



CIR

3^{er} Encuentro de
Periodismo de Investigación

Consejo de Redacción
Bogotá, Colombia 2010

3^{er} Encuentro de Periodismo de Investigación

Memorias

Redacción

Nathalia Salamanca Sarmiento

Revisión de textos

Comité Editorial del CdR

Diseño y diagramación

Raúl Corredor - Miriam Forero

www.CdRonline.org

Presentación

Por tercer año consecutivo, el Consejo de Redacción –CdR– realizó su Encuentro de Periodismo de Investigación. La actividad se llevó a cabo los días 30 de abril y primero de mayo de 2010, en el auditorio Luis Carlos Galán de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Meses atrás, el CdR tuvo la oportunidad de reunir a la que fuera la primera unidad investigativa del diario *El Tiempo*, uno de los equipos que lideró el periodismo de investigación en América Latina. En una charla informal se les preguntó qué pensaban de la iniciativa Consejo de Redacción y su respuesta fue: “Un grupo de personas que no han perdido la fe”.

La anécdota, compartida con los asistentes por el presidente del CdR, Carlos Eduardo Huertas, abrió el Encuentro. Esta actividad siempre ha buscado ser un espacio inspirador para periodistas, profesores de periodismo y estudiantes, así como enviar un mensaje: el periodismo de calidad es sinónimo de mejores democracias.

Este encuentro convocó a 276 personas. Además de Bogotá, los asistentes se trasladaron desde 25 ciudades del país para asistir a cuatro paneles, tres conferencias y un conversatorio en los que 13 expertos, entre nacionales y extranjeros (Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, México, Panamá, Paraguay y Venezuela) compartieron sus experiencias y casos periodísticos.

En la instalación, Huertas agradeció a las organizaciones que han tenido fe en el CdR: la Universidad Javeriana –con su Programa de Estudios de Periodismo–, el profesor Germán Rey y el decano de la facultad de Comunicación y Lenguaje, Jürguen Horlbeck. De igual forma, destacó el apoyo del *Open Society Institute* y el Centro Knight para el Periodismo en las Américas.

Temáticas

Viernes, 30 de abril

PANEL 1

p. 6

Cómo investigar el poder ejecutivo

Mabel Rehnfeldt, Paraguay.

Santiago Fascetto, Panamá.

Juan Calderón, Ecuador.

Moderadora: María Teresa Ronderos, Colombia.

CONFERENCIA 1

p.22

Oportunidades para el periodismo en la era digital

Guillermo Culell, Argentina.

Moderador: Fernando Ramírez, Colombia.

CONFERENCIA 2

p.27

Cómo investigar temas ambientales

Thelma Gómez Durán, México.

Mauri König, Brasil.

Moderadora: Ginna Morelo, Colombia.

CONVERSATORIO

p.39

Desarrollo de nuevos medios de comunicación

Mónica González, Chile.

Guillermo Culell, Argentina.

Ignacio Rodríguez Reyna, México.

Moderador: Germán Rey, Colombia.

Sábado, 1 de mayo

PANEL 2 p.50

Cómo investigar temas sociales

Pedro Ramírez Pinto, Chile.

Alberto Salcedo, Colombia.

Moderadora: Dora Montero, Colombia.

PANEL 3 p.58

**Generación de información para medios digitales
y emprendimiento periodístico**

Sandra Crucianelli, Argentina.

James Breiner, México.

Olga Lucía Lozano, Colombia.

Moderador: Aldemar Moreno, Colombia.

CONFERENCIA 3 p.67

Cómo usar bases de datos con fines periodísticos

Sandra Crucianelli, Argentina.

Conductora: Edilma Prada, Colombia.

PANEL 4 p.69

Cómo investigar el crimen organizado

Ewald Scharfenberg, Venezuela.

Ignacio Rodríguez Reyna, México.

Gabriel Michi, Argentina.

Mabel Rehnfeldt, Paraguay.

Moderador: Fabio Posada, Colombia.

PERFILES DE EXPOSITORES Y MODERADORES p.82

3^{er} Encuentro de Periodismo de Investigación

Memorias

PANEL 1

Cómo investigar el poder ejecutivo

- Mabel Rehnfeldt, directora de *ABC Color Digital*, primer diario on-line de Paraguay.
- Santiago Fascetto, editor de la Unidad de Investigación del diario *La Prensa* de Panamá.
- Juan Calderón, *Diario Expreso*, Ecuador.
- Moderadora: María Teresa Ronderos, maestra de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

En la presentación del primer panel del Encuentro, María Teresa Ronderos contextualizó al auditorio y a los expertos en lo que, según su criterio, es una discusión fundamental en el periodismo: los grandes cambios que han hecho temblar las bases del oficio debido a la llegada de la era de Internet.

Es evidente que la red ha cambiado los presupuestos de los medios tradicionales y la manera en que se trabajaba. "Por primera vez cualquier ciudadano puede convertirse en un medio de comunicación ágil y mandar sus propios mensajes a todo el mundo", explicó Ronderos, y lo que para algunos podría parecer trivial, es realmente crucial: "Es la primera vez en la historia de la humanidad que una persona con un mensaje puede darle la vuelta al mundo y, además, influir directamente en la agenda pública sin pasar por los medios de comunicación".

La "era" de los medios de comunicación masiva, en los que la información se filtraba y cualificaba, se está acabando, dando paso

a otra etapa en la que la gente forma sus propios medios, grupos y culturas, mientras toma de los medios lo que le gusta y destroza lo que le disgusta.

En ese contexto, otro aspecto que media en los cambios de base del periodismo es el rol activo de las audiencias. "Cualquier persona puede contar lo que está pasando instantáneamente desde cualquier lugar del mundo", aseveró Ronderos.¹

Internet "saca a los medios del medio"

Cualquier organización, pública o privada, y especializada en un tema, puede publicar información en su página web, y las personas interesadas pueden llegar hasta allí e investigar directamente. Para Ronderos, el que la información llegue sin intermediarios a las audiencias, demuestra cómo "los medios han sido sacados del medio" y dejaron de ser necesarios.²

Esta dinámica facilita que la gente imponga las temáticas de su interés, arrebatándole a los medios otra de sus tareas tradicionales: la definición de la agenda.

¿Presenciamos la "muerte" del periodismo?

Entonces, ¿ha llegado el fin para los medios de comunicación? "En un sentido sí se acabó el periodismo, se están muriendo los medios", dijo Ronderos, aunque precisó su enfoque con una pregunta adicional: "¿Qué medios se están acabando?".

"Los medios que se están acabando son los 'escritos en piedra', los que se sienten dueños de la verdad y están totalmente cerrados a los ciudadanos. Son los medios que, por ejemplo, siguen en el papel, en la televisión y en la radio, y han puesto su página web como para 'estar en lo que toca estar', pero el medio originario no ha cambiado nada y sigue haciendo las cosas como 20 años atrás", explicó.

¹ Existe actualmente una herramienta llamada "Twissup", con la que es posible recibir información sobre lo que se publica al instante. Las personas pueden enterarse de las noticias mucho más rápido por esta vía que por cualquier otro medio.

² "Cuando ustedes están buscando algo sobre medio ambiente o cualquier tema, escriben en Google el término e inmediatamente tienen hasta mil páginas de cualquier parte del mundo con información hiper-especializada de gente que sabe un montón del tema. Ya no necesitan ningún medio de comunicación para saber qué se ha publicado", explicó Ronderos.

El periodismo que se niega a cambiar y a responder a las nuevas audiencias, muere de manera inevitable, como también ocurre con “ese periodismo que simplemente registra lo que dicen los poderosos. Cada vez es menos necesario”, dijo.

Ronderos aseguró que para mantenerse y crecer, se debe retornar a las bases mismas de la profesión, a su deber ser. El periodismo existe como “cuarto poder”, su mandato es la vigilancia de los poderosos. Ese papel crucial se ha estado relegando a pequeños espacios en los medios de comunicación, a las unidades de investigación, cuando existen, o a las páginas especializadas, limitadas en cantidad pero cada vez más necesarias.

Lo que el periodista hace mejor que el ciudadano

El periodismo de investigación debe emprender de nuevo la tarea básica de dar la información a los ciudadanos, aquella que ellos mismos no pueden conseguir. Para eso se necesitan periodistas especializados, con ética profesional, que conozcan que su labor también incluye la de verificar y contrastar fuentes, siempre tomando distancia del poder. Esta es una de las razones por las que el periodismo aún es necesario.

La segunda razón, para Ronderos, es porque un periodista que tiene y maneja herramientas de investigación y, sobretodo, las de los nuevos medios, es capaz de “escarbar”. “La sociedad le paga a un periodista para que haga un trabajo que los ciudadanos no tienen la habilidad ni el conocimiento para hacer”, precisó.

En la actualidad, los centros periodísticos que tienen éxito se han dedicado a la investigación. Tal es el caso de ProPublica,³ merecedora del premio Pulitzer 2010 en periodismo investigativo por el cubrimiento de las consecuencias del huracán Katrina en el

³ ProPublica (www.propublica.org) es una sala de prensa independiente, sin ánimo de lucro, que produce periodismo de investigación de interés público. Su creación se anunció en octubre de 2007, comenzó operaciones en enero de 2008 y publicó, por primera vez, en junio de ese año. En su página web se afirma que el periodismo de investigación está en riesgo porque muchas organizaciones de medios de comunicación han empezado a verlo como un “lujo”. Los periodistas de investigación de hoy carecen de recursos: tiempo y presupuesto. Ide, C., y Vashisht, K. (2006) *Today's investigative reporters lack resources*. Disponible en: <http://www.azcentral.com/specials/special01/0528bolles-stateofreporting.html>

Memorial Center de Nueva Orleans Medical Center.⁴ Paul Steiger [ex editor de *The Wall Street*] fundó este centro y desde allí se dedican exclusivamente a hacer vigilancia del poder público.

En el concepto de Ronderos, el trabajo hecho por ProPublica ilustra el tipo de periodismo que hace falta: "Ese es el único periodismo que los ciudadanos no están en capacidad de hacer y de ese oficio trata este Encuentro", dijo.

Paraguay: negocios y negociados presidenciales

Mabel Rehnfeldt, actual directora de *ABC Color Digital* en Paraguay, tomó la palabra después de la introducción de Ronderos.⁵ En su exposición compartió su trabajo de seguimiento a los contratos del Gobierno con la empresa Sistema Siete Publicidad.

En Paraguay, explicó, después de 61 años de Gobierno del Partido 'Colorado' [Asociación Nacional Republicana] se ha pasado a un nuevo gobierno, a la cabeza del obispo Fernando Lugo desde el 2008.⁶ "¿Cómo se tumbaron esos 61 años de Gobierno del Partido Colorado? El 90 por ciento del trabajo lo hizo la prensa con la ayuda de la ciudadanía que ya no se callaba y que pese al miedo que existía, seguía denunciando", resaltó.

Cuando la investigación periodística inició, Paraguay no tenía un banco de datos de contrataciones públicas y nadie sabía qué contratos se hacían desde el Gobierno. Por la época, Transparencia Internacional le pidió al Estado paraguayo todos los datos de los contratos directos para preparar su propio banco de información. Una vez terminado, todos los periodistas recibieron en varios CD los procesos de compras del Estado. Al día siguiente, todos los medios, publicaron la misma información, reseñando la entrega del material.

Rehnfeldt explicó que el documento que recibieron los periodistas era un mamotreto, lo que dificultaba su revisión. Aún así, un dato proporcionado por un medio de la competencia, le permitió

⁴ Mayor información (en inglés): <http://www.propublica.org/awards/item/pulitzer-prize-in-investigative-reporting-deadly-choices-at-memorial/>

⁵ Rehnfeldt participa en la red del Consorcio Internacional de Periodistas y es la fundadora y primera presidenta del Foro de Periodistas Paraguayos, Fo pep. Página web: www.fopep.org.py

⁶ Información de contexto: *Cayó el Partido Colorado*. Artículo de David Vargas, IPS. Disponible en: <http://ipsnoticias.net/nota.asp?idnews=88147>

identificar una información de interés: en el despacho de la Primera Dama se hacían “más compras por excepción”.

La periodista buscó en el archivo todos los datos que hicieran referencia a ese despacho y dispuso en una base de datos las empresas, con conceptos de contratación, montos y modalidad de empleados. Inicialmente la empresa que se llamaba Sistema Siete Publicidad llamó la atención porque era una de las que tenía más operaciones con el Estado paraguayo, o por lo menos con el despacho de la Primera Dama.

Una vez la información estuvo organizada, los periodistas consultaron a un vocero de la empresa, con la suerte que en la entrevista reveló un dato adicional: la empresa de publicidad ponía flores en las habitaciones de las primeras damas. La pregunta surgió: “Una empresa de publicidad puede hacer un evento especial, pero, ¿por qué aparecían gastos de una florería para una empresa de publicidad? Ellos mismos compraban flores y las ponían en los cuartos”, recordó Rehnfeldt.

Con la certeza de que allí había algo extraño, la periodista y su colega Sandra López decidieron seguir adelante, publicar la primera información e indagar más. El periódico sacó dos páginas mencionando las operaciones de la Primera Dama y, después del primer material, empezó la búsqueda de la empresa de publicidad y sus accionistas. En el proceso, identificaron el nombre de una persona que aparecía como accionista, quien resultó haber sido investigada en el periódico anteriormente por negocios relacionados con una petrolera y, además, era amiga del Presidente de la República.

Para poder continuar, necesitaban una información contundente. Las periodistas revolvieron “cielo y tierra” rebuscando en sus archivos cualquier novedad sobre la empresa de publicidad y la encontraron: en una entrevista en plena campaña presidencial, Nicanor Duarte Frutos [presidente de Paraguay de 2003 a 2008] dijo: “Tengo una pequeña empresa y tengo acciones. Se denomina Sistema Siete Publicidad y se dedica al marketing, consultoría, publicidad y servicios en general”.

Esta situación prueba, dijo Rehnfeldt, que es fundamental darle valor a los archivos de los mismos medios de comunicación: "Cuanto más viejo es el medio, es más probable que la 'biblia' esté allí y a veces buscamos la información afuera inútilmente".

Con la declaración, las periodistas tenían información sustantiva para seguir adelante. Con las pruebas recopiladas (la empresa, la evidencia del accionista, los contratos con el Estado paraguayo, las fotos de la empresa), se pidió la versión presidencial sin éxito. Sin la voz oficial, la investigación salió publicada en la primera plana del diario.

En este punto, Rehnfeldt compartió otro de sus aprendizajes: "Estoy acostumbrada a llamar a pedir la versión de todos los implicados antes de publicar el material. Mi creencia es que es mejor llamar siempre a los afectados antes de que salga la publicación, porque una vez sale tienen tiempo de redecorar su historia; en cambio, si uno llama a cada uno por separado antes de que salga la publicación, lo más probable es que se contradigan al ser tomados por sorpresa". Su estrategia funcionó: el Presidente negó su relación con la empresa.

La investigación continuó y las reporteras se encontraron con que la empresa de publicidad no sólo manejaba el despacho de la Primera Dama, sino que también tenía negocios con al menos doce oficinas del Estado. La empresa, además, evadía impuestos y no sólo contrataba con instituciones de Estado sino también con empresas binacionales.⁷

Las publicaciones periodísticas empezaron el 3 de diciembre de 2006. Desde ese día, el equipo periodístico juntó evidencia. Algunos documentos se publicaban en seguida y otros se guardaban como reservados, entre ellos la declaración jurada de bienes del Presidente de la República.

Dos semanas después, el 19 de diciembre, el Presidente pidió al director del diario un periodista para dar su versión acerca del

⁷ En Paraguay existen dos entidades destinadas al aprovechamiento hidroeléctrico de los recursos de los ríos Paraná, Yacretá e Itaipu. Estas binacionales también fueron fuente del poder económico de Sistema Siete.

tema. Aunque el Presidente solicitó a un reportero en particular, el director se negó y envió a Rehnfeldt.

“La entrevista presidencial fue la parte más importante de este trabajo. Rescato como consejo para los colegas: una entrevista puede ser clave para cualquier trabajo de investigación, dependiendo de cómo se haga”, explicó la periodista.

La preparación de la entrevista constó de varios pasos: elaborar el cuestionario presidencial, recopilar todos los documentos de soporte, entre ellos varias publicaciones, y anotar en un papel los datos de la declaración de bienes. “Mi consigna era dejarle hablar todo lo que quisiera” –contó Rehnfeldt–, “Tenía unas pocas preguntas que formular y el as bajo la manga era la declaración jurada de él, donde aparecían 30.000 dólares de acciones. Él no sabía que yo tenía eso, y si decía que no tenía ningún negocio yo le iba a preguntar: ¿Y estos 30.000 dólares de qué son? Y si decía que la empresa de publicidad no era suya, quedaba atrapado en la siguiente pregunta”.

Así como Rehnfeldt se preparó, Nicanor Duarte también lo hizo, pero cuando le preguntó sobre los 30.000 dólares, la respuesta fue que no era de la empresa de publicidad sino de otra inversión, la cual nunca le explicó y se dedicó a señalar en un papel que, a lo lejos, la periodista no alcanzaba a ver. “En una comunicación acertada con la fotógrafa, logré que hiciera un primerísimo primer plano de la acción”, recordó.

Cuando llegó el momento de redactar la nota, la periodista revisó la fotografía. La imagen contenía firmas de personas que no reconocían, el nombre de una empresa mal escrito y no tenía dirección. Aún así, él aseguraba tener 40 acciones de este lugar.

Para investigar sobre ese negocio se recurrió al registro de empresas, la constitución de la sociedad y se rastrearon los accionistas. Uno de ellos era dueño de pistas clandestinas de aterrizaje y había sido procesado y absuelto por la justicia. Otro de los inversores había sido indultado por problemas judiciales.

En una nueva publicación, se presentó la relación del Presidente con Carlos Barreto Sarubbi, “una de las personas más nefastas de



Paraguay”, y se mostró cómo el proceso se vinculaba con la muerte de una famosa aduanera, quien había sido funcionaria del puerto que pertenecía al Presidente. En esa entrega llamaron a varias entidades oficiales, sin obtener ninguna respuesta concreta. De nuevo, se pidieron las versiones simultáneamente, y las contradicciones más evidentes fueron entre el Presidente y la titular de la dirección general de aduanas.

“Estos trabajos después trajeron consecuencias peores, y lo que más dolor me causó profesionalmente fue que tuve que publicar a varios de mis colegas recibiendo dinero de la empresa de publicidad”, contó Rehnfeldt. Como resultado de esta investigación también se publicó una historia sobre lo ocurrido con Itaipú⁸ (que ganó un premio como mejor trabajo de investigación de ese año).

Los aprendizajes

Parte del trabajo de todo periodista es ser perro sabueso de los materiales de investigación y no dejar nada desconectado. “Si el material que tienen no da para más, no se arriesguen a sacar algo que creen que es una fantástica historia pero que no les cierra”, recomendó.

Rehnfeldt enfatizó, al finalizar su intervención, que las versiones de los afectados no son opcionales: “No sólo hacen parte de una exigencia ética y moral del periodista, además son una maravillosa oportunidad para encontrar la verdad que puede no salir en el resto de los materiales”. La experimentada periodista paraguaya recordó a los asistentes que el oficio de periodismo de investigación no es fácil, porque se “asume la tarea de llevar la verdad hasta las últimas instancias”, pero este trabajo, en todo caso, es un compromiso en “nuestros países tan golpeados por la corrupción y la violencia”.

Panamá: los patrones del azar

Santiago Fascetto, director de la unidad de investigación del diario *La Prensa* en Panamá, continuó con la exposición y compartió con

⁸ “Publicitaria presidencial en Paraguay”, de Mabel Rehnfeldt y Sandra López, del diario *ABC Color*, que demostró la existencia de una agencia publicitaria “a cuyo accionariado pertenecía el presidente de la República, Nicanor Duarte”, que manejaba toda la publicidad del despacho de la Primera Dama gracias a adjudicaciones directas y por vía de excepción, y otras grandes cuentas publicitarias no sujetas al control legal. Tomado de: <http://www.ipys.org/premio9.shtml>

los asistentes el trabajo hecho en 2009 llamado: “*Los patrones del azar*”.⁹ Dicha investigación involucró a dos ex presidentes de la República de su país y revisó las operaciones de bancos locales, un ex ministro, un actual viceministro y la empresa española Cirsa. Cuando se privatizó el juego y los casinos en Panamá, Cirsa consiguió una licitación para instalar salas de juegos y, después, hubo otros contratos que se dieron a terceras empresas para que hicieran exactamente lo mismo.

“Resultó que el ex presidente Ernesto Pérez Balladares era yerno de uno de los funcionarios y tenía un contrato directo y gratuito para explotar salas de casino. Lo que descubrió la investigación fue que después de muchos años, recibía en forma periódica dineros de esta empresa”, explicó el periodista. El dinero no lo recibía en su cuenta bancaria personal, sino a través de una sociedad anónima. Allí él no aparecía en la junta directiva, sino que un testaferro actuaba en los papeles.

Otra parte de la investigación involucró a una ex presidenta de Panamá, Mireya Moscoso, quien, según descubrió el equipo de reporteros, imitó de alguna forma el esquema armado por su antecesor y favoreció a sus allegados con otro contrato directo para administrar casinos. Todos estos esquemas se unían en la misma empresa: Cirsa.

¿Cómo nació la investigación?

A inicios de 2009 se conoció un documento sobre decisiones administrativas del sector estatal que regula el sistema en Panamá y que favorecían a todas las empresas. “Las empresas en forma irregular habían logrado que el Estado dijera que el mejor contrato posible era el de subcontratos, y esto les permitía tener más máquinas, abrir más salas y pagar menos impuestos”, explicó Fascetto.

El documento no decía nada sobre los dueños de las empresas ni quiénes las manejaban, lo que llevó al equipo de periodistas a investigar. Una fuente anónima pasó un “rumor”: existían dos empresas de juego, una de Pérez Balladares y otra de unos expresidentes. Si bien este podía considerarse un “secreto a voces”,

⁹ <http://mensual.prensa.com/mensual/contenido/2010/05/14/hoy/panorama/2187995.asp>

los periodistas empezaron a buscar documentación para probar las denuncias.

Los reporteros fueron al registro público de Panamá, en donde encontraron que una de las empresas tenía como directores (vicepresidente y secretario) a dos allegados de Pérez Balladares. Además, una ex-ministro y su yerno aparecían en una sociedad. En cambio, en la sociedad de Mireya Moscoso, lo que había básicamente eran testaferros.

Después de esto, emprendieron una “cruzada” para entrevistar a funcionarios, especialistas y abogados que les permitieran atar esos datos sueltos. En el camino, obtuvieron acceso a todos los archivos de dos sociedades: *Games*, *Multigames* y *Silver Topgames Multigames* (donde aparecían los allegados de Pérez Balladares). En Panamá, la ley obliga a las empresas de juego a entregar la lista completa de sus accionistas, por lo que los periodistas obtuvieron con relativa facilidad dos cajas de información con documentos.

“Estuvimos varias semanas tratando de clasificarlos” –narró Fascetto–, “había información de accionistas, de la junta directiva de los locales comerciales, de las auditorías, de registros de empleados y básicamente un listado donde se informaba quiénes eran los dueños. En ningún documento aparecía el ex presidente ni sus allegados”. Pero, al revisar con lupa los nombres, encontraron que pertenecían a jardineros, chóferes, etc.

Luego de escarbar en dos cajas de documentación, el registro automotor y el registro público, los periodistas aún no tenían ningún documento que probara que el ex presidente tenía intereses en la empresa de juegos azar. Lo único que tenían eran dos allegados en un documento, nada más. Entonces, aunque sabían que las empresas habían violado la ley al no presentar sus verdaderos dueños, esta era una hipótesis débil que no se podía probar.

Seguir la ruta del dinero

La única manera en que los periodistas lograron avanzar fue siguiendo la ruta del dinero. Los archivos recolectados se clasificaron en dos grupos: uno, el historial de empleados y otro, los bancos con los que operaban.

En la base de datos de los empleados, se indagó tanto por los que aún trabajan como por los que no. Después de ese filtro, se creó una base de ex empleados. También se revisaron nombres de personas que habían salido de la empresa despedidas, en donde podía haber fuentes potenciales para acceder a la historia. Todo el proceso se hizo a partir de recolección de datos en Internet.

Aunque aún no probaban de manera fehaciente su hipótesis, los periodistas obtuvieron una cantidad importante de empleados que les contaron con qué sociedades se operaban, que efectivamente el ex presidente estaba recibiendo dinero de la empresa de juego, desde cuándo, quiénes estaban en la junta directiva y cuál era el proceso. Fue así como sus bases de datos se convirtieron en la puerta de entrada a nombres de las sociedades y fuentes bancarias que les dieron acceso a información como movimientos de ingresos y egresos, resúmenes de cuenta, extractos, etc.

La Prensa publicó su investigación en varias entregas, ha hecho cerca de 50 notas sobre el tema y la investigación aún se desarrolla.

Al resumir los resultados, Fascetto comentó que se llegó hasta las cuentas, las sociedades y el dinero recibido. Mientras el diario investigaba y publicaba, el Ministerio Público inició una investigación de oficio, presentó un trabajo de la Unidad de Análisis Financiero y se procesó a Pérez Balladares por lavado de activos, producto de un acto de corrupción. El ex presidente estuvo preso en su casa varios meses y aunque hoy está libre, no puede salir del país.

De estos hallazgos, otras doce personas han sido procesadas por lavado de dinero y el Gobierno canceló las licencias de Cirsá y le obligó a pagar dieciocho millones de dólares, la multa más alta que haya puesto Panamá a una organización internacional.

Ecuador: Los contratos millonarios del Estado con el hermano del Presidente.

Después de la experiencia paraguaya y panameña, el periodista Juan Calderón compartió sus aprendizajes en Ecuador. Calderón, parte del equipo que reveló los contratos que tenían las empresas del hermano de Rafael Correa con el Gobierno, ha sido periodista

editor del diario *Hoy*, en donde dirigió el semanario de investigación *Blanco y Negro*.

La historia desarrollada por el equipo de investigación giró en torno a un hombre: Fabricio Correa Delgado, hermano del presidente de Ecuador, Rafael Correa Delgado. En el proceso, los periodistas hicieron públicos los contratos de Fabricio Correa con el Gobierno de su hermano: más de 170 millones de dólares, con seis entidades públicas y subcontratos con empresas contratistas del Estado, como la brasilera Odebrecht.

Las revelaciones sorprendieron al Presidente, porque aunque antes de que él ocupara el más alto cargo del gobierno ecuatoriano, su hermano ya contrataba con el Estado, una vez llegó a la presidencia, en tan sólo dos años logró acumular una fortuna de 14 millones de dólares.¹⁰

Investigar el poder ejecutivo, desde el presidente hacia abajo, fue un reto importante, ya que Rafael Correa llegó al poder con un discurso ético en el que atacaba directamente la corrupción. Durante casi dos años los periodistas armaron un rompecabezas con piezas de contrataciones, empresas de papel, y si bien en julio de 2009 terminó la investigación, hasta hoy se sigue publicando sobre el tema.

“El domingo, 14 de julio de 2009, le mostramos al país este cuadro: el hermano del Presidente compró dos empresas de Panamá en Guayaquil. Una vez obtuvimos los registros, logramos establecer que había armado una cadena de empresas que se llamaban Quality, Mega Maq y Cosurca. En la investigación encontramos que Fabricio Correa era el socio, del socio, del socio... como una muñeca rusa matryoshka. Mientras más la ‘abrimos’, más nos acercábamos a él”, contó Calderón.

Para conseguir “abrir la matryoshka”, el equipo periodístico consiguió registros de mercancía y de propiedad, y visitó contralorías en todo el país. El punto clave, dijo Calderón, fue encontrar la empresa en Panamá que era socia de una compañía propietaria de unos lotes en Manta (de la que Fabricio Correa tenía

¹⁰ Actualmente, el hermano del presidente es el mayor opositor de su gobierno y es candidato a la presidencia de la República de Ecuador.

el control del 99 por ciento). Esa empresa había hecho un préstamo a una corporación financiera por 10 millones de dólares.

“Al encontrar el dato, pensamos: ‘Tenemos dos opciones, publicar que una empresa del hermano del Presidente sacó un préstamo de 10 millones de dólares o seguir la ruta’, contó Calderón. Decidieron seguir y la decisión fue clave porque se abrió el panorama. Si hubieran publicado, el escándalo habría sido apenas de cinco minutos y habría ocultado las otras fichas de la investigación.

Al continuar encontraron que el préstamo se había solicitado para financiar los contratos de una empresa llamada Cosurca, que recién había sido comprada por el hermano del Presidente por cuatro millones de dólares.

¿Cómo encontrar la información?

“Suele suceder que uno pide una información y las fuentes van soltando datos. Muchas veces son rumores, pero uno debe juntar las piezas e ir comprobándolas”, explicó Calderón y añadió, “Armamos el equipo profesionalmente para darle sentido a la investigación, y en el camino armamos una matriz en la que en el centro estaba el hermano del Presidente y se incluyeron sus relaciones con operadores y empresas”.

Con ese mapa, los periodistas buscaron vínculos y documentaron cada uno de sus hallazgos. Si bien Fabricio Correa había ocultado muy bien su nombre, al final, consiguieron documentar una red mafiosa de intervención pública en la que, en el centro, se ubicaba el hermano del Presidente.

Los periodistas indagaron tan a fondo como les fue posible, consiguiendo, por ejemplo, que la empresa Odebrecht fuera expulsada del país y se le terminaran unilateralmente los contratos.

Antes de publicar, los periodistas se comunicaron con Fabricio Correa para obtener sus reacciones. Este no accedió hablar, aunque envió al diario a su abogado para que indagara sobre el material que tenían. Luego, Fabricio Correa se hizo presente en el diario y al conocer los hallazgos del medio, habló durante cinco horas, ratificó la situación y, de paso, dijo Calderón, “nos dio el título del reportaje

al contarnos que estaba armando un *holding*". La investigación se llamó: "El *holding* Correa".

La publicación se hizo durante una semana entera, de domingo a domingo, ocupando hasta cinco páginas del periódico. Todos los días fue primera plana. Cuando otros medios de prensa quisieron hacer eco a la denuncia, en el diario realizaron un seminario para explicarles el sistema. Así, se empezaron a dar las réplicas.

Los efectos

Una vez iniciaron las publicaciones, además de ataques personales, el Presidente también firmó un decreto para impedir y quitar la publicidad a todos los diarios. Además, tuvo inconvenientes con Panamá porque en el decreto involucraba empresas que tuvieran paraísos fiscales. Calderón contó que luego de un mes de varias 'trampas mediáticas', denunció al medio ante la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Aún así, los periodistas siguieron investigando y reportando lo que ocurría desde Presidencia. "Rafael Correa apoyó totalmente a su hermano", dijo, "al mes de la terminación unilateral de los contratos, favoreció una demanda de Fabricio Correa por más de 40 millones de dólares contra el Estado ecuatoriano".

El impacto en la rama ejecutiva fue fuerte y le quitó mucha publicidad al diario. Además, desde presidencia se le puso un impuesto al papel y a todos los diarios de Ecuador. Aún así, los reporteros le apuestan a la publicación de un libro con la temática.¹¹

Ronda de preguntas

- **Al hacer una investigación, muchas veces se encuentran empresas panameñas que uno no sabe cómo "leerlas". Cuando uno encuentra una empresa de este tipo en una investigación, ¿cómo encontrar información valiosa?**

Santiago Fascetto. Encontrar el nombre de la empresa en los registros públicos es sumamente fácil, lo que pasa es que en las juntas directivas de las sociedades por lo general nunca figuran los verdaderos dueños. A excepción de los narcotraficantes, que

¹¹ El título del libro es "El gran hermano". Mayor información: http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/ldquoel_gran_hermano_rdquo_investigacion_que_obliga_al_estado_a_terminar_contratos_de_fabricio_correa_audio--132394

suelen ser desconfiados y sí ponen sus nombres, lo que hace mucho más fácil encontrarlos.

En este aspecto, dos consejos a tener en cuenta:

1. No es obligatorio que los accionistas de las sociedades estén en los directorios. Pueden tener testaferros. La ley panameña permite las acciones al portador, es decir, que ni siquiera las acciones de una sociedad tengan nombre. Una sociedad puede emitir al portador el ciento por ciento de las acciones y si alguien quiere vender su sociedad porque le están investigando, simplemente toma ese certificado de sociedad al portador y lo entrega a alguien más. Es muy difícil tratar de identificar al último dueño de la sociedad. Este modelo se replica en todos los países que son paraísos fiscales, no solamente en Panamá.
2. En general, cuando se constituye una sociedad panameña, lo que hacen es vender un "combo" una sociedad panameña, lo que hacen es vender un "combo" una sociedad panameña y una cuenta bancaria. Entonces, por lo general, siempre la sociedad está casada con una cuenta en ese país. Básicamente los paraísos fiscales se usan para dos cosas: los individuos, para esconder o lavar dinero, y las grandes empresas para no pagar impuestos.

Como existen leyes que impiden que uno acceda a esa información y el secreto bancario es absoluto, cuando nos encontramos con casos de sociedades panameñas, la clave es concentrarse en buscar la ruta del dinero. Porque si bien se pueden poner testaferros en el papel, todos los dueños siempre van a querer tener el manejo del dinero.

- **¿Cómo convencer a los directores del medio de hacer trabajos de largo aliento cuando lo que quieren es grandes resultados en poco tiempo?**

Mabel Rehnfeldt. A los dueños les importan dos cosas: el dinero y el orgullo. Una buena investigación vende y hace vender mucho a los medios. Hoy, la mayoría de los medios de comunicación, especialmente a raíz de Internet, se han uniformado en sus informaciones. El que pone la nota de color, es siempre el que va más allá de la noticia instantánea. Entonces, hay veces en que tenemos que hacer un poco de *marketing* de nuestro producto y



estar convencidos de dónde estamos parados y cuáles son las sospechas o las hipótesis que manejamos.

Santiago Fascetto. Sin tiempo, sin recursos y sin apoyo del medio es muy difícil hacer investigación... casi imposible. En los seminarios compartimos experiencias que salieron bien pero, en general, la mayoría sale mal: nunca se terminan y nos hacen perder semanas de tiempo. Para eso, uno necesita el apoyo y el dinero del medio. Si no, no se avanzaría y no habría investigaciones.

- **Muchos medios al publicar privilegian elementos escandalosos, como grabaciones o filtraciones. En las investigaciones presentadas hay mucha lectura de información y búsqueda de datos, ¿cómo hacerlo?**

Santiago Fascetto. Lo que tiene que primar es el interés público. En nuestra investigación, aunque teníamos varias cajas de información con cheques, publicamos los datos bancarios bajo dos premisas: solo sale lo que esté documentado y lo que tenga interés público.

- **¿Han recibido amenazas? ¿Cómo continuar con la investigación con una presión de este tipo?**

Mabel Rehnfeldt. Hubo amenazas, claro, pero no entro en muchos detalles porque a veces se hace más énfasis en lo mal que nos va y no en lo bien que nos puede ir. Prefiero inspirar y animar a que se siga haciendo periodismo de investigación. De nosotros depende usar las piedras no como obstáculos sino para pararnos encima y saltar más alto.

- **Al ser tan evidente la corrupción en la presidencia ecuatoriana, ¿por qué es tan alta su popularidad? ¿Vale la pena el esfuerzo investigativo si no se logran cambios?**

Juan Calderón. Popularidad no es equivalente a ética política del poder. Cuando se hizo la investigación, el Presidente tenía 85 puntos de popularidad. Después de esta investigación tenía 35, así que perdió bastante. El problema acá no es el manejo de la ética pública y la popularidad, es el uso de la popularidad para romper la ética pública, que es distinto.

▪ **¿Cómo sortear las barreras que construyen para blindarse las personas relacionadas o afectadas por una investigación?**

Santiago Fascetto. Siempre se corre un riesgo al momento de abordar a las personas involucradas en la investigación. Uno puede llevar varios meses o un año haciendo una investigación, y no sería justo consultar a los involucrados el día anterior. Si uno estuvo un año investigando, le tiene que dar a las personas involucradas al menos una semana para que puedan responder a los cuestionamientos.

Hay un riesgo enorme de que las personas publiquen sus descargos en otro medio, pero en definitiva no sé si importa, como tampoco sé si importa qué pasa después de que uno publica, si unos contratos se suspenden o si un ex presidente va preso. Ese no es nuestro trabajo, nuestro trabajo es publicar hechos verificados.

CONFERENCIA 1

Oportunidades para el periodismo en la era digital

- Guillermo Culell, asesor de *El Comercio* y de otras empresas periodísticas. Argentina.
- Moderador: Fernando Ramírez, editor de noticias del diario *La Patria*.

En la promoción del periodismo de investigación se hace especial énfasis en el emprendimiento. Ramírez explicó en la presentación de la conferencia cómo los sitios web están abriendo nuevas posibilidades entre la población (joven y veterana), porque permiten aprovechar no solo las herramientas del periodismo asistido por computador (PAC), sino también hacer unas páginas en las que los periodistas puedan presentar sus investigaciones.

Guillermo Culell inició su exposición aclarando que su área de trabajo no es solamente la investigación periodística sino también el desarrollo de sitios y proyectos de Internet. Su conferencia giró alrededor del miedo, según algunas ideas tomadas del libro *Seda* de Alessandro Baricco que habla sobre el cambio que introduce la tecnología de Internet en la sociedad.

“Creo que tenemos que hablar más de filosofía y menos de novedades tecnológicas”, aclaró. “Las novedades tecnológicas nos



vienen a buscar, nos chocan y nos tropezamos con ellas. Por ejemplo, hace tres meses que estamos hablando del iPad, que sirve, que no, que es lo mejor que le ha ocurrido a los diarios, que es lo peor... Y no estamos hablando de lo que en el fondo importa y es que estamos participando de un cambio de civilización por la transformación cultural que vivimos”.

En la actualidad se privilegia la velocidad sobre la reflexión. “Esto además es una exigencia de la audiencia y nosotros la sufrimos como periodistas”, dijo Culell. “La secuencia desde el análisis se ha privilegiado sobre la profundización; la comunicación en vez de la expresión; el *multitasking* en vez de la especialización; el placer en vez del esfuerzo”.

A través de cinco hipótesis, Culell especuló sobre cómo va a evolucionar el periodismo y cuáles son los desafíos a enfrentar.

Hipótesis 1: la tecnología es contenido

“Ustedes habrán oído hablar del famoso algoritmo de Google. Algunas definiciones de algoritmos en definitiva apuntan a decir que diseñar no es una tarea necesariamente de programadores. El algoritmo de las noticias habría sido diseñado por un ingeniero, pero en realidad tiene más que ver con organizar la información periodística. Diseñar un algoritmo es pensar la lógica mediante la cual se van a seleccionar y ordenar esas noticias, por ejemplo. Y eso es algo que puede hacer cualquiera”, aseguró.

Un algoritmo es una serie de instrucciones ordenadas que pueden organizar un proceso, tal es el caso de un manual de instrucciones. Así como se dan pautas a seguir para que un aparato funcione, los periodistas pueden participar de procesos de pensamiento que organicen el contenido periodístico, sin que dicha tarea vaya en contravía a la labor de contar historias. Hacerlo podría facilitar y agregar valor a las historias que se cuentan.

Para Culell, si los periodistas entienden que esta es una tarea que tienen que enfrentar en el futuro y asumir, y entre más pronto se involucren en el mundo de la tecnología, podrán llegar a hacer un mejor periodismo. En últimas, después de tomar la decisión y analizar los criterios para organizar las noticias, filtrarlas y presentarlas, llega el programador.

“Hace 10 años o más, cuando empezábamos con Internet, yo decía algo que sostengo: ‘Los periodistas estamos viviendo uno de los mejores momentos de la historia de la profesión, y es que los propietarios de los medios nos están pidiendo que nos inventemos el medio’. Si los dueños de los medios de comunicación no saben qué hacer con Internet, nos están diciendo a nosotros: ‘Intenten y hagan algo que funcione, en donde la gente participe y genere dinero’”, dijo.

Que un periodista se involucre con la tecnología es aprovechar la oportunidad. El desafío apareció hace una década y continúa. El camino de la profesión periodística es mezclar el saber de la profesión con los conocimientos tecnológicos.

En *El Comercio* de Lima, en donde Culell fue gerente de medios digitales de 2007 a 2009, hay una experiencia interesante: se hacen transmisiones en vivo en la calle. “Nos propusimos cubrir en la calle con una computadora personal y una cámara de video. Todo eso cuesta no más de mil dólares. Si una organización periodística no puede darse el lujo de gastar ese presupuesto para transmitir en vivo desde la calle, estamos en problemas”, explicó.

Hipótesis 2: la organización se desmaterializa

Los periodistas y los medios de comunicación están acostumbrados a pertenecer a una organización física, “a un edificio de ladrillos”. Esto, según Culell, es prehistórico “La redacción podría tener a cada periodista en su casa, todos trabajando en red, con una computadora”. Para él, las oficinas siguen existiendo porque a los trabajadores “les gusta tomar café (...) y por una cuestión de poder de organización de sistema”.

Internet es una infinita red de conexiones invisibles, es un territorio sin espacio físico en el que las computadoras se conectan entre sí en tiempo real. Para Culell, el periodista es un atleta de letras, porque se reúne y usa las mismas herramientas que los internautas, pero se diferencia de ellos porque participa de un proceso de construcción de la noticia que no termina nunca.

En la red, la noticia no es ajena ni puede ser estática; está en construcción permanente. ¿En qué se diferencia el periodista del



internauta? En que el primero debe estar mucho más entrenado para el uso de las herramientas y para la reacción frente a la noticia para capturarla y procesarla de la manera más eficaz y ponerla a disposición de la audiencia. "Por eso la frase 'el periodista es un atleta de letras', casi cualquiera participa de la construcción del material informativo en Internet, pero ¿quién gana la maratón? Los que estén mejor entrenados y es en ese sentido que el periodista tiene que pensarse", insistió.

Hipótesis 3: la era de la sobre-aceleración

Luego viene la discusión del tiempo. Culell citó a una filósofa argentina que dice que "el computador introduce una nueva perspectiva temporal: el nanosegundo".

"Yo por lo menos fui criado con el reloj y todavía uso uno de manecillas. Sin embargo, la unidad de tiempo de una computadora es un nanosegundo; el tiempo se organiza sobre la máxima velocidad y supera la relación de la conciencia que produce un efecto psicológico de transitoriedad y desorientación", explicó.

Por esto, el periodismo está en un proceso de sobreaceleración. Ya no solo se presencia la actualización de la información, sino la actualización "super-recontra instantánea" y la supremacía del tiempo real.

Tal es el caso de herramientas como de Twitter, Facebook y video en vivo. Aún así, el que estos instrumentos estén a la mano no significa que se sepa muy bien qué hacer con ellos. "En varios medios hemos incorporado este recurso del tiempo real en nuestras ediciones, pero no sabemos muy bien cómo hacerlo, para qué sirve ni qué aprovechamiento periodístico le podemos dar", por eso, dijo, el periodismo está desorientado.

Hipótesis 4: audiencia autófaga

Autófaga viene de célula, del proceso en el que estas unidades de los organismos se comen a sí mismas cuando se mueren. Esto forma parte de Internet y de la cotidianidad.

"Entremos a un perfil de Facebook, nos encontramos con 50 post y hay 300 del día anterior. ¿A quién le importan los 300 del día anterior, a quién le importan los 25 de hace cuatro horas? A nadie.

Tenemos un presente mucho más acelerado de lo que podríamos imaginar. Descartamos el pasado. Ya la noticia de 24 horas no tiene valor para la audiencia y, si lo tiene, veamos cómo hacemos para rescatarlo y transportarlo a esta nueva civilización”, aseveró Culell.

En su concepto, a la audiencia de Internet pareciera que solo le interesa la experiencia de una realidad simultánea, compartida, que sea una extensión de sus relaciones de manera horizontal. A la audiencia le interesa sorprenderse y reaccionar (para la muestra, la manera en que se comportan los usuarios de Twitter o Facebook).

Una de las premisas del mundo moderno es el hecho de la cantidad de movimiento que es capaz de generar en el tejido mental del público. El periodismo no es ajeno de este proceso. “En realidad, hasta ahora lo veníamos haciendo pero cada 24 horas. Cómo hacemos para que en el periodismo un proceso que tomaba un día se haga ahora cada 30 segundos”, preguntó.

Hipótesis 5: cambio de táctica y de estrategia

Para Culell, el periodismo debe concentrarse en un cambio de táctica y estrategia. No se trata de llevar a los feligreses a la iglesia ni de que la gente vaya al quiosco de la esquina a comprar el periódico. Esta idea ha desaparecido. Lo que hay que hacer es averiguar en dónde está la gente y llegar allí.

¿Dónde ubicarse?

1. En **filtros**, no viéndolos en el sentido censor, sino en el de herramientas. Usarlos con visión e inteligencia periodística para que la gente pueda organizar esa maraña enorme de contenido disponible de la manera más atractiva posible y adecuada a sus necesidades y a sus gustos.
2. En **conexiones**, esta es una civilización horizontal conectada permanentemente. El enlace es la clave del desafío periodístico, para así movilizar audiencias.

El camino para el periodismo que irá de la mano de la tecnología será el desarrollo de filtros para organizar la información y conectar parte de la inmensidad de contenido disponible en Internet para así sorprender y movilizar audiencias.

Ronda de preguntas

▪ ¿Cómo llegar con la tecnología a las zonas rurales?

Hay dos variables. Una es el interés de las empresas de tecnología en llegar a la base nacional. Allí hay un gran negocio, por algo varios países latinoamericanos tienen una altísima penetración de teléfonos celulares y de estos aparatos a la computadora personal hay un paso muy corto.

La otra variable es la de las políticas de gobierno. Con estas es posible acelerar el proceso. Para que ocurran, los medios de comunicación pueden jugar un rol muy importante al hacer que la ciudadanía tome conciencia de la necesidad de acceso a tecnología en las zonas rurales.

CONFERENCIA 2

Cómo investigar temas ambientales

- Thelma Gómez Durán, reportera de la Unidad de Investigación de *El Universal*, México.
- Mauri König, reportero especial del diario *Gazeta do Povo*, Brasil.
- Moderadora: Ginna Morelo, miembro del CdR.

En su introducción, Ginna Morelo les recordó a los asistentes cómo el “tema verde” ha ido adquiriendo cada vez más importancia, haciendo que ya no se le vea desarticulado de otras realidades. Varias investigaciones recientes, tanto en Colombia como fuera del país, han mostrado justamente cómo la realidad ambiental está permeada por las diversas noticias de conflicto armado, de los grupos delincuenciales y también del eje temático social.

“El ‘tema verde’ no aparece en la agenda por estar de moda, sino porque viene unido al desarrollo de la sociedad y permite pensar en el desarrollo sostenible desde los gobiernos”, dijo Morelo y aseguró que “con altas dosis de investigación es posible mostrar resultados con los que se abran las puertas para mayores trabajos periodísticos”.

México: permisos ilegales y trampas de una presa

Al iniciar su exposición, Thelma Gómez hizo un llamado a la urgencia para que los periodistas entren en los temas ambientales. Para la periodista mexicana, este es un terreno aún inexplorado, que todavía no tiene el peso que debería en los medios de comunicación.

“Quizá en países de Europa y en Estados Unidos, el tema ambiental ya tiene espacios muy bien ganados, pero en América Latina todavía se le arrincona en las secciones de sociedad o de tendencia, y no se le da importancia pese a que tiene que ver con casi todo: economía, internacional, salud, derechos humanos, etc.”, enfatizó.

En el caso de México, al abordarse la temática de ambiente se le presenta desde tres ópticas:

1. Se divulgan acciones que realizan los gobiernos y las declaraciones oficiales.
2. Se presentan las denuncias de las organizaciones no gubernamentales (en México hay un gran movimiento ambientalista con una agenda muy fuerte y con poder de convocatoria hacia la prensa).
3. Se comparten los resultados de investigaciones científicas y estudios que muestran cómo está el planeta.

“Muy pocas veces se abordan las temáticas ambientales desde la perspectiva de la investigación periodística, muy pocas veces nuestros medios invierten tiempo para hacer este tipo de investigación, muy pocas veces se apuesta porque un periodista se especialice en estos temas y utilice las herramientas del periodismo ambiental para hablarlos”, aseguró Gómez y subrayó que esta situación se presenta aún cuando detrás de muchos “temas verdes”, hay corrupción, violaciones de derechos humanos, negocios ilegales y “grandes mafias que se ven involucradas con el narcotráfico, la trata de personas y el tráfico de residuos peligrosos”.

Es necesario hacer periodismo de investigación con enfoque ambiental porque muchos de los desastres naturales que se viven actualmente en varios países latinoamericanos tienen detrás a políticos y empresarios que no hicieron bien las cosas. “La mayoría de las veces esos políticos se escudan en el ‘chivo expiatorio’ favorito de todos que es el cambio climático, cuando la realidad es que se han tomado decisiones políticas incorrectas, o algunos empresarios realizaron negocios donde no debían ser, o porque hubo corrupción, y estos desastres naturales obviamente afectan a los seres humanos”, dijo.

Para ilustrar su postura, Gómez compartió unos ejemplos de su trabajo.

Ejemplo 1: cacería

En México se permite la cacería y es casi una industria, sobretudo en el norte del país. Esta actividad es controlada por el Gobierno a través de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, instancia encargada de dar los permisos de caza.

Cada temporada de caza, el Gobierno emite cierta cantidad de permisos para las personas autorizadas. La Secretaría debe hacer estudios, junto con los dueños de los terrenos, para determinar cuántos animales se pueden cazar por temporada.

Gómez llegó a este tema en 2003. “Antes de que yo empezara esta investigación salió un comunicado de una organización conservacionista que señalaba que en Cancún, un parque recreativo había comprado 27 delfines para espectáculos acuáticos y de entretenimiento”, contó. La organización reportaba que los delfines habían salido de forma ilegal de las islas Solomon (en Oceanía) y todos los medios mexicanos publicaron la nota. “Todos se quedaron con la declaración de la organización y unos pocos buscaron información por parte de la empresa que había hecho la compra”, recordó Gómez y dijo que lo que le llamó la atención fue una pregunta: “¿Cómo es posible que se introduzcan al país delfines ilegales?”.

Cuando la periodista investigó, encontró que muchas empresas que utilizan animales como los delfines o lobos marinos, los compran a empresas que trafican con estas especies, que los capturan de

manera ilegal y aunque hay una serie de tratados internacionales para realizar la captura de estos animales, estas empresas proceden de manera ilegal.

En su investigación obtuvo información sobre cómo funcionaban esas empresas, el negocio de los espectáculos acuáticos y el de los delfines de Cancún. "Encontré que el Gobierno de Australia le había advertido a México que no autorizara la entrada de esos delfines porque habían sido capturados en los alrededores de esas islas, en donde no hay un tratado internacional que permita regular el comercio internacional de animales", contó Gómez.¹²

Cuando se empezaron a publicar estas informaciones, la periodista recibió un dato anónimo sobre permisos ilegales para cacería. Para realizar el trabajo, Gómez tuvo que contactar varios cazadores y enterarse de cómo funciona la cacería en su país. En las entrevistas le daban pistas de irregularidades en los permisos, pero inicialmente no obtuvo nada concreto. Luego, se contactó con funcionarios de la Secretaría de Medio Ambiente e hizo entrevistas con especialistas en temas de conservación de animales.

"La gente temía hablar porque creía que habría acciones en su contra en el trabajo y si bien ya había encontrado que se habían otorgado ciertos permisos de manera irregular, no sabía ni la cantidad ni cómo se manejaba el asunto. Estaba estancada", recordó.

Su proceso se desempantanó cuando recibió un documento de una de las fuentes, precisamente de la Secretaría, que se decidió a hablar de las irregularidades.

Antes de continuar, la periodista estudió el documento, que resultó ser una auditoría que se le había realizado a la Secretaría de Medio Ambiente, principalmente a la dirección encargada de hacer la autorización de animales y de permisos de caza. "Allí encontré la pieza que me faltaba: los funcionarios que autorizaban esos permisos habían inventado una figura legal, que no existía en ninguna ley, y la nombraban en varios documentos. Cuando

¹² Comercio de delfines vivos. Mayor información: http://www.cites.org/esp/news/press/2004/040305_dolphin.shtml



empecé a buscar encontré que se habían ‘sacado de la manga’ la figura legal”, explicó.

Con ese detonante, Gómez fue capaz de documentar 92.000 permisos ilegales de cacería desde el año 2001 hasta el 2003. Dichos permisos superaban el millón de dólares.¹³ Los permisos se otorgaron en casi todo el país, autorizados por el Subsecretario de la Secretaría, quien resultó ser la misma persona que autorizó la entrada al país de los delfines de las islas Solomon.

La publicación de la investigación se hizo en varias entregas. Durante una semana consecutiva, mientras salía la información en el diario, la periodista buscó al funcionario involucrado, pero nunca quiso dar su versión. A un mes de publicado el trabajo, tres altos funcionarios de la Secretaría, entre ellos el Subsecretario, fueron removidos de su cargo por el presidente de entonces, Vicente Fox. Además, se abrieron dos investigaciones en contra del Subsecretario y varios procesos contra 27 funcionarios involucrados en los permisos de caza en diferentes estados. Al terminarse las investigaciones, dos años después, el Subsecretario fue sancionado con tres años de inhabilidad para ocupar cargos públicos.

“Con este trabajo me enfrenté principalmente a entender el lenguaje jurídico”, dijo Gómez. En el periodismo ambiental a veces resulta complicado entender estos términos, sobretodo explicarlos para que el lector entienda claramente el tema. Para resolverlo, la periodista buscó a especialistas en derecho ambiental, quienes le explicaran y le ayudaron a “traducir” ese lenguaje a términos más claros y entendibles por los lectores del diario.

Ejemplo 2: la represa

Luego, Gómez explicó otro tema periodístico en el que trabajó durante 2009.

En México se quiere construir una represa en el estado de Jalisco (al centro-occidente del país). Según los planes del organismo de agua encargado del proyecto, su construcción tendría una duración aproximada de 20 años.

¹³ Gómez encontró que los permisos ascendían a 14 millones de pesos mexicanos. Al cambio de 2003 (10,43 pesos equivalían a un dólar), la cifra develada equivalía a 1’342.281 dólares. Con información del Servicio de Administración Tributaria de México. www.sat.gob.mx

Lo que llamó la atención de la periodista es que para la construcción de la represa se deben inundar tres comunidades rurales, pobladas por campesinos y migrantes. El Gobierno está ofreciendo comprarles sus casas y tierras, pero la población está en contra y ha empezado un movimiento de resistencia.

Gómez planteó el enfoque de su trabajo: cómo el derecho al agua resulta en una problemática social. La represa serviría para llevar agua a una ciudad que es colindante al Estado de Jalisco, a otro Estado que es Guanajuato y a otra ciudad que es básicamente industrial.

La población, que habita los terrenos a ser inundados, argumenta que están violando sus derechos y que no deberían tener que mudarse, sino buscar otras alternativas para hacer la represa. En su trabajo, la periodista empezó a buscar las historias y a hacer un reportaje desde la perspectiva social. El resultado de sus indagaciones fue la primera pieza periodística en publicarse.

Luego, al buscar documentos sobre la autorización para la construcción de la represa y la licitación, Gómez encontró inconsistencias porque la empresa que ganó la puja presentó un costo de obra superior al de otras dos compañías, que fueron eliminadas por no cumplir con asuntos administrativos. La licitación se otorgó a un consorcio de una empresa mexicana (dirigida por uno de los principales empresarios del país) y una empresa española. Entre las otras dos empresas en competición se encontraba una de Carlos Slim (el hombre más rico del mundo), y una pequeña empresa nacional.

Al indagar, Gómez obtuvo una entrevista con un vocero de la empresa pequeña. Allí le compartieron documentos y la historia de la licitación. Según ellos no había justificación para su descalificación del proceso y en los documentos, la periodista encontró que la represa que se licitó tenía medidas diferentes a la que se quería construir. La primera era mucho más pequeña.

“Con la licitación se debe presentar al Gobierno una manifestación de impacto ambiental, y quien la gana se compromete a cumplir con lo especificado. Dicha manifestación estaba hecha a partir de una



represa de 80 metros de altura cuando, en realidad, la presa iba a tener 105. Se iba a inundar una parte mucho mayor de la que se decía”, señaló Gómez.

Con esa información, la periodista empezó a construir la historia y valiéndose de las herramientas del periodismo de investigación identificó las leyes que estaban siendo violadas y las trampas que se utilizaron para transgredir las reglas.

La licitación fue anulada, pero se volvió a hacer a la semana. La empresa que había ganado la primera vez, volvió a hacerlo, ahora con una manifestación de impacto ambiental que cumplía los requisitos.

Aún así, la historia de la presa continúa. La Comisión Nacional de Derechos Humanos presentó un informe en el que se identifican vulneraciones a las comunidades y varios científicos mexicanos han publicado estudios mencionando que ese lugar no es el mejor para la construcción de la represa. Si bien el caso de la represa y sus comunidades llegó hasta la Corte Interamericana de Derechos Humanos, solo falta un permiso para que la empresa pueda construir.

La reflexión

Desde su experiencia, Gómez invitó a reflexionar sobre la manera en que el periodismo ambiental se cruza con más enfoques: los efectos a la salud, desplazados ambientales (problemática que se ha agudizado por los desastres naturales) y el cambio climático.

“Las leyes ambientales casi no las revisa nadie y son constantemente vulneradas. Por lo tanto, son una fuente importantísima de información”, dijo. Otro enfoque de los “temas verdes” es el que se relaciona con la ética de las empresas transnacionales, que suelen ser estrictos en sus países pero laxos fuera de sus fronteras. También se puede poner el lente en los desarrollos urbanos, la contaminación industrial y la administración de justicia ambiental.

Para cerrar, Gómez dejó sobre la mesa un tema que debería producir muchas investigaciones periodísticas: el maquillaje verde en tiempos de cambio climático, el caso de las empresas que

realizan cambios en sus políticas de funcionamiento para venderse como ecológicas, cuando en realidad no lo son.

Brasil: cómo investigar sin quedar rehén de los datos oficiales

En su exposición, el brasilero Mauri König, directivo de la Asociación Brasileira de Periodismo Investigativo, Abraji,¹⁴ compartió algunas de sus experiencias en el desarrollo de reportajes en los que gran parte de sus fuentes eran de gobierno y de organizaciones no gubernamentales (ONG).

König hizo un listado de requisitos fundamentales para un periodista que se propone escribir sobre temas ambientales:

1. **Ser un profesional doblemente calificado**, porque para hacer un periodismo declaratorio y apenas reproducir lo que hablan los gobiernos y las empresas, no se necesita de ninguna calificación.
2. **Tener conocimiento de algunas herramientas propias de la investigación periodística**. Entre ellas: la búsqueda y lectura de documentos, la inmersión, la participación del periodista en el fenómeno sobre el cual está escribiendo, etc. De igual forma, la consecución de diversas fuentes para no quedarse sólo con una opinión.
3. **Al escribir un tema específico, conocerlo a profundidad**. Cuanto más conocimiento tenga el periodista del tema, menor la posibilidad de ser engañado por la fuente. Para informarse es fundamental leer a diario documentos oficiales, investigaciones y documentos de impacto. "Leer bastante y resumir; conocer la legislación para no ser engañado por aquellas personas que quieren exactamente violar la legislación", insistió König. Uno de los grandes peligros de la investigación, más allá de las amenazas, es la trampa que se le pone a los periodistas para que sean engañados.
4. **Tener interés en investigar**. "Muchos periodistas se quejan porque sus medios no les dan condiciones para hacer una investigación porque es muy caro y, además, necesitan más

¹⁴ www.abraji.org.br

tiempo para hacer el trabajo. Pero el periodista que quiere hacer la diferencia da un poco más de sí”, dijo.¹⁵

A la hora de investigar el “tema verde”

Para König, el tema ambiental se ha tornado en una frontera política. “Los gobiernos lanzan a cada instante programas ambientales para decir que no están con los brazos cruzados, entonces, la defensa del medio ambiente ha sido incorporada por muchas administraciones de diversas formas, incluso algunas que no son verdaderas y esa es la oportunidad para investigar”.

Según el periodista, esta área de investigación tiene más materia prima que otros temas tradicionales como la violencia y la corrupción. Para König, los reporteros que cubren temas ambientales tienen una desventaja adicional y es que las audiencias no están familiarizadas con ese enfoque, por lo que además de investigar tienen que trabajar por sensibilizar a la población.

Luego de esta introducción aclaratoria, König presentó como estudio de caso un reportaje hecho en 2007 que tuvo gran repercusión en el estado de Paraná. Allí se hizo una investigación en una región en la que viven cerca de 500 mil personas (en la frontera con Sao Paulo).

Votorantim, una compañía brasilera de aluminio que pertenece al cuarto mayor grupo económico de Brasil, quería construir una hidroeléctrica. Este grupo tenía ya 18 represas particulares y quería construir una hidroeléctrica. ¿Cómo? Desplazando a las personas.

Durante el recorrido que hizo por la región, König encontró a una persona que había nacido en el mismo lugar en donde vivía y que recién había cumplido 100 años. “Era un personaje representativo porque era una de las personas que estaba resistiendo a la embestida de la empresa, que ya había comprado cerca del 60 por ciento de las tierras a ser inundadas por la represa”, contó.

¹⁵ En este punto, König compartió su experiencia personal: “Al principio de mi carrera, muchas veces para hacer un reportaje tuve que sacar dinero de mi bolsillo y tomar el tiempo del fin de semana para trabajar. Hice esto para probar a los medios que yo era capaz de hacer reportajes investigativos importantes y fui conquistando un espacio que hoy me permite hacer algunas investigaciones con el tiempo que quiero, no con todo el dinero, pero con poco más que lo que la mayoría de mis compañeros”.

Este reportaje, al igual que compartió Gómez en su intervención previa, empezó mostrando el enfoque social: cómo estaba la vida de la gente que ya había vendido sus terrenos. La mayoría de las personas estaba viviendo en favelas de la ciudad de Paraná, después de haber salido de sus tierras por presiones. “Votorantim utilizaba un método ortodoxo para convencer a las habitantes de vender sus tierras: la presión”, explicó König. Antes de vender, la mayoría de los habitantes vivía de la agricultura; eran personas humildes.

El periodista contó que decidió investigar más a fondo cuando una fuente le dijo que después de 18 años, dicha empresa estaba próxima a conseguir la autorización del Instituto Brasileiro de Recursos Naturales Renovables, para hacer esa represa. Una vez salió la publicación, la autorización se suspendió. “No sabemos cuánto tiempo más Votorantim va a tener que esperar para conseguir la autorización para esa represa, pero hasta que eso ocurra, estaremos acompañando el caso”, dijo König.

La contaminación por plomo

En la misma región, en 2005, hubo una contaminación de toda una población de una ciudad llamada Adrianópolis. Tres años atrás, el diario *Gazeta do Povo* había publicado un reportaje en el que se decía que no había habido contaminación por plomo en ninguna persona de la región, pero estudios recientes demostraban lo contrario. “Una parte del texto decía que la única persona contaminada era una mujer *shumbada*,¹⁶ y el diario publicó un absurdo de estos”, recordó el periodista.

A finales de 2004, un fotógrafo llegó al diario y le comentó a König que había una gran historia en Adrianópolis. Ambos hicieron pesquisas en la universidad de la ciudad y en el Gobierno, y una inmersión de casi dos semanas en la región, entrevistando habitantes. En el proceso, encontraron algunos estudios que comprobaron la contaminación. La empresa responsable era brasilera, pero había sido comprada por una multinacional francesa. Con la ayuda de un médico, los reporteros encontraron a las personas que habían sido contaminadas por plomo. Cuando la

¹⁶ En portugués coloquial, *shumbo* significa persona borracha.

empresa quebró en 1995 y se fue de Brasil, quedó una montaña de 347.000 toneladas de basura tóxica que todavía contaminaba a los habitantes. Para avanzar en las pesquisas, los periodistas cruzaron los datos de los estudios que habían comprobado la contaminación e hicieron exámenes de sangre a varias personas en Adrianópolis para comprobar que incluso niños y niñas que nacieron después de 1995, cuando no se producía más plomo en la ciudad, también estaban contaminados con basura tóxica.

Después de mostrar que la intoxicación continuaba, vino la parte más difícil: encontrar a los responsables de la contaminación. La investigación se hizo después de que la empresa quebró y cerró sus puertas en 1995 y, desde esa fecha, pasó de "mano en mano", lo que complicaba el rastreo.

A la fecha, no ha sido posible penalizar a ninguna persona o empresa por la contaminación. "Lo que hicieron fue tan perfecto que hasta hoy ha sido imposible judicializar a alguien. Por insistencia nuestra, como periodistas y como ciudadanos, algunas personas presentaron una acción de reparación al propietario más reciente de la empresa", contó König. El proceso sigue en curso.

Ronda de preguntas

- **¿Cómo presentar en los consejos editoriales de los medios temas ambientales para que tengan el mismo peso que otros en las agendas periodísticas?**

Thelma Gómez. Siempre me ha funcionado procurar que todas esas historias lleven a una investigación. Otra manera en la que podemos incluir los temas ambientales en las agendas es contándolos de una manera en la que se observe el efecto social que tienen. Los problemas ambientales tienen un rostro e historias que afectan la vida de seres humanos y de comunidades. Una manera de competir con los temas políticos es mostrando cómo esas historias afectan la vida de muchas personas. El cómo se investiga y el cómo se cuenta deben ir de la mano.

Mauri König. Un periodista no puede escribir bien de todo, ser como un médico general, que hace de todo. Tenemos que especializarnos en alguna cosa, alguna cobertura. Unos escogen la política, otros la económica y ahora, de manera reciente, muchos

están escogiendo el periodismo ambiental. En este proceso, la inclusión de temáticas ambientales en las agendas periodísticas será un proceso cada vez más natural.

- **¿Cómo se manifiestan las presiones e intimidaciones de ONG o de empresas en el desarrollo de estos temas, considerando que en algunas oportunidades son las principales financiadoras de los medios de comunicación?**

Mauri König. El mayor riesgo es una denuncia en contra del diario. No creo que haya riesgo personal en la cobertura ambiental, aunque puede ocurrir. Para evitar el peligro de una acción judicial, se debe leer mucho y tener muy bien sustentada la denuncia. Hay que ser precavido, estar un paso adelante de la persona que está siendo denunciada y pensar lo que va a hacer una vez conozca el resultado de la investigación en el reportaje.

En el caso de las ONG, muchas manipulan datos y presionan a los periodistas para que publiquen sólo su versión. La relación puede ser difícil y el periodista debe saber bien cómo proceder en cada situación.

Thelma Gómez. Para que los periodistas nos podamos blindar de presiones, sobre todo en el caso de las ONG, es clave que siempre corroboremos los datos que nos presentan. La manera de hacerlo es acudir a científicos que no hagan parte de dichas organizaciones. También es clave conocer el pasado de la organización que proporciona los datos, saber quién la financia, de dónde obtiene sus recursos, porque últimamente han surgido muchas organizaciones que son financiadas por algunas empresas que las buscan para que asuman la vocería y defensa de su discurso.

Sobre las presiones dentro del mismo medio debido a la financiación, obviamente se necesita tener el apoyo del jefe inmediato y del periódico. Cuando uno entra a investigar estos temas, tiene que ser consciente de que es obligatorio amarrar todas las evidencias y juntar todos los documentos para evitar que la compañía o institución a la que se está desenmascarando pueda tomar acciones en contra del periodista. En el caso de que no se tenga apoyo de parte de la empresa periodística, hay un camino:

nosotros tenemos el deber de que lo que descubrimos salga a la luz, pero puede hacerse sin que firmemos las investigaciones.

CONVERSATORIO

Desarrollo de nuevos medios de comunicación

- Mónica González, cofundadora y directora del Centro de Investigaciones e Información Periodística, Ciper, Chile.
- Guillermo Culell, asesor de *El Comercio* (Perú) y de otras empresas periodísticas, Argentina.
- Ignacio Rodríguez Reyna, director general de la revista *emeequis*, México.
- Moderador: Germán Rey, director del Programa de Estudios de Periodismo de la Pontificia Universidad Javeriana y asociado honorario de CdR.

Convocados para la discusión sobre el desarrollo de nuevos medios de comunicación, el argentino Guillermo Culell y el mexicano Ignacio Rodríguez Reyna asistieron de manera presencial a la cita. La chilena Mónica González participó en el conversatorio con la ayuda de la tecnología (vía Skype).¹⁷

Cada uno de los invitados ha estado en medios tradicionales (Culell, en *Clarín* de Argentina; Rodríguez, en *El Universal* de México; y González, en *La Nación* de Chile), pero también cada uno se ha embarcado en riesgos y en proyectos diferentes (Culell, creador de las ediciones digitales de *Clarín* en Argentina y *El Comercio* en Perú; Rodríguez, fundador de la revista *emeequis* en México; y González, cofundadora del Centro de Investigación e Información Periodística, Ciper).

Al comenzar, Germán Rey invitó a Gustavo Culell, Ignacio Rodríguez y Mónica González a compartir con el auditorio sobre cómo llegaron a tener esas experiencias en nuevos medios.

¹⁷ González participó por esta vía, pues tenía que desplazarse hacia Australia para recibir el premio Guillermo Cano a la Libertad de Prensa, el 3 de mayo de 2010.

“Mi historia no está determinada, la lucha me hace y me sitúa como una persona de combate de la dictadura,¹⁸ por lo tanto, en los medios chilenos oficiales, que son muy conservadores, era muy difícil mi vinculación, porque ellos no me iban a querer a mí y yo tampoco a ellos”, empezó narrando Mónica González. Las veces que esta experimentada periodista ha iniciado proyectos han coincidido con épocas de desempleo.

“Varias veces en mi vida he tenido que reinventarme como periodista”, explicó. “Espero no tener, en un momento de necesidad, trabajar para un medio en el que tenga que autocensurarme, no me veo haciendo eso. Esa percepción ha significado mirar con mayor profundidad el escenario y decir: ‘una cosa es que yo no quiera trabajar en un medio oficial y que no quieran trabajar conmigo’, y otra es que a los periodistas, que muchas veces ponemos temas en pauta distintos a la agenda oficial, se nos tilde de alternativos, calificándonos así como sectarios de lo desechable o de lo no objetivo”, continuó.

En este aspecto, Mónica resaltó que en los medios de comunicación en los que ha trabajado nunca han sido alternativos ni desechables,¹⁹ sino medios que están en el mercado, son creíbles y serios.

En cuanto a la experiencia de Ciper,²⁰ el Centro empezó hace tres años, sin publicidad, con pocos medios y con el respaldo de Copesa,²¹ que confiaba en el proyecto. Actualmente, esta iniciativa chilena se ha ganado un espacio importante por la calidad periodística de los artículos, los golpes noticiosos que ha dado,²² el tipo de reportaje que se trabaja y cómo se escoge la agenda. “Se

¹⁸ Dictadura militar chilena 1973-1990: www.nuncamas.org/investig/lamemolv/memolv04.htm

¹⁹ Esta calificación generó discusión en el auditorio, por lo que Mónica González señaló que por medios alternativos alude a la percepción que hay desde la sociedad de dichos espacios, que se consideran de oposición y efímeros.

²⁰ El Ciper es una institución independiente que desarrolla reportajes de investigación. El Centro no tiene fines de lucro y ha contado con financiamiento de empresas privadas nacionales y de instituciones internacionales, como la *Open Society Foundation* de Londres y la Fundación Ford: <http://ciperchile.cl>

²¹ Grupo periodístico chileno: www.copesa.cl

²² “De esos golpes que significaron anular licitaciones millonarias e iniciar un juicio que tiene hoy procesada a la plana mayor de la empresa Estatal, algo inédito en Chile”, narró González.

trabajan temas con buena pluma y con rigor, que tengan vigencia directa y efecto en la vida de los ciudadanos”, explicó González.

Descubrir y llenar los “huecos” con creatividad

En lo que se refiere a su proceso, Guillermo Culell narró una experiencia diferente en *Clarín*. “Mi función dentro de la organización fue convertirme en un líder de proyectos, y la lección que aprendí es que en las organizaciones de medios, por más grandes que sean, hay tremendos huecos de creatividad que uno puede aprovechar”, dijo.

Al contar el momento en que dio el paso de dejar la organización, dijo que tomó la decisión porque tenía otro proyecto que le resultaba más atractivo que lo que estaba haciendo. Sobre su experiencia, recomendó: “Muchas veces uno puede aprovechar distracciones y otras, oportunidades. No es que ‘yo soy el vivo de la película y mis jefes son los distraídos’. A veces ocurre que las organizaciones no entienden en su totalidad lo que uno propone, aún así, uno puede arriesgarse a hacerlo, si tiene confianza de que será beneficioso para la organización”.

Los espacios libres en espera de grandes dosis de creatividad existen en todas las organizaciones, aunque hay algunas más proclives a generarlos. Su experiencia en *Clarín* fue esa: “Con mi equipo recibimos muchos estímulos en el proceso de desarrollo del proyecto. El punto de partida fue casi una casualidad y con un alto riesgo en la apuesta”.

La experiencia mexicana con *emeequis*

Después de este contexto, Ignacio Rodríguez habló de su experiencia con *emeequis*: “*El Universal* y *Reforma* son dos estructuras periodísticas importantes, sólidas y coincido en que vale la pena trabajar en lugares así porque cuando uno habla de los grandes medios y empresas, sí hay una serie de desventajas enormes, pero también muchos huecos”.

Por experiencia, cuando en el diario mexicano no se hacía nada diferente ni de calidad era porque los periodistas no lo intentaban: “Había una cultura de conformismo, de acatamiento de la jerarquía en la que todo el mundo tenía pánico de intentar algo diferente”.

Por esto, hizo un llamado a la reflexión sobre esta situación, que suele repetirse sin importar la nacionalidad ni el medio.

En ese diario, Rodríguez calificó la experiencia como ambivalente: “Era un periódico con todos los recursos. Me tocó ser director con la invasión a Iraq. Es maravilloso tener corresponsales en Europa, poder mandar a alguien a Afganistán, poder desplazar a un periodista a Arabia, echar mano de los corresponsales en Washington, en Nueva York, en fin. Evidentemente se requiere además ganas de hacer cosas que valen la pena. Me tocaron cinco años maravillosos hasta que se acabaron por conflictos y choque de intereses entre los que hacíamos la parte periodística y el poder. Esto hizo que el dueño decidiera ‘sacrificarnos’”.

Cuando una puerta se cierra...

Antes de que la puerta se cerrara, Rodríguez había decidido “abrir una lateral” y hacer un semanario con una propuesta novedosa.

“Hubo actos de censura sin cortapisas y salimos más de 20 periodistas, diseñadores y fotógrafos. Cuando revisamos la situación, decidimos que estaba muy bien lo que estábamos haciendo, que nos sentíamos sumamente gratificados desde el punto de vista profesional, entonces nos dimos a la tarea de hacer una revista”, contó Rodríguez y explicó que hoy se tiene una publicación independiente que no es *underground* ni alternativa.²³

En *emeequis* trabajan bajo cuatro tesis:

1. Excelencia en el trabajo.
2. Pluralidad.
3. Crítica (“estamos más cerca del poder pero al mismo tiempo lo más lejos de ellos”).
4. Construcción de agenda desde los ciudadanos.²⁴

²³ Sobre el concepto de *underground* y alternativa, explicó: “Eso empieza desde la calidad del papel. Puede que no tengamos para la impresión del siguiente número, pero el papel, la impresión y la manufactura son de excelente calidad. Creo que eso es algo que a veces los periodistas dejamos de lado. Decimos: ‘Como somos pobres y poquitos, se nos perdona la negligencia’ y uno es indulgente con la falta de rigor”.

²⁴ “La revista ve a través de los ojos de los ciudadanos. Nuestra agenda es la de ellos, no la de los poderosos ni la de los grupos económicos”, explicó.

El impacto real de los nuevos medios

Después de hablar del atrevimiento, Germán Rey dirigió el conversatorio con una pregunta: "¿Cuál ha sido el impacto en la opinión pública a partir de sus años de experiencia en los medios?".

"Por segundo año consecutivo, con tres años de vida, nos ganamos el premio más importante de periodismo que hay en Chile", respondió González. "No pretendemos ser los mejores de la cancha, ni darle lecciones de periodismo a nadie. Competimos con nosotros, y lo hacemos pensando en que efectivamente hay un espacio".

En lo que respecta al impacto, este ha sido el que se ha buscado. Según González, en Ciper han tratado temas cruciales relacionados con un eje fundamental: el miedo. La periodista aseguró que en los países latinoamericanos, sobre todo en los que han vivido bajo dictaduras, el miedo a la represión, a morir y a la tortura, ha sido reemplazado por el miedo a la inseguridad, al robo y a la delincuencia. En su criterio, el mayor negocio que existe en América Latina es la seguridad privada.

En ese contexto, Ciper trabaja una agenda que confronta los miedos. "La gente, por ejemplo, no sabe qué son sus contratos de salud privada ni de arriendo, hasta que llega el momento en que se ve en una situación desesperada porque no prestó atención. Tratamos de hacer temas que toquen a la sociedad y mostrar cómo se toman decisiones que afectan a los ciudadanos", especificó.

Otra vertiente que ha utilizado el Centro es la de contar historias que han quedado con saldos pendientes debido a que los medios de comunicación no se atrevieron a encarar los temas porque percibían a sus personajes como intocables. "El trabajo que ganó el premio de excelencia fue 'La historia secreta del secuestro de Cristian Edwards'.²⁵ Él fue un actor muy importante en el golpe de Estado para conspirar y hacer un complot, junto a Nixon, y su hijo fue secuestrado. Esa historia no se había tocado, pero la contamos de una manera apasionante, tanto que daría incluso para hacer una película", dijo González.

²⁵ *La historia secreta del secuestro de Cristián Edwards*. Reportaje completo en: <http://ciperchile.cl/2009/10/08/la-historia-secreta-del-secuestro-de-cristian-edwards/>

El Ciper ha contado historias que afectan la vida de los ciudadanos así como las que se relacionan con la memoria colectiva. Cómo: apostando por una pauta en la agenda construida por un equipo de periodistas que tiene la exigencia de estar con los ojos y los oídos puestos en la calle, de hurgar constantemente. “La clave es tomar los casos y no ser tuertos, ni medio ciegos, sordos ni mudos”.

Para cerrar su intervención, González añadió un elemento que consideró clave para conseguir impacto en la opinión pública: el cuidado del lenguaje. “El lector no es tonto, no le gusta el lenguaje de trinchera. Los periodistas no están para escribir lo que se les antoje, sino hechos con rigor, demostrados y con muy buena pluma”.

La mezcla sui géneris de *emeequis*

México quizá se diferencia de otros países por su enorme competencia de medios de comunicación. En el país existen cerca de seis semanarios y sólo en la capital, Ciudad de México, hay más de una decena de periódicos. Ese contexto es clave porque, según explicó Rodríguez, “a diferencia de otros países en donde el panorama es árido, en México hay sobreabundancia”.

Cuando se bosquejó la propuesta de la revista, desde el principio se buscaba que el trabajo trascendiera y fuera más allá de un pequeño grupo de personas. ¿Cómo lograrlo? *emeequis* tiene una fórmula que parece infalible: “La pertinencia política, social y económica de los materiales periodísticos que publicamos. Además, hemos optado por una mezcla sui géneris, tenemos un humor absolutamente irreverente y mucho periodismo narrativo”.

En la revista, además, le han apostado a las historias de la “gente común y corriente”, que pueden aparentar ser triviales pero que esconden grandes historias con las que los lectores se identifican.

“Otro de los fuertes es el periodismo de investigación con el que buscamos revelar algo”,²⁶ añadió Rodríguez. En los años que lleva de existencia, la revista ha destapado casos de corrupción y ha

²⁶ Algunos de los temas trabajados por *emeequis* han sido la historia de la guerra sucia en una de las provincias de México (que dejó como saldo 500 asesinatos y cerca de 1.500 desaparecidos), y la lista de sacerdotes pederastas que salieron de Estados Unidos y actualmente ofrecen servicios religiosos en México.

desempolvado historias del pasado. El trabajo original de *emmequis* se destaca por su agenda temática. Esto ha servido para que, poco a poco, la revista se convierta en un referente periodístico.

Las dificultades económicas

La independencia y la fortaleza periodística de la revista, contrasta con la debilidad económica. *Emmequis* parece una publicación hecha por un emporio económico, cuando en realidad la hace un pequeño grupo de periodistas.

Para conseguir el dinero necesario para iniciar la revista, los periodistas replicaron un experimento que ya se había hecho en México: convocaron a artistas, escultores, pintores y fotógrafos para que donaran obras para una subasta. De allí salieron algunos recursos. Luego, convocaron a ciudadanos para que aportaran dinero y se hicieran socios de la empresa. "Somos una empresa mercantil con una estructura grandísima, aproximadamente 400 socios", explicó Rodríguez. Aún así, los periodistas tienen acciones y el control del periódico. Desde este experimento, en el que se convocan ciudadanos a colaborar con la creación del medio, comenzó el impacto social de *emeequis*.

Un modelo flexible para la experiencia digital

Después de recogidas las experiencias de impacto en México y Chile, Germán Rey viró la discusión hacia el proceso que ha vivido Gustavo Culell en coordinación de medios electrónicos: "Estuviste en el inicio de *Clarín Digital* y escuchamos permanentemente que hay diferentes tipos de caminos de entrada de los medios tradicionales en la experiencia digital. ¿Hacia dónde va esto? ¿Qué tipo de modelo se está avizorando como más flexible y ágil?", preguntó.

Culell aseguró que el periodismo manejado de esta manera va hacia el modelo de la confusión. "En principio los diarios se resistieron durante mucho tiempo a reconocer la existencia de sus sitios de Internet, y que tenían más lectores y audiencias que sus ediciones de papel. Ahora, les agarró la urgencia de la integración, la convergencia y, en realidad, la cosa es mucho más sencilla", dijo.

Para él, la convergencia se trata de hacer el mismo periodismo de siempre, pero con una audiencia distinta. "Lo que hay que ver,

pensar e inventar es cómo tener una relación con esa audiencia en donde el periodismo no se pierda, y creo que cualquier proyecto periodístico para ser exitoso lo primero que tiene que hacer es periodismo y luego ser obsesivo en la calidad”, dijo.

Experto en medios digitales, Culell percibe que el proceso de paso de los medios tradicionales a los multimedia es muy sencillo. Para lograrlo, se trata de que la organización periodística identifique tres zonas de trabajo:

1. Instantaneidad.
2. Análisis (profundidad y verticalidad en términos más tradicionales).
3. Conversación (diálogo con la audiencia).

“Lo que falta en las redacciones es comunicación”, reveló Culell. Para él, a pesar de toda la tecnología, los periodistas no se hablan, no comparten lo que hacen, y para eso no hace falta poner más cerca los escritorios. “No es una reforma arquitectónica lo que se tiene que hacer, sino una reforma de sistemas de pensamientos y de cultura periodística”, insistió.

Para el periodista argentino es evidente, por tanto, que el periodismo se encuentra en una época de confusión, por lo que recalcó que la clave es tener claras las zonas de intervención y trabajar sobre la comunicación y el intercambio profesional.

Ronda de preguntas

- **¿Cómo romper la barrera que existe entre los medios de comunicación y la sociedad?**

Mónica González. A mí me aterra el periodista joven que está convencido de que la estrategia de contacto es estar conectado todo el día a *Twitter*, a Internet y buscando datos allí. La gente se embriagó y está convencida de que todo lo va a encontrar en línea.

Efectivamente es una gran herramienta, a mí me habría gustado tenerla en las investigaciones que hice antes, pero nada reemplaza al reportero y a la investigación. Como periodista de investigación,

creo que no hay nada que reemplace el ir a buscar datos, hechos e historias al terreno mismo.

La única manera de penetrar a la sociedad es identificar a un ciudadano que conoce un hecho, empezar a hurgar hasta dar con la persona clave que conoce la ficha que falta en el rompecabezas. Eso ni en Internet o por teléfono lo logro; lo consigo cuando tengo a esa persona al frente y veo su lenguaje corporal y entiendo sus nervios. No se trata de involucrarme con las historias, pero si quiero hablar con alguien tengo que comprender primero que se trata de hurgar.

Una de las claves está en la forma de hacer periodismo: cómo contar, cómo ordenamos nuestra agenda para no desperdiciar el tiempo y para dejar el espacio para entrevistar mirando a los ojos.

▪ **¿Cómo se logra estar “tan cerca y tan lejos del poder”?**

Ignacio Rodríguez. Justamente la tarea del periodista es acercarse al poder, pero no en una relación de subyugación o de adoración. Hay que estar cerca porque quienes tienen el poder muchas veces son los actores de los hechos que queremos investigar. Entonces, debemos estar tan cerca que podamos conocer de los asuntos y tan lejos para que no se lastime la independencia que debemos tener respecto a ellos.

Cuando digo que debemos estar muy cerca del poder, es que hay que estar atento a lo que ocurre, yendo a hablar con la gente, entrevistar, buscar a uno y al otro, pero, al mismo tiempo, no perder la noción de que el poder son ellos y de que nuestra tarea es estar del otro lado, del de los ciudadanos, de la gente que espera que nosotros la ayudemos a entender algo de lo que está ocurriendo en nuestro país.

▪ **¿Cómo enfrentar la creencia según la cual Internet no es tan confiable como los medios tradicionales? ¿Hay que construir nuevas audiencias?**

Guillermo Culell. Primero, tiene que ver con la confianza. Quizá sea una característica de la inmadurez aún de nuestras sociedades latinoamericanas. Por lo menos en Estados Unidos se ha demostrado que los medios de Internet gozan de una reputación

igual o mayor que los medios tradicionales y que participan de la construcción de la agenda pública.

Quizá sea un problema de tiempo, no creo que sea un problema de falta de profesionalismo, ni de una aversión natural que tienen las personas hacia estos medios. Es una cuestión relacionada con la construcción de credibilidad.

Segundo, no creo que haya que construir audiencias: están, debemos llegar a ellas. El cambio de estrategia no es ir a buscar a la gente para que venga al templo, sino ir a la plaza pública en donde está la gente y generar el alboroto suficiente para que nos preste atención. La idea del periodismo como institución sacra se disolvió. Estamos en el momento en donde sólo nos van a creer, a leer y a mirar si lo que ofrecemos es lo suficientemente interesante, atractivo, revelador y original.

- **¿Por qué es despectivo llamar medios alternativos a las redes de comunicación independientes? Los medios alternativos nacen como espacios diferentes, novedosos, de ciudadanos de a pie, de intelectuales y no de la burguesía o de un movimiento político.**

Mónica González. Estoy convencida de que la sociedad funciona mucho por estereotipos y cuando vives una crisis con respecto al modelo de negocio, agravada por una concentración acelerada de la propiedad de los medios, el discurso oficial es monopólico, se impone en los medios y el "cacareo" no permite entender de verdad qué está pasando.

He visto en varios países mucha experiencia alternativa, es como decir: "No estoy con la burguesía". Yo puedo no estar, pero si de verdad estoy con la sociedad democrática y busco construir sociedades democráticas íntegras, tengo que entender cómo funcionan el mercado y el sistema. Si voy a disputar audiencias e influencias, voy a estar con el sistema, pero no tengo por qué estar al lado del poder, aún así puedo exigir que el poder me respete como medio dentro del sistema.

No acepto que me dejen fuera del sistema, y si me pongo etiquetas, la sociedad actúa muchas veces de manera que toma lo que digo

bajo un sesgo, y estoy convencida de que una de las claves para tener influencia es que te vean, te escuchen o te lean todos, o la mayor cantidad posible de personas. Y que hagas un periodismo tan bueno que incluso las audiencias agradezcan que tú hables de ciertos temas, sin estar desde ninguna trinchera.

▪ **¿Cómo se construye agenda periodística con los ciudadanos?**

Ignacio Rodríguez. Cuando uno dice que construye la agenda, parece que la sacara de la nada, pero las audiencias están ahí y lo que le preocupa a la gente común y corriente, los asuntos que le causan desvelos, están ahí. Cuando se dice construcción de agenda ciudadana es distinto: es estar atento, crear canales abiertos para que la gente misma pueda expresar qué tema le importa.

Hay asuntos concretos que hacemos para retroalimentar. En *emeequis* hemos creado un espacio que se llama Página Blanca. No es el espacio clásico en el que los lectores mandan sus cartas, las publicamos y fingimos que nos importa. El mensaje de estas páginas es que son de la audiencia y se van a quedar en blanco a menos de que la gente se tome la molestia de escribir, de hacer una crónica, de tomar fotos; a menos de que nos quieran compartir su preocupaciones de lo que ocurre y de lo que quisieran leer.

Es una idea pequeña, pero simbólicamente importante. No vamos a publicar cartas sino algo con el mismo peso y valor que el resto de los contenidos que están en la revista. La página ya no es en blanco. La gente habla, hace análisis económicos, políticos y culturales. La gente aporta contenidos.

En un formato electrónico es fácil hacerlo así, pero cuando se habla de una plataforma ortodoxa, como el papel, representa un cambio simbólico y en el chip de cómo pensamos, cómo nos miramos con respecto a quiénes son nuestros lectores.

▪ **¿Se puede hacer periodismo de investigación en Internet, cuando la instantaneidad obliga a estar constantemente actualizando lo que ocurre, casi compitiendo con la radio?**

Guillermo Culell. En Internet se puede hacer cualquier cosa, hasta periodismo de investigación. Si hay un espacio ideal para este tipo

de periodismo es este, porque en principio es ilimitado. Además, es multimedial, puede presentar testimonios y documentos y tiene una capacidad de respaldo y de *background* enorme. Está más en código con la generación de los bárbaros,²⁷ que es horizontal y que funciona por conexiones, porque la investigación en Internet es una multiplicidad de relaciones, es conectar un tema con una cantidad importante de temas derivados y con la profundidad que el lector quiere encontrar.

Concretamente, la instantaneidad es un requisito indispensable, pero hay espacio para todo y el periodismo de investigación en la medida que se vuelve revelador y agita a la sociedad, es motivo de instantaneidad.

PANEL 2

Cómo investigar temas sociales

- Pedro Ramírez Pinto, miembro del equipo periodístico del Ciper, Chile.
- Alberto Salcedo, periodista y catedrático de la Universidad Javeriana, asociado del CdR, Colombia.
- Moderadora: Dora Montero, miembro del CdR.

Dora Montero introdujo el panel, afirmando que la importancia de los temas sociales radica en la creación misma de una nueva agenda que vaya más allá de la corrupción política y financiera y malversación de fondos, para acercarse más a la gente.

Terremoto en Chile: nuevos enfoques

Pedro Ramírez compartió su experiencia en el cubrimiento del terremoto de Chile, cuando el 27 de febrero de 2010, a las 3:34 de la mañana, más de ocho millones y medio de chilenos despertaron al unísono.

Al momento de llegar al Ciper, a la reunión de agenda, el grupo de periodistas se preguntó: todos los medios están hablando de este tema, "¿qué vamos a hacer nosotros para diferenciarnos? ¿Cómo vamos a entregar un producto que sea útil y distinto a las imágenes del dolor y a la tragedia y que le sirva a las personas?".

²⁷ Referencia al libro *Los bárbaros* de Alessandro Baricco. Anagrama, 2007.

Al recordar experiencias personales, Ramírez propuso el enfoque de la pérdida de patrimonio. Mientras los reporteros salieron a buscar esas historias, dos periodistas del Ciper se fueron a recorrer las regiones más afectadas por el terremoto: Maule y Biobío. Su misión era buscar nuevos enfoques, para superar el cubrimiento televisivo encasillado en el dolor de las personas, sin hablar de la reconstrucción o del apoyo que necesita la gente durante el proceso posterior a una catástrofe.

Entre tanto, y por falta de recursos, cinco reporteros se quedaron en Santiago, la capital, buscando el daño en las viviendas. Rápidamente, los periodistas se dieron cuenta de que las averías principales no estaban en los edificios viejos. "Uno piensa que con un terremoto los edificios que se caen son los más antiguos, pero no, se cayeron los que tenían tres años; los de cinco, colapsaron. Había edificios que todavía estaban en venta y que tuvieron daño estructural severo", dijo. Esa realidad tocaba a cerca de tres mil propietarios que compraron propiedades de hasta 100.000 dólares y no tenían a nadie que les respondiera.

El equipo de cinco periodistas empezó la búsqueda de información sobre los dueños de las constructoras y de las inmobiliarias que estaban comercializando los edificios. El trabajo fue difícil ya que no se encontraban personas que pudieran compartir esa información. "Nos fuimos a la calle y nos metimos prácticamente edificio por edificio", recordó Ramírez. Una vez obtuvieron la información, la contrastaron con los datos de los funcionarios que habían obtenido.

En el proceso, los periodistas encontraron que las grandes inmobiliarias de la ciudad, cada vez que construían un edificio, creaban una empresa nueva y cuando ese edificio terminaba de venderse, acababan las sociedades para no tener que responder en el servicio de postventa. El equipo tomó los datos de las escrituras con los nombres de las empresas y los firmantes y los introdujo en el banco de datos del diario oficial. Así detectaron cómo era el vínculo entre las empresas pequeñas con las gigantes, sus matrices, y encontraron a grandes inmobiliarias de Santiago involucradas.

A una semana del terremoto, el Ciper publicó una nómina detallada de los 27 edificios de uso residencial más dañados en Santiago. De cada uno publicaron nombre, dirección, cantidad de departamentos,

precio pagado por cada uno, nombres de la inmobiliaria, la constructora y los socios de ambas.

En la construcción del inventario encontraron nombres de la talla de Sebastián Piñeros, presidente de Chile y Luis Echeverría, intendente del Presidente. “El intendente de la región metropolitana, la máxima autoridad ejecutiva del perímetro urbano, el máximo encargado del plan de reconstrucción metropolitana es uno de los responsables de las construcciones que se colapsaron con el terremoto y que no ha respondido por ellas”, dijo Ramírez.

Después de la publicación, el Centro recibió una cantidad enorme de correos, de personas que pedían que se hiciera el mismo proceso de investigación en otras ciudades, incluso, de la capital recibieron mensajes en los que les daban más datos de edificios. Frente a esta situación la nueva pregunta fue: ¿Cómo hacer seguimiento?

Los periodistas identificaron los edificios con apartamentos más costosos que contaban con una comunidad de residentes compuesta por profesionales (ingenieros, arquitectos, periodistas y abogados) y allí se instauraron mesas de negociación para conseguir que la inmobiliaria les pagara el arriendo de una vivienda alternativa mientras la reparación. Una vez el esquema funcionó, el Ciper lo publicó en un artículo extenso para que en otros edificios, los residentes se informaran sobre el camino legal a seguir.

Más enfoques

Otra línea de trabajo propuesta por el Centro fue la de los despidos que se produjeron después del terremoto. El equipo de trabajo encontró que según el artículo 159 del Código Laboral chileno, en caso de una catástrofe natural se podía despedir a una persona sin ninguna indemnización. Sólo en el mes de marzo de 2010, el Ciper registró alrededor de nueve mil personas despedidas a través de esta figura legal.²⁸

²⁸ “Una de las empresas que despidió cerca de mil personas, Central Termoeléctrica de Bocamina, pertenecía al intendente Santiago Fernando Echeverría, dueño de uno de los edificios colapsados. Teníamos a un Gobierno diciendo: ‘No recurran al artículo 159, no despidan a la gente’, y el principal representante del Gobierno en la región metropolitana despedía a mil personas”, contó Ramírez.

Desde el centro se han hecho distintos artículos periodísticos con los que han generado miradas diversas sobre este segmento de la sociedad chilena que ha pasado de la clase media directamente a la pobreza, al haber perdido su patrimonio. Para Ramírez, cuando se trabajan temas sociales, no se debe pensar solamente en los más pobres; uno de los mayores problemas en Chile ahora, por ejemplo, es con la clase media, a la que sus seguros de salud y de construcción no le están respondiendo.

En este contexto, la labor del Ciper ha sido la de fiscalizar el proceso de reconstrucción y, al mismo tiempo, ser un vehículo de utilidad pública para que la gente encuentre en los trabajos periodísticos fórmulas para sacarle mejor partido a su situación.

Un enfoque diferente en la construcción de historias sociales alternativas

Durante su intervención, el colombiano Alberto Salcedo Ramos ahondó sobre su rol de cronista durante las investigaciones. Al iniciar precisó: “Muchos periodistas investigativos oyen hablar de cronistas y se ponen nerviosos porque nos ven como los ‘holgazanes de la película’, como los que mientras se está cayendo el imperio, están pensando en cosas pintorescas. Esta es una visión errada. El trabajo que hago no pone el énfasis en la denuncia pero no recuerdo que haya contado ninguna historia en donde no se haga una”.

Para compartir su experiencia, Salcedo tomó un reportaje elaborado en 2009 por encargo de la fundación Friedrich Ebert Stiftung en Colombia, Fescol, para una publicación sobre los ganadores del Premio Nacional de Paz. En 10 años ha habido trece ganadores, y después de negociar, el cronista consiguió trabajar la historia del Sargento William Pérez, liberado junto a Ingrid Betancourt durante la Operación Jaque. Salcedo se empeñó en la historia porque, cuando fue el rescate, vio a Pérez en televisión y aunque su historia pasó por los medios casi como una novela, para él fue casi una invitación a encontrarse, una vez la marea mediática hubiera bajado.

Cuando obtuvo la historia, Salcedo viajó a la Guajira en donde vive la familia del Sargento. Buscó a su mamá, a sus hermanos, a los maestros y a él lo dejó de último. “Las primeras veces que me vi

con él, no le hice ni una pregunta. Me limité a oírlo, a acompañarlo, a estar con él”, recordó. Lo hizo así porque siempre le ha parecido que cuando un periodista llega a donde un personaje a “disparar preguntas”, envía un mensaje contradictorio que dice: “Estoy en un negocio, necesito salir de esto rápido, así que por favor empieza a hablar que está corriendo el tiempo”. La clave, por tanto, es mostrarle al personaje que se tiene respeto por su tiempo.

En este punto, Salcedo citó a Marc Crawford, norteamericano experto en nuevo periodismo, quien dijo que “la aspiración más importante de un periodista narrativo es convertirse en parte del paisaje” e, incluso, trayendo a colación a la cronista argentina Leila Guerriero, la clave está en dejar de notarse, hasta volverse opaco.

Después de varios encuentros, finalmente la historia se hizo visible durante un almuerzo en un restaurante guajiro en Bogotá. Ese día, el Sargento se “relajó” y compartió su historia: “Empezó a contar muchas cosas que no me había dicho hasta ese momento y se produjo un efecto maravilloso, narrativo, que fue lo que me mostró que ahí había una gran historia”, recordó. Mientras comían, empezó a evocar con qué se alimentaba cuando estaba en la selva secuestrado, además de gusanos, comió tigrillo, boa, raya y hasta hojas.

El tema desembocó en la charla del peso: el día de ese almuerzo, el Sargento pesaba 74 kilos, mientras estuvo secuestrado llegó a pesar 50. “Con el tema de la comida empecé a ver el secuestro, a ver la selva”, explicó Salcedo. Al seguir por la línea gastronómica, narró la manera en que su madre sirvió su comida en la mesa todos los días durante su ausencia: “Ella es una mujer guajira, de ancestros indígenas wayuu y tiene unos agujeros muy profundos. Alguien le había dicho que si ella servía la comida, el espíritu de su hijo aparecería a la media noche para alimentarse, entonces lo hacía todos los días”.

De esta manera, encontrando coincidencias desde los recuerdos construidos de manera separada tanto por la madre como por el hijo, Salcedo armó el rompecabezas y, a través de la comida, empezó a contar una parte de la historia.

El reflejo

Por casualidad, el periodista llegó a otro elemento de la historia: ¿Cuándo fue la primera vez que se vio al espejo cuando estuvo secuestrado? “Me dijo que no sabía, pero creía que había sido a los ocho o nueve meses”, contó Salcedo: “Un día el ‘Mono Jojoy’²⁹ llegó con una cantidad de espejos de bolsillo y los repartió entre todos los secuestrados. Antes de ese momento, solían verse en una cacerola brillante que se rotaban. Cuando le entregaron el espejo, empezó a verse todas las tardes, no por vanidad sino porque se veía muy parecido a un hermano que estaba en la Guajira, y cuando se miraba sentía que se comunicaba con él. Eso me pareció escalofriantemente conmovedor”.

A través de esos detalles, Salcedo contó la historia. Dijo que este proceso, como los otros que ha emprendido como cronista, no los ha hecho como si fueran un truco o como si sacara un as bajo la manga. “Uno puede contar su historia de la manera más normal, pero lo cierto es que cuando a un cronista lo contratan para que cuente una historia, lo que le pagan es la mirada, porque los datos uno los consigue hasta en Wikipedia, pero hay que saber localizarlos y darles una estructura narrativa para que revelen algo profundo”, subrayó.

Reconstruyendo El Salado

El año pasado la revista colombiana *Soho* hizo un especial sobre la guerra en Colombia. La apuesta era ir a tres pueblos en donde ocurrieron masacres y contar lo que había pasado tiempo después. Salcedo trabajó la historia de El Salado, un pueblo de la costa colombiana en Montes de María, en donde durante seis días 450 paramilitares asesinaron a 61 personas.³⁰

Nueve años después, Salcedo visitó la zona y, una vez frente al computador, tardó un día entero redactando el primer párrafo de su crónica. Lo difícil, dijo, es que en un momento, cuando estuvo frente al panteón de las víctimas, leyó varios nombres y se dijo: “Son los nombres de hermanos míos, compatriotas a los que nunca

²⁹ Jorge Briceño Suárez, alias “Mono Jojoy”, jefe militar de la guerrilla de las FARC, muerto durante la Operación Sodoma realizada por las Fuerzas Armadas colombianas en septiembre de 2010.

³⁰ Artículo *El pueblo que sobrevivió a una masacre amenizada con gaitas*. Disponible en: http://www.soho.com.co/wf_InfoArticulo.aspx?IdArt=9070

conocí cuando estaban vivos”. Por eso, en el primer párrafo, el cronista aventura una hipótesis provocadora: “Los asesinos terminan enseñándonos geografía, porque yo sé lo que es El Salado debido a que esos asesinos mataron a estas personas”.

En el desarrollo de la crónica se encontró con un personaje que le permitió hacer una denuncia. María Magdalena Padilla recibió en 2001 un premio porque cuando sucedió la masacre, al regresar la gente al pueblo, los profesores no querían ir a dictar clases. “Mayito”, como se le conoce, quien apenas tenía 11 o 12 años, se improvisó como profesora para dictarles clases a los otros niños. El país convirtió su historia en una telenovela y salió en todos los medios de comunicación. “Nueve años después cuando fui a hacer la crónica, me encontré a la señora ‘Mayito’ descalza, no había desayunado, estaba triste y ni siquiera había podido estudiar la carrera con la que había soñado toda su vida, que era profesora, quería ser maestra”, contó Salcedo.

Al contar historias, el periodista tiene que convivir con la realidad mucho tiempo para encontrar esos elementos que le permitan ir más allá. Hay que interactuar con la realidad tanto como sea necesario. En últimas, aseguró, “un cronista que tiene ojo de turista, que vaya a pasear a las pirámides de Egipto, pero si lo que quiere es contar una historia, lo que necesita es tener paciencia”.

Ronda de preguntas

- **¿Existen algunas claves para que los periodistas en medio de temáticas sociales complicadas no se queden mirando el dolor?**

Pedro Ramírez. El dolor es un tema muy fácil de abordar y graficar. Se puede mostrar en una cámara, en un micrófono y hay maestros en esto. Cuando uno se enfrenta al dolor, la pregunta no es ¿cómo hacemos llorar a la persona en cámara? Sino ¿qué es lo que está generando este dolor? y ¿de qué manera puedo hacer un artículo de tal manera que tenga el punto centrado en las causas estructurales que tiene ese dolor y cómo lo puedo cambiar?

Alberto Salcedo. Con relación al dolor hay una clave fundamental para el trabajo periodístico y es el respeto. Yo no le tengo miedo al



dolor, porque me he conmovido tanto con cosas sencillas como terribles. El dolor es parte de nuestra materia prima, la realidad tiene ese componente. Uno tiene que ser respetuoso, uno no puede llegar a donde hay alguien viviendo un drama, a abrumarlo con preguntas, a no dejarlo procesar el dolor. Uno tiene que ser la persona a la que le quieran contar su historia. El problema es cuando el periodista muestra el dolor de manera vulgar y obscena, y sin respeto por el personaje. Pero si el dolor hace parte de la historia, si sirve para mostrar un valor o un antivalor del personaje, hay que afrontarlo.

- **Hay quienes dicen que la labor del periodista va hasta lo informativo y que llegar a lo social es función de otras personas. ¿Es así?**

Pedro Ramírez. En el Ciper creemos en la inmersión social pero el periodismo no puede dejar de ser informativo. Desde la crónica hasta el periodismo diario, ese trabajo, que se tiene que hacer con lo que el editor pidió, es informativo.

Todo periodista debe estar atento a lo extraordinario de cada día, lo que rompe la rutina. Muchas veces esa información tiene intervención social, pero nuestro límite es informar. Claro, esperando que dicha información tenga incidencia en el nivel social.

Hoy en Chile tenemos mucho periodismo de farándula y el tema del debate público está ausente del periodismo. En Ciper lo que queremos hacer es dar información útil y vital que genere debate público, y la dimensión social está en el hecho de que la información que uno entrega va generando ese debate, va informando a las personas para que puedan participar de mejor manera.

Alberto Salcedo. Nosotros no somos gobierno y no resolvemos los problemas, pero podemos contribuir a la solución presentando nuestras investigaciones de manera responsable, mostrando los problemas y documentándolos.

PANEL 3

Generación de información para medios digitales y emprendimiento periodístico

- Sandra Crucianelli, editora general y fundadora de la revista digital *Solo Local*, Argentina.
- James Breiner, director del Centro de Periodismo Digital de la Universidad de Guadalajara, México.
- Olga Lucía Lozano, editora creativa del portal *Lasillavacía.com*, Colombia.
- Moderador: Aldemar Moreno, miembro de CdR.

¡Atrévete, no esperes el día oportuno!

En lo que se refiere al periodismo emprendedor, para James Breiner es evidente que este es el momento de buscar métodos para financiar el periodismo de calidad. El mensaje es uno: "¡Atrévete, no esperes el día oportuno!", esto tiene que ver "con la necesidad de los periodistas para aprovechar este momento en los medios tradicionales para crear nuestros propios medios de comunicación y nuestras propias marcas", resaltó, sobre todo considerando que actualmente el costo de fallar es muy bajo, por lo que vale la pena intentar.

Para ilustrar su propuesta, presentó unos ejemplos de dos personajes: el estadounidense Brian Stelter y el mexicano César Angulo.

El emprendimiento de Stelter

Breiner supo de este joven de 19 años cuando era director de un medio económico en Baltimore, Estados Unidos, y se hizo un perfil sobre él. En ese entonces, Stelter tenía un blog de la industria de la televisión por cable y era un estudiante de una universidad no reconocida. "Salido de la nada y sin influencias", logró crear un blog que por su calidad periodística y su actualización regular de información, consiguió gran impacto y se convirtió en referente obligado de periodistas y ejecutivos de la televisión en ese país. Así, con compromiso y dedicación, Stelter desarrolló su propia marca como periodista en su blog *TVNewser*.



Por la calidad de su trabajo, un agregador de blogs compró su publicación y a los 20 años, siendo todavía un universitario, comenzó a recibir un salario y desarrolló esta identidad. Un año después, al graduarse, recibió una oferta de *The New York Times* para ser columnista y cubrir medios de comunicación. "Por su propio esfuerzo y su habilidad de establecerse como una marca en el periodismo, ahora es un periodista del diario y, tres años más tarde, su blog tiene 20.000 seguidores en Twitter", contó Breiner.

Después de narrar brevemente esta experiencia, Breiner planteó una pregunta: "¿Por cuánto tiempo más Stelter va a necesitar al *The New York Times*?". El mundo del periodismo está cambiando y ahora un periodista puede desarrollar su propia audiencia sin necesidad de un medio.

Con esta perspectiva han trabajado más personas como Dan Gillmor, gurú del periodismo ciudadano, quien asegura que la mayoría de los nuevos proyectos de este tipo va a fallar aunque los costos del fracaso serán bajos. Jack Dorsey, fundador de Twitter, propone un enfoque adicional. Un año atrás, mientras conversaba con un grupo de periodistas, dijo: "Hay que crear algo que no exista en el mundo, algo que dé emoción, que interese. Hay que tener confianza en los sentimientos viscerales, plantar la semilla y observar lo que crece".

Para Breiner, el mensaje enviado por estos emprendedores es el de ánimo, hay que lanzar proyectos e ir ajustándolos en el camino. Observar las reacciones de la gente, abrir la oportunidad de comentar y mostrar interés y así recibir ideas que marquen la pauta y el rumbo. "Dicto un curso de periodismo digital y he visto a la gente pasar por el proceso tradicional de hacer un estudio de mercado y de la competencia, pero a veces es mejor actuar y desarrollar la estrategia sobre la marcha. En vez de hacer estrategia, hay que experimentar", insistió.

El atrevimiento de Angulo

El segundo ejemplo de Breiner fue el de un periodista mexicano, César Angulo. Él solía trabajar en medios tradicionales pero le molestaba que su enfoque fuera primordialmente en política, seguridad pública y policial, cuando él tenía un interés marcado en la ciencia y el medio ambiente. La incomodidad lo hizo trasladarse a

un medio especializado en esos temas, llamado *Teorema ambiental*,³¹ en donde trabajó por cuatro años. Allí ganó algunos premios importantes por su cobertura del desarrollo desmedido de inmuebles y centros turísticos en el mar y la costa.

Aún así, Angulo quería crear algo propio, por lo que durante seis meses planificó un proyecto de una página web especializada en periodismo de investigación y denuncia. Hace un año lo lanzó y, durante este periodo, su audiencia ha crecido de manera gradual (hasta alcanzar los 18.000 usuarios únicos al mes) y ha vendido cerca de 9.000 dólares de publicidad (ahora trabaja en fortalecer el área comercial).

A la hora de financiar

Al pensar en un proyecto, una de las preguntas principales es sobre las fuentes de financiación. Breiner aclaró que el periodismo de investigación, como tal, no es un negocio sino un servicio público, por lo que plantea el reto de buscar las fuentes precisas para este trabajo en particular.

Algunos recursos de financiación suelen provenir de servicios relacionados como asesorías en comunicación, búsqueda rápida de sitios y administración de sitios web. Ejemplos así se pueden encontrar en varios portales como *Capitales* de Costa Rica, *Ciper* de Chile y *La Silla Vacía* en Colombia.

También existe la posibilidad de financiar proyectos e ideas a través de empresarios emergentes, lo que Breiner calificó como *self made men* (hombres hechos por sí mismos). "Son las personas que no tienen lazos con los poderes económicos y políticos tradicionales y que siempre han manejado la conversación pública en América Latina. Es el caso de la revista peruana *Etiqueta Negra*, que es subsidiada por dos hermanos que son de 'esta clase de gente'", contó.

Otra opción de conseguir recursos es la venta directa de productos o servicios y la creación de membresías con acceso a servicios diferenciales.

³¹ <http://www.teorema.com.mx/>

Para cerrar, Breiner recordó que el animarse a emprender una nueva empresa periodística en soporte digital es una oportunidad para construir un medio con independencia de los poderes tradicionales y arriesgarse a apostar por mecanismos de sostenibilidad y crecimiento que permitan tener impacto en las comunidades.

***Solo Local*, revista digital argentina**

Después de los ejemplos compartidos por Breiner en lo relacionado con el emprendimiento, Sandra Crucianelli, fundadora y editora de la revista digital www.sololocal.info, tomó la palabra.

El caso de la revista digital *Solo Local* es particular. El proyecto fue de Crucianelli junto a Gabriel Bermúdez, ambos periodistas de Bahía Blanca, ciudad argentina ubicada a 700 kilómetros de Buenos Aires. "Nuestro caso es bastante extraño", dijo Crucianelli, porque "trabajo en un medio tradicional y mi labor como presentadora de un noticiero de televisión abierta está, de alguna manera, subsidiando lo que en principio fue un blog y ya se transformó en una revista digital".

Al compartir su historia con el auditorio, Crucianelli aseguró que la historia de *Solo Local* es básicamente de supervivencia. "Nosotros un día de 2008, y sin un centavo, nos cansamos de que otras personas decidieran lo que la comunidad recibía en materia de comunicaciones y quisimos saber y experimentar qué se siente tener la libertad de poder mandar y tomar la decisión de los contenidos", contó.

En esas condiciones, los periodistas se adaptaron a las necesidades y crearon una forma de comunicar noticias que respondiera a los recursos que no tenían. Aún hoy, dos años después, la revista sigue siendo producida por Crucianelli y Bermúdez, y se tiene la colaboración de cuatro periodistas *freelance* que hasta el momento no reciben un pago.

La revista se creó en una ciudad conservadora, con medios de comunicación básicamente dominados por la publicidad. En ese contexto, los periodistas veían cómo la ciudadanía se movilizaba masivamente a través de las redes sociales, creaban grupos, formaban *blog* pero quedaban fuera de los medios. "Eran fuentes

con información que comunicar pero ningún medio tradicional se les acercaba”, dijo Crucianelli.

Aunque no tenían recursos, Crucianelli y Bermúdez se plantearon ocuparse de lo que “nadie hacía”. “Nos dijimos: ‘Veamos si podemos desarrollar un modelo diferente al que se está haciendo, metiéndonos en las redes sociales y explorando con la mentalidad de los editores del *social media*’. Todo comenzó básicamente por la reflexión de un columnista entre no tener un centavo y ver qué periodismo podríamos hacer, en el garaje de la casa”.

Inventario de capacidades

Para echar a andar el plan, los periodistas se preguntaron por lo que tenían: cuáles eran sus potencialidades. Crucianelli, experta en herramientas digitales y Bermúdez, excelente redactor, decidieron combinar sus habilidades y darle características específicas al proyecto. Al principio, la iniciativa era distinta: un blog de temas de opinión, pero en el camino se fue reformulando y actualmente se vislumbran opciones de rentabilidad.

Las cuatro características que definen *Solo Local* hoy son:

1. **Rastreo sistemático de Internet.** Las noticias se dan a partir de fuentes digitales recopiladas tras el rastreo diario de la web. Se revisan los contenidos cada 12 horas.
2. **Disponibilidad de descarga de documentos.** Usualmente los medios tradicionales en sus versiones digitales usan el hipertexto de una manera muy amplia. En *Solo Local* se trabaja con la idea de que no sólo se rastrean bases de datos, sino que de paso, a partir del trabajo periodístico, se obtienen documentos que luego se escanean y distribuyen en las redes sociales.³² Así, la apuesta de la revista es por una sociedad documentada. Como consejo, Crucianelli subrayó la importancia de la captura de pantalla en la consecución de documentos e información. Este procedimiento es clave en consideración de lo efímero que es Internet y la manera en que en algunas oportunidades la información, una vez publicada por los medios, suele desaparecer de las páginas web de empresas y gobiernos,

³² Ejemplo: listado de personas civiles que colaboraron con un contrato para el servicio de inteligencia del Ejército durante la última dictadura militar.

como una manera de defenderse de las denuncias y desconocer la existencia de los materiales.

3. **Las fuentes de información provienen de redes sociales.** *Solo Local* aprovecha la información obtenida en estas redes para contactar fuentes de información.³³
4. **Se trabaja con contenidos generados por los usuarios.** La revista cuenta con una comunidad de usuarios registrada que está en capacidad de generar contenidos. En el primer semestre de 2010 superaban las 400 personas suscritas e identificadas con nombre completo y número de documento de identidad. “Unos meses antes de lanzar el proyecto, fuimos a hablar con jueces, concejales, diputados y senadores y lo que hicimos fue decirles: ‘Vamos a desarrollar una revista digital y nos interesaría que escriban y expongan’”, contó Crucianelli. De esta manera, la revista ha recibido trabajos de periodismo ciudadano, los cuales ha potenciado a través de herramientas digitales disponibles de manera gratuita en Internet.

Estos periodistas argentinos encontraron un vacío de información disponible en su ciudad e identificaron contenidos periodísticos ocultos, esperando a ser descubiertos. Después de dos años de trabajo, ya han empezado a llegar anunciantes y están planteando la manera en que recibirán recursos a través de pauta.

Superando el pánico moral

Después de las intervenciones de Breiner y Crucianelli, Olga Lucía Lozano, editora creativa de *Lasillavacia.com*, tomó la palabra.

Más allá de la calidad de la información periodística producida en los medios digitales y el fin de la comunicación tradicional, Lozano enfocó su charla hacia superar lo que calificó como “pánico moral” e ilustrar lo que las comunidades virtuales pueden aportar al periodismo.

“El periodismo hasta hoy se ha sostenido de una manera muy simplista”, afirmó. Las tareas de los periodistas eran básicas: investigación, planteamiento de hipótesis, asistencia a consejos de

³³ Ejemplo: un grupo de vecinos que le reclamaba al municipio a través de Facebook por un convenio de cesión de tierras aparentemente irregular para la atención de personas discapacitadas.

redacción, discusión y aprobación de las hipótesis, reportería, más investigación y producción finalmente de la pieza periodística.

Esa percepción, dijo, parte del concepto de que el periodista al tener acceso privilegiado a las fuentes, al tener una disciplina que le permite acceder a la información y tener unos contactos específicos, es la persona privilegiada que puede interpretar esa información que recibe. Entonces, el periodista recoge la realidad y, además, la puede interpretar, editar e intervenir porque, por alguna razón, es la persona que está capacitada para hacerlo.

“Lo que uno ve en las comunidades virtuales es que eso no es tan cierto. Internet abrió la posibilidad de que mucha de la información que antes era privilegiada y que solo estaba en manos de unas personas, sea ahora de dominio público”, explicó Lozano e insistió en que Internet transformó el papel del periodismo.

Si bien hay varios tipos de comunidades virtuales, algunas de ellas de ficción (como *Second Life*), hay otras de interés en las que varias personas trabajan en temas específicos y, gracias a Internet, rompen la barrera geográfica y de manera permanente producen contenidos de calidad.

“En la evolución del oficio, los periodistas hace unos cinco años empezaron a entender que había que reportear en la red y que mucha de la información que estaban buscando estaba ahí”, dijo Lozano. Además, los avances en internet han abierto caminos más creativos, que aparecen una vez se entienden las dinámicas y las narrativas de las comunidades virtuales y, a partir de allí, se crean nuevos formatos de narración periodística.

Cómo se crea una comunidad virtual

En la página de *Lasillavacia.com*, el reto fue el de construir una comunidad virtual en una página web que, en sí misma, fue concebida como una comunidad.

Como modelo de comunidad cerrada se ensayó con la sección La Movida.³⁴ “Este es un grupo cerrado de aproximadamente 70 personas, en donde las voces más importantes vinculadas a los

³⁴ Disponible en: <http://www.lasillavacia.com/movida/18010>

temas políticos, que son los que trabajamos de manera continua, publican sus opiniones”, explicó Lozano. Dicha sección ha tenido como comentaristas a candidatos presidenciales, directores de grupos de opinión y de centros de investigación de las universidades más importantes del país. Cada semana el portal propone un tema y las personas abonadas a ese grupo, de manera espontánea, debaten al respecto.

Esta experiencia deja un aprendizaje: “No tiene sentido ir a la fuente, llamar para ver qué opinan los candidatos presidenciales sobre un tema, cuando simplemente lo pueden hacer de manera espontánea y automática, en reacción casi que en cadena en un canal particular dentro de una página web”, dijo. Este procedimiento tiene como particularidad, además, que la información no pasa por la interpretación de ningún periodista ni es editada. “En las interpretaciones del periodista siempre hay alguna oportunidad de perderse y sólo mirar el mundo desde un lado”, insistió Lozano.

En últimas, según la editora creativa del portal, lo que hace una comunidad virtual es abrir una ventana a una serie de conocimientos y de miradas, donde se ofrece información a personas con interés en el tema.

Ronda de preguntas

▪ **¿Cómo han logrado financiar sus proyectos de Internet de manera exitosa?**

James Breiner. En este tema no hay una respuesta correcta. Hay, eso sí, mucha experimentación. La respuesta corta es que hay que probarlo todo.

Sandra Crucianelli. En *Solo Local* aún no ganamos un centavo, aún así, se financia con el aumento de consultoría y entrenamiento de medios de comunicación que están pasando de la fase tradicional a la digital. La revista no acepta publicidad de ningún gobierno ni de empresas que tienen o han tenido conflictos con la comunidad como la petroleras, las mineras, las empresas de servicios públicos, etc.

Olga Lucía Lozano. *Lasillavacía.com* arrancó como un proyecto que se ganó una beca de la Fundación *Open Society*. Ahora tiene ingresos de publicidad, aunque no cubren lo que se necesita para financiar el medio. Hay otros datos claves, uno es que el portal *Lasillavacía.com* se creó como el primer producto de una empresa más amplia y también que cuenta con un laboratorio creativo que hace proyectos para otras empresas.

▪ **¿Qué reflexiones hacen respecto a la credibilidad de Internet y a la calidad de los documentos que se pueden conseguir allí?**

James Breiner. Se obtiene credibilidad por publicar información acertada y verificada. A largo plazo, los medios de comunicación que de manera consistente proporcionan información confiable, van a estar por encima de los demás y construirán una marca importante.

Sandra Crucianelli. Somos muy concientes de la discusión sobre la credibilidad de la información en Internet y creemos que así como hay criterios que el periodista profesional desarrolla para distinguir dentro del marco de las fuentes cuál es confiable y cuál no, también hay criterios en el entorno web que permiten discernir entre la información de calidad y la basura.

Para lograrlo, se requiere un entrenamiento para identificar fácilmente dónde se encuentran datos confiables a partir de la interpretación del dominio, del lenguaje empleado, etc.

Olga Lucía Lozano. La labor del periodista es verificar cada dato que consigue. La calidad de la información redonda en la confianza que nos puedan tener y qué tanto nos citen y nos tomen como referente.

CONFERENCIA 3

Cómo usar bases de datos con fines periodísticos

- Sandra Crucianelli, especializada en periodismo de investigación y de precisión, Argentina.
- Moderadora: Edilma Prada, miembro CdR.

Sandra Crucianelli, quien es docente del Programa de Educación Virtual del Knight Center de la Universidad de Texas, estuvo a cargo de la tercera conferencia del Encuentro sobre el uso de las bases de datos en el periodismo.

Para ella, la base más importante de todas es el panel de búsqueda avanzada de Google. Esta herramienta es poco explotada por los periodistas, porque no saben cómo funciona.

Con un breve ejercicio, Crucianelli compartió una búsqueda avanzada de Google, la cual permite seleccionar los términos de búsqueda, las palabras indeseadas, los dominios en los que se quiere restringir el rastreo, el idioma de los documentos, el formato y el tiempo de publicación. La experta hizo especial énfasis en la limitación temporal de la búsqueda, ya que los periodistas siempre están a la caza de noticias e información novedosa, y si la búsqueda se hace muy amplia, se obtiene información desactualizada.

Al tomar como ejemplo de búsqueda el escándalo de las interceptaciones hechas por agentes del Departamento Administrativo de Seguridad, DAS, a varios líderes políticos, representantes de ONG y periodistas, Crucianelli enfatizó que en la búsqueda de información es clave no usar términos coloquiales como "chuzadas", ya que los documentos oficiales no manejan esa jerga. "Cada país tiene un lenguaje propio de los documentos y es obligación del periodista conocerlo", dijo y añadió que si un reportero no conoce la semántica y la sintaxis, le será muy difícil encontrar datos en la web.

De igual forma, para que el rastreo de información sea más preciso y resulte en documentos de calidad, aconsejó valerse de la opción de Google de búsqueda según el formato. Si se buscan presupuestos, se debe limitar la búsqueda a archivos en Excel, si se

espera obtener documentos de contratos o información de licitaciones, recomendó restringirse a archivos en PDF.

Como consejo para todo periodista que busque datos en Internet, recomendó que siempre se guarde tanto el documento como la captura de pantalla del sitio de donde se tomó. También aconsejó no abrir todos los documentos en línea, sino descargarlos directamente al disco duro del computador para evitar perder el tiempo en el proceso de búsqueda y recuperación de información.

Según Crucianelli, un proceso de búsqueda exitoso se identifica por la cantidad de resultados arrojados por el buscador: una búsqueda que no devuelva más de cincuenta enlaces podría calificarse así. Destacó que es recomendable que los periodistas puedan leer inglés. No es necesario ser un experto en el idioma, dijo, pero como muchos documentos de países latinoamericanos se encuentran en otros países y en documentos en ese idioma, las posibilidades de recuperar información de mejor calidad pueden aumentar de manera dramática.

En su presentación, Crucianelli recomendó la base de datos del Banco Mundial, en donde hay información valiosa de contratos que se acumulan conforme el Banco presta dinero a los países. También reseñó la web Pipl.com en la que es posible buscar e identificar personas en todo el mundo; y Facesaerch.com, página que funciona ubicando fotografías de personas.

Ronda de preguntas

- **¿Cuál es el primer paso para entender la cantidad de datos que se encuentran cuando se realizan búsquedas en Internet?**

Hay un artículo de Internet que pueden descargar y leer, está en español y se llama *50 trucos para Google*.³⁵ La búsqueda avanzada de Google es una maravilla para el reportero investigador, y si se domina la herramienta, se tiene el camino salvado.

³⁵ Disponible en: <http://sinmarketingnohayparaiso.files.wordpress.com/2009/07/50-trucos-para-google-by-anikuni-www-ibizatorrent-net.pdf>



- **Hace unos meses se discutió que en Facebook nada es realmente oculto, ¿cómo realizar esa clase de búsquedas que pueden ayudar a una investigación?**

Actualmente se han desarrollado sistemas que son híbridos de programas que contienen la información de redes sociales como Twitter y Facebook. Dichos enlaces son gratuitos y de libre consulta. Hay un navegador de redes sociales muy bueno que se llama Flock.com, este, aunque puede resultar pesado para algunos computadores, funciona como Google Reader, el lector de RSS (*Really Simple Syndication*) que utiliza un sistema de sindicación automática.

- **¿Cómo corroborar la información oficial que se encuentra para que se pueda presentar en términos de veracidad y transparencia?**

Existe un protocolo firmado por varios países, la mayoría latinoamericanos, que se relaciona con el gobierno electrónico. Dicho acuerdo indica que cualquier archivo que se encuentre en un sitio web oficial, tiene la naturaleza de oficial o gubernamental. Entonces, los documentos que se encuentran en las páginas web oficiales son públicos. Es clave corroborar que el documento a ser citado sea el más actual, porque ocurre que se actualizan y a veces se maneja información antigua. La recomendación es chequear la temporalidad del archivo.

PANEL 4

Cómo investigar el crimen organizado

- Ewald Scharfenberg, director ejecutivo del Instituto Prensa y Sociedad, IPYS, Venezuela.
- Gabriel Michi, presidente del Foro de Periodismo Argentino, Fopea, Argentina.
- Ignacio Rodríguez Reyna, director general de la revista *emeequis*, México.
- Mabel Rehnfeldt, fundadora y primera presidenta del Foro de Periodistas Paraguayos, Fopep, Paraguay.
- Moderador: Fabio Posada, miembro del CdR.

Como panel de cierre, cuatro periodistas expertos discutieron sobre la investigación periodística del crimen organizado.

Los delitos colombianos en Venezuela

Si bien la prensa venezolana arrastra muchas falencias y debilidades, dijo Scharfenberg, durante la crisis política que ha habido en el país desde el año 1998, la prensa se ha destacado por tener un papel partisano en ese conflicto político. Para el Director Ejecutivo de IPYS en ese país, una de las debilidades del periodismo venezolano es que no hace investigación. "El periodismo se caracteriza por el 'declaracionismo', dícese del estudio universitario para terminar con una grabadora en la mano y ponérsela en la boca a un vocero", aclaró.

Aún así, en ese contexto y durante su intervención, Scharfenberg se animó a presentar el mito de los males de Venezuela que vienen de Colombia, con el enfoque hacia cómo esa creencia podría crear una rica agenda temática para la investigación periodística.

"En efecto muchos de los fenómenos de la delincuencia organizada que se han dado en Colombia tienen ahora su espejo en el país", aclaró Scharfenberg, pero aún así, es difícil sostener ese mito de que en realidad todo el origen de la criminalidad en Venezuela es colombiano.

En Venezuela hay una especie de guerra civil que no se expresa por la pugna entre el chavismo y el antichavismo. En los 10 años que Hugo Chávez lleva en el poder, ha habido 123.091 homicidios, de acuerdo a las cifras oficiales. De hecho, Caracas, ciudad Juárez y San Salvador son las ciudades más peligrosas del continente. En este contexto, el presidente Chávez afirmó en marzo de 2010: "La criminalidad que estamos padeciendo viene de Colombia". Esta frase ilustra un prejuicio que está muy presente en la comunidad venezolana y es que la Venezuela que había antes, se perdió con la llegada de los colombianos.

Con base en esas creencias y en la afirmación presidencial, Scharfenberg hizo una pequeña encuesta entre los periodistas de tres estados venezolanos fronterizos con Colombia: Apure, Táchira y Zulia. El propósito de la consulta era preguntarle a 12 periodistas qué elementos de la delincuencia y de la conflictividad en sus

regiones creían que se derivaban de la ubicación geográfica. Los resultados mostraron que validaban la creencia: los problemas se presentaban por colindar con Colombia.

Estas tres zonas reportan problemáticas de secuestro, asesinato por encargo, robo de vehículos y tráfico de drogas. Aún así, no hay investigación periodística al respecto. La cobertura es de tipo noticioso y las fuentes suelen ser de cuerpos de seguridad o familiares de las víctimas. "Al preguntar a los colegas por qué la cobertura es exclusivamente noticiosa, hablaron de la seguridad y de cómo esos temas complejos podrían costarles la vida", explicó Scharfenberg y agregó que, desde su percepción, no se hace periodismo de investigación en su país porque los medios de comunicación creen que causan conflictos innecesarios con el poder y porque pueden pasar fácilmente de la vereda de investigar a la de ser investigados.

Por esta situación, dijo Scharfenberg, en el primer premio de periodismo de investigación que organizó IPYS en Venezuela, en la categoría de trabajo de medios impresos se recibieron aproximadamente 35 postulaciones, pero muchas de ellas no eran investigaciones porque no sacaban a la luz pública algo que el poder quisiera ocultar. Lo que hay, insistió, son altoparlantes de fuentes de información. Puede haber, entonces, periodistas que consiguen fuentes privilegiadas, que actúan como "gargantas profundas", pero todo el crédito es para las fuentes, porque no se hace trabajo de reportería.

La hora de pensar en agendas binacionales

"Hay una nutritiva y sabrosa agenda nacional de investigación", continuó Scharfenberg, y si fuera verdad lo que dijo el presidente Chávez sobre la criminalidad "exportada" desde Colombia, esas serían unas oportunidades muy grandes para hacer algún tipo de agenda binacional de investigación, no solo por ser fronterizas, sino por lo que sostiene un autor venezolano, Moisés Naím, columnista del diario *El País* de Madrid: "todas las manifestaciones del crimen organizado, trata de personas, narcotráfico, piratería, etc., suelen ser fenómenos multinacionales, por lo que la cobertura periodística debería ser multinacional".

La invitación, por tanto, es a conformar equipos de periodistas a un lado y otro de la frontera, a construir una nutritiva agenda binacional de investigación con la que seguro, dijo Scharfenberg, se encontrarán resultados muy sorprendentes.

El crimen organizado en Argentina

A su turno, Gabriel Michi presentó una de la piezas fundamentales del periodismo de investigación: hay que explicar las razones de por qué pasa lo que pasa. La diferencia entre el periodismo de cobertura diaria y el de investigación, es que en lugar de explicar *qué pasa*, los investigadores tratan de contestar *por qué pasan* las cosas.

Luego, Michi compartió un caso de su país en el que se hizo cubrimiento de crimen organizado.

Según las tasas oficiales de delitos en Argentina registradas hasta 2007 y las de desempleo, en el país se doblaron los crímenes denunciados en la década del 90. Esto llegó a su punto máximo en los años 2001 y 2002, debido a una crisis económica muy fuerte en el país y al aumento de la desocupación. Si bien se ha producido una recuperación en el área de las contrataciones y el empleo, las tasas delictivas se han mantenido.

La mayoría de los criminales, al momento de ser detenidos, se encontraba desempleado (46 por ciento) y otro porcentaje importante era trabajador de tiempo parcial. Ocho de cada 10 presos en Argentina tiene problemas de empleo. A esta situación se suma la lentitud de la justicia y a que en las cárceles, la mayor parte de los presos está allí por delitos relacionados con drogas, ya sea exportación o tenencia.

Michi explicó que al observar el incremento de los delitos, fue posible identificar un fenómeno y delinear unas tendencias delictivas específicas en Argentina: con el aumento del consumo de drogas, creció proporcionalmente la comisión de otros delitos. "Argentina dejó de ser lo que era antes, un país de paso de la droga, para convertirse en un lugar de producción, distribución y consumo. De pequeños locales de venta, se pasó a grupos mucho más sofisticados y verdaderos comandos armados", dijo.

El tráfico y consumo de droga

La droga importó carteles de países como Colombia y México, así como la guerra entre bandas de narcos. En un panorama oscuro de asesinatos selectivos y tráfico, Michi compartió con los asistentes la historia de una guerra particular contra "el Paco".

"El Paco" es la droga sobrante de la preparación de la cocaína. Esta, también conocida como pasta base o bazuco, apareció en uno de los sectores más pobres de Buenos Aires. Al ser consumido, "el Paco" provoca un estado de euforia casi inmediato, cierra al apetito y destruye el cerebro. Su consumo no es reciente, Michi aseguró que conoce de la existencia de la droga al menos desde hace una década atrás. En ese entonces, el periodista encontró que era una droga que ni siquiera tenía registro y que la Secretaría para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra la Droga negaba su existencia. Esa fue la primera nota que publicó sobre el tema.

Diez años después, el fenómeno de "el Paco" está en todos los medios de comunicación y en Argentina, esta droga se exporta a países limítrofes.

En cuanto a la efedrina, Michi compartió un caso de 2008 en el que se allanó un laboratorio clandestino para fabricar drogas sintéticas y se vinculó al cartel de Sinaloa. Al capturar a uno de los líderes del cartel, en el proceso se encontró que tenía contacto con un colombiano candidato a diputado en la provincia de Buenos Aires, Francisco de Narváez. El mal manejo del caso, responsabilidad de un juez, hizo que esta situación se desdibujara, y mientras esto ocurría, se presentó un crimen triple en el que murieron empresarios argentinos.

El tema impactó los medios de comunicación, que hablaron de un golpe mafioso y sostuvieron la hipótesis que uno de los empresarios había incursionado en un negocio que desconocía (relacionado con drogas), y habría incentivado a sus amigos a que lo acompañaran. En la investigación judicial se comprobó que uno de los empresarios, Sebastián Forza, había hecho aportes a la campaña presidencial de Cristina Fernández de Kirchner y, por el escándalo, el recaudador de su campaña renunció a su cargo en la Superintendencia de Salud.

El periodismo en riesgo

Uno de los casos más emblemáticos del riesgo que se corre en el ejercicio del periodismo en Argentina es el de José Luis Cabezas, fotógrafo de la revista *Noticias* y compañero de Michi. Su asesinato, el 25 de enero de 1997, ha sido el único que se ha producido desde el retorno democrático en 1983.

Este caso tuvo un fuerte impacto en los medios de comunicación y consiguió mantenerse en la agenda por meses y, en algunos casos, años. Se consiguió una gran movilización social de los periodistas, quienes el 25 de cada mes organizaban marchas reclamando justicia. "Periodistas, medios de comunicación y ciudadanos comunes tomaron como suyo el reclamo y pidieron justicia", contó Michi, quien aseguró que la constancia fue fundamental para el esclarecimiento del crimen.

Aunque hubo intentos de interferencia política desde lo más alto del poder ejecutivo, tratando de desviar la investigación, se consiguió encontrar al autor intelectual del crimen, un empresario de nombre Alfredo Yabrán, quien se suicidó cuando un año y tres meses después del asesinato se emitió orden de captura en su contra.

Este caso comprobó la existencia de mafias locales en Argentina, en las que se mezclaban los poderes políticos (ejecutivo y legislativo) con las fuerzas policíacas vinculadas al poder económico. "Se desnudó cómo era el accionar de estas mafias, cómo se compraban voluntades y se ponía en riesgo a la sociedad en conjunto", contó Michi y también se demostró que "el buen periodismo puede aliarse con la ciudadanía para vencer a la impunidad".

Para el Presidente de Fopea, el periodismo argentino ha cumplido un rol importante, aunque en los últimos años ha perdido injerencia y su búsqueda inquisidora.

Michi da varias razones para este retroceso:

1. Dificultades económicas de los medios de comunicación (que llevan a reducciones en las planillas de periodistas y falta de recursos para hacer investigaciones.
2. Desarticulaciones de los equipos especiales de investigación.

3. Supuesto desinterés por parte del público frente a las investigaciones.
4. Falta de capacitación por parte de los periodistas.
5. Desánimo por la falta de justicia.

El periodista de investigación tiene mayores riesgos así como responsabilidades. "Su trabajo es central para toda la ciudadanía", insistió, por lo que todo profesional siempre debe buscar el contexto de las cosas y las razones socioeconómicas y culturales para usarlas como sustento al momento de indagar sobre los poderes políticos, judiciales y policiales que le dan amparo a las prácticas delictivas. Para lograrlo, los reporteros deben contar con el respaldo y compromiso de la empresa periodística, "capacitarse, chequear los datos hasta la obsesión, ser rigurosos, multiplicar las fuentes hacia otros espacios hasta ahora desconocidos, profundizar sus conocimientos en las infinitas puertas que se abren con las nuevas tecnologías... en definitiva ser periodistas".

México: Desafíos y dificultades en la investigación del crimen organizado

En el momento de su exposición, Ignacio Rodríguez Reyna aseguró que su aporte a la discusión sobre el crimen organizado lo haría desde las reflexiones sobre lo que ocurre con el periodismo mexicano en la actualidad.

Para el Director General de la revista *emeequis*, estos no son tiempos fáciles para investigar el crimen organizado en México ni en América Latina. Cada época ha tenido sus propias complejidades y riesgos y, sin embargo, en los últimos años las cosas se han tornado mucho más difíciles. Los asesinatos, las desapariciones y las amenazas a los periodistas han creado en México, como en varias partes de Latinoamérica, una realidad atemorizante.

"Los compañeros, los colegas que han caído como palomas se van sucediendo uno a otro, a tal grado que se ha llegado al horror y al absurdo de que es difícil seguir la cuenta de los periodistas desaparecidos o asesinados por el crimen organizado", afirmó. Según el recuento más reciente de la Sociedad Interamericana de Prensa, de 1987 a 2010, en México han sido asesinados 69 periodistas.

No es extraño que más del 90 por ciento de estos asesinatos no haya sido esclarecido a cabalidad, bien porque los autores materiales no han sido detenidos, los autores intelectuales nunca fueron identificados o los procesos judiciales no han acabado.

Toda la región es una zona de riesgo: en el último semestre se registraron siete asesinatos de periodistas en México, tres en Honduras, dos en Colombia y uno en Brasil.

El fenómeno de la autocensura

La impunidad de estos crímenes en México ha provocado que en ciertas regiones del país, especialmente en la frontera con Estados Unidos, se produzca un fenómeno lamentable para el periodismo: la autocensura.

Cada vez es mayor el número de periódicos y periodistas que han decidido no cubrir el tema del crimen organizado. A veces, en el mejor de los casos, sólo publican la información oficial, a pesar de que esta no tenga ninguna relevancia informativa.

Así, la investigación del crimen organizado, y a veces solo la cobertura, ha quedado en muy pocas manos, algunos casos extraordinarios de periodistas que rompen el silencio impuesto por el crimen. Corren un alto riesgo pero lo hacen. Hay varios casos pero uno de ellos es el de una periodista que ha recibido el Premio Ortega y Gasset de Periodismo este año.

Se trata de la única periodista extranjera residiendo en Ciudad Juárez, la ciudad más violenta del mundo. Judith Torrea es colaboradora de *emeequis*, y la mayor parte de materiales lo publica en su *blog*.³⁶

“Las cosas han adquirido un toque tan perverso que los carteles del narco han infiltrado las redacciones de los diarios, y han comprado o incrustado a seudoperiodistas que funcionan como sus halcones o vigilantes”, explicó Rodríguez. La función de estos personajes es la de delatar a sus colegas, de informar si alguien está investigando algo en particular o de mandar los mensajes para que se deje de informar de tal o cual tema. “Son unas aves de mal agüero

³⁶ Blog: <http://juarezenasombra.blogspot.com/>

intocables, a las que se tolera dentro de las redacciones para evitar ser blanco de un atentado o un asesinato”, dijo.

En esas condiciones es muy difícil realizar cualquier tarea de investigación. Así pierden el periodismo, los ciudadanos y el país.

Por eso, aunque formalmente en México hay libertad de expresión, no existen garantías para ejercer ese derecho. El Estado mexicano ha sucumbido en buena medida a su obligación de proteger a los periodistas y de cumplir el derecho de todos los ciudadanos a estar bien informados. “Una libertad de expresión sin garantías para que cualquier ciudadano la ejerza, no es tal”, aseguró.

El riesgo a la integridad personal. ¿Hasta dónde?

Un reconocido periodista mexicano, que sufrió dos atentados, y falleció en 2006 producto de una enfermedad, dijo: “Ninguna nota, ninguna investigación, vale una vida”.

Él se llamaba Jesús Blancornelas y fundó y dirigió hasta su muerte, en noviembre de 2006, el semanario *Zeta*³⁷ en una de las ciudades más golpeadas por el narcotráfico en México, Tijuana.

Blancornelas sobrevivió a dos atentados y los últimos años de su vida los pasó prácticamente aislado, con una escolta de 10 militares, que lo seguían como su sombra. No asistía a reuniones públicas, ni siquiera a restaurantes, sus traslados eran de la casa al semanario y viceversa. Los narcos no le quitaron la vida, pero sí se la restringieron.

En los 30 años en que *Zeta* ha estado en circulación han sido asesinados dos de sus editores y otros integrantes del equipo editorial han recibido constantes amenazas.

El papel fundamental del periodismo de investigación

“Ninguna investigación vale una vida, como dijo don Jesús Blancornelas, pero sin el trabajo de los periodistas, sin el papel que debemos cumplir, las sociedades se quedarían sin una de sus mejores herramientas”, aseveró Rodríguez.

³⁷ www.zetatijuana.com

Para él la clave, sin creer que existe una fórmula específica, es saber hasta dónde se puede llegar, hasta qué línea se encuentra el terreno firme, para saber que a partir de ahí los pasos deben calcularse profundamente. Este panorama complicado no implica, por supuesto, que los periodistas deban paralizarse. Rodríguez insistió en que en la historia ha habido muchos ejemplos de situaciones en las que los periodistas han sabido cumplir con su trabajo y obligación.

En estas situaciones, dijo, hay que actuar responsablemente. "Las sociedades, nuestros países, necesitan periodistas que les estén informando de la manera más completa posible" dijo, pero aún así, no se necesitan héroes.

Es cierto, dijo, que estos tiempos no son los más propicios para investigar. Habrá ciudades y países en los que una tarea de investigación conlleva más riesgos. En otras, las condiciones podrán ser un poco más propicias, así que hay que investigar.

La pregunta es cómo ir más allá del comunicado oficial, la declaración de funcionarios y la filtración de documentos. En cada país habrá particularidades, pero un periodista puede tratar de buscar información en expedientes, prisiones, resoluciones y audiencias judiciales. Hay que insistir, buscar por todos los medios posibles éticamente válidos tener acceso a averiguaciones previas y expedientes judiciales.

"Sé perfectamente que en nuestros países se dificulta acceder a estos expedientes, pero si el crimen organizado es transnacional, eso ha abierto una pequeña rendija: las cortes de Estados Unidos", explicó. Rodríguez dijo que en Estados Unidos hay cientos de casos abiertos y a muchos de ellos se puede acceder, al menos parcialmente. Esta es una muy buena herramienta para investigar procesos judiciales por narcotráfico, crimen organizado y lavado de dinero. Lo mejor de esta herramienta es que está disponible en línea.

Al finalizar su intervención, Rodríguez recomendó tres bases de datos para el periodismo de investigación:

1. Oficina de Decomisos de Bienes Extranjeros (*Office of Foreign Assets Control*).
2. Unidad de Investigación de Crímenes Financieros (Fincen).
3. Buscador de casos legales (*Public Access to Court Electronic Records*: web pacer).

Mabel Rehnfeldt

Después de escuchar a los colegas de Panamá, México, Brasil, Argentina y Colombia, durante todo el Encuentro, Rehnfeldt afirmó que impresiona identificar la cantidad de lugares recurrentes en donde hay problemas similares.

Aún así, aseguró, pareciera que en la actualidad los periodistas pasaran mucho tiempo “mirando el árbol”, tanto que no se ve el bosque. Y, cuando por fin “se ve el bosque”, se dejan de ver los negocios como el subconjunto que son. Está, entonces, que los problemas de drogas de Argentina se inician en México o la criminalidad en las fronteras venezolanas se arrastra desde Colombia. Ese enfoque es fundamental porque permite entender las problemáticas en un contexto transnacional.

Rehnfeldt compartió su experiencia de trabajo investigativo en 2009, cuando fue contactada por el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación.³⁸ Esa institución cuenta con una red de profesionales en todo el mundo. Cuando la buscaron, fue para que apoyara una investigación que preparaban sobre el tráfico de cigarrillos.

“Pensaba que estaban locos al proponer ese enfoque”, recordó Rehnfeldt, debido a que había problemas mucho más serios como las drogas. Cuando un año y medio después terminaron la investigación, entendió la magnitud del problema: “El tráfico del cigarrillo está empezando a suplantar al tráfico de droga. Involucra crímenes inimaginables, negocios multimillonarios, contrabando y dinero fácil. En la investigación se descubrió, además, que desde Paraguay se está inyectando al resto del mundo”.

Para el desarrollo de este trabajo, el Consorcio estableció una red de periodistas en lugares clave del mundo y se hizo una alianza

³⁸ Página web de Consorcio: <http://www.publicintegrity.org/investigations/icij/> Página web de la investigación realizada: <http://www.publicintegrity.org/investigations/tobacco/>

para la publicación al unísono en todos los países en donde se trabajó. En Paraguay apareció en un medio de comunicación y para disminuir las presiones, se sacó en dos suplementos dos días seguidos. En el caso de Brasil se publicó en un medio de comunicación, 15 días después de la publicación global, y totalmente “maquillado” y retocado, sin rastros del documento original.

“La investigación se publicó hace un año pero hubo problemas serios para hacerlo”, dijo la periodista y explicó por qué fue así en su país: “En Paraguay, la relación del cigarrillo con los principales medios de comunicación era muy fuerte, porque si no estaban vinculados directamente como productores y fabricantes, lo estaban a la fabricación de cajetillas o se dedicaban a negociar”.

La organización del equipo

El Consorcio conformó una red de periodistas en Canadá, Estados Unidos, América Latina (Argentina, Brasil y Paraguay), Europa Central y Asia. Había coordinadores por zona, Rehnfeldt estaba en América del Sur y la coordinadora americana estaba en Washington. Su “sala de reuniones”, era un software que permite la edición simultánea de archivos y la carga de videos, fotos y todo tipo de información.

Rehnfeldt explicó que construyó un esquema de trabajo y cada periodista tenía que recolectar la máxima cantidad de datos posibles de su país. Toda la información debía ser probada y documentada con soportes informáticos o documentales (audio, imagen o video). El objetivo: blindar la información.

Cuando inició su trabajo, como Rehnfeldt nunca había escuchado nada en particular sobre el cigarrillo en su país, armó una gigantesca fuente electrónica en la que, en ocho campos, incluyó:

1. Fecha de cada evento.
2. Si la incautación del producto se había hecho por tierra, aire o agua.
3. En qué lugar se había producido la incautación.
4. Qué clase de cigarrillos se había incautado (marcas - fábricas).
5. La cantidad incautada.
6. Qué autoridades habían intervenido.



7. Qué seguimiento se había hecho.
8. El destino final del producto incautado (incinerado o contrabando).

Al final, y con un panorama muy completo, la periodista pudo identificar tres detalles reveladores: 1. En diez años de informaciones recuperadas, apenas había dos operativos manejados por fiscales paraguayos. 2. La mayor parte del cubrimiento de estos temas lo hacían los medios regionales de Argentina, principalmente alternativos. 3. Solamente dos cargamentos incautados habían sido incinerados.

“Al revisar la planilla fue impresionante ver cómo se presentaba claramente la información”, contó Rehnfeldt. Al recoger datos oficiales, se dio cuenta cómo en su país no se sabía, con exactitud, cuántas tabacaleras había: “No había cifras oficiales, no teníamos cómo saber cuánto se importaba y se exportaba, la cantidad de fábricas, quiénes eran sus propietarios y el volumen del negocio”.

Al escarbar, empezó la búsqueda en Internet, sobre todo, en las bases de datos de los países que tenían negocios con Paraguay. La red de periodistas empezó a cruzar los datos que aparecían de un lado y de otro. Fue tal la cantidad de información recopilada, que en un momento el equipo se sintió abrumado con el material. Aún así, el Consorcio contaba con un grupo de expertos que apoyó en la interpretación de las cifras.

De la lectura de estos datos, Rehnfeldt encontró que la capacidad instalada en el país sirve para producir 100 mil millones de cigarrillos anuales. La población paraguaya no supera los seis millones de personas. “Al hacer los cálculos, nos daba que cada paraguayo y paraguaya, niño, niña, anciano, hombre, mujer, los que fuman, los que no fuman, todos nosotros debemos fumar diez cajetillas de cigarrillos al día”, dijo, esta era la única manera de explicar lo que ocurría con la producción, ya que se reconocía la existencia de los cigarrillos, pero no aparecían registros de exportación. Todo, según los datos, se consumía en el país. La magnitud del contrabando, entonces, era inimaginable.

Alberto Salcedo Ramos

Colombia

Periodista y catedrático de la Pontificia Universidad Javeriana. Desde 1985 ejerce el periodismo. Ha trabajado para medios como el diario *El Universal* de Cartagena y las revistas *El Malpensante*, *Soho*, *Gatopardo* y *Etiqueta Negra*. Ha publicado cinco libros de periodismo narrativo, destacándose "El oro y la oscuridad. La vida gloriosa y trágica del Kid Pambelé". Ganador del Premio Nacional Simón Bolívar (1991, 2002, 2003), Mejor Libro del Año de la Cámara Colombiana del Libro (2000), Premio Excelencia de la Sociedad Interamericana de Prensa (2009) y Premio Internacional de Periodismo Rey de España (1998). Asociado del Consejo de Redacción.

Ewald Scharfenberg

Venezuela

Director Ejecutivo del Instituto de Prensa y Sociedad (IPYS) en Venezuela. Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Fue Jefe de Redacción de las revistas *Exceso* y *Producto*, ha trabajado en el diario *El Nacional* como columnista y periodista, en el suplemento dominical del diario *El Globo* y en el periódico *El Mundo*. De 1996 a 2006 trabajó como corresponsal de la organización Reporteros sin Fronteras.

Gabriel Michi

Argentina

Presidente del Foro de Periodismo Argentino (Fopea), organización de la que es socio fundador, desde diciembre de 2007. Es Conductor del programa Diapositivas de Radio América, Director de Contenidos Editoriales de la página web www.elargentino.com y Columnista del diario *Buenos Aires Económico*. Ha trabajado en varios medios, entre ellos *Buenos Aires* de Televisión Española y la revista *Noticias*. Fue también director de los diarios *La U* y *Buenos Aires Universitario*. Colaboró en varios libros de investigación periodística.

³⁹ Perfiles de los expositores y moderadores, presentados en orden alfabético. Los cargos están actualizados a la fecha de publicación de estas memorias, septiembre de 2010.

Guillermo Culell

Argentina

Ingresó a *Clarín* en 1986. En 1996 lanzó Clarín.com. Entre 1997-2001 dirigió, además, la revista *Internet Surf*. Hasta 2006 fue el Gerente de Contenidos de Clarín Global. Desde 2007 hasta 2009 fue el Gerente de Medios Digitales del Grupo El Comercio (Perú). En la actualidad es asesor de *El Comercio* y de otras empresas periodísticas. También es maestro invitado de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Ignacio Rodríguez Reyna

México

Director General de la revista *emeequis*, cuyo equipo editorial ha ganado 14 premios nacionales e internacionales. Fue Director Editorial del diario *El Universal*; fundador de la Unidad de Trabajos Especiales de *El Financiero*, Editor de la Unidad de Reportajes Especiales del diario *Reforma* y Editor en Jefe de la revista *Milenio*. Ha participado en seminarios y conferencias en diversos países de Latinoamérica y Estados Unidos.

James Breiner

México

Director del Centro de Periodismo Digital de la Universidad de Guadalajara, México. Fue becario de la Fundación Knight, se especializó en temas económicos y a lo largo de su carrera ha hecho énfasis en la cobertura de negocios e investigación. Ha ganado premios de la *Associated Press of Ohio*, *Press Club of Cleveland*, *American City Business Journals*, *Association of Area Business Publications* y *Society of Professional Journalists*.

Juan Calderón

Ecuador

Dirigió la investigación y fue parte del equipo que reveló los contratos que tenían empresas del hermano de Rafael Correa con el Gobierno. Ha sido periodista y editor del diario *Hoy*, donde cofundó y dirigió el semanario de investigación *Blanco y Negro*; revista *Vistazo* y *Expreso*, donde trabaja desde 2001. Autor de "Quince Miradas", 2002, "Manual Práctico de Periodismo de Investigación", 2005 y "Naufragio: migración y muerte en el pacífico". Ha obtenido seis premios nacionales de periodismo por sus reportajes de investigación.

Mabel Rehnfeldt**Paraguay**

Directora de *ABC Color Digital*, primer diario *online* de Paraguay. Obtuvo el Primer Premio al Mejor reportaje de un caso de corrupción en América Latina, 2008; Premio Maria Moors Cabot y Premio al Coraje de la *International Women's Media Foundation*. Participó en la red del Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ), en un trabajo transnacional sobre tabaco. Fundadora y primera Presidenta del Foro de Periodistas Paraguayos (Fopep).

María Teresa Ronderos**Colombia**

Maestra de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y miembro ex-presidente de la Junta Directiva de la Fundación para la Libertad de Prensa. Fue directora de *Semana.com*, ha participado en investigaciones en medios de comunicación colombianos y con periodistas de otros países. Ganadora del Premio Rey de España en 1997 y el Maria Moors Cabot en el 2007. Es asociada del Consejo de Redacción.

Mauri König**Brasil**

Reportero especial del diario *Gazeta do Povo*. Fue corresponsal del diario *O Estado* de São Paulo en Foz de Iguazú, en la triple frontera de Brasil con Paraguay y Argentina. Ha ganado 20 premios de periodismo, entre ellos dos Lorenzo Natali de la Unión Europea. En 2008 publicó "Narrativas de um correspondente de rua" (Narrativas de un corresponsal de las calles), una compilación de 15 grandes reportajes de diversos temas. Es directivo de la Asociación Brasileira de Periodismo Investigativo (Abraji).

Mónica González**Chile**

Cofundadora y Directora del Centro de Investigaciones e Información Periodística, Ciper (www.ciperchile.cl). Fue fundadora y Directora de la revista *Siete + 7* y el *Diario Siete*. Ganadora del premio *The Louis M. Lyons* a la conciencia y la integridad en el periodismo, 1988; y el Premio Maria Moors Cabot, 2001. Autora de "Bomba en una calle de Palermo", 1987, con Edwin Harrington; y

“La Conjura. Los mil y un días del golpe”, 2000, entre otros. Ganadora, en 2010, del Premio Mundial de la Libertad de Prensa Guillermo Cano.

Olga Lucía Lozano

Colombia

Editora creativa de *Lasillavacía.com*. Desde hace más de 10 años, además de trabajar en medios impresos y proyectos culturales y artísticos, ha estado vinculada a Internet como editora y directora de diversos medios. Fue editora de Nuevos Medios de Publicaciones Semana. Creó un e-learning para Radio Netherland sobre cómo escribir para Internet y estuvo en un proyecto pedagógico con esa misma entidad y la Fundación de Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Pedro Ramírez Pinto

Chile

Integra el equipo periodístico del Ciper. Es egresado de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Se ha desempeñado en distintos medios: *Radio Chilena*, revista *Qué Pasa*, *Las Últimas Noticias* y el desaparecido *Diario Siete*. Ramírez es coautor –junto a Cristóbal Peña– del reportaje “La historia secreta del secuestro de Cristián Edwards”, publicado en 2009 y ganador del Premio de Periodismo de Excelencia 2009, que entrega la Escuela de Periodismo de la Universidad Alberto Hurtado.

Sandra Cruccianelli

Argentina

Especializada en Periodismo de Investigación y Periodismo de Precisión, así como en varias de sus herramientas, incluidas matemática aplicada a la construcción de noticias y rastreo documental en línea. Es docente del Programa de Educación Virtual del *Knight Center* de la Universidad de Texas y del *Media Center* de la Universidad Internacional de La Florida. Es la editora general y fundadora de la revista digital *Solo Local* (www.sololocal.info), de contenidos hiperlocales para la ciudad de Bahía Blanca, Argentina.

Santiago Fascetto

Panamá

Editor de la Unidad de Investigación del diario *La Prensa* de Panamá. Trabajó en la agencia *Noticias Argentinas* y fue

colaborador de varios diarios en Argentina. Ganador de los premios Victoria y el Nacional de Periodismo de Panamá en la categoría Mejor Investigación, 2008. Ese mismo año obtuvo el segundo lugar en el Premio a la mejor investigación en un caso de corrupción en América Latina y el Caribe.

Thelma Gómez Durán
México

Reportera de la Unidad de Investigación de *El Universal*. Se ha especializado en temas sociales, ambientales y científicos. Recibió menciones honoríficas en el Premio de Reportaje sobre Biodiversidad, 2008. Es coautora del libro "Migraciones vemos... Infancias no sabemos", del Programa Infancia en Movimiento, 2008. Es cofundadora de Sapiens, Laboratorio de ideas, página web dedicada a divulgar el conocimiento científico. También es miembro de la Red de Periodistas Sociales, Periodistas de a Pie.

Impreso en Bogotá, D.C.
Septiembre de 2010
Primera edición



Organizó



Con el apoyo de



En alianza con

ABRAJI



fundación
nuevo
periodismo
iberoamericano

fnpi

