emitir contenidos con los teléfonos celulares y los ordenadores conectados a la red”.

Para Fogel, los editores de cualquier tipo de medio se enfrentan a los mismos tres problemas:

- Fragmentación. De medios de masas a medios de nicho.

¹ Director de Programa Ejecutivo de Capacitación para Editores de la Fundación Carolina, Argentina.

- Personalización. Diarios y sitios personalizados, podcasts, videocasts.
- Agregación de contenidos. Se mezcla lo que producen los periodistas con lo que produce la audiencia

Es decir: el editor ya no es el rey de los contenidos. La audiencia comparte la tarea y compite con él.

Estas son las nuevas tendencias en los medios. En el interior de las redacciones, el mundo es igualmente complejo y cambiante para el editor.

La organización interna de los medios busca redefinirse para relacionarse con el ciberespacio. Es un problema muy difícil de resolver pues el ciberespacio es mucho más rico que cualquier sistema editorial de una redacción, dice Fogel.

Surgen nuevas funciones para el editor. Nadie tiene una visión global. No hay una frontera clara entre contenidos: todo es digitalizado.

En el desconcierto general vemos la creación de nuevas funciones: editor de contenidos de las audiencias, comprobador rápido de noticias, periodistas capaces de manejar distintos lenguajes, etc.

Y mientras tanto el arte de contar historias a una audiencia se ha dañado. “Se pierde el ciclo tradicional de la información: acontecimiento-noticia-reacción. Ahora la reacción viene al mismo tiempo que la noticia y los comentarios se anulan unos a otros”.

Fogel describe con una imagen muy elocuente la penuria del editor digital: “La información es un caldo siempre caliente en el fogón y cada miembro de la audiencia tiene su propia cuchara. ¿Pero cómo podemos cocinar y servir noticias si no hay mas que cocineros en el comedor?”

En una sala de redacción donde cada vez es mayor lo que entra por internet, estamos perdiendo el mundo del afuera, la audiencia, la identidad de cada medio y la sensación del ciclo periodístico. El editor ha perdido la especificidad de sus contenidos y las grandes referencias de su trabajo.

Fogel propone entonces un “manual de supervivencia” para el editor digital coronado por una máxima de oro: “Hay que recuperar la narración”. Y finalmente se pregunta: ¿Cuándo cambiarán los editores? La tecnología cambió y sigue cambiando. La audiencia cambió y sigue cambiando. Le toca al editor emprender también el camino hacia el cambio.

La exposición de Rosental Alves –también dedicada al periodismo digital– tuvo el mismo tono de urgencia y drama que la de Fogel; pero la acompañó con un toque de humor. De entrada advirtió que su presentación podía contener *aparentes* exageraciones capaces de causar efectos colaterales como depresión, alucinaciones e insomnio. “Agítese antes de

tomarla”. Con su gag aludía a un sector importante de los periodistas de medios de papel para quienes las advertencias sobre la eventual desaparición de ese tipo de medios es pura hipérbole.

Alves expuso en el panel *El trabajo sobre el texto y la organización del trabajo de la redacción*, pero aquí quebramos el orden cronológico a favor del orden contextual porque él también se refirió a la revolución digital en marcha.

Rosental nos habló de “mediacidio”. Y explicó: hasta ahora cada vez que aparecía un nuevo medio, los preexistentes se adaptaban, tomaban algo prestado del lenguaje nuevo y sobrevivían en algún nicho del panorama mediático. Ahora los medios pueden tornarse obsoletos y terminar en la extinción. La popularización del acceso a la banda ancha y otros desarrollos tecnológicos han cambiado todo.

No se sabe si el periódico impreso o las distintas formas de televisión que conocemos sobrevivirán a esa revolución, pero sí sabemos que van a morir aquellos que no entiendan lo que está pasando y no reaccionen a tiempo, dijo Rosental.

En términos de manejo, distribución y acceso a la información, esta es la más grande revolución comunicacional desde la invención de la imprenta en 1455.

El periodismo en Internet aún no ha construido un lenguaje propio. Pero está en camino. La convergencia tecnológica (las fronteras entre medios se esfuman) está preanunciando un lenguaje verdaderamente multimediático e interactivo con una narrativa propia. Eso es lo que espera la gente.

Las líneas maestras de este nuevo mundo son, nos dice Rosental:

- El editor ha perdido poder sobre la audiencia y los contenidos.
- Pasamos de una era de escasez de la información a otra de abundancia.
- De una sociedad dependiente de los medios y pasiva a otra activa y menos dependiente.
- De un monólogo de los medios a una conversación entre los medios y los usuarios y de los usuarios entre ellos. Esa gran conversación fortalece el periodismo.
- Una comunicación yo-céntrica (el usuario decide) construye una nueva dinámica comunicacional. El emisor es también el receptor.
- El periodismo deja de ser monopolio de los periodistas. La audiencia ahora es el perro guardián del perro guardián.

Muchos diarios de papel ya tienen menos lectores que usuarios en sus ediciones de Internet, nos advierte Rosental. Y vuelve a la carga para movilizarnos: la alternativa a transformarse es la muerte. Por fin, cierra con un mensaje esperanzado. “La sobrevivencia de los medios tradicionales depende de sus respuestas a las transformaciones radicales que están en curso. La muerte no es un resultado inexorable

de este escenario. Al contrario, estamos en una era de oportunidades y creo en el futuro promisorio del periodismo en el nuevo ambiente que se forma”.

Finalizando la sesión de apertura, este relator ofreció un panorama complementario al de Fogel y Alves: el de los editores de los periódicos de papel, que –en términos generales– no terminan de realizar bien su función y no están preparados para hacer el tránsito hacia lo digital.

Citó razones:

- Sobrecarga de trabajo
- Sueldos bajos
- Escasa preparación
- Escasa, nula o intermitente independencia de los medios en que trabajan
- Contextos políticos muy adversos

Propuso que los editores se capaciten cabalmente en su función periodística y que adquieran conocimientos que hoy aún parecen ajenos a la tarea del editor pero son esenciales, como liderazgo y trabajo en equipo. Y también aludió a otros ajenos al periodismo, como marketing y estrategia, no para que se alejen de su centro de gravedad, el periodismo, sino para que puedan participar en tomas de decisión que los van a afectar directamente. Ya hay publicaciones que gastan más en marketing que en contenidos.

Este relator propuso también una colaboración entre los periodistas de periódicos de papel y los nuevos periodistas de Internet. Aquellos pueden ayudar a que el periodismo avance en el mundo digital con los valores de ética, rigor, independencia, humanidad y responsabilidad social que identifica a los mejores medios. Y estos últimos pueden aportarles a sus colegas experiencias y herramientas para encarar el futuro inevitable.

Entre ambos, deberán adaptarse a los tiempos y avanzar en un presente amenazado por los contenidos-commodity, por la aparición de proyectos periodísticos que son cada vez más soporte de negocios totalmente ajenos al periodismo, y sobre todo, como había señalado Fogel, por la incertidumbre y la crispación.

Citó su experiencia como director del curso para capacitación de editores de la Fundación Carolina de Argentina, y propuso a la FNPI que realice talleres para editores junto con los que lleva a cabo para redactores.

El futuro del periodismo, dijo este relator, dependerá en buena medida de los editores, ya sea que trabajen dentro de los grandes medios, o bien creando sus propios medios o bien ayudando a la gente a hacerlo.

Recapitulando:

La prensa “de papel” y el periodismo digital viven hoy en territorios inestables. En Internet el periodismo está en crisis, redefiniendo su rol en medio de una realidad que lo

desafía: audiencia con mayor poder, capaz de construir sus propios contenidos y reelaborar contenidos ajenos. En los diarios de papel, a los desafíos mencionados más arriba se agregan otros surgidos de la realidad política y social de la región.

Esa compleja realidad fue el eje del panel, *América Latina: hacia una agenda integrada de desarrollo*.

Enrique García, Presidente Ejecutivo de la Corporación Andina de Fomento, trazó un paralelo entre la difícil situación de los editores y la de América Latina como región: “si no se pone las pilas, si no mira profundamente cuales son los problemas que tiene, si no deja de ser autocomplaciente con éxitos temporales, tiene el riesgo de quedar muy rezagada en el contexto internacional”.

Éxitos temporales de América Latina: hoy tiene la mejor tasa de crecimiento de los últimos 30 años, no hay países con hiperinflación, hay superávit en los balances de pagos, reservas internacionales muy altas.

Pero estos logros se deben, según Enrique García, al crecimiento de Estados Unidos y de Japón, y al de los países del Este asiático, especialmente China.

Enseguida puntualizó: “Yo diría que la macroeconomía latinoamericana está muy bien, pero la microeconomía está mal. El crecimiento, mirado en plazos largos, aún es bajo y más aún si lo comparamos con otras regiones del mundo. La inversión es baja y el ahorro también. La distribución del ingreso es la peor del mundo. Las exportaciones no llegan al 5% del total mundial cuando en 1948 representaban el 12%. Y aún hay casi 25% de la población que vive con menos de dos dólares por día”.

Enrique sentenció: “Si la región no aprovecha esta coyuntura de relativa bonanza macroeconómica para que la economía pueda crecer en forma sostenida, vendrá el ciclo negativo”.

Entonces llamó a construir economías sólidas sobre tres áreas de trabajo simultáneo: estabilidad, eficiencia y equidad. Para esto, lo primero es aumentar la inversión de capital para que haya equidad y estabilidad. García se refirió al capital humano (educación, salud) y al capital social (construir bases de confianza para una agenda consensuada de largo plazo).

García atacó luego el problema de la integración regional. Describió un panorama de peligrosa fragmentación en cada uno de los bloques existentes, y sostuvo que los acuerdos de libre comercio deben ser vistos con una visión de muy largo plazo.

Por último pidió a los periodistas que interpreten estas tendencias tan complejas y tan vitales para el futuro.

Gustavo Bell tomó como punto de partida la fragmentación a la que había aludido Enrique García. Sostuvo que para generar un proceso de integración hace falta una

reflexión desde nuestra realidad histórica: “vale la pena revivir un poco lo que en los años 50 y 60 desempeñó la CEPAL”, explicó. Es lamentable, dijo, ver algunas cifras que muestran cómo Latinoamérica sigue siendo exportadora de capitales. Muchas de nuestras industrias, que se hicieron posibles gracias a nuestro ahorro nacional y en parte gracias a las políticas de la CEPAL, ahora están siendo absorbidas por las grandes multinacionales como un efecto de la globalización.

Enumeró los muchos problemas que atraviesan los bloques económicos de América Latina y enfatizó: “si no tenemos ni desarrollamos una actitud como bloque de geopolítica para jugar en el escenario mundial, y si no desarrollamos un pensamiento autónomo de los organismos multilaterales que marcan la pauta en el desarrollo económico mundial, vamos a perder”.

La situación política de América Latina siguió presente en el seminario, ahora directamente relacionada con el periodismo. El tema del tercer panel fue *El papel del editor en situaciones de conflicto y polarización política*.

Rossana Fuentes, de *Foreign Affairs* en Español, y Roberto Rock, de *El Universal*, ambos de México, coincidieron en que el periodismo de su país aún está recuperándose de su experiencia en los años del PRI: “Es difícil pasar de 70 años de elecciones con un solo candidato al escenario de 2006 donde el presidente triunfa con una diferencia de votos inferior al 1%”, dijo Rossana. Con un electorado dividido en tercios, los periodistas mexicanos están por primera vez en un espacio inédito de confrontación: “El gran desafío es no abonar el “connmigo o contra mí”

Ella y Rock coincidieron en que los periodistas y los medios han quedado “como rehenes de las fuerzas en competencia”.

Se trata, dijo Rock, de una polarización sin propuestas, con ataques, librada a golpes de *spots*, que ha dejado al país dividido.

“Estamos tratando de entender el país con parámetros del priismo. Mientras tanto, en los últimos seis años, 26 periodistas han sido asesinados, heridos o desaparecidos en la frontera norte, y hay indicios de que el narcotráfico ha hecho aportes a las campañas de algunos diputados”, dijo.

También mencionó un factor que empuja a la polarización. Citó un viejo dicho: la gente vota cada seis años, los poderosos votan todos los días. Ese voto, explicó, se traduce como presiones a las redacciones.

María Jimena Duzán, de Colombia, encaró los nuevos problemas del periodismo en América Latina con la misma sinceridad. Los periodistas colombianos, que lucharon con valentía –y sufrieron muchas muertes– durante los años de Pablo Escobar, aún no han encontrado cómo enfrentar el problema del “traqueto”. Así se llama a una nueva forma de inserción en el poder del narcotráfico y el paramilitarismo, menos espectacular, menos

confrontativa, posiblemente más eficaz, diseminada en multitud de pequeños grupos de operación mafiosa.

“Es un fenómeno político que tiene aún perplejos a los mejores periodistas. No lo estamos mirando ni viendo porque el periodismo responde a la clase dirigente, a los dueños, y ellos al sistema. Ni en los blogs aparece. No hemos tenido reacción; ese es el síntoma grave de lo que nos está pasando”, dijo Duzán.

“Todo se rompe y nadie sabe nada”, dijo María Jimena. ¿Es una exageración? ¿Un grito de alarma? En todo caso puede servir para movilizarnos y buscar soluciones.

María Jimena propuso empezar de nuevo. “Cerrar todas las facultades de comunicación de América Latina”, repensar todo. Y señaló una dirección general en esa búsqueda. El temor al periodismo comprometido es viejo, dijo, lo que garantiza un buen periodismo es que tenga algún cometido y se mantenga coherente y veraz. Coherencia en las convicciones: comprometido o neto.

Luis Cañón, de Venezuela, mencionó tres problemas que se le presentan a un editor en momentos de conflicto y polarización:

1. Pérdida de la brújula.

El periodista se emociona; conciente o inconcientemente hace proselitismo ético con la información. (Se olvida de que) todos los periódicos tienen intereses económicos y políticos. No se explica el contexto de lo que se está viviendo.

Cañón dice que en Venezuela hay una tendencia muy fuerte a hacer proselitismo a favor y en contra de Chávez sin explicar los procesos: cómo llega al poder, qué implicancias geopolíticas hay. No se hace mucha investigación. Y se le cede espacio al periodismo de opinión.

La prensa se polarizó “en extremo” en torno de Chávez, y su credibilidad social pasó del segundo al sexto lugar. Cañón vaticinó que si Chávez es reelecto, los medios quedarán constituidos como sus enemigos políticos. “La prensa se ha equivocado”, concluyó.

2. Presiones del día a día

Las fuentes entregan información en función de sus intereses, especialmente en situación de conflicto. Cañón citó casos de corrupción que involucraron a políticos y narcotraficantes. Citó también el error del diario *El País*, que atribuyó a ETA los atentados de Atocha perpetrados por terroristas islámicos: “No hubo presión del dueño; fue el poder que seduce y presiona”.

3. Alejamiento de otros temas

El periodista se olvida de otros escenarios y otros temas que preocupan a la gente. Cañón citó entonces una frase de Tomás Eloy Martínez: El periodista no puede ser un agente pasivo, una mera polea de transmisión, sino una voz a través de la cual se puede pensar la realidad, entender el por qué y el para qué.

Luego propuso algunas estrategias para encarar estos problemas:

- Constituir equipos especializados para seguir temas.
- Convocar a especialistas.
- Abrir espacios de discusión en los periódicos.
- Mantener una agenda propia de mediano y largo plazo.
- Formar a los periodistas.
- Reunir a los periodistas y los especialistas para establecer un diálogo y un aprendizaje.

José María Izquierdo, subdirector de *El País* cuando los atentados del extremismo islámico en Madrid, explicó el contexto en que se produjo el error del diario que atribuyó ese hecho a ETA. Fue a muy pocos días de elecciones a las que el socialismo llegaba con la promesa de retirar las tropas españolas de Irak. Había una “guerra abierta, fuerte, arriesgada” entre el gobierno de Aznar y *El País*. Allí, y por primera vez en ocho años, el presidente llama al director del diario: “estoy en condiciones de asegurarte que ha sido ETA; ninguna duda”.

Izquierdo admite que pudieron haber incluido un subtítulo: “El gobierno afirma...”. Pero “no lo hicimos, quisimos ser más fuertes, ir con lo de última hora”. Para Izquierdo “no era una opinión ni un dato, era una información”. Bajo la presión de las circunstancias no repararon en que apenas era un dato no comprobado.

El error de *El País* es muy valioso; sirve como experiencia para todos los editores por su espectacularidad pero sobre todo porque fue cometido en buena fe. El título que se publicó no podía ser dictado por los intereses del diario, opuesto a la participación de España en Irak; todo lo contrario.

Jaime Abello Banfi trajo a la discusión un enfoque que enriqueció el diagnóstico de esta época de crisis. “Los medios empiezan a tomar posiciones retroalimentándose con sus audiencias. El diario no quiere ofender a su público y así queda entrampado, contribuye a la misma polarización. Esa simbiosis resta importancia al periodismo”.

Al abrirse el espacio para debate y preguntas, Hernán Ramos, de Ecuador, citó los casos de polarización política y manejo informativo más evidentes en la región: Ecuador, Venezuela, Bolivia, Colombia y ahora México. En ese contexto, hacer periodismo en un país con un alto nivel de polarización es muy difícil y hacer periodismo independiente, preservando la calidad, lo es más, porque en crisis, como en la guerra, todos desean imponer su verdad para acomodarse de la mejor manera posible a las circunstancias. Y el editor está expuesto al error y a la seducción.

Territorios inciertos en Internet, cambios en el contexto político que amenazan con rebajar al periodismo y ahora, un panorama muy heterogéneo en la organización del trabajo de los periodistas iberoamericanos. Esto es lo que se apreció en el panel *Entre el*

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

Para Luis Miguel González, de *Público Milenio*, México, la organización periodística vigente en las redacciones, no contribuye a potenciar habilidades sino que termina podando las aspiraciones profesionales de los periodistas.

Señaló dos causas: no sabemos medir el desempeño de los periodistas. Y no sabemos asignar los recursos con eficacia: “los recursos deben estar donde está el interés de los lectores”.

Sergio Muñoz, de *Los Angeles Times*, comparó el modo en que se aborda el periodismo de opinión en Estados Unidos y en América Latina. Sostuvo que en EE.UU. se editan los artículos de opinión con el mismo rigor que se aplica al resto de los materiales. En nuestra región, sostuvo, los artículos suelen ser publicados sin cambios. Motivos: la vinculación del columnista con los propietarios del periódico; prejuicios como el temor de que el colaborador se sienta “censurado”. Resultados: textos sin interés, temas atemporales, repetitivos, con escasos llamados a la acción.

Adolfo Rufo, de *ABC Color*, de Paraguay, señaló la singularidad del periodismo de su país, que recién se constituye en periodismo independiente en 1967 con la aparición de su periódico. A la ausencia de una más extensa tradición de independencia, los editores paraguayos tienen que enfrentar otras dificultades igualmente onerosas:

- Los sueldos bajos.
- La multi-ocupación de sus periodistas.
- La baja lectura de periódicos –cien mil ejemplares totales sobre una población de seis millones–.
- Y un contexto donde el medio de más llegada a la gente es la radio.

Hernán Ramos, ahora como panelista, apuntó a otras carencias de los editores: no son formados como administradores. Y de ese modo no tienen herramientas para cumplir con dos aspectos de su gestión: rigor en la información y eficacia en el manejo de los recursos con que cuenta el diario.

Propuso una coexistencia entre administración y contenido sin perder de vista que los editores se deben al manejo de la información. Y apuntó al problema de la independencia: “Hay propietarios que utilizan sus medios como un instrumento de poder y hay medios que se toman muy en serio su independencia. Hay empresas que son un gran negocio y ese es un caso difícil para el editor porque la presión económica es mayor”.

LA FOTOGRAFÍA

En Internet la gente difunde sus propias fotos y utiliza las de otros –profesionales o no–. Así se borran fronteras. Como había dicho Rosental, el receptor se convierte en emisor, y un usuario puede actuar como periodista. Un ejemplo: las fotografías de los subterráneos

de Londres luego de los atentados de 2005 tomadas por la gente con sus teléfonos móviles y enviadas desde lugares donde los periodistas no tenían ni tendrían acceso.

Esta introducción es para darle contexto al señalamiento que Diego Goldberg, ganador del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI en la categoría Fotografía, expuso en el panel *La edición de fotografía en los medios de América Latina: problemas y posibilidades*.

“Me siento un dinosaurio”, dijo, porque los temas que aún necesitamos discutir deberían haber estado resueltos hace más de 25 años.

“Digámoslo claramente: en nuestros países los fotoperiodistas no son vistos como verdaderos periodistas“, sostuvo.

Y también:

- Los pocos editores fotográficos que hay en las redacciones funcionan sobre todo como administradores y coordinadores y no como verdaderos editores.
- La fotografía suele entenderse como mera ilustración.
- Los fotógrafos actúan como bomberos a la espera de una orden para salir; son escasas las oportunidades en que proponen coberturas.

Goldberg dijo que las condiciones en que se desempeñan los fotoperiodistas en nuestra región no favorece una fotografía de calidad. Sostuvo enseguida, para evitar discusiones estériles, la supremacía del texto sobre la imagen en el contexto periodístico. Pero estableció también la necesidad de que los fotógrafos asuman el papel que les corresponde en las estructuras periodísticas:

- Tienen que funcionar como periodistas full time.
- Con sus agendas temáticas.
- Con sus propios contactos.
- Tienen que lograr accesos.
- Obtener exclusivas.
- Investigar temas.
- Sugerir notas.

En cuanto al editor, debe tener una posición jerárquica acorde con sus responsabilidades. Pero además debe desarrollar su propia visión y aportar a las formas y contenidos del medio.

Vistos como “ciudadanos de segunda”, los fotógrafos se desmoralizan y cierran el círculo vicioso que perjudica al lector. Pero esto no es inexorable. Golberg afirmó: “La fotografía periodística y el periodismo escrito deben complementarse, enriquecerse mutuamente, establecer un diálogo, aportar puntos de vista, ofrecerle al lector entradas diversas a la información y ayudarlo a comprender: este es el objetivo último. Y el editor fotográfico ocupa un lugar central, decisivo, en este planteo”.

Frente a las dificultades del presente y a las promesas y exigencias del futuro, Goldberg propuso a la FNPI que impartiera cursos de formación de editores fotográficos para que, además de tener idoneidad en fotografía, sean verdaderos periodistas y comprendan el diseño gráfico.

“Tenemos que crear las condiciones para revolucionar las estructuras de nuestras redacciones; integrando a los fotógrafos, exigiéndoles compromiso y participación y dándole a los editores las responsabilidades adecuadas para llevar adelante su trabajo”, concluyó.

Donna DeCesare, de Estados Unidos, trajo un elemento de optimismo acerca del futuro de la imagen. Dijo que los nuevos graduados en fotografía en la carrera de periodismo de la Universidad de Texas, en Austin, ingresan en multimedios como editores visuales, una posición que les permitirá ajustar los desequilibrios de respeto y poder que existen en los medios tradicionales entre los periodistas de texto y los de imágenes.

Susan Meiselas (EE.UU), miembro del Consejo Rector de la FNPI, puntualizó que sólo uno de los trabajos fotográficos nominados para al Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI había sido asignado por una publicación; el resto eran trabajos independientes realizados por cuenta del fotógrafo mismo. “Los diarios no dan tiempo para que los fotógrafos puedan descubrir a sus sujetos y establecer relaciones con ellos”.

Ernesto Bazan, de Italia, puntó en el mismo sentido que Susan: el secreto de la fotografía es la lentitud.

EL REINO DE LA NARRACIÓN

Terminaban dos días en que se habían analizado problemas, impedimentos, cambios vertiginosos. Los organizadores parecían haber dejado para el final un ámbito de estabilidad y belleza para compensarnos: el panel *La apuesta por el periodismo narrativo*. Todos los participantes de este panel eran periodistas con distintas funciones en revistas de gran calidad, dirigidas a públicos de elite donde hay espacio para la narración y permiso para la experimentación. Son, dijo Alma Guillermoprieto, moderadora del debate, “el último refugio de la narración larga”.

Julio Villanueva Chang, editor de la revista *Etiqueta Negra*, Perú, abrió con una frase provocativa: “un editor es un ignorante experto en hacerte preguntas pertinentes”. Su descripción de las necesidades y responsabilidades del editor no difieren mucho de las que necesita cualquier editor, sólo que aquí existe, quizás, mayor voluntad de generar temas distintos, textos de autor, y que hay una dinámica de trabajo que brinda tiempo para realizar esa búsqueda con paciencia y artesanía.

El autor tiene que brillar en el texto así como el editor lo hace en el conjunto de la publicación. Así lo dijo Julio: “un editor tiene estilos y manías que le dan carácter a la publicación”.

Paula Escobar, editora de revistas de *El Mercurio*, Chile, arrancó respondiendo a conceptos de los paneles previos. Así:

- La revolución digital no está amenazando de muerte al periodismo, lo está desafiando.
- Los editores tenemos que ser capaces de producir talento, ser creadores de estrellas.
- Debemos volver a poner el foco en la esencia de nuestra profesión, el periodismo de calidad y persuadir a nuestras empresas de que es un negocio.
- No es cierto que las nuevas tecnologías van a acabar con el texto: habrá nuevas formas de narración.

Paula apuntó a una cuestión crucial: “Me preocuparía mucho que el periodismo de calidad quedara como una boutique”. Aludía de alguna manera al hecho de que algunas de las revistas representadas en el panel no tienen grandes tirajes.

Raúl Peñaranda, de *La Época*, Bolivia, es el editor de una publicación gratuita para minorías de alto poder adquisitivo, y su éxito prueba que la fórmula no es una contradicción. Su fórmula, explicó, es una “tercera vía” en un país crispado por las tensiones de un profundo cambio político. No es sensacionalista ni es militante: “Hacemos un periodismo mesurado, reflexivo, somos proclives al gobierno de Evo Morales pero dentro de un contexto honesto, dándole voz a los que no comparten con nosotros”.

Entre las máximas que se han impuesto están:

- No forzarás polémicas.
- No dejarás a los acusados sin derecho a defensa.
- No harás un periodismo sin ideas.

Andrés Hoyos, de *El Malpensante*, Colombia, una revista literaria, explicó su fórmula de este modo: “Hacemos la revista que quisiéramos leer. Es una revista literaria pero con una literatura que va hacia el mundo: el cine, el periodismo narrativo, las artes plásticas”. Y agrega: “Nos gusta crear caos, dinamitar un poco las ideas”.

Explicó: esos materiales no se encuentran fácilmente en el Internet caótico sino en ciertos sitios; y uno no tiende a leer esos textos en la pantalla.

Sus estudios de lectores le han indicado que tienen un público joven: “un prejuicio derrotado: a los jóvenes sí les interesa leer, sí les interesa la literatura; sólo hace falta darles materiales de calidad”.

Andrés contó que el tiraje de su revista es de 20 mil ejemplares y que tiene 75 mil lectores. Y explicó así su éxito: “Lo primero es tener personalidad: saber qué es uno y qué no es”.

Guillermo Osorno, de *Gatopardo*, México, hizo un cierre muy elocuente del tema: “La supervivencia de nuestras revistas está en poder de demostrar el valor del periodismo de calidad frente a la fragmentación”.

Las discusiones continuaron informalmente en las reuniones que siguieron, entre ellas la ceremonia de entrega del Premio Nuevo Periodismo CEMEX+FNPI.

De todo lo dicho y escuchado en Monterrey podría concluirse que la función del editor está en pleno cambio en el mundo digital. Allí nuevas tecnologías abren nuevos territorios narrativos y nuevos lectores-usuarios activos y creativos. El editor está aquí comprometido en un proceso de ensayos y fracasos para hallar nuevas formas de narración.

Mientras tanto, en el mundo de papel hay un atraso histórico. Allí el editor no termina de consolidarse, ya sea en lo textual como en lo fotográfico, y el tiempo le urge porque el futuro ya está cercano y aún no está preparado para algo más difícil en tanto que más incierto, la transición hacia lo digital.

Peor aún, en el mundo del papel las limitaciones parecen más difíciles de superar. Hay una paradoja: los diarios pierden circulación pero no pierden influencia en la misma medida. De modo que padecen al mismo tiempo dos tipos de presiones que suelen potenciarse entre ellas:

- Las económicas que provienen de su caída de circulación y, en muchos casos, de rentabilidad

- Las económicas y políticas, provenientes de la sociedad en que se desempeñan, que los siguen considerando más influyentes que los medios digitales en la formación de opinión.

Si a esto último se le suman los fenómenos de polarización política de la región, tenemos un panorama difícil para el buen desempeño de los editores.

Este es un momento de interrogaciones profundas que pide propuestas meditadas acerca del rol de los editores y de los medios. Y, en medio de tanta incertidumbre, también es un tiempo de recuperación de la narración como un aspecto esencial del periodismo en cualquier plataforma.

Las dificultades nos han hecho más sinceros y humildes. Ser conscientes de lo que no sabemos o no podemos, de nuestras fallas, parece ser un buen punto de partida para la búsqueda de nuevos caminos.

Esta relatoría pertenece a la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI). Podrá ser divulgada previo aviso a la FNPI. Deberán citarse los créditos al autor, así como a la CAF y la FNPI, organizadores del seminario.