

Impresión

Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación

www.geocities.com/impresionweb

Publicación de los estudiantes de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación. Año 3, número 11, noviembre de 2002

Los efectos de la regionalización



Intimidación, ¿límite de la televisión?



Las penurias del cinéfilo peruano



A d e m á s

La mujer en la política, para bien y para mal

Alumnos cuestionan Seguro de Renta Educacional

Gustavo Rodríguez critica la publicidad peruana



Mónica Pallardó

El gran reto del periodismo digital



Mónica Pallardó

De izquierda a derecha, Walter Nápoli (La Nación Line), Darío Klein (France Presse y CNN), Julia Zapata (BBC Mundo) Elías Machado (Universidad Federal de Bahía) y Gerardo Albarrán (Sala de Prensa).

BBC Mundo, France Presse, La Nación Line, Sala de Prensa, Portal El Comercio, CNN en Español, Yachay (RCP) fueron algunos de los medios de comunicación que participaron en el IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet, organizado con éxito por la Especialidad de Periodismo

PROBLEMA ESTRUCTURAL

Debemos combatir la informalidad política

El término "partiducho" es ofensivo, denigrante y totalmente rechazable. Sin embargo, acaso nada más preciso para denominar a la informalidad y la improvisación, en los últimos tiempos, de nuestra clase política. La crítica general va desde las anécdotas de carácter de la primera dama de la Nación, pasando por las visitas proselitistas a casas embrujadas, hasta una ferozmente caprichosa oposición.

La informalidad de quienes nos representan da

cuenta de que, en la mayoría de los casos, no hay un compromiso serio con el pueblo y una agenda política que lo renueve. Más bien, prima el desempeño público como un medio de sustento económico de individuos y grupos de poder. Esto es muy peligroso ahora que afrontamos la regionalización, ya que se crean nuevas partidas del presupuesto de la Nación que serán administrados por los políticos locales. Tal es el interés que mueve a los postulantes regionales que no es extraño asistir a la formación de grotescas alianzas para alcanzar el poder.

La conformación de gobiernos locales, sin embargo, a pesar de ser una muy buena intención del gobierno, también se devanea en su informalidad. Debemos estar alertas para que no se repita en nosotros la historia argentina.

Por otro lado, existe un divorcio entre las bases de Perú Posible y el gobierno. Este fenómeno permite observar la extensión de la cultura del interés personal, pues las bases peruposibilistas exigen la colocación de sus miembros en los puestos públicos. Un mal que se achaca a la clase política dirigente está inserto, al parecer, en el pensamiento de la mayoría de peruanos.

El problema, por tanto, es estructural y si queremos cambiarlo debemos combatir desde todos los flancos, tanto por la exigencia personal y como la vigilancia política. La responsabilidad de la clase dirigente es mayor, pero nuestra participación es también esencial.

Las bases partidarias muchas veces reflejan aquello que tanto reprochamos a los políticos: la búsqueda del beneficio propio o del grupo al que se pertenece.



Elencó

COMUNICACIÓN EN LA PUCP

Congreso internacional y aniversario de la Facultad

Los primeros estudios universitarios de comunicación (en las antiguas escuelas de periodismo) atendían a un oficio industrializado de papel y tinta. Durante su permanencia en las aulas, empero, enfrentaron reformulaciones alucinantes. Por eso, la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación (FCAC) de la Universidad Católica cumple cinco años contemplando la amplitud de sus especialidades, lo cual se manifestó el IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet.

Internet es lo que, para los primeros estudiantes de comunicación, era la televisión. Un medio de comunicación nuevo que anunciaba cambios en todo su futuro profesional. Pero además ofrece interactividad y la concentración de los formatos conocidos (texto, audio, video, animación) en diálogo armonioso y enlazados en el hipertexto. La Universidad Católica, en permanente atención al cambio, reunió a profesionales y estudiantes de todo el mundo en el IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet. Una oportunidad de lujo para evaluar el incipiente campo profesional y celebrar con orgullo el aniversario de la FCAC.

El exitoso encuentro fue coordinado por los profesores Jacqueline Fowks y Juan Gargurevich además de una comisión integrada por Rómulo Franco, Pedro Salvatori, Juan Carlos Luján, y Agustín Cortegana. Colaboraron estudiantes de

la FCAC; entre ellos, Paola Sánchez, Angela Peña, Laura Escobar, Miguel Sánchez, Katia Suárez, Aily Medina, Marco Bustamante, Mónica Pallardel, Yeseline Martínez, Manuel Rodríguez y David Pereda.

Asimismo, recibimos estos cinco años con entusiasmo y mirando al futuro, con los acostumbrados juegos deportivos y una auto evaluación de la oferta educativa. La labor académica debe optimizarse; confiamos en su desarrollo.

De izquierda a derecha, Angela Peña, Aily Medina, Mónica Pallardel, Jacqueline Fowks, Paola Sánchez y Yeseline Martínez, después del congreso.



Impresión

Publicación de los estudiantes de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación

Pontificia Universidad Católica del Perú

Av. Universitaria cdra. 18 s/n, San Miguel
Teléfono: 460 2870 anexo 353
Correo electrónico: impresion@pucp.edu.pe
URL: www.geocities.com/impresionweb

AÑO 3, Nro. 11, NOVIEMBRE DE 2002

Editor

David Pereda Zavaleta

Comité editorial

Raúl Donayre
María Alejandra Pinto
José Sáenz
Diego Avendaño
Miguel Sánchez
José Sebastián

Editora de fotografía

Maribel Sánchez

Participación (Impresión 11)

Pável Solís
Katia Suárez
Yeseline Martínez
Miguel Mejía
Gloria Silva Schroder
Omar Guerrero de Luna Martínez
Bruno Rivas
Leonardo Aguirre
Miguel Sánchez
Alonso Ramos
Mónica Pallardel
Herbert Holguín
Lorena Espinoza
Dampier Paredes
Maribel Sánchez
Marco Vásquez
Alberto Revoredo
Jorge Ayulo
Denisse Díaz
Italo Vidal

Colaborador (Impresión 11)

Alfredo Kato

Diseño y diagramación

Manuel Rodríguez

Asesor periodístico

Juan Gargurevich

Agradecimientos

Martín Landeo (Caretas)
Proyecto Fotográfico de la
Comisión de la Verdad y la Reconciliación
Centro Cultural de la PUCP
Instituto Peruano del Deporte
Margarita Ramírez

Impresión no es responsable por las opiniones vertidas en los textos firmados

NIEBLA EN EL CAMINO

Nueva regionalización, ¿es peligrosa?

Poco se sabe de este proyecto descentralizador, que en general se sustenta en las estructuras de los Consejos Transitorios de Gobierno Regionales (CTAR)

Pavel Solís

Entre las muchas taras que ostenta la sociedad peruana, la centralización limeña siempre ha sido el trastorno que condena a segundo plano la situación económica, educativa y social de todo territorio más allá de los límites de la capital. Presente desde que Lima fuera llamada Ciudad de los Reyes y desmesurada desde los años 50, el gobierno de Toledo quiere atacarla, o al menos lo intenta, impulsando un nuevo proyecto de regionalización. La experiencia más cercana que tenemos de regionalización, es la tentativa del gobierno aprista de apenas 4 años de duración, que feneció con el autogolpe de Fujimori. Pero la que guarda mayor impacto, y terror, en el imaginario peruano es el desastroso endeudamiento de las regiones argentinas como una causa fundamental de la crisis económica que sufrió el año pasado.

Con todo, ¿qué es lo que se sabe de las propuestas del gobierno? En primer lugar, se crean 25 regiones para 24 departamentos y una provincia constitucional que empezarán a funcionar desde el 1 de enero del próximo año. En el proyecto de ley orgánica sobre las regiones se plantea que cada región podrá elegir su estructura y organización sobre la base de un modelo que deberá tener necesariamente un Consejo Regional (que normará y regularizará la gestión regional), una Presidencia Regional (que será órgano ejecutivo) y un Consejo de Coordinación Regional (que servirá de consulta y mediador entre las municipalidades de la



La hora de los frentes. Las fuerzas regionales que hoy protestan podrían participar directamente dentro de cada jurisdicción.

región), pudiendo agregar y crear cualquier otra instancia burocrática que considere necesaria. Será la misión de estos organismos manejar la gestión pública para el desarrollo de la región, de acuerdo con las políticas nacionales.

Ahora bien, al diseñarse la autonomía de gobierno -a pesar de que la creación de tributos regionales solamente podrá ser fijada por ley aprobada en el Congreso de la República-, cada región gozará de plena libertad para administrar y generar sus propias rentas -y aquí viene la salvedad- mediante las concesiones y autorizaciones que otorguen. Usufructuando servicios, empresas estatales, zonas francas, etc., tendrá carta libre vía PROINVERSION para ofrecer bajo criterio de la Presidencia y el Consejo Regional, a empresas nacionales o extranjeras, cualquier bien o servicio que se halle dentro de su jurisdicción. A su vez, se proponen mecanismos de cooperación entre las regiones y el gobierno nacional, con el fin de integrar y conformar macroregiones. Por lo visto, la relevancia que tendrá cada presidencia regional levantará aún más desconfianza, debido a que no se ha tomado en mayor cuenta para esbozar la estructura orgánica o el manejo económico que el precedente sentado por los Consejos Transitorios de Administración Regional (CTAR). Asimismo, tampoco ha habido un acuerdo entre los candidatos para definir un plan de manejo regional que

delimite un proyecto al mediano y largo plazo. El apresurado ritmo de ejecución de la iniciativa descentralizadora, sin mayor análisis o tiempo de debate con la sociedad civil -sea ONG's, universidades, gremios, etc.- acarrea que los votantes no sepan aún a qué le están entregando sus votos. O si realmente servirá de algo.

El problema substancial estriba en la poca confianza ciudadana en las clases dirigentes, lo que deriva que la viabilidad y permanencia de estos gobiernos hechos a la volada, sólo se defina en los resultados inmediatos de la gestión regional. Respecto a las partidas asignadas por el Presupuesto General de la República del 2003 a 24 regiones, sin contar la región autónoma de Lima, es poco probable que el incremento entre 5 a 8 millones de soles anuales pueda subsanar la

autonomía del manejo económico con respecto a las decisiones del gobierno central, como se pretende desde el inicio. De ser este el probable caso, el desgaste innecesario de la imagen del gobierno regional, que perderá tiempo más dinero en investigar proyectos de desarrollo y burocracia, echará a tierra una buena propuesta, que cayó en el deslíz de ser implementada velozmente, sin ninguna voluntad política para evaluar otros modelos y sin siquiera proponer un cronograma razonable y acorde a la complejidad que significa cambiar un estado centralista a uno federativo.

a19988195@pucep.edu.pe



La descentralización tiene que favorecer a los peruanos más pobres.

Así serán las nuevas regiones

Estructura orgánica

Presidencia Regional, Consejo Regional (instancia normativa y de fiscalización) y Consejo de Coordinación Regional (órgano consultivo y de coordinación con gobiernos locales y sociedad civil, establecido en la Constitución, pero aún no ratificado en la Ley Orgánica de Regiones).

Régimen económico

Promoción de la inversión privada nacional y extranjera para lograr el crecimiento económico de la región. Las concesiones y otras formas de contrato

estarán sujetas a las leyes vigentes.

Fondo de Compensación Regional

Parte del sistema de transferencias desde el Gobierno Central hacia las regiones. El 30% de estos recursos es generado por la privatización.

Endeudamiento interno:

Se realizará con cargo al patrimonio de las regiones. En caso de deuda externa, emisión de bonos y titulación de cuentas, será necesario el aval del Estado.

Fuente: El Comercio

CUESTION DE GÉNERO

Mujer y política, relación explosiva

En los últimos gobiernos, para bien o para mal, la presencia femenina ha ejercido una vital influencia

Katia Suárez

Recordemos algunas escenas: Martha Chávez intentando explicar que la tercera reelección del presidente japonés no era tercera sino segunda, Carmen Losada enfrentándose furibunda a un congresista de oposición para defender a su presidente. Recordemos a Luz Salgado, Martha Hildebrandt, Martha Moyano, ante la prensa. Son algunas de las geishas más conocidas que se convirtieron en "supermadres" de un régimen nefasto liderado en la penumbra por Montesinos.

Pensamos que fueron corruptas, aunque para algunos solo fueron militantes apasionadas y debemos disculpar sus errores políticos. Sin embargo, permitieron atrocidades y nunca aceptaron los excesos. Cumplían con su objetivo: defender a capa y espada a Fujimori, arriesgando su propia dig-

"la idea es valorar a la mujer como ciudadana. No se le da una curul por su condición de mujer, sino por su capacidad como funcionaria pública"

nidad y exponiéndose al ridículo.

¿Qué ocurre ahora con el entorno femenino más cercano a Toledo? Elianne, Doris Sánchez, no consiguen emular a las geishas del régimen pasado. No han adoptado la actitud detestable de las otras, que defendían lo indefendible, pero sería inteligente que sus declaraciones a la prensa no ocasionen tantos problemas, especialmente para el presidente Alejandro Toledo.

¿Cuál es el problema? ¿Toledo necesita de asesor a Vladimiro o unas ñustas más atinadas? La respuesta tal vez se encuentre en la imagen estereotipada de la mujer que todavía maneja la sociedad.

A decir de Norma Fuller, antropóloga especializada en estudios de género, "la imagen que se tiene de la mujer la acompaña en todo ámbito de su vida, especialmente en el terreno profesional. En la política no hay excepciones. Existe un mito en torno a su desempeño, negativo y positivo. Por un lado se le considera honesta y por otro, ca-

rente de capacidad de mando". Evidentemente, las geishas sirvieron aun fin. Se creó un escudo de rostros femeninos que demostraron una pasión exagerada por su presidente, con el fin de identificar a las masas con esta afiliación a prueba de balas. En algunos sectores de la población funcionó (unido a las donaciones que entregaba personalmente Fujimori). Siempre es más conmovedor observar a una mujer defendiendo a su jefe, que al poco carismático Absalón Vásquez.

¿Pero qué pasa con Elianne? Ella no es funcionaria pública, no ha sido elegida por nadie. Ella es la esposa del mandatario, pero al parecer no puede aceptar estar en un segundo plano.

Al respecto, Norma Fuller señala que "hay una confluencia de dos esferas, la de ciudadana y la de Primera Dama. Ella se resiste a ser un simple objeto decorativo como Primera Dama, y quiere ejercer sus derechos de ciudadana, quiere expresarse como cualquiera. Pero a pesar de renegar del cargo que por tradición ostenta, utiliza sus privilegios, y es una ciudadana que, como ninguna, tiene una tribuna abierta en los medios y sus opiniones son escuchadas. No puede manejar estas dos esferas".

Por tanto, Elianne no sabe o no quiere hacer distinciones entre lo que puede hacer como primera dama y su derecho a expresarse como simple ciudadana. No obstante, también hay intolerancia a esa actitud insumisa, conflictiva, que una sociedad machista no puede aceptar. Muestra de ello son las bromas acerca de la incapacidad de Toledo para manejar a su esposa: Toledo en una caricatura maltratado físicamente por su mujer: "Toledo pisado", "Toledo sacolargo".

Sea Elianne, las geishas o la mujer política más correcta, honesta y capaz, siempre se incluirá en la evaluación de sus actos una idea de lo que debe hacer una mujer. Fuller hace la distinción: "la idea no es relacionar la cuestión de género a la política, lo que se quiere conseguir es valorar a la mujer como ciudadana, olvidarnos de la cuestión de género en ese terreno. La mujer es una ciudadana más y no se le da una curul por su condición de mujer, sino por su capacidad y potencial como funcionaria pública".

a19988193@pucc.edu.pe

Eliane Karp suma a su rol político un cariz mitológico que linda con la huachafería. Derecha: En el pasado quedo la defensa cuasidogmática del oficialismo fujimorista. Hoy una es una mera utopía costumbrista.



Foto: Carrión



Foto: Carrión

FLOKLORE ANCASHINO

Huacanhuaasi, rosario en las alturas

La Virgen del Rosario, patrona del caserío de Huacanhuaasi, es celebrada en las alturas ancashinas. Los pashas, danzantes multicolores, inician la fiesta de dos días

Yeseline Martínez Dueñas

A cuatro horas desde Huaraz se encuentra el caserío de Huacanhuaasi, en la provincia de Caraz, distrito de Mato. Su inmenso cielo azul es un irresistible paisaje que no podemos olvidar. Cada año los días 6 y 7 de octubre el pueblo se viste de fiesta y abre sus puertas para celebrar la devoción a la Virgen del Rosario.

Nos embarcamos a esta hermosa tierra rodeada de montañas. Subimos desde la calle La Libertad donde se encuentran las combis y camionetas que nos dejan en la plaza huacanhuaasina.

El camino es un poco pesado pero la vista recompensa las pequeñas dificultades del viaje. En el camino ascendente vamos sintiendo los 3500 msnm en el ambiente y en nuestro cuerpo. El recorrido en carro dura una hora y a pie, si eres aventurero, alrededor de hora y media.

Domingo 6, apenas desembarcamos sentimos el ambiente festivo. Un grupo

de pashas -danzantes acompañantes de la Virgen del Rosario- con brincos, voces agudas y lúdicas, nos recibieron y arrastraron por la plaza. Antes de mediodía participamos de otra de sus antiguas, aunque para muchos no muy agradable, costumbres como la matanza de reses, todo un ritual que se lleva a cabo cada año.

Marcial Marchena León, alcalde del distrito de Mato, nos recibe con agrado e invita no solo a conocer el pueblo en días festivos como este sino durante todo el año. Cuenta que muy pronto el pueblo contará con más agua, tan necesaria en este lugar. Cerca se está construyendo una represa que abastecerá más a los caseríos del distrito de Mato.

El pueblo escoge a cinco mayordomos; uno de ellos es el principal. Este año le tocó Isaac Sarmiento. Cada pueblerino se prepara para celebrar y cumplir las antiguas costumbres. El ritual principal es la masiva y obligatoria asistencia a la misa de la Virgen del Rosario, muestra de devoción y fe.

El Rdo. Padre Elmer Ita desde hace tres años sube hasta Huacanhuaasi para celebrar la misa a la virgen. "Todo el pueblo se viste de fiesta, es muy devota y le tienen bastante fe a la Virgen del Rosario". Las más ancianas afirman que sus peticiones son escuchadas y que la virgen es milagrosa. La mayoría pide salud, otros una mejoría económica y, lo más importante, la deseada lluvia.

A la misa le siguen la matanza de los toros, la preparación del pan y la comida, un pequeño partido de fútbol en las alturas del pueblo, donde solo partici-

Fe y fiesta. La oración y el baile rinden culto a la Santa Madre huacanhuaasina.



Fotos: Yeseline Martínez

La Virgen del Rosario, cargada por los pashas. Estos graciosos bailarines son los responsables de dejar a la patrona en su lugar de descanso.

pan los varones. Las mujeres dan la bienvenida a la banda, luciendo sus mejores polleras avanzando por el camino hasta la plaza.

La preparación del pan se realiza muy temprano y a la manera antigua, en los hornos de adobe, piedra y cocinados con ramas de leña seca como el eucalipto abunda en todo el pueblo. Luego, cada mayordomo invita a los visitantes a compartir un momento familiar y a servirse los deliciosos platos típicos del lugar.

Castro cuenta que cada mayordomo debe matar uno o dos toros para la comida; se escoge el mejor ganado de la familia, que fue donado en la fiesta anterior por algún devoto familiar. Fermín Barrera, primo del mayordomo principal, donador de una robusta vaca narra el sacrificio de su mejor res donde tres o cuatro pobladores degüellan, despellejan al animal y beben su sangre para ser más fuertes y viriles. "Warmi no manda" (la mujer no manda) afirma Barrera.

Con la luz de la luna se inicia la misa de la víspera. Después de las palabras del Rdo. Ita, el pueblo sale a la plaza. Acto seguido, concursan las cuatro bandas de cada familia. Todos bailan en honor

a la virgen.

A medianoche estallan las ruedas, los castillos de varios pisos y luces multicolores; le siguen "la vaca loca" y "el cóndor loco". Todo esto en acompañamiento de las bandas musicales y del característico "calientito" o "caliche" (alcohol mezclado con emoliente). Se baila toda la noche y gana la familia que llegue hasta el final.

Lunes 7. A las 11 de la mañana se celebra la misa principal donde se escogen los mayordomos del año siguiente. Unos se ofrecen voluntariamente, otros son elegidos por el pueblo. Se hace una breve procesión alrededor de la plaza, con paradas en cada esquina y cambios de cargadores. Al término de la procesión, los pashas llevan a la virgen al interior de la iglesia. La imagen es puesta en su altar, donde descansará hasta el próximo año.

Es difícil despedirse de ella pero queda la esperanza de volver al año siguiente y reencontrarse con esta tierra.

SERVICIOS DE LA UNIVERSIDAD

Controversia por el seguro de renta

En el ciclo 2002-I, la PUCP incorporó a su sistema de seguros el Seguro de Renta Educativa. Pero la buena intención se vio empañada por el sistema de afiliación, que causó algunas molestias

Miguel Mejía

ATS & Asociados es el intermediario o broker entre la compañía de seguros Pacífico Vida y la Universidad. Alfredo Tosso Stay brinda, además, los seguros de patrimonio y vehiculares de la universidad por lo que su dedicación a la PUCP, dice, es "prácticamente a tiempo completo". Calcula que en el Seguro de Renta Educativa hay unos 16 000 alumnos afiliados.

¿Cómo llega ATS a los alumnos?

A través de la Universidad, bajo folletos informativos, correos electrónicos informando sobre el seguro y sobre la forma para contar o no contar con el seguro, que en este caso es bajo una renuncia.

¿Cómo renunciar a algo que no se ha aceptado?

Se renuncia a un seguro que se les está ofreciendo, que aún no se les había cobrado. El cobro vino después de que el alumno de una u otra forma manifestó su interés o desinterés. El plazo para la renuncia por Internet fue del 31 de Julio hasta el 10 de Agosto y bajo la matrícula presencial me parece que fue el 5 o 6 de agosto hasta el 15 de agosto.

¿Han aceptado renunciaciones fuera de ese plazo?

No. Se han estado evaluando renunciaciones de acuerdo al Consejo Universitario, de acuerdo a la situación de la persona, como matrícula fuera de plazo, renunciaciones de alumnos que están con préstamos o son huérfanos de padre y madre y no tenían persona a quien asegurar.

Alumna estuvo afiliada sin saberlo

Muchos alumnos desconocen la instauración del Seguro de Renta Educativa. Jimena Sánchez, estudiante de Derecho, se enteró de que estaba afiliada cuando revisó la segunda boleta. El semestre pasado ya lo había pagado pensando que era el Seguro de Accidentes.

Jimena, ¿por qué rechazas tu filiación a este seguro?

Es inconcebible que la Universidad te obligue a tomarlo sin consultarte. Los únicos seguros que se pueden imponer son aquellos obligatorios por ley. Además tampoco te informan debidamente de qué cubre o qué requisitos exige.

DOCUMENTO DE RECHAZO A LA FORMA DE AFILIACIÓN AL SEGURO DE RENTA EDUCATIVA

A través del presente documento, hacemos de conocimiento a toda Comunidad Universitaria de la Pontificia Universidad Católica del Perú y público en general, nuestro rechazo a la forma en que viene actuando la aseguradora ATS & Asociados y la autoridad universitaria competente, con relación al Seguro de Renta Educativa que se nos ha impuesto en contra de nuestra expresa voluntad.

A continuación precisamos nuestros motivos de rechazo:

1. - Nunca se nos preguntó si queríamos o no afiliarnos a dicho seguro.
2. - No merece nuestra confianza una compañía que afilie a personas en contra de su expresa voluntad.
3. - Si bien existe un Seguro Contra Accidentes aceptado tácitamente por la mayoría de alumnos, consideramos este un caso muy particular, debido a que es un servicio institucionalizado hace muchos años en la Universidad, a diferencia del Seguro de Renta Educativa, del cual pocos alumnos tienen conocimiento de que se trata y sus alcances.
4. - No nos parece correcto el argumento de ATS & Asociados de que los alumnos tenemos que haber renunciado al seguro para no ser considerados afiliados. Es decir tenemos que renunciar a algo que nunca habíamos aceptado.
5. - Siendo ATS & Asociados una supuesta empresa seria, consideramos que debió antes presentarse a la Comunidad Universitaria y ofrecernos una información detallada de los alcances del Seguro de Renta Educativa, cosa que nunca hizo.

Más de cien alumnos de la PUCP suscribieron este documento en contra del Seguro de Renta.

¿Y los que no tienen dinero?

Hay que tener en cuenta que los costos, los beneficios, las coberturas, todo, se avisó con un tiempo suficiente antes de que el costo venga en la boleta.

Una de las condiciones del seguro es que la edad del apoderado sea menor a 75 años...

Por eso es que a los alumnos se les dio la información respectiva para que en base a esa información tomen una decisión.

¿Cree que la difusión del Seguro de Renta fue suficiente para que los afiliados hayan "aceptado"

conscientemente?

Sí, el adecuado, pero no el suficiente. Podría, en este semestre y previo a la matrícula del siguiente, dársele más difusión al seguro para que el alumno tenga más conocimiento del producto beneficio que se está ofreciendo.

¿La matrícula por Internet le ha traído problemas?

Se que ha habido alumnos que no renunciaron por Internet porque no encontraron la opción a renuncia. Sin embargo la misma unidad de información de la universidad envió comunicación detallada de cuáles eran los procedimientos a seguir. Cerca dos mil quinientos alumnos renunciaron por Internet.

Se propone crear una opción de aceptación expresa.

debería informar a los alumnos.

Se ofreció una evaluación de las solicitudes

La Universidad te impone una cosa y ahora decide si acepta o no tu renuncia! Tu asumirás la responsabilidad, si el día de mañana tu padre fallece y no te acogiste al seguro. Eso es parte del respeto que tiene que haber entre las autoridades y los estudiantes. No nos pueden tratar como menores de edad, incapacitados para saber lo que nos conviene. El seguro debería ser facultativo y no obligatorio, que tu tengas el derecho de decidir en la matrícula si lo tomas o lo dejas, asumiendo tú la responsabilidad y las consecuencias.

6. - Nos indigna el apoyo que la autoridad universitaria, correspondiente a este tema, le otorga a ATS & Asociados para determinar las reglas y las maneras de afiliación.

7. - Rechazamos la actitud cómplice de nuestras autoridades y ATS & Asociados, para negarles la posibilidad de renuncia a los alumnos que tienen préstamo estudiantil aún en el plazo programado por ellos y empleando sus propias reglas, mencionadas líneas arriba. Esto nos parece indignante ya que se está aprovechando de una necesidad para conseguir más afiliados.

8. - Rechazamos también uno de los requisitos de dicho seguro, el cual contempla el límite de edad del tutor en 75 años, y encima cobrar aún los 46 soles a quienes no se hayan atendido a su llamada "renuncia" y tengan padres o tutores de dicha edad. Estos quedan excluidos de las bondades del seguro a pesar de que se les cobrará el monto propuesto por ellos.

9. - Todo ello desemboca en una falta de confianza de parte nuestra hacia ATS & Asociados y en el modo en que ha actuado la autoridad universitaria competente.

Proponemos:

1. - Que las autoridades universitarias que en el próximo Proceso de Matrícula incluyan un "icono" o "link" en el que se indique claramente si el alumno desea o no afiliarse al seguro. Y no valerse del método de aceptación tácita, el cual ha generado problemas tanto para los alumnos como para la aseguradora.
2. - En vista que nos encontramos ante un problema ya creado planteamos la siguiente solución: PRORROGAR el plazo de renuncia al Seguro de Renta Educativa para el presente semestre (2002-II).

Este seguro incluye a todos los afiliados desde el primero de febrero. Desde entonces, hasta que el alumno manifiesta su renuncia estuvo asegurado. Si le hubiera pasado algo a los padres durante ese periodo, ese alumno estaba protegido.

¿Su contrato con la universidad contempla un número base de afiliados?

Pacífico Vida solicitó una afiliación mínima entre el sesenta y cinco y setenta por ciento de alumnos. Se logró un sesenta y ocho por ciento y la compañía de seguros ratificó las condiciones y el precio para ese grupo de afiliados.

Si no se cumple ese mínimo...

La compañía seguros podría actualizar sus datos y habría un recálculo de los costos. O podría llevarnos al fracaso del programa y a la no aceptación de siniestros que puedan ocurrir de allí en adelante.

Los representantes estudiantiles han conversado con el Secretario General de la PUCP, quien manifestó que se daría un plazo extemporáneo para renunciar.

Tanto la compañía de seguros como yo estamos dispuestos a aceptar renunciaciones extemporáneas siempre y cuando lo acepte la universidad. Ya ha habido un cronograma de renunciaciones, si la universidad esta dispuesta a flexibilizarlo no habría ningún problema. Pero si hubiese una renuncia masiva podría peligrar el programa y por consiguiente los casos que en este semestre se han presentado.

a19988128@pucp.edu.pe

CONGRESO INTERNACIONAL

Iberoamérica estudió el periodismo digital, en la PUCP

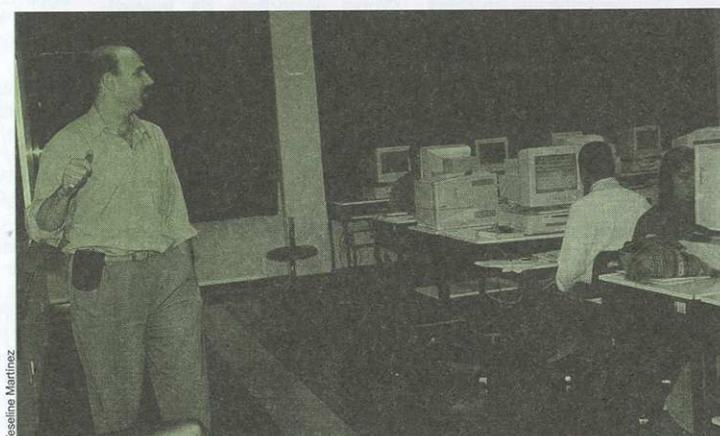
IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet reunió durante tres días a profesionales y académicos de las más importantes organizaciones

El periodismo en Internet se desarrolla a gran velocidad. Por eso, la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación (FCAC) ocupó tres días en estudiar el desempeño de esta nueva especialidad. El IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet, "Ética y calidad en el periodismo digital" (29-31 de octubre de 2002), nos ha dejado valiosas experiencias, renovadoras ideas y muchos retos por afrontar.

Tres conferencias principales a cargo de Julia Zapata, editora de BBC Mundo; Walter Napoli, editor de La Nación Line (Argentina) y Enrique Flor, periodista de la Unidad de Investigación de El Comercio, inauguraron cada jornada académica en el Auditorio de Humanidades. Cuatro mesas de trabajo (presentación de ponencias), y dos mesas de experiencias (de profesionales y estudiantes) fueron desarrolladas durante todo el programa. En las tardes, en paralelo, estudiantes y profesionales fueron ejercitados en talleres conducidos por Julia Zapata ("Géneros y formatos en el periodismo digital"), Darío Klein, editor de la AFP y corresponsal de CNN en Uruguay ("Periodismo de investigación, recursos para investigaciones periodísticas

sin salir de la oficina"), y Juan Carlos Luján, editor del portal El Comercio y profesor de la FCAC ("Búsqueda de información periodística en Internet"). Entre los ponentes estuvieron la investigadora mexicana Lizy Navarro; Gerardo Albarrán, director del portal Sala de Prensa; el académico español Nicolás Lorite García; el profesor venezolano Ángel Paez; y Nidia Cerna, jefa de contenidos de la Red Científica Peruana. Asimismo, participaron los profesores de la FCAC Juan Gargurevich, Carla Colona, Juan Carlos Luján y Eduardo Villanueva. El encuentro internacional fue organizado por la Especialidad de Periodismo de la FCAC y la Sociedad Iberoamericana de Periodistas e Investigadores de la Comunicación Digital, con el auspicio de la Embajada Británica, el Consejo Británico, el Programa Medios de Comunicación y Democracia de la Fundación Konrad Aeadner y el portal Sala de Prensa.

Ponentes. Elías Machado, Boris Ramírez, Rosa Zeta, Juan Carlos Luján, Lizy Navarro, José Alfonso da Silva, Armando Santana y Darío Klein, quien además dirigió un taller (derecha).



LIZY NAVARRO, INVESTIGADORA MEXICANA

"Hay que revertir la situación del indigente mediático"

Según la doctora Lizy Navarro, profesora de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Internet ha creado una nueva figura: el indigente mediático. Para la estudiosa, el indigente mediático sabe que existe Internet y su capacidad de información, pero no puede acceder a esta tecnología por limitaciones económicas y de idioma. Sin embargo, la información digital lo afecta de modo personal.

En su ponencia, realizada el primer día del IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet, Navarro analizó estas y otras características de los medios de comunicación mexicanos en la red. Para ella, estos no aprovechan todas las posibilidades de Internet, como los archivos de audio y video, la interactividad, la profundización, la personalización, la disponibilidad que tiene el usuario con relación al medio.

Afirmó que sólo el 21% de medios mexicanos en Internet aprovecha estos recursos, como Reforma, El Universal y El Economista. El perfil del usuario mexicano es un joven de 25 a 35 años, perteneciente a la clase media, con una educación medio o superior, que está interesado en leer las noticias, tiene los medios para acceder a éstas, pide más y perdona menos.

En la mesa de trabajo se cuestionó la labor de los 'ombudsmen', defensores del lector en los medios. A la pregunta sobre el rol de los 'ombudsmen' mexicanos, Navarro señala que ellos no han podido cumplir su labor a cabalidad debido a los dueños de los diarios. De este modo, su libertad se ve coartada y su capacidad de crítica disminuida; el propietario no lo deja actuar, y por último, lo despiden.

GERARDO ALBARRÁN, DIRECTOR DE SALA DE PRENSA

"La deontología periodística está por encima del medio"

Gerardo Albarrán, director de la revista electrónica Sala de Prensa, que reúne artículos académicos sobre el periodismo, ofreció la ponencia "La figura del ombudsman del lector en los diarios digitales" en la primera mesa de trabajo del IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet.

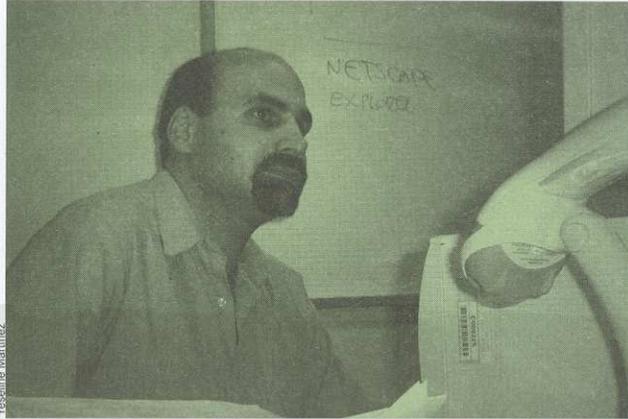
A pesar de que la figura del 'ombudsman' no es conocida en nuestro país, Albarrán refirió que medios de Brasil, primero, y de países como Colombia y Ecuador cuentan con 'ombudsmen' del lector. Como se sabe, la figura del ombudsman o defensor del lector, ejerce la representación del público ante el medio, gestionando las quejas particulares y velando por una adecuada cobertura periodística del medio. Este cargo puede ser ejercido por periodistas o por personas

reconocidas ajenas a las redacciones. Albarrán señaló que el periodismo, más que a personas, está dirigido a ciudadanos, a comunidades y que, además, la ética está por encima de cualquier medio por donde se transmite información. En el caso del periodismo digital, indicó que existe un único caso de 'ombudsman': Dan Fisher, quien cumplió esta misión durante trece meses en msnbc.com recibiendo quejas de los lectores, las cuales eran similares a las que se hacen a los medios escritos.

Antes de finalizar, Albarrán se refirió brevemente a la formación de periodistas en las aulas universitarias, a las que critica severamente por orientarse a los estudios múltiples de la comunicación. "El último lugar donde buscaría periodistas es en las universidades", aseveró.

DARÍO KLEIN, PERIODISTA URUGUAYO

"El periodista no puede quedarse en lo digital"



Yesseline Martínez

Bruno Rivas

Klein dirigió un taller sobre investigación periodística en Internet.

Darío Klein ha trabajado en todos los medios: programas de radio, revistas y diarios, en Uruguay. Colaboró en el lanzamiento de la página web de la CNN, fue su editor y actualmente es corresponsal y editor de la AFP uruguaya. Esa experiencia lo capacita para analizar el nuevo medio: Internet.

¿Internet funciona mejor como medio o como herramienta de investigación?

Es un nuevo medio de comunicación porque crea sus propias reglas y características, y también una herramienta. Cumple las dos funciones muy bien, una peculiaridad que no tienen otros medios.

Como periodista de investigación, ¿Internet es una de sus principales fuentes?

Claro, es la posibilidad de comunicarse con fuentes, periodistas e información de todo el mundo, consultar bases de datos, fuentes de información, documentos. Es como tener la biblioteca nacional en casa de uno, como herramienta de trabajo es muy útil. El periodista que no está utilizando Internet está en un 50% de sus posibilidades.

¿Se puede hacer un producto rentable en la Web?

Por supuesto, porque se puede hacer con poca gente y enormes posibilidades comerciales. Todavía

CARLA COLONA, INVESTIGADORA PERUANA

Profesora de la PUCP presentó trabajo sobre cabinas públicas

La exposición de Carla Colona, coordinadora de la Especialidad de Publicidad de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación (FCAC) parte de una investigación sobre los usos de las cabinas públicas en Lima. '¿Qué es lo que pasa al interior de dichas cabinas?' es la pregunta principal del trabajo "Investigación cualitativa sobre la integración de la tecnología en la vida cotidiana en una sociedad latinoamericana".

El estudio arroja cuestiones que muchos intuyen, pero que deben ser comprobadas para ser entendidas correctamente. Colona parte del concepto de "ser moderno", basándose en la percepción que los usuarios tienen sobre esta sentencia en virtud de las nuevas tecnologías.

Los cibernautas dicen sentir una libertad individual para satisfacer cues-

iones personales: acceden al chat, correo electrónico, información y cultura indistintamente, de acuerdo a su edad. Dicha posibilidad, además, les plantea una nueva forma de concebir el tiempo; los lapsos se vuelven más rápidos: la sensación de querer verlo todo y no poder hacerlo por falta de tiempo, lo que se traduce en una carencia económica. Ello genera insatisfacción, ansiedad y frustración. Las cabinas les venden tiempo.

Otro aspecto importante es que el internet crea cambios en la sensibilidad ética, ello surge ante la posibilidad de recibir información falsa. Además, Colona señala que el sujeto se siente activo, pero que esta interactividad no se da igual en hombres y mujeres, pese a que la gran mayoría usa las cabinas para acceder igualmente al entretenimiento.

GERARDO ALBARRÁN, DIRECTOR DE SALA DE PRENSA

"Internet no ha inventado nada nuevo en periodismo"

Lorena Espinoza

Sala de Prensa, el sitio web académico sobre periodismo, debe su éxito a un reconocido profesional: Gerardo Albarrán. Periodista y profesor de la Universidad Autónoma de México, explica cómo Internet no reformula al periodismo, sino que ofrece un nuevo lenguaje.

Usted ha hecho una crítica a la enseñanza del periodismo. ¿Cuáles son las cualidades de un buen periodista?

Debe ser alguien acostumbrado a preguntarse por qué ante todo, que no se quede satisfecho con la primera respuesta y estar dispuesto a un gran sacrificio personal. Es muy difícil tener una vida propia y ser periodista a tiempo completo. Es una profesión con índices de divorcio, desintegración familiar y alcoholismo muy altos, porque es absolutamente absorbente. Además debe tener un nivel cultural muy alto y dominar técnicas de investigación y herramientas tecnológicas. Me refiero al periodismo asistido por computadora, al periodismo de investigación en general. Hoy el periodista debe saber usar la computadora como algo más que una máquina de escribir de 2000 dólares. Y la especialización es básica; si vas a hacer periodismo político, estudia política, si vas a hacer periodismo ecológico, estudia ecología.

¿Qué se necesita para hacer periodismo en Internet?

Exactamente lo mismo y aprender el lenguaje de Internet. El periodismo no se inventó con Internet. Internet no está inventando nada nuevo en términos de periodismo pero sí un lenguaje específico y dinámicas de trabajo distintas.

¿Cuáles son estas características de este lenguaje?

La interactividad, la inmediatez, el multimedia, el hipertexto, es algo que está en evolución apenas, está inventándose.

Finalmente, ¿cómo surgió el sitio web Sala de Prensa?

Sala de Prensa nace a partir de mis lecturas electrónicas. Yo inicié un

curso para periodistas en México y tenía una serie de lecturas en un diskette. Localicé a los autores y editores, y les pedí permiso para poner este material en un sitio web para darle acceso a los alumnos. Así fueron los primeros meses. Empezó a entrar gente de otros lados y con el tiempo empezó a llegar material. A estas alturas el 95% o más de lo que publico es material que ya me envían y lo que hice fue crear un concejo de redacción, un concejo editorial que me ayuda a leer los textos y a calificar su pertinencia para publicarlos o no. Esa es la dinámica que se tiene ahora.

a19957098@pucc.edu.pe

Albarrán expuso sobre el papel del ombudsman en los medios digitales.



Yoseline Manríquez

ÁNGEL PAEZ Y CAROLINA IRRIBARREN

"Estamos sobrevalorando Internet, hay que pensar en el futuro"

Ángel Páez y Caroline Irribarren docentes e investigadores de la Universidad del Zulia, Venezuela, disertaron sobre la influencia de Internet en los mecanismos de gobierno.

La conferencia "Ciberperiodismo y gobierno electrónico: los sitios de gobierno digitales como un nuevo espacio de interacción, flujos y redes" fue una reflexión e investigación sobre el gobierno electrónico en Venezuela. En este sentido el trabajo multidisciplinario es fundamental.

En el ciberperiodismo, en cuanto a la industria de la información, se pueden señalar cuatro tipos de periodista: el buscador de información, el free lance digital, el asistente de información en la redacción -que es quien garantiza la interactividad- y el llamado ciberperiodista.

En cuanto a los contenidos encon-

tramos al broker de información, el web master, auditor de información que genera la información para las empresas. El generador de contenidos debe tener una formación fundamentalmente periodística, buena redacción y criterio para seleccionar los mensajes.

En Venezuela existen los llamados 'niveles de gobierno electrónico'. Se usan en beneficio de la población; son el informativo que debe estar presente en la web, la interactividad que se basa en la comunicación entre los ciudadanos y el comercio, la transacción y la transformación.

Ángel Páez, académico y consultor en comunicación organizacional, será el organizador del próximo Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet en la Universidad del Zulia, Venezuela.

EMILIO FILIPPI, PERIODISTA CHILENO

"Los sitios web deben conocer a sus usuarios"

"Ningún sitio web puede decir que conoce a sus usuarios" sentenció Emilio Filippi en su ponencia titulada "¿Conoces realmente a tus lectores?". El periodista chileno aduce que en la mayoría de casos se trata a los lectores como una masa, y no como ciudadanos con necesidades que, por ser desconocidas, no son satisfechas. Periodista de vasta experiencia, Filippi es director Ejecutivo de Newsmarket, matriz de Chiletech.com, portal chileno de tecnología.

En la actualidad los usuarios de la World Wide Web ya no se lanzan simplemente a navegar, sino que ingresan a en busca de funciones específicas. Por eso es necesario que una empresa conozca a sus usuarios, porque así va a poder diferenciarlos, darles mensajes personalizados, y lograr una 'fidelización'.

Es relativamente sencillo desarrollar un medio en Internet. No obstante, la competencia es feroz. Es, por tanto, el conocimiento de los usuarios lo que ofrecerá mayores herramientas para el éxito. Se trata, por tanto, de una materia estratégica.

Filippi mencionó a la Customer Relationship Management (CRM), una serie de estrategias a largo plazo que buscan que el cliente se sienta único para su empresa; esto garantiza una fidelidad. Este programa también recomienda crear bases de datos específicas con las preferencias personales de cada cliente.

Con la frase "el ciudadano es el rey" Filippi cierra su exposición y deja en claro que el éxito de una empresa digital se encuentra en su capacidad de lograr que el cliente se sienta único y especial.

JUAN CARLOS LUJÁN, EDITOR DEL PORTAL EL COMERCIO

"La idea es mostrar lo que se tiene en una pantalla"

Dampier Paredes

Juan Carlos Luján, editor del portal El Comercio y profesor de la FCAC, comparte la experiencia de este medio de comunicación y comenta la situación del periodismo de Internet en el Perú.

¿Cómo ha evolucionado el periodismo de Internet en el Perú?

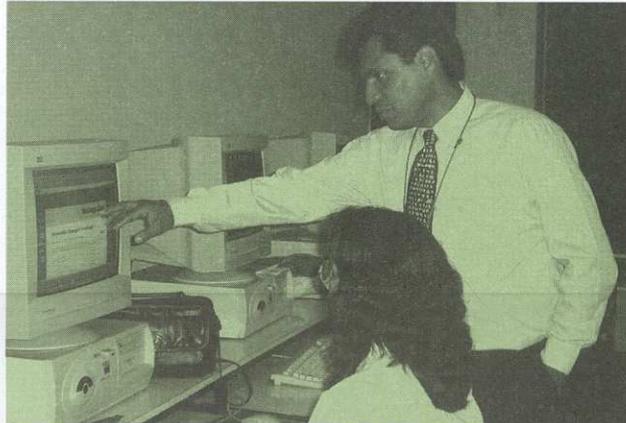
Ha sido gradual. A veces con errores, como dejar la administración del contenido en manos de un ingeniero, relegar la función del periodista a secundar la labor del ingeniero. También hay más diarios de provincia en la Internet, con limitaciones que esperamos que puedan superar. Es un tema de inversión.

¿La diagramación de un sitio web es importante para su posicionamiento?

El usuario de una página web entra para informarse. Más allá de querer ver los gráficos, lo que busca es información en texto. El portal puede ser muy atractivo para alguien que vive en provincias y no ha leído la versión impresa o quien está en Japón y desea leer sobre lo que pasa en el Perú.

¿Por qué los algunos internautas prefieren El Comercio?

Según los estudios de Apoyo, Opinión y Mercado, El Comercio es el medio líder en Internet. Sencillamente porque está en la



Luján condujo el taller de búsqueda de información en Internet.

plataforma informativa del diario y tiene una serie de productos innovadores.

La crítica coincide en que es demasiado desordenado.

Nada está hecho al libre albedrío, todo está hecho según los estudios de 'usabilidad' de páginas web, desarrollados por Jacob Nielsen. El Comercio es un portal que maneja mucha información, para diversas edades. Mostrar todo en la primera página es imposible. La idea es mostrar todo lo que se tiene (respecto a un tema) en una pantalla.

Desde 1996, ¿cómo ha evolucionado el portal El Comercio?

En 1996, era sólo la página web de El Comercio. Hoy es

Elcomercioperu.com, una empresa independiente que maneja sus propios ingresos. En cuestión de rediseño, sólo se le ha hecho retoques, pero no ha cambiado al 100%.

¿Cómo trabaja el equipo de periodistas de El Comercio?

Elcomercioperu.com es el portal con las noticias del momento. Se redactan en el momento, tomando como fuente los canales de televisión, la radio, los diarios de Internet y el contacto con los lectores. Los periodistas que trabajan conmigo, un número de 12, hacen de todo: los boletines, newsletters, especiales informativos.

a19983238@pucp.edu.pe

OCIORAMA ON LINE MAGAZINE

Alumnos de la UFRO publican revista digital autogestionada

"La Internet es nuestra, la hacemos los usuarios" fue la frase final de la exposición de Juan Carlos Araya, productor de Ociorama on line magazine -revista digital de cultura y entretenimiento- y estudiante de la Universidad de la Frontera (UFRO), de Temuco, Chile. El énfasis de su presentación estuvo en la independencia del periodista frente a las grandes empresas esclavizantes y las posibilidades que Internet ofrece al respecto.

Ociorama on line magazine es la única revista producida independientemente por alumnos de la Escuela de Periodismo de la Universidad de La Frontera. "Somos un medio totalmente autogestionado, creo que hay que resaltarlo, y eso nos convierte en

un gran aporte", afirmó Araya.

El estudiante de la UFRO narró el origen y las transformaciones del magazine. Contó cómo al buscar un producto más rentable se había realizado constantes cambios en este sitio web. "Es necesario crear un producto más atractivo y para eso se debe pasar por un período de autocritica", recaló el universitario chileno.

Una de las grandes metas del equipo de Ociorama es conformar una empresa independiente que ingrese a otros medios, como la radio y la prensa.

El móvil de los jóvenes estudiantes, para lograr esta meta, es el deseo de descentralizar la información, impulsando los sucesos de la Novena Región, en la que se encuentra Temuco.

JULIA ZAPATA, EDITORA DE BBC MUNDO

"El periodismo digital no debe descuidar los valores éticos"

Luego de inaugurado el IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet, la periodista mexicana Julia Zapata, editora del portal BBC Mundo iniciaba la jornada académica con la conferencia "La imparcialidad duele". Jacqueline Fowks, organizadora del encuentro, resaltó -además de la carrera de Zapata- el papel que desempeña la BBC en del periodismo digital. La periodista mexicana comenzó la exposición indicando que la BBC tiene como norma ofrecer al público la mejor información obedeciendo determinados valores éticos. Estos principios, sostuvo, también deben ser aplicados en el mundo digital.

Entre los valores éticos destacan, como los más importantes, la objetividad, la

precisión y el respeto por la vida privada. Empero, Zapata aclaró que la objetividad periodística no existe totalmente y que muchas veces se debe elegir entre la primicia o la confirmación de rumores, a fin de ser lo más preciso.

Zapata además reiteró la importancia del receptor para la BBC, ya que el público se comunica con ellos y les hace saber cuáles son sus prioridades. Finalmente, la editora de BBC mundo postuló que el periodista digital debe dar al cibernauta una información veraz, tratando de ser lo más objetivo, a fin de que la gente logre interpretar adecuadamente la realidad.

Julia Zapata condujo un elogiado taller sobre géneros y formatos digitales.



Yesseline Martínez

WALTER NAPOLI, EDITOR DE LA NACIÓN LINE

"Más que cantidad, calidad"

Esfuerzo constante para presentar algo diferente en Internet fue una de las principales conclusiones del conferencista Walter Napoli, periodista argentino editor de La Nación Line, en el IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet.

Para Napoli, con la introducción de la computadora se ha perdido el "boceto mental", es decir, la guía que surge en nuestras conciencias antes de escribir. Este boceto mental existía cuando nos encontrábamos frente a las ya desechadas máquinas de escribir: pensábamos en el inicio, el cuerpo y el final de la nota que escribíamos.

Ahora, recién cuando estamos frente a la computadora pensamos en lo que vamos a escribir y a través de los buscadores indagamos el contenido que vamos a utilizar.

Internet permite realizar cosas nuevas.

Debemos usar sus herramientas para crear páginas originales y únicas, que nos diferencien del resto. Que brinden valor agregado: una distinción que crea una brecha con las demás?

Ante la ausencia del boceto mental, debemos pensar mejor en los contenidos, para brindar un mensaje de calidad y no uno pobre o "copiado" que a fin de cuentas no dice nada.

El conferencista argentino destacó la importancia de la creatividad en la presentación. Las infografías vivas (que no sean estáticas), las fotografías atractivas, el factor visual y auditivo son cruciales para presentar un sitio web único. Así los usuarios no navegarán de página en página sin quedarse en una; se mantendrán en una que les brinde información de modo entretenido y creativo.

Walter Napoli fue el conferencista principal el último día del evento.



ENRIQUE FLOR, PERIODISTA DE EL COMERCIO

Bases de datos en línea posibilitaron descubrimiento de falsificación de firmas

El 29 de febrero del 2000, El Comercio reveló la falsificación industrializada de firmas para la inscripción del grupo político Perú 2000. Para esta investigación, se utilizaron intensivamente las bases de datos en línea de organismos del Estado e instituciones privadas.

Enrique Flor, periodista de la Unidad de Investigación de El Comercio relató en el IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet, cómo en tres semanas se hizo el exhaustivo trabajo. Por el testimonio de uno de los involucrados, Flor supo cómo se falsificaban las firmas, mas no la identificación de quienes lo hacían. Algunos nombres y teléfonos sirvieron para comenzar.

La exposición constituyó la conferencia principal "Usos de bases de datos en línea: el caso de la falsificación de firmas", el segundo día del encuentro.

Ingresar esta información en las guías telefónicas fue el primer paso en el uso de base de datos. Así pudieron conocer los domicilios y los nombres de las personas a quienes pertenecían. Luego obtuvieron las fotografías de quienes estaban implicados a través del servidor del Registro Nacional de Identificación.

El conferencista resaltó que el mejor trabajo on line es el que se hace off line, ya que a partir de un buen trabajo de calle, se puede buscar en la red. Entre las bases de datos consultadas por el Enrique Flor estuvieron las de Infocorp, RENIEC, Registros Públicos de Lima y Callao, y la guía de abonados de Telefónica del Perú, todas disponibles en la red.

Enrique Flor destacó el aporte de Internet al periodismo de investigación.



Yesseline Martínez

LA PANTALLA INDISCRETA

La intimidad es el límite

Cómo la televisión invade la vida privada de algunos y violenta la susceptibilidad de muchos

Gloria Silva Schroder

Desde hace mucho tiempo, somos testigos de la guerra de la televisión, donde cada conductor, periodista o animador acostumbra sacar al aire los trapitos sucios del enemigo de la competencia. Una batalla que, al final de cuentas, sólo perjudica al televidente, porque se relega el acontecimiento relevante por el chisme banal.

Todos conocemos la descarada tendencia de mostrar la vida privada de los personajes públicos y la respetadísima curiosidad de la audiencia por la intimidad de los famosos. Ante esta situación surgen algunas inquietudes: ¿Por qué es posible publicar la vida íntima de alguien sin mayor reparo? ¿Por qué las personas ven estos programas? ¿Qué podemos hacer?.

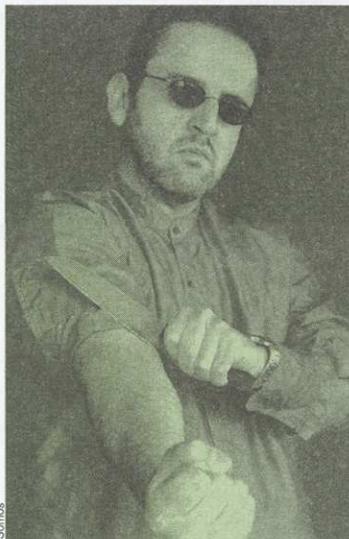
Para empezar, existe una libertad de información y una libertad de opinión. El abogado constitucionalista Aurelio Silvera, explica que podemos difundir un hecho siempre y cuando sea relevante y real. Pero la libertad de información tiene un límite: si lo cruzamos cometemos delito difamación (injuria pública, así se refiera a una verdad). El abogado entiende que las personas

"Sobre todo debe respetarse las opciones sexuales, religiosas, políticas y los estados de salud"

públicas (los famosos) siempre despiertan interés en la audiencia. Sin embargo, los medios de comunicación deben respetar siempre tres condiciones: que la información sea de interés público, que sea veraz y que la opinión no devenga en insultos ni difamaciones. Estos son los límites legales. Debe respetarse, sobretudo, las opciones sexual, religiosa, las preferencias políticas y los estados de salud de las personas.

Rosa María Alfaro, investigadora y secretaria ejecutiva de la Veeduría Ciudadana de Comunicación Social, advierte que el respeto a la intimidad no ha sido tratado en la ley de telecomunicaciones como sí en la Constitución Política. Para los medios, sin embargo, lo único que prevalece es el 'rating'. "La competencia por el rating se une a apetitos destructivos entre personalidades narcisistas", sentencia Alfaro.

El crítico de televisión Fernando Vivas



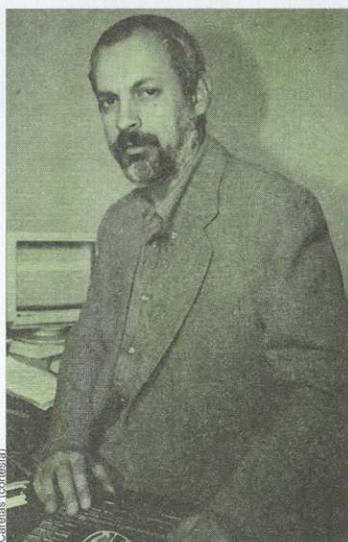
Somos



Caretas



Debate



Caretas (cortesía)

sostiene que se ha ampliado la permisividad porque se ha dejado atrás los prejuicios. Ahora todos dicen lo que quieren, sin límites, y hay más espacios para esa expresión. "No nos debe de sorprender", dice Vivas, ya que esto ha existido siempre, sólo que actualmente se ve de manera clara y directa. "Los medios ahora tienen que romper" señala Vivas, es decir tener efecto inmediato. Lamentablemente esto ha devenido en lo más fácil: el apego por la sordidez de lo íntima.

La vida privada de los personajes públicos siempre será de nuestro interés, así lo neguemos. Al respecto, Rosa María Alfaro resalta que "la curiosidad humana existe y la morbosidad también, más aún si significan

Criticados y críticos. Mientras los unos se agarran a arma blanca por el preciado rating, los otros aún tienen la esperanza de que la televisión suba el nivel.

confrontaciones". A esto se agrega el problema de una pobre oferta de los medios de comunicación. No obstante Alfaro piensa que "hay gente que está cambiando de manera positiva, y algunos periodistas ya están reconociendo sus errores, como Beto Ortiz". Somos testigos de los excesos de la televisión y frente a esto, las posibles soluciones requieren el apoyo de los anunciantes, los comunicadores y el público.

a19988755@pucp.edu.pe

Televisión y vida privada

Alfredo Kato *

La vida privada de cada persona merece el mayor respeto posible y, sin embargo, diariamente la televisión - a través de programas de chismes que surgieron en la década pasada y que, tal como "Magaly Teve" y "Dios nos Libre de Beto Ortiz", sobreviven todavía - cree tener el derecho de invadir impunemente la vida privada de la gente, especialmente los artistas, sin que los hechos que éstos protagonizan sean motivos de índole pública.

Qué nos importa que una bailarina haya tenido un encuentro íntimo en un hostel, como lo dio a conocer la "colega" Magaly Medina con un video logrado al mejor estilo SIN y del que ella se vanaglorió como si se tratara de una verdadera gran primicia; o que una conductora de televisión comparta con su madre, tal como lo reveló un reverendo desconocido al que Beto Ortiz hizo sentir una celebridad por unos escasos minutos, el amor de un mismo hombre.

En ninguno de los dos casos, sus protagonistas han actuado fuera de las cuatro paredes de un local particular y, por lo tanto, no son escenas que hayan sido captadas en la calle o, hablando expresamente del segundo tema, algo que haya sucedido delante de las miradas de extraños. Aunque puedan ser verdades, son cosas privadas no públicas y, lógicamente, lo que tanto Medina como Ortiz han hecho en sus programas no tiene justificación.

Pero eso sí, hay explicación: los dos conductores -de los que Dios debería librarnos (ojo, que estamos jugando con el nombre del programa de Frecuencia Latina y no hay una segunda intención)- han buscado el escándalo, han explotado el morbo de la masa, han provocado shock, solo con el propósito de conseguir rating y que, al día siguiente, la gente hable y los tableoides "chicha", grandes "tontos útiles" que les sirven como caja de resonancia, les dediquen sus coloridas primeras planas. Magaly Medina y Beto Ortiz trasuntan malicia y mala fe.

Es necesario que retorne el respeto a la vida privada y si bien la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA) ha redactado un Código Unificado, los medios de comunicación no parecen darse por enterados y eso que algunos de sus directivos han participado en su elaboración y, asimismo, han suscrito el deseo de sujetar sus programaciones a lo que señalan sus artículos. Sería interesante entonces que cada televidora tomara conciencia del daño que viene haciendo y elaborara su propia tabla de valores morales.

* Periodista y profesor de la FCAC

GUSTAVO RODRÍGUEZ

"La publicidad peruana es mediocre"

Reconocido creativo advierte un problema de vocación publicitaria

Omar Guerrero

Gustavo Rodríguez, gerente creativo de la agencia Quórum, es un reconocido publicista e incipiente escritor. Autor de numerosas campañas sociales, políticas y comerciales, tiene bastante que decir respecto a la publicidad. En algunos casos, críticas incisivas.

La inversión publicitaria ha bajado bastante. Esto motivó incluso la campaña "Haga Publicidad" de la Asociación Peruana de Agencias de Publicidad (APAP) ¿Qué opinas?

La publicidad en el país se encuentra en un estado estable pero a la vez crítico. Una sola agencia en Brasil factura lo que todas en Perú. Chile, que tiene menor población que nosotros, tiene una agencia que factura la mitad de todo nuestro mercado. La publicidad, definitivamente, refleja la situación de cada país. Desde este punto de vista, la campaña de "Haga Publicidad" no ha funcionado para nada. En época de crisis, la forma para catequizar la publicidad como efectiva sería presentar en casuística. Es decir, presentar casos concretos donde se demuestre que la publicidad funcionó y por qué. Así la gente se siente segura, porque meter miles de dólares a una campaña es una decisión racional. Se tiene que presentar un spot con cariz racional.

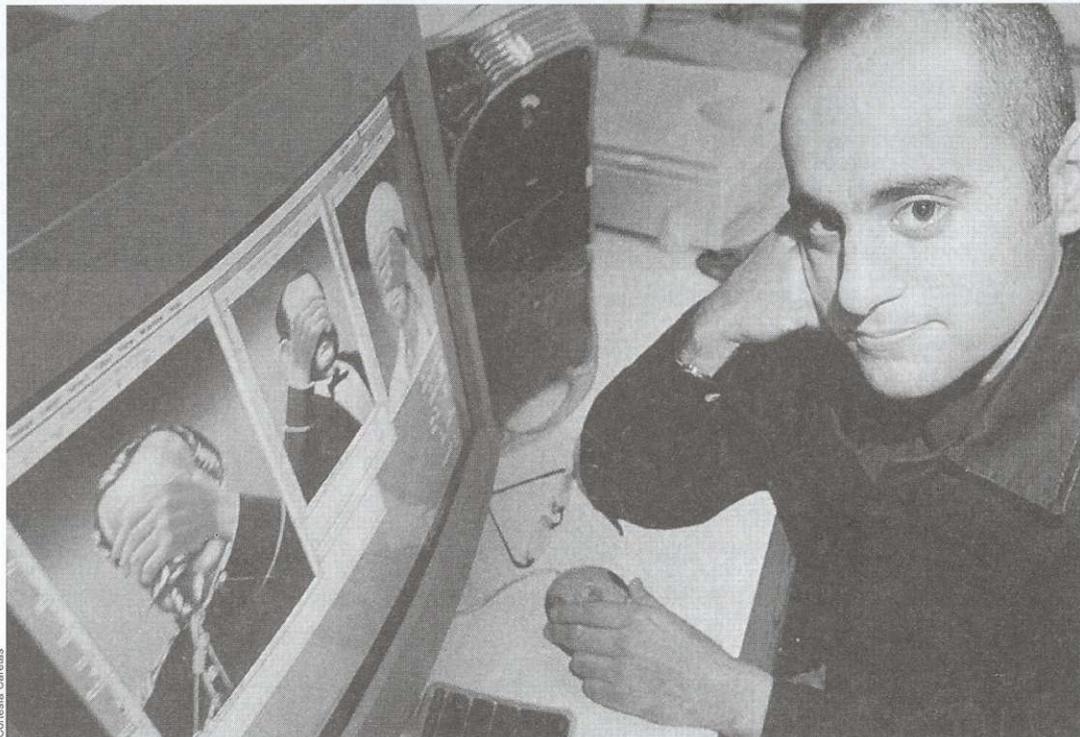
En la publicidad peruana, ¿encuentras alguna característica distintiva?

Una mediocridad constante. No tenemos la peor publicidad en Latinoamérica pero tampoco estamos en la delantera. Ante los ojos del mundo no somos una buena vitrina, no nos vendemos bien. Si no vendemos bien nuestro pisco, imagínate lo buenos publicistas que somos.

"En crisis, o eres audaz o reservado. La falta de plata no es excusa para no hacer buena publicidad"

¿A qué se debe esto?

Son muchísimos los factores que se pueden resumir en dos. Primero, los creativos somos poco rigurosos con nuestro estándar. No nos amanece para sacar la mejor idea. Son muy pocos los que tienen esa vocación. Tres o cuatro según conozco. En segundo lugar, la crisis hace que los clientes sean más temerosos con sus inversiones. En crisis, o eres audaz o reser-



Cortesía Carrebas

vado, dependiendo del cliente. Sin embargo, la falta de plata no es excusa para no hacer buena publicidad. En los años 80, las agencias catalanas no tenían el presupuesto que tenía Madrid e hicieron buenos comerciales de estilo minimalista. Ganaron premios internacionales e impusieron ese estilo en Europa y el mundo. La cuestión es tener un concepto fuerte.

En cuanto a la educación, ¿qué opinas de la enseñanza en los institutos y universidades?

Me inclino más por los egresados de universidades porque éstas le dan al alumno un rigor analítico, los acostumbran a leer grandes cantidades de textos y sintetizar, y a que salgan buenos analistas y planificadores estratégicos, gente con ese tipo de disciplina. Obviamente, ninguna universidad les va a dar el brillo creativo. Lo que falta es gente que salga con cierto recorrido creativo publicitario. Los mejores creativos no están enseñando en ninguna universidad o instituto. Quizá sólo formamos en nuestras agencias.

¿Qué piensas de Internet como medio para la publicidad?

La publicidad típica va a perder preponderancia en unos años porque la mejor publicidad es la que no parece. La publicidad actual te pone en guardia, te pone a pensar: "¿qué me quieren vender ahora?". Desde ese punto de vista, Internet ofrece posibi-

En el 2000, Rodríguez utilizó su talento para enfrentar a la dictadura (campaña de los heroes indignados). Hoy, habla pausado sobre los grandes retos del publicista peruano.

lidades para los consumidores porque eligen lo que quieren y querrán desperdiciarse de la publicidad. Sin embargo, también es un gran campo de oportunidades. Ahora está en los albores, porque vemos "banners", esos tipos de letreros que no llaman la atención.

También has incursionado la publicidad política.

Mi socio y yo apoyamos a Alejandro Toledo cuando se enfrentó a Fujimori. Hoy algunos nos culpan, pero cuando las cosas se dan... Decidimos encarnar en Toledo la imagen del descontento contra la dictadura, lo cual fue sencillo. Hay una gran diferencia entre la publicidad comercial y la política. Cuando haces un comercial, ves todos los ángulos del producto y muestras la imagen que deseas para que sea atractiva. La gente va, la compra y asunto arreglado. En publicidad política, pones el producto en el anaquel, la gente lo va a coger y el producto habla. Ese tipo de cosas, la publicidad no puede controlar. Es necesario un equipo de asesores y comunicadores, además de la publicidad.

Por otro lado, eres escritor. ¿Tu condición de publicista ha influi-



Herbert Hojquin

do en esta faceta?

Quizás. Si me preguntan "¿qué es lo que más me gusta hacer en la vida?", lo puedo decir en una sola palabra: sorprender. A mí me gusta sorprender a la gente jugando con detalles, bromas. La publicidad me cayó como anillo al dedo porque hago mi comunicación tratando de sorprender al televidente. De alguna manera, eso lo he trasladado en la literatura.

a19991204@pucp.edu.pe

PENURIAS DE UN ESPECTADOR PERUANO

Muerto de cine

Una revisión de la cinematografía nacional de los últimos años, de los errores de siempre y del inmerecido apoyo por parte de la crítica

Bruno Rivas

Sí, tengo que admitirlo, soy de los que se emociona cuando se estrena una película peruana. Siempre hago caso omiso a los comentarios y corro al cine a verla. Un martes pasado me tocó "Muerto de amor", y no pude salir más decepcionado.

La película fue un esperpento total. Un mal guión, problemas técnicos, mal uso de tomas y encuadres, desenfoque y hasta problemas de género (empezó como una comedia romántica para ter-

"Quizás Django sea el ejemplo más claro de lo que caracteriza al cine peruano: realismo ceñido, lenguaje vulgar y uso desmesurado del desnudo."

minar en farsa tipo "Los Tres Chiflados"). Claros ejemplos son un primer plano de Diego Bertie con el foco dirigido a un vaso sin importancia, o la escena de Vanessa Robbiano abriendo una ventana y mostrando el atardecer cuando se suponía que era noche. Errores como estos abundan. Busqué voces amigas sobre la película y coincidí con muchos en la baja calidad del film. Sin embargo, una crítica de la revista "Somos" cambiaría en forma radical el panorama.

Los cineastas peruanos son buenos relacionistas públicos

La crítica alababa a "Muerto de amor" y la comparaba con clásicos como "La fiera de mi niña" o alguna comedia de Chaplin. Se me vino a la mente, entonces, que los cineastas peruanos son buenos relacionistas públicos. O quizás el crítico tomó muy en serio el reclamado apoyo al cine nacional.

Estos casos abundan. Basta mencionar el inmerecido premio de la Crítica que recibieron "Bala perdida" y "El bien esquivo" en el V Encuentro de Cine Latinoamericano de la PUCP. Si bien eran productos interesantes, primer experimento con digital y una producción de época, no merecían el galardón. Una película con un ritmo tan lento y otra con actuaciones tan pobres no podían superar a filmes extranjeros tan bien logrados como "Nueve reinas" o "Plata quemada".

Otro ejemplo de apoyo inmerecido es el que recibió "Django, la otra cara". La cobertura de la prensa fue desmedida y el resultado nefasto. Quizás esta cinta sea el ejemplo más claro de lo que caracteriza al cine peruano: realismo ceñido, lenguaje vulgar y uso desmesurado del desnudo.

En mayoría, los personajes femeninos de las cintas nacionales no son más que accesorios con el único trasfondo del desnudo enganchador (Melania Urbina en "Django...", Vanessa Robbiano en "Muerto de Amor", Daniela Sarfaty en "Bala perdida"). Todo esto en busca de atraer mayor público a las salas, como lo dio a entender el director Felipe Degregori al defender su película "Ciudad de M": "Si no hago una película para que tenga éxito comercial, sería mi última película".



Muertos y "emes". El cine nacional ha soportado demasiado y sigue vivo. ¿Señal de mejores tiempos? Siempre y cuando el negocio no siga dominando.

Lombardi o calatas

Un caso diferente fue "Tinta roja". El film de Lombardi, que le valió un premio a Gianfranco Brero, es el mejor de los últimos cinco años en el Perú. El director no sorprende con planos arriesgados pero su trabajo es bueno y a veces sobresaliente. Esto hace que cada vez que veamos una cinta peruana, lo extrañemos. Echar de menos a un director en perjuicio de otro es lo que se debe desterrar por el bien del futuro de nuestro cine.

Se entiende que es difícil dirigir y conseguir auspicios para realizar un largometraje, pero tampoco es válido atraer a la gente con herramientas

marketeras y brindarles productos de baja calidad. Un premio CONACINE, aunque sea mal pagado, debería tener cierto prestigio. El futuro promete mayor cantidad de producciones nacionales, nuevos directores y el regreso de otros. La esperanza de ver películas no disminuye y es el deber de los realizadores que sean buenas para que los espectadores no terminen viendo sólo a Lombardi o calatas.

a19981207@pucp.edu.pe

De lectura obligatoria



De este mundo prostituto y vano, sólo quise un cigarro entre la mano. (2001)
Rubem Fonseca

Tres mujeres son asesinadas de la misma manera: la víctima aparece con un agujero de bala en la cabeza, inclinada sobre el volante de su propio auto. Poco antes de cada asesinato, una foto de la víctima ha sido enviada, sin remitente ni anotación alguna, al reputado escritor Gustavo Flavio. Las tres mujeres fueron sus amantes; dos de ellas estaban casadas. Naturalmente, Gustavo es el primer sospechoso. El libro es una sucesión, aparentemente casual y desprecupa-

da, de cartas, chats y conversaciones telefónicas, transcritas y mínimamente acotadas por Mandrake, el abogado de Gustavo. El carácter fragmentario del texto -como si se tratara del material en bruto, sin pulir- no impide las constantes digresiones del protagonista en torno a las mujeres y cómo seducirlas, distintas marcas de cigarrillos para distintas circunstancias, y, sobre todo, el oficio del escritor. Se ha dicho que Rubem Fonseca, luego de la muerte de Amado, es el mejor escritor brasileño

vivo; "De este mundo prostituto y vano sólo quise un cigarro entre mi mano" (un verso de Álvares de Azevedo) es una notabilísima apropiación y reversión del género policial, igual que la anterior novela de Fonseca, "Pasado negro" ("Bufo y Spallanzani"), donde ya aparece Gustavo Flavio, esa entrañable caricatura del escritor dandy, pedante y mujeriego.

Leonardo Aguirre
a19967039@pucp.edu.pe

EN EL CCPUCP

El Otelo de la Independencia

Katia Suárez

Envidia y celos, sentimientos capaces de enloquecer y motivar las acciones más desesperadas. Un amor intenso que asfixia y destruye, que duda y persigue. Shakespeare comprendía que la naturaleza humana era frágil, inestable, y lo recreaba exponiendo a sus personajes a los límites de la locura.

"Otelo", una de las obras más aclamadas del dramaturgo inglés narra la historia de un moro de Venecia que invadido por los celos -causados por las intrigas de Yago- mata a su esposa, Desdémona.

Ya está en escena la nueva versión de la obra clásica, bajo la batuta de Edgar Saba, director del Centro Cultural de la PUCP. La propuesta de Saba trae sorpresas: el tiempo histórico es la época de la gesta emancipadora, y veremos a Simón Bolívar como Otelo, a Gamarra como Yago y a Desdémona personificando a la independencia.

¿Y por qué la gesta emancipadora?

Para el director, el elemento principal de esta obra es la envidia y no los celos como siempre se ha pensado. Son las intrigas de Yago, su desesperación por el poder, lo que mueve los hilos de la historia. Siempre que Saba pensaba en un escenario y un tiempo para Otelo, lo recreaba en la época de la independencia. La lucha por el poder, la envidia, el amor excesivo del caudillo por la independencia, completan la analogía con el amor asfixiante de Otelo por Desdémona. La obra se presenta en las ruinas del Teatro Municipal de Lima. Participan en la Rafael Santa Cruz (Simón Bolívar), Alberto Isola (Gamarra), Patricia Pereyra (Desdémona) y Mónica Sánchez (esposa de Gamarra). Bonito pretexto para disfrutar de la atmósfera mágica del teatro antes de su reconstrucción y de un Otelo independentista.

a19988193@pucp.edu.pe

Rafael Santa Cruz y Patricia Pereyra en la versión de Saba, de Otelo.



ESCRITOR MARCO GARCIA FALCON

Capturador de invisibilidades

Miguel Sánchez

Uno de los escritores más interesantes que han aparecido últimamente es Marco García Falcón, quien acaba de publicar su libro *París personal* en la Serie Ficciones del Fondo Editorial de la PUCP. A continuación, habla de su libro, de los problemas de los autores jóvenes para publicar en el Perú y de su percepción sobre la literatura y la crítica nacional.

¿Cómo nació la idea del libro?

La primera pulsión del libro la tuve hace unos cuatro años. La idea era no sólo abordar el París real -el mito cultural, más bien- sino también con-

struir una realidad personal, un París inventado, que fuese una proyección de mi subjetividad.

¿Por qué elegiste París como tema?

Porque es una ciudad sobre la que han escrito los autores que más admiro y el lugar donde ellos definieron su vocación literaria. Como París ya no es el mismo ni cumple la misma función, se me ocurrió un viaje imaginario que a la vez fuese el rito de iniciación de un escritor.

¿Qué caracteriza a tus cuentos?

A mí me gusta contar historias interesantes, bien escritas y en la que cada elemento tenga una función. Odio los

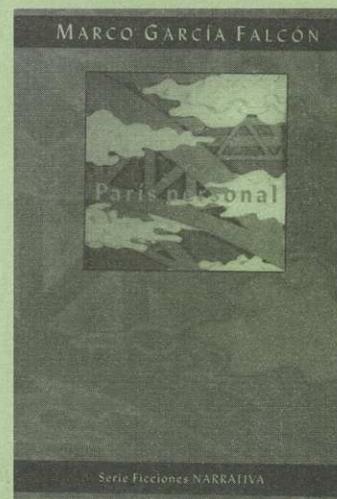
cabos sueltos. Me interesa además explorar eso que Nabokov llama la belleza con mayúsculas; quizá esa belleza se encuentre en situaciones más bien comunes, oculta en un tejido muy fino y transparente que sólo puede aprehenderse con metáforas y alegorías. Por eso es que todas mis historias están cargadas de simbolismo. Me veo, pues, como una suerte de capturador de imágenes mínimas, de invisibilidades. Quizás allí haya una buena definición de lo que es la literatura: hacer visible lo invisible.

¿Es difícil para un autor joven publicar un libro en el Perú?

En realidad, publicar un libro en el Perú es fácil si es que lo haces con tus propios medios, es decir, si tú asumes los gastos. Lo difícil es publicar en una editorial grande donde recibas regalías, más aun si eres nuevo.

¿Crees que existe una literatura peruana?

El problema es qué entendemos por literatura peruana. Yo creo que en el Perú no existe una tradición literaria como la francesa o la inglesa. Hay autores que han creado universos personales, propuestas muy valiosas, pero que no siguen entre ellos una tradición. Para mí la literatura perua-



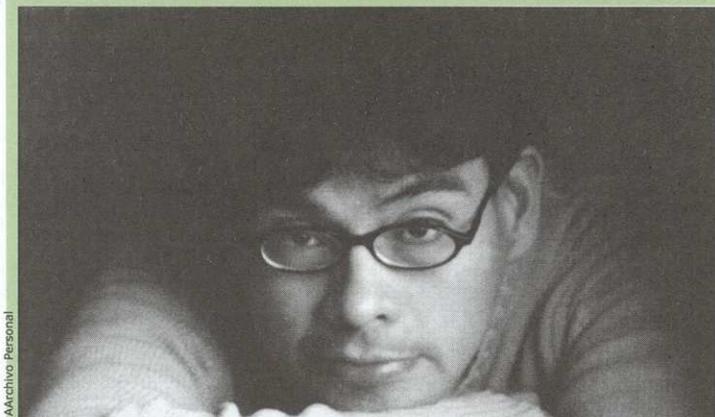
na existe en tanto hay voces individuales que no se podrían explicar en otro contexto.

Finalmente, ¿qué opinas de la crítica literaria peruana?

Hay que distinguir entre las reseñas periodísticas y la crítica literaria. En las primeras campea el impresionismo, la patería, el revanchismo o la pura envidia. Eso se da en todas partes, sólo que aquí existe la agravante de tener lectores poco competentes. Hay gente que se mete a criticar sin tener una mínima cultura literaria. En cuanto a la crítica literaria propiamente dicha, hay poca gente que la ejerce y lamentablemente los que la practican sólo se dedican a los autores consagrados.

Hacer visible lo invisible, es lo que intenta el joven escritor nabokoviano.

a19970209@pucp.edu.pe



LA SITUACIÓN DEL BÁSQUET

No es como jugar a la canasta

El Coliseo Dibós, sede principal del básquet en nuestro país, alberga a dos directivas del deporte de la canasta. Una, en la tribuna sur, reconocida por el Instituto Peruano del Deporte (IPD) y la otra, que tiene su sede en la tribuna norte, aceptada por la Federación Internacional de Básquet (FIBA)

Alonso Ramos

Todo empieza cuando en pleno gobierno de Fujimori se decide elaborar una nueva Ley General del Deporte el año 1999. Esta nueva ley traía bajo el brazo la convocatoria a nuevas elecciones en las presidencias de las federaciones. La nueva Ley del Deporte, promulgada no en la presidencia de Teófilo Cubillas sino de Eduardo Schiantarelli, también imponía la inscripción en los Registros Públicos, además de una serie de modificaciones en los estatutos. Las elecciones tendrían que convocarse en un plazo de 90 días después de la promulgación y de no cumplirse, las federaciones serían eliminadas de los registros deportivos.

La mayoría se acogió con lo que pudo. Hubieron disciplinas que tuvieron problemas como el voley o el fútbol. Pero todos mal que bien han arreglado sus problemas obteniendo el reconocimiento no solo del gobierno a través del Instituto Peruano del Deporte (IPD) sino también de los organismos internacionales que amenazan desaforar a las federaciones cuando observan una intromisión política. El único que está atravesando problemas en ese aspecto es la federación de básquet cuya directiva no convocó a elecciones.

El recuerdo de los grandes basquetbolistas peruanos como los hermanos Duarte o el "Chino" Vásquez parecen lejanos. Hoy el básquet se ve sumido en una crisis de la que parece no poder salir. Por un lado una directiva presidida por el capitán de navío Manuel de la Haza y por otro, la directiva presidida por el general Jorge Ferreyros. Todos bajo un mismo techo o mejor dicho, bajo un mismo coliseo, el Eduardo Dibós.

"Yo soy nombrado por Cubillas el 1 de Febrero del 2000. Los estatutos que rigen nuestro mandato señalan que nosotros somos los únicos que podemos convocar elecciones. Es por eso que somos reconocidos por la Federación Internacional de Básquet (FIBA) y además estamos inscritos en los Registros Públicos" aduce Ferreyros. Pese a contar Ferreyros con el apoyo internacional, el IPD convocó a elecciones y se eligió a una nueva directiva presidida por Manuel de la Haza.

"Ferreyros no tiene el reconocimiento de la mayoría de ligas departamentales" sostiene César Liza, relacionista público de la directiva electa. "Todas las Ligas lo rechazan; él se ampara en dos o tres ligas amigas que lo respaldan como el Club Internacional de Arequipa"

continúa Liza, quien -según la otra parte- vive en el local de la federación recientemente elegida.

Para Ferreyros, todo es muy claro: lo rechazan ligas que en su mayoría no están operativas y que no figuran para nada. "En el cuadro federativo hay 31 ligas, 3 se abstuvieron de votar. De las 14 que votaron, 7 están inactivas. La familia del básquet no se puede prestar para esto, a nosotros nos han dado un local que no tiene ningún mantenimiento, estamos peor que asentamiento humano" reclama enérgico el general.

Para el vocal de la directiva reconocida por el IPD, Fernando Hidalgo, Ferreyros no quiere convocar a elecciones porque está reconocido en los Registros Públicos y la FIBA reconoce a aquellas que están inscritas. "El señor Ferreyros menosprecia nuestro trabajo y no quiere reconocernos; nosotros pertenecemos a las ligas emanadas de las bases. Ellos no quisieron convocar a elecciones y ahí están las consecuencias" aclara Hidalgo, quien pertenece a la liga de Tarma y que por cierto, también es acusado de vivir en el local de la federación.

Para Walter Indacochea, ex presidente de la Federación de Voley en la década del 80, el problema es siempre motivado por el IPD. "El deporte peruano no va a surgir si es que el gobierno sigue metiéndose, no puede ser posible que constantemente se cambie las reglas. Así nadie va a poder trabajar".

El último lugar que ha ocupado la Universidad de Lima en el sudamericano de clubes campeones realizado en Chile es un reflejo de lo que está pasando. Los campeonatos se organizan de forma paralela, el Coliseo Dibós originalmente destinado para el básquet es usado por otros fines menos los deportivos. Para David Cerrudo, directivo de la Liga de Mayores de Básquet, el deporte de la canasta se está muriendo. "Tenemos que alquilar canchas por 40 dólares la hora, el campeonato no se realiza en un mismo lugar, la gente no acude a los torneos porque hay mucha desorganización. En la realidad nosotros solo sobrevivimos" declara Cerrudo quien reconoce a la directiva presidida por Ferreyros.

Mientras tanto, las directivas siguen conviviendo bajo un mismo techo y están enfrentados como los Montesco y los Capuleto. Todo por una Ley del Deporte que muchas veces por pretender crear un orden genera desorden.

a19977190@puap.edu.pe

El básquet peruano no vuela alto por los problemas internos de la organización.

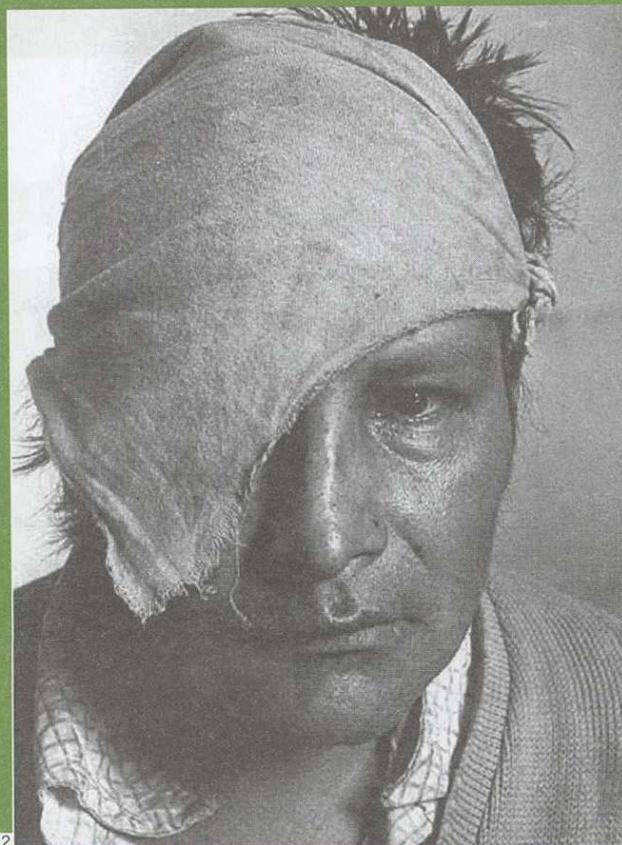


FOTOGRAFÍA

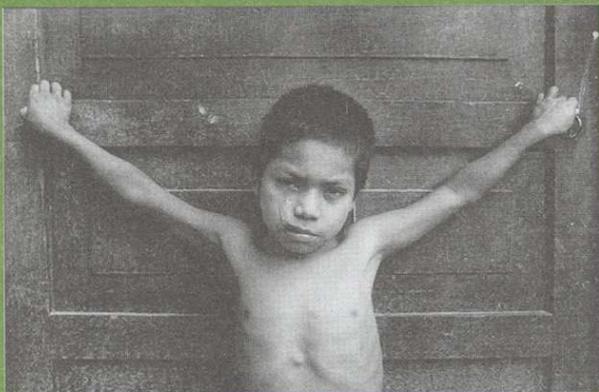
TESTIMONIO VISUAL



1



2



3

Fotoperiodismo, violencia política y memoria visual

(1) Panamericana Norte, paro armado en Lima. Nov. 1990, Walter Chiara-Archivo Tafos. (2) Celestino Coente, víctima de la violencia política. Huamanga, Ayacucho, 1983. Oscar Medrano-Archivo Caretas. (3) Niño Lucio, herido al intentar escapar de campamento senderista. Puerto Ocopa, Junín, 1995, Cecilia Larrabure. (4) Entierro de policía muerto en combate en Ayacucho. Vera Lentz. (5) Primeras denuncias de desaparecidos. Ayacucho 80's. Vera Lentz.

Como bien sabemos la Comisión de la Verdad y Reconciliación está haciendo nobles esfuerzos por sacar la verdad a la luz y que nadie sea ajena a ella, en este marco, ha apostado por la fotografía como documento testimonial clave para dar a conocer la ola de violencia política que vivimos los peruanos durante las décadas 1980-2000. Atentados terroristas, represión indiscriminada, asesinatos, desapariciones, etc., ya no eran novedad. Imágenes como éstas salen a la luz para dar cuenta de lo sufrido, para sensibilizarnos y conscientizarnos de esta dura realidad, pero que debe ser conocida. Gracias al trabajo del "Proyecto Fotográfico de la CVR", estas dos décadas no

quedarán en el silencio y podrán ser testimoniadas con lenguaje propio de la fotografía. El proyecto tiene por meta final poner a disposición de la sociedad civil un banco de imágenes en sus variantes de la "Casa de la Verdad" (exposición central en Lima y exposiciones simultaneas en provincias), libro fotográfico, página web y CD room. Todo esto sobre la base común de un banco de imágenes propias del periodo mencionado, para el cual se vienen investigando alrededor de 90 archivos fotográficos, que en su mayoría pertenecen a medios de prensa y reporteros gráficos de todo el país.

Maribel Sánchez
a19970215@pucep.edu.pe



4



5