

**INTER AMERICAN PRESS ASSOCIATION
SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA
SOCIEDADE INTERAMERICANA DE IMPRENSA**

**73rd GENERAL ASSEMBLY
73a ASAMBLEA GENERAL
73a ASSEMBLEIA GERAL**

SALT LAKE CITY, UTAH

**OCTOBER 27-30, 2017
27 AL 30 DE OCTUBRE DE 2017
27 A 30 DE OUTUBRO DE 2017**

**PUBLISHED BY THE INTER AMERICAN PRESS ASSOCIATION
PUBLICADO POR LA SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA
PUBLICADO PELA SOCIEDADE INTERAMERICANA DE IMPRENSA**

INDICE – CONTENTS

Página-Page

Comité Anfitrión, Agradecimientos Host Committee, Appreciation	I
Autoridades Officers	II
Comité Ejecutivo Executive Committee.....	III
Consejo Consultivo Advisory Council.....	IV
Junta de Directores 2015-2018 Board of Directors 2013-2016	V
Junta de Directores 2016-2019 Board of Directors 2016-2019	VI
Junta de Directores 2017-2020 Board of Directors 2017-2020	VII
Asistencia Attendance	I
Apertura de la Asamblea General Start of General Assembly	1
Seminario 1: Integridad de las Noticias Seminar 1: New Integrity Initiative	7
Seminario 2: Repensar y renombrar la imagen de su empresa de medios Seminar 2: Rethink and rebrand your media business	19
Seminario 3: Una radiografía del caso Deseret Digital Media Seminar 3: X-ray of the Deseret Digital Media case.....	31
Seminario 4: Las nuevas salas de redacción tecnológicas Seminar 4: The new technological newsrooms	38
Presentación: Paywalls, tendencia clara en la monetización de los contenidos digitales Presentation: Paywalls, a clear trend in the monetization of digital content.....	47
Comisión de Libertad de Prensa e Información Committee on Freedom of the Press and Information	56
Entrevista con Martin Baron Interview with Martin Baron	63
Continuación de Informes País por País Continuation of Country-by-Country Reports.....	77
Leyendo las noticias sobre Trump Reading the news about Trump.....	86
Panel 1: Panama Papers & Odebrecht: Una cruzada periodística global contra la corrupción Panel Discussion 1: Panama Papers & Odebrecht: A global journalistic crusade against corruption.....	92
Panel 2: Ciberseguridad 1 – Una perspectiva nacional Panel Discussion 2: Cybersecurity 1 – A national perspective	109

Panel 3: Ciberseguridad 2 – Una perspectiva internacional	
Panel Discussion 3: Cybersecurity 2 – An international perspective.....	111
Panel 4: Democracia y Venezuela: Temas Latinoamericanos	
Panel Discussion 4: Democracy and Venezuela: Latam issues.....	120
Junta de Directores de la SIP	
IAPA Board of Directors.....	135
Aprobación de Informes, Conclusiones, Resoluciones	
Approval of Reports, Conclusiones, Resolutions.....	160
Resultado de las elecciones para directores	
Results of elections for directors.....	167
Ceremonia de Clausura y discurso del Presidente Entrante Gustavo Mohme	
Closing Ceremony and speech by Incoming President Gustavo Mohme.....	175
Conclusions	A-I
Resolutions	A-IV
Country-by-Country Reports	A-XV
Conclusiones	B-1
Resoluciones	B-V
Informes País por País	B-XV
Conclusões	C-I
Resoluções	C-V

HOST COMMITTEE – COMITE ANFITRION

Deseret Digital Media

Matthew Sanders

Ryan Stephens

Sara Lewis

World Trade Center of Utah

Derek Miller

Governor's Office of Economic Development

Franz Kolb

Consul of Peru to Utah

David Utrilla

Visit Salt Lake City

Elke Opsahl

LDS Church

Keith Atkinson

Brigham Young University

Ed Carter

Utah Valley University

Baldomero Lago

Utah Media Group

Kadee Duclos

OFFICERS – AUTORIDADES

Honorary Life President- Presidente Honorario Vitalicio – SCOTT C. SCHURZ
Herald-Times, Bloomington, Indiana

President-Presidente – MATTHEW SANDERS
Deseret Digital Media., Salt Lake City, Utah

1st Vice-President-1er Vicepresidente – JUAN LUIS CORREA
Panama City, Panama

2nd Vice-President-2do Vicepresidente – MARÍA ELVIRA DOMÍNGUEZ
El País, Cali, Colombia

Treasurer- Tesorero – CHRISTOPHER BARNES
The Gleaner, Kingston, Jamaica

Secretary-Secretario – BARTOLOME MITRE
La Nación, Buenos Aires, Argentina

Executive Director- Director Ejecutivo – RICARDO TROTTI

EXECUTIVE COMMITTEE – COMITÉ EJECUTIVO

Honorary Member-Miembro de Honor – ALDO ZUCCOLILLO

ABC Color, Asunción, Paraguay

Chairman-Presidente – JORGE CANAHUATI LARACH

Grupo Opsa, San Pedro Sula, Honduras

Vice Chairman-Vicepresidente – MATTHEW SANDERS

Deseret Digital Media, Salt Lake City, Utah

Members - Miembros

FABRICIO ALTAMIRANO

El Diario de Hoy, San Salvador, El Salvador

JUAN FRANCISCO EALY LANZ-DURET

El Universal, Ciudad de México, México

MARCEL GRANIER

RCTV, Caracas, Venezuela

HUGO HOLMANN

La Prensa, Managua, Nicaragua

ERNESTO KRAISELBURD

El Día, La Plata, Argentina

SILVIA MIRÓ QUESADA

El Comercio, Lima, Perú

MARÍA EUGENIA MOHME

La República, Lima, Perú

MARCELA NOBLE HERRERA

Grupo Clarín, Buenos Aires, Argentina

MIGUEL HENRIQUE OTERO

El Nacional, Caracas, Venezuela

SILVIA MIRÓ QUESADA

El Comercio, Lima, Perú

FERNÁN MOLINOS

Metro Libre, Panamá, Panamá

ROBERTO POMBO

El Tiempo, Bogotá, Colombia

DIEGO E. QUIJANO

La Prensa, Panamá, Panamá

ROBERTO ROCK

La Silla Rota, Ciudad de México, México

MARÍA CATALINA SAIEH

Copesa, Santiago, Chile

GILBERTO URDANETA

El Regional del Zulia, Ciudad Ojeda, Venezuela

GONZALO ZEGARRA

Semana Económica, Lima, Perú

ADVISORY COUNCIL – CONSEJO CONSULTIVO

ALEJANDRO J. AGUIRRE (retired)
Diario Las Américas, Miami, Florida

DANILO ARBILLA (retired)
Búsqueda, Montevideo, Uruguay

ELIZABETH BALLANTINE
The Durango Herald, Durango, Colorado

ROBERT J. CALDWELL (retired)
The San Diego Union-Tribune, San Diego, California

OLIVER F. CLARKE (retired)
The Gleaner, Kingston, Jamaica

MILTON COLEMAN (retired)
The Washington Post, Washington, DC

JUAN LUIS CORREA
Panamá, República de Panamá

ROBERT J. COX
The Post & Courier, Charleston, South Carolina

DIANA DANIELS (retired)
The Washington Post, Washington, DC

HÉCTOR DAVALOS (retired)
Novedades de Acapulco, Acapulco, México

JORGE E. FASCETTO
Diario Populr, Buenos Aires, Argentina

ANDRÉS GARCÍA GAMBOA
Novedades de Quintana Roo, Cancún, México

ARGENTINA S. HILLS
Life Member, Miami, Florida

ALEJANDRO JUNCO DE LA VEGA
El Norte, Monterrey, México

RAUL E. KRAISELBURD
El Día, La Plata, Argentina

DAVID LAWRENCE, JR. (retired)
The Miami Herald, Miami, Florida

IGNACIO E. LOZANO, JR. (retired)
La Opinión, Los Angeles, California

PIERRE MANIGAULT
Evening Post Publishing Co., Charleston, South Carolina

JAIME MANTILLA (retired)
Hoy, Quito, Ecuador

GONZALO MARROQUÍN
Crónica, Guatemala, Guatemala

EARL MAUCKER (retired)
Sun-Sentinel, Fort Lauderdale, Florida

ROY MEGARRY (retired)
The Globe and Mail, Toronto, Canada

JÚLIO CÉSAR F. DE MESQUITA
O Estado de S. Paulo, São Paulo, Brasil

ALEJO MIRO QUESADA C.
Revista Cosas, Lima, Perú

GUSTAVO MOHME SEMINARIO
La República, Lima, Perú

TONY PEDERSON
Southern Methodist University, Dallas, Texas

MATTHEW SANDERS
Deseret Digital Media, Salt Lake City, Utah

ENRIQUE SANTOS CALDERÓN (retired)
El Tiempo, Bogotá, Colombia

LUIS FERNANDO SANTOS (retired)
El Tiempo, Bogotá, Colombia

SCOTT C. SCHURZ
Herald-Times, Bloomington, Indiana

EDWARD SEATON
Seaton Newspapers, Manhattan, Kansas

JUNTA DE DIRECTORES – BOARD OF DIRECTORS

2015-2018

MANUEL AGUILERA

Hispano Post, Miami, Florida

FABRICIO ALTAMIRANO

El Diario de Hoy, San Salvador, El Salvador

CHRISTOPHER BARNES

The Gleaner, Kingston, Jamaica

JORGE CANAHUATI LARACH

Grupo Opa, San Pedro Sula, Honduras

LEONOR DE ETCHEVEHERE

El Diario de Paraná, Paraná, Argentina

MARÍA ELVIRA DOMÍNGUEZ

El País, Cali, Colombia

JOSÉ ROBERTO DUTRIZ

La Prensa Gráfica, San Salvador, El Salvador

ANTONIETA JURADO

Atodomomento.com, Caracas, Venezuela

PERSIO MALDONADO

El Nuevo Diario, Santo Domingo, República Dominicana

JORGE LUIS MEDINA

RCNTV, Bogotá, Colombia

OSWALDO MUÑOZ

El Venezolano, Miami, Florida

ALEJANDRO OLMOS

Crónica, Buenos Aires, Argentina

DEMETRIO PÉREZ

Libre Miami, Miami, Florida

ROBERTO POMBO

La Estrella de Panamá, Panamá

EDUARDO QUIRÓS

O Estado de S. Paulo, São Paulo, Brasil

ROBERTO ROCK

La Silla Rota, Ciudad de México, México

CARLOS SALINAS

El Diario de Coahuila, Saltillo, México

MATTHEW SANDERS

Deseret Digital Media, Salt Lake City, Utah

GILBERTO URDANETA

El Regional del Zulia, Ciudad Ojeda, Venezuela

JOHNNY YATACO

Washington Hispanic, Washington, DC

BOARD OF DIRECTORS – JUNTA DE DIRECTORES

2016 - 2019

ASDÚBAL AGUIAR

El Impulso, Barquisimeto, Venezuela

DAVID APONTE

El Universal, Ciudad de México, México

WASHINGTON BELTRÁN

El País, Montevideo, Uruguay

ARMANDO CASTILLA

Vanguardia, Saltillo, México

ÁLVARO CAVIEDES

La Tercera, Santiago, Chile

MARTIN ETCHEVERS

Olé, Buenos Aires, Argentina

MARCEL GRANIER

RCTV, Caracas, Venezuela

JUAN PABLO ILLANES

El Mercurio, Valparaíso, Chile

CARLOS JORNET

La Voz del Interior, Córdoba, Argentina

ERNESTO KRAISELBURD

El Día, La Plata, Argentina

SILVIA MIRÓ QUESADA

El Comercio, Lima, Perú

BARTOLOMÉ MITRE

La Nación, Buenos Aires, Argentina

MARÍA EUGENIA MOHME

La República, Lima, Perú

CARLOS PÉREZ BARRIGA

El Universo, Guayaquil, Ecuador

JAIME RUIZ

Novedades de Campeche, México

MARÍA CATALINA SAIEH

Copesa, Santiago, Chile

JORGE ANDRES SAIEH

Copesa, Santiago, Chile

EDUARDO SALINAS

Venevisión, Caracas, Venezuela

ASCANIO SELEME

O Globo, Rio de Janeiro,

GUILHERMO ZULOAGA

TV Venezuela, Coral Gables, Florida

BOARD OF DIRECTORS – JUNTA DE DIRECTORES

2017-2020

ULILO ACEVEDO

Hoy Diario de Magdalena, Santa María,
Colombia

LUIS MIGUEL DE BEDOUT

El Colombiano, Medellín, Colombia

ALEJANDRA BRAMBILA

Reuters, Ciudad de México, México

IDANIA CHIRINOS

NTN24.com., Bogotá, Colombia

DANIEL DESSEIN

La Gaceta de Tucumán., Argentina

JUAN FRANCISCO EALY ORTIZ

El Universal, Ciudad de México, México

NORBERTO FRIGERIO

Publirevistas, Buenos Aires, Argentina

EMILIO GARCÍA RUIZ

The Washington Post, Washington, DC

CLAUDIA GURISATTI

RCNTV.com, Bogotá, Colombia

ANDERS GYLLENHAAL

McClatchy Newspapers, Washington, DC

KATHERINE HAINE

Citymediapress, London, Ontario

ANDRÉ JUNGBLUT

Gazeta do Sul, Santa Cruz, Brasil

NELSON J. MEZERHANE

Diario Las Américas, Miami, Florida

LEONOR MULERO

El Nuevo Día, San Juan, Puerto Rico

MARCELA NOBLE HERRERA

Grupo Clarín, Buenos Aires, Argentina

MIGUEL HENRIQUE OTERO

El Nacional, Caracas, Venezuela

SERGIO ROMERO

El Tribuno, Salta, Argentina

JAIME SERDÁN

Associated Press, Dallas, Texas

ALEXANDRA VILLOCH

The Miami Herald, Miami, Florida

PARTICIPANTS LIST / LISTA DE PARTICIPANTES
73 RD GENERAL ASSEMBLY / 73ª ASAMBLEA GENERAL / 73ª ASSEMBLEIA GERAL
Salt Lake City, Utah

Argentina

Daniel Desein

La Gaceta
Mendoza 654
Tucumán, Argentina 4000
54 (381) 484-2200
54 (381) 484-2235
ddesein@lagaceta.com.ar

Leonor Etchevehere

El Diario
Urquiza 1123
Paraná, Argentina 3100
54 (343) 400-1000
administracion@lasmargaritas.com.ar

Martín G. Etchevers

Grupo Clarín S.A.
Tacuarí 1842 -4o.
Buenos Aires, Argentina 1139
54 (11) 4309-7685
54 (11) 4307-7542
martine@grupoclarin.com

Norberto Frigerio

La Nación
Avenida Libertador 101 PS
Buenos Aires, Argentina 1638
54 (116) 090-5015
nfrigerio@lanacion.com.ar

Héctor Gambini

Clarín
Tacuarí 1842 -4o.
Buenos Aires, Argentina 1139
59 (116) 630-7012
Hgambini@agea.com.ar

Carlos Jornet

La Voz del Interior
Avenida La Voz del Interior 6080
Córdoba, Argentina 5008
54 (351) 475-7361
54 (351) 475-7247
cjornet@lavozdelinterior.com.ar

Ernesto Kraiselburd

El Día
Diagonal 80 No.815
La Plata, Argentina 1900
54 (221) 483-4676
54 (221) 425-0101
secretaria@eldia.com

Mariana Kraiselburd

El Día
Diagonal 80 No.815
La Plata, Argentina 1900
54 (221) 483-4676
54 (221) 425-0101
secretaria@eldia.com

Raúl Kraiselburd

El Día
Diagonal 80 No.815
La Plata, Argentina 1900
54 (221) 483-4676
54 (221) 425-0101
secretaria@eldia.com

Paula Lugones

Clarín
11108 Stackhouse Ct
Potomac, Maryland 20854
(202) 476-0920
Plugones@agea.com.ar

Bartolomé Mitre

La Nación
Avenida Libertador 101 PS
Buenos Aires, Argentina 1638
54 (116) 090-5553
vgomez@lanacion.com.ar

Nequi Mitre

La Nación
Avenida Libertador 101 PS
Buenos Aires, Argentina 1638
54 (116) 090-5553
vgomez@lanacion.com.ar

María Guadalupe Romero

El Tribuno
Avenida Ex Combatientes
de Malvinas 3990
Salta, Argentina 1638
54 (938) 742-4644
csr@eltribuno.com.ar

Sergio Romero

El Tribuno
Avenida Ex Combatientes
de Malvinas 3990
Salta, Argentina 1638
54 (938) 742-4644
csr@eltribuno.com.ar

Estela Villa

La Voz del Interior
Avenida La Voz del Interior 6080
Córdoba, Argentina 5008
54 (351) 475-7361
54 (351) 475-7247
cjornet@lavozdelinterior.com.ar

Aruba

Mark B. Denz

24ora.com
Zoutmanstraat # 33
Oranjestad, Aruba
(297)583-2424
(297) 582-9220
m.denz@24ora.com

Patrick Paskel

24ora.com
Zoutmanstraat # 33
Oranjestad, Aruba
(297)583-2424
(297) 582-9220
p.paskel@24ora.com

Bolivia

Jorge Carrasco

El Diario
C. Loyza # 118
La Paz, Bolivia
(5912) 215-0900
jceldiario@yahoo.com

Juan Carlos Rocha

Unitel
Km. 5 Doble Vía La Guardia
Santa Cruz, Bolivia
5 (917) 212-5707
5 (913) 352-7688
juancarlos.rocha@unitel.com.bo

Brasil

Billy Aldea

Monetizacão
15 603 Ipanema
Rio De Janeiro, Brasil 22420
552 (197) 251-0474
billy.aldea-martinez@piano.io

Mario Gusmão
Jornal NH
Rua Jornal NH, 99
Novo Hamburgo, Brasil 93334-350
(5551) 3594-0402
mag@gruposinos.com.br

Fabio Sales
O Estado de S. Paulo
Avenida Eng. Caetano Alvares 55-6
and
Sao Paulo, Brasil 02598-900
55 (113) 856-3527
fabio.sales@estadao.com

Chile

Álvaro Caviedes
Grupo Copesa
Avenida Vicuña Mackena 1962
Santiago, Chile
(5622) 550-7254
vatton@copesa.cl

Juan Pablo Illanes
El Mercurio
Santa María 5542
Santiago, Chile 7660286
5 (622) 330-1512
juanpablo.illanes@mercurio.cl

Colombia

José Manuel Acevedo
Noticias RCN TV
Avenida Américas 65-82
Bogotá, Colombia
(571) 426-9422
jmacevedo@rcntv.com.co

Ulilo Acevedo
Hoy Diario del Magdalena
Carrera 4 # 1949
Santa Marta, Colombia
(575) 421-4171
(575) 421-1376
ulilo29@hotmail.com

Luis Miguel de Bedout
El Colombiano
Carrera 48 # 30 Sur-119
Medellín, Colombia
(574) 335-9507
(574) 331-4849
luisb@elcolombiano.com.co

David Carranza
El Espectador
Calle 103 69-B-43
Bogotá, Colombia
(571) 423-2300
dcarranza@elespectador.com

Hilda Elena Carranza
El Espectador
Calle 103 69-B-43
Bogotá, Colombia
(571) 423-2300
dcarranza@elespectador.com

Idania Chirinos
NTN24
Avenida Américas 65-82
Bogotá, Colombia
(571) 426-9292
dromero@ntn24.com

María Elvira Domínguez
El País
Carrera 2 # 24-46
Cali, Colombia
(572) 889-2214
(572) 898-7075
medominquez@elpais.com.co

Catalina González
El Espectador
Calle 103 69-B-43
Bogotá, Colombia
(571) 423-2300
cgonzalez@elespectador.com

Claudia Gurisatti
Noticias RCN TV
Avenida Américas 65-82
Bogotá, Colombia
(571) 426-9422
cgurisatti@ntn24.com

Jorge Medina
Noticias RCN TV
Avenida Américas 65-82
Bogotá, Colombia
(571) 426-9422
jmedina@rcntv.com.co

María Inés Muñoz
El Espectador
Calle 103 69-B-43
Bogotá, Colombia
(571) 423-2300
dcarranza@elespectador.com

Álvaro Navarro Guzmán
El Espectador
Calle 103 69-B-43
Bogotá, Colombia
(571) 423-2300
cgonzalez@elespectador.com

Jorge Aníbal Navarro
El Espectador
Calle 103 69-B-43
Bogotá, Colombia
(571) 423-2300
cgonzalez@elespectador.com

Fernando Quijano
La República
Calle 25DBS # 102 -63
Bogotá, Colombia
(571)422-7600
redaccion@republica.com.co

Roberto Pombo
El Tiempo
Avenida Calle 26 No. 68B-70
Bogotá, Colombia 110931
(571) 294-0100
karcas@eltiempo.com

Dominican Republic

Justina Cartagena
Diario Libre
Avenida Abraham Lincoln 708
Santo Domingo, República
Dominicana 20313
(809) 476-3070
atejada@diariolibre.com

Miguel Franjul
Listín Diario
Paseo de los Periodistas No. 52
Santo Domingo, República
Dominicana
(809) 686-6688
mfranjul3@yahoo.com

Wendy Franjul
Listín Diario
Paseo de los Periodistas No. 52
Santo Domingo, República
Dominicana
(809) 686-6688
mfranjul3@yahoo.com

Ángela Medina

El Día
Avenida San Martín 236, La Fe
Santo Domingo, República
Dominicana 10514
(809) 565-5582
ipmonegro@eldia.com.do

José P. Monegro

El Día
Avenida San Martín 236, La Fe
Santo Domingo, República
Dominicana 10514
(809) 565-5582
ipmonegro@eldia.com.do

Adriano M. Tejada

Diario Libre
Avenida Abraham Lincoln 708
Santo Domingo, República
Dominicana 20313
(809) 476-3070
atejada@diariolibre.com

Ecuador

Carlos Mantilla

El Comercio
Avenida P.V. Maldonado 11515
Quito, Ecuador 170157
(5932) 267-0214
cmb@elcomercio.com

Carlos Pérez

El Universo
Avenida Domingo Comín y Calle 11
Guayaquil, Ecuador EC090102
(5934) 249-0000
carlos@eluniverso.com

Gabriela Vivanco

Diario La Hora
Panamericana Norte Km.
3 ½ y Nazareth
Quito, Ecuador
(5932) 247-5724
gvivanco@lahora.com.ec

Pedro Zambrano

El Diario
Avenida Metropolitana Eloy Alfaro
Portoviejo, Ecuador 130108
(5935) 5293-3777
pzl@eldiario.ec

El Salvador

Fabrizio Altamirano

El Diario de Hoy
11 Calle Oriente
San Salvador, El Salvador
(503) 2231-7718
fabrizioaltamirano@yahoo.com

José Roberto Dutriz

La Prensa Gráfica
Boulevard Santa Elena, Frente a
Embajada USA
San Salvador, El Salvador 202
5 (032) 241-2007
5 (032) 241-2001
jrdutriz@grupodutriz.com

Rose Marie Dutriz

La Prensa Gráfica
Boulevard Santa Elena, Frente a
Embajada USA
San Salvador, El Salvador 202
5 (032) 241-2007
5 (032) 241-2001
pvillacorta@grupodutriz.com

Guatemala

Mario Alejandro Sandoval

Prensa Libre
13 Calle 9-31 Zona 1
Guatemala, Guatemala 01001
(502)2412-5000
msandoval@prensalibre.com.gt

Paola Sandoval

Prensa Libre
13 Calle 9-31 Zona 1
Guatemala, Guatemala 01001
(502)2412-5000
msandoval@prensalibre.com.gt

Honduras

Jorge Canahuati

Grupo OPSA
3 Ave 6-7 Calle Bo. Guamilito
San Pedro Sula, Honduras 00143
(504) 2508-3110
(504) 2508-3102
ceo.gopsa@go.com.hn

Carolina Canahuati

Grupo OPSA
3 Ave 6-7 Calle Bo. Guamilito
San Pedro Sula, Honduras 00143
(504) 2508-3110
(504) 2557-3102
ceo.gopsa@go.com.hn

Jamaica

Christopher Barnes

The Gleaner Company Media Ltd
7 North Street
Kingston, Jamaica
(876) 922-3400
(876) 922-6297
christopher.barnes@gleanerjm.com

México

Carlos Benavides

El Universal
Bucareli # 8 Colonia Centro
CDMX, México 06040
52 (555) 709-1313
carlos.benavides@eluniversal.com.mx

Alejandra Brambila

Reuters
Blvd. Manuel Avila Camacho 36-19
CDMX, México 11000
(52155) 3933-1842
Alejandra.brambilacantu@tr.com

Armando Castilla

Vanguardia
Blvd. Venustiano Carranza 1918
Saltillo, Coahuila, México
(5284) 4450-1000
acastilla@vanguardia.com.mx

Adriana Alonso Carreño

El Universal
Bucareli # 8 Colonia Centro
CDMX, México 06040
52 (555) 539-7490
caricatcarreno@hotmail.com

Luis Carreño

El Universal
Bucareli # 8 Colonia Centro
CDMX, México 06040
52 (555) 539-7490
caricatcarreno@hotmail.com

María Esthela Cruz

El Orbe
Avenida Chiapas, MZ M Altos 2
Fraccionamiento Insurgentes
Tapachula, Chiapas, México
(5296) 2626-7717
enriquezamoracruz@hotmail.com

Enrique Gómez Orozco

Periódico AM
Calzada de los Héroes # 708
León, Guanajuato 37500
524 (111) 188-2100
egomez@am.com.mx

Cecilia Gómez

Periódico AM
Calzada de los Héroes # 708
León, Guanajuato 37500
524 (111) 188-2100
egomez@am.com.mx

Rosa E. González

The New York Times News Service & Synd.
Avenida Universidad 2014.
Edificio Perú M-4
Romero de Terreros, Coyoacán
CDMX, México 04310
52 (552) 271-1374
rosagg@nytimes.com

Daniel McCosh

Grupo Salinas
Periférico Sur 4121
CDMX, México 14140
(5255) 1720-0059
dmccosh@gruposalinas.com

Andrea Miranda

El Debate
Blvd. Fco. Madero 555
Culiacán, Sinaloa, México 80000
(5266) 7759-0900
Andrea-miranda@eldebate.com.mx

Enrique Prida Carvajal

Síntesis
23 Sur # 2504. Col Volcnes
Puebla, Puebla, México 72410
52 (222) 551-0050
apresidencia@sinthesis.mx

Martha Citlalin Ramos Sosa

Organización Editorial Mexicana
Guillermo Prieto No. 7.Col. San Rafael
CDMX, México 06470
(5255) 5566- 1511
mramos@oem.com.mx

Roberto Rock

Grupo La Silla Rota
De La República 35, Tabacalera
CDMX, México, 06030
(5255) 2107-6717
rockroberto@gmail.com

Violeta Rock

Grupo La Silla Rota
De La República 35, Tabacalera
CDMX, México, 06030
(5255) 2107-6717
rockroberto@gmail.com

Carlos A. Salinas V.

Diario de Coahuila
Avenida Universidad No. 1035
Saltillo, Coahuila, México 25260
52 (844) 438-8174
52 (844) 438-8162
carlossalinas2@hotmail.com

Veronica Tomas

Diario de Coahuila
Avenida Universidad No. 1035
Saltillo, Coahuila, México 25260
52 (844) 438-8174
52 (844) 438-8162
carlossalinas2@hotmail.com

Francisco Torres Vázquez

Organización Editorial Mexicana
Guillermo Prieto No. 7.Col. San Rafael
CDMX, México 06470
(5255) 5566- 1511
f@oem.com.mx

Enrique Zamora Cruz

El Orbe
Avenida Chiapas, MZ M Altos 2
Fraccionamiento Insurgentes
Tapachula, Chiapas, México
(5296) 2626-7717
enriquezamoracruz@hotmail.com

Esthela Zamora Morlet

El Orbe
Avenida Chiapas, MZ M Altos 2
Fraccionamiento Insurgentes
Tapachula, Chiapas, México
(5296) 2626-7717
esthela.zamora@hotmail.com

Martín Zermeno

El Herald de Chihuahua
Avenida Universidad # 2508
Chihuahua, Chihuahua, México
52 (641) 63332
52 (614) 432-3800
mzermenom@gmail.com

Nicaragua**María Boza Chamorro**

El Nuevo Diario
Km. 4 Carretera Norte
Managua, Nicaragua
(505) 2249-1190
qpasos@promsf.com

Hugo M. Holmann

La Prensa
Km. 4.5 Carretera Norte
Managua, Nicaragua 192
(505) 2255-6773
(505) 2255-6679
hholmann@laprensa.com.ni

Gabriel Pasos Álvarez

El Nuevo Diario
Km. 4 Carretera Norte
Managua, Nicaragua
(505) 2249-1190
gpasos@promsf.com

Panamá**Guillermo A. Adames**

Fórum de Periodistas
PH América # 3
Panamá, Panamá
(507) 214-3861
fperiodistas@cwpanama.net

María Elena Barrios

TVN Media
Vía Ricardo J. Alfaro
Panamá, Panamá
(507) 294-6551
MBarrios@tvnmedia.com

Federico Brisky

Panamá América
Avenida Ricardo J. Alfaro
Panamá, Panamá 0834-02787
(507) 230-7507
(507) 230-0157
fbrisky@epasa.com

Ricardo Chanis

Panamá América
Avenida Ricardo J. Alfaro
Panamá, Panamá 0834-02787
(507) 230-7507
(507) 230-0157
rchanis@epasa.com

Claudia Correa

Vía Ricardo J. Alfaro
The Century Tower
Oficina 401-3
Panamá, Panamá
(5076) 747-8015
(507) 836-5137
jlc Correa11@gmail.com

Juan Luis Correa
LAQI-Quality Magazine
Vía Ricardo J. Alfaro
The Century Tower
Oficina 401-3
Panamá, Panamá
(5076) 747-8015
(507) 836-5137
jlcorrea11@gmail.com
jlcorrea@laqi.org

Melissa Correa
LAQI-Quality Magazine
Vía Ricardo J. Alfaro
The Century Tower
Oficina 401-3
Panamá, Panamá
(5076) 747-8015
(507) 836-5137
jlcorrea11@gmail.com

Ernesto Jaén
Mi Diario
Avenida 12 de Octubre
Panamá, Panamá
(507) 323-7742
ejjaen@midiaro.com

Lourdes de Obaldía
La Prensa
Avenida 12 de Octubre
Panamá, Panamá
(507) 323-6202
(507) 221-7684
lideobaldia@prensa.com

Laura Puertas
Medcom
Avenida 12 de Octubre S/N
Panamá, Panamá
5 (076) 982-1106
lpuertas@medcom.com.pa

Diego Quijano
La Prensa
Avenida 12 de Octubre
Panamá, Panamá
(507) 323-6202
(507) 221-7684
diego.quijano@prensa.com

Eduardo Quirós
La Estrella de Panamá
Ave Frangipani y Vía Transístmica
Panamá, Panamá
(507) 264-3000
(507) 204-0008
equiros@elsiglo.com

Miguel Ángel Sánchez
Consejo Nacional de Periodismo
Edificio Credicorp Bank Piso 29 Ofic
2903
Panamá, Panamá
(507) 216-8008
cnperiodismopanama@gmail.com

Rita Vásquez
La Prensa
Avenida 12 de Octubre
Panamá, Panamá
(507) 323-6202
(507) 221-7684
Rita.vasquez@prensa.com

Perú

Luis Manuel Agois Banchemero
Grupo Epena
Jr. Jorge Salazar Araoz 171
Lima, Perú
(511) 631-1149
lmagois@grupoepensa.pe

Pilar Agois
Grupo Epena
Jr. Jorge Salazar Araoz 171
Lima, Perú
(511) 631-1149
lmagois@grupoepensa.pe

Fernando Berckemeyer
El Comercio
Jr. Antonio Miró Quesada 300
Lima, Perú
(511) 311-6500
f.berckemeyer@comercio.com.pe

Monica Cornejo
La República
Jr. Camaná 320
Lima, Perú
(511) 711-6012
mariaeugenia-mohme@glr.pe

Silvia Miró Quesada Lira
El Comercio
Jr. Antonio Miró Quesada 300
Lima, Perú
(511) 311-6500
smiroq@comercio.com.pe

Gustavo Mohme
La República
Jr. Camaná 320
Lima, Perú
(511) 711-6012
gustavo.mohme@glr.pe

Jacque Mohme
La República
Jr. Camaná 320
Lima, Perú
(511) 711-6012
gustavo.mohme@glr.pe

María Eugenia Mohme
La República
Jr. Camaná 320
Lima, Perú
(511) 711-6012
mariaeugenia-mohme@glr.pe

Claudia Patiño
The New York Times News Service &
Syndicate
Jr. Jorge Isaacs (Ex Calle 10) # 541
Urbanización Monterrico Norte, San
Borja
Lima, Perú
5 (199) 856-4955
claudia.patino@nytimes.com

United States

California

Bruce B. Brugmann
San Francisco Bay Guardian
2262 14 Avenue
San Francisco, CA 94116
(415) 564-9264
(415) 564-2149
jeancarlene@gmail.com

Jean Brugmann
San Francisco Bay Guardian
2262 14 Avenue
San Francisco, CA 94116
(415) 564-9264
(415) 564-2149
jeancarlene@gmail.com

Adolfo Estrella
Bloomberg Media
Pier 3, The Embarcadero
San Francisco, CA 94111
(415) 218-3450
aestrella@bloomberg.net

Susan McClatchy
McClatchy Newspapers
6315 Van Alstine Avenue
Carmichael, CA 95608
(916) 487-2710
smclatchy@sbcglobal.net

Jerald Silva

McClatchy Newspapers
6315 Van Alstine Avenue
Carmichael, CA 95608
(916) 487-2710
smclatchy@sbcglobal.net

DC**Diana Daniels**

5152 Manning Place, NW
Washington, DC 20016
(202) 362-4104
danielsd@dianamdaniels.com

Emilio García Ruiz

The Washington Post
1301 K Street NW
Washington, DC 20071
(202) 334-5134
Emilio.garcia-ruiz@washpost.com

Maria Gatti

The Washington Post
1301 K Street, NW
Washington, DC 20071
(202) 334-9627
Maria.gatti@washpost.com

Alex Remington

The Washington Post
1301 K Street NW
Washington, D.C. 20071
(202) 334-9627
Alexander.Remington@washpost.com

Florida**Asdrúbal Aguiar**

Diario Las Américas
888 Brickell Avenue, Suite 500
Miami, FL 33131
(305) 371-3001
asdrubalaquiar@yahoo.es

Manuel Aguilera

Hispanic Post Media Group
5860 SW 86th St
Miami, FL 33143
(786) 342-8660
ma@hispanopost.com

Alejandro J. Aguirre C.

Aguirreconsultants.com
717 Ponce de León, Suite 330
Coral Gables, FL 33143
(305) 606-3459
a@aguirreconsultants.com

María Aguirre

Aguirreconsultants.com
717 Ponce de León, Suite 330
Coral Gables, FL 33143
(305) 606-3459
a@aguirreconsultants.com

Osmín Martínez

Diario Las Américas
888 Brickell Avenue, Suite 500
Miami, FL 33131
(305) 371-3001
omartinez@diariolasamericas.com

Gerardo Reyes

Univision
8551 NW 30th Terrace
Miami, FL 33122
(305) 702-7072
(305) 979-8664
greyes@univision.net

Yuri Rodríguez

TV Venezuela
4000 Ponce de León Blvd. Suite 415
Coral Gables, FL 33146
(305) 608-8759
pankia@gmail.com

Nathaly Salas

TV Venezuela
4000 Ponce de León Blvd. Suite 415
Coral Gables, FL 33146
(305) 608-8759
nsalas@tvvenezuela.tv

Guillermo Zuloaga Siso

TV Venezuela
4000 Ponce de León Blvd. Suite 415
Coral Gables, FL 33146
(305) 608-8759
gzuloaga@tvvenezuela.tv

Indiana**Scott C. Schurz**

Hoosier Times, Inc
P.O. Box 909
Bloomington, IN 47402
(812) 331-4250
(812) 331-4256
sschurz@heraldt.com

Kathryn Schurz

Hoosier Times, Inc,
P.O.Box 909
Bloomington, IN 47402
(813) 331-4250
sschurz@heraldt.com

Kansas**Edward Seaton**

Seaton Newspapers
Osage at N. Fifth
Manhattan, KS 66502-0787
(785) 776-2200
(785) 776-8807
eseaton@TheMercury.com

Karen Seaton

Seaton Newspapers
Osage at N. Fifth
Manhattan, KS 66502-0787
(785) 776-2200
(785) 776-8807
eseaton@TheMercury.com

New York**David Papadopoulos**

Bloomberg News
731 Lexington Avenue
New York, NY 10022
(212) 617-5105
(917) 369-5635
papadopoulos@bloomberg.net

South Carolina**Pierre Manigault**

Evening Post Industries, Inc.
134 Columbus Street
Charleston, SC 29403
(843) 670-6090
(843) 937-5328
pmanigault@eveningpostindustries.com

Utah**Julio Aguirre**

Deseret Digital Media-FamilyShare Network
55 North 300 West Suite 500
Salt Lake City, Utah 84101
(801) 933-7780
jaguirre@familyshare.com

Noel Koons

DDM / BrandForge
B55 N 300 W # 500
Salt Lake City, Utah 84101
(801) 633-8461
lmontoya@deseretdigital.com

Matthew Sanders
Deseret Digital Media
55 North 300 West Suite 500
Salt Lake City, UT 84101
(801) 333-7400
msanders@deseretdigital.com

Jennifer Sanders
Deseret Digital Media
55 North 300 West Suite 500
Salt Lake City, UT 84101
(801) 333-7400
msanders@deseretdigital.com

Ryan Stephens
Deseret Digital Media
55 North 300 West Suite 500
Salt Lake City, UT 84101
(801) 333-7400
rstephens@deseretdigital.com

Texas

Tony Pederson
Southern Methodist University
3300 Dyer
Dallas, TX 75205
(214) 768-3969
(214) 768-3307
tpederso@mail.smu.edu

Jaime Serdan
Associated Press (AP)
4851 LBJ Freeway
Suite 300
Dallas, TX 75244
(972) 765-0657
jserdan@ap.org

Uruguay

Alma Arbilla
Avenida Uruguay 1146
Montevideo, Uruguay
(598-2) 902-1300
(598-2) 902-2036
daf1943@gmail.com

Danilo Arbilla
Avenida Uruguay 1146
Montevideo, Uruguay
(598-2) 902-1300
(598-2) 902-2036
daf1943@gmail.com

María Arbilla
Avenida Uruguay 1146
Montevideo, Uruguay
(598-2) 902-1300
(598-2) 902-2036
pdaf1943@gmail.com

Venezuela

Dorotea Granier
Radio Caracas Televisión
Dolores a Pte. Sublette Edf. RCTV
Caracas, Venezuela 1010
58 (212) 401-2336
marcelgranier@rctv.com

Marcel Granier
Radio Caracas Televisión
Dolores a Pte. Sublette Edf. RCTV
Caracas, Venezuela 1010
58 (212) 401-2336
marcelgranier@rctv.com

Antonieta Jurado
Atodomomento.com
Avenida Pppal de Los Cortijos de
Lourdes
Caracas, Venezuela 1071
58 (212) 203-3501
patriciabcamposg@gmail.com

Miguel Henrique Otero
El Nacional
Avenida Pppal de Los Cortijos de
Lourdes
Caracas, Venezuela 1071
58 (212) 203-3501
mhotero@el-nacional.com

Oswaldo Quintana
Radio Caracas Televisión
Dolores a Pte. Sublette Edf. RCTV
Caracas, Venezuela 1010
58 (212) 401-2336
oquintana@rctv.net

Gilberto Urdaneta
El Regional del Zulia
Ave. Principal Zona Industrial
Ciudad Ojeda, Venezuela 4019
58265-641-3734
58265-641-7838
urdanetaquilberto@hotmail.com

Inés Urdaneta
El Regional del Zulia
Ave. Principal Zona Industrial
Ciudad Ojeda, Venezuela 4019
58265-641-3734
58265-641-7838
iurdanetas@hotmail.com

Asociados

Guatemala

Luis A. Gómez
Cervecería Centro Americana
3 Avenida Norte Final.
Finca el Zapote 2.2.
Guatemala, Guatemala
5 (022) 289-1555
luisgomez@icasa.com.gt

Spain

Igor Galo
IE Business School
María de Molina, 11
Madrid, España 28006
3 (491) 568-9600
igor.galo@ie.edu

Fernando Gómez Carpintero
Protec, S.A.
C/ Julián Camarillo 29, E-5
Madrid, España 28037
(3491) 573-0808
(3491) 754-1215
mfgomez@protecmedia.com

Félix Valdivieso
IE Business School
María de Molina, 11
Madrid, España 28006
3 (491) 568-9600
felix.valdivieso@ie.edu

United States

Texas

Rosental Alves
University of Texas
1 University Station A1000
Austin, TX 78712
(512) 471-6851
(512) 471-7979
rosental.alves@austin.utexas.edu

Edward Carter
Brigham Young University
360 BRMB
Provo, UT 84602
(801) 422-4340
Ed_carter@byu.edu

Observers

Argentina

Pía Martínez

Promotora SIP Salta 2018
Salta, Argentina 1638
ppia.m@hotmail.com

Eleonora Rabinovich

Google
Alicia Moreau de Justo 350 piso 2,
Buenos Aires, Argentina
(5491) 1615-46855
erabinovich@google.com

Canadá

Carlos Martínez

PressReader
200 - 13111 Vanier Place
Richmond, BC V6V 2J1 Canada
(604) 278-4604
carlosm@pressreader.com

Colombia

Hassan A. Nassar

Radio Cadena Nacional RCN Radio
Calle 37 # 13ª-19
Bogotá, Colombia 110311
(571) 314-7070
hnassar@lafm.com.co

Ecuador

Miguel Molina

La República
La Pradera E7-21
Quito, Ecuador
(5932) 274-8916
Miguel.molinad@gmail.com

Francisco Javier Rocha

AEDEP
Asociación Ecuatoriana de
Avenida 12 de Octubre 1942 y
Cordero
Quito, Ecuador 170517
(5932) 254-7457
(5932) 254-7404
Aedep1@aedep.org.ec

México

Javier Marin

Philip Morris International
Lago Zurich 245 Piso 3
CDMX, México
(5255) 3955-5307
Javier.Marin@pmi.com

Alejandro Pulido

Xinhua
Francisco I Madero 17
CDMX, México 01040
52 (555) 662-9588
apulido@xinhua.mx

Salvador Rodríguez T.

Xinhua
Francisco I Madero 17
CDMX, México 01040
52 (555) 662-9588
srodtrejo93@gmail.com

El Salvador

Bryan Avelar

Revista Factum
Colonia La Sultana
Calle Los Lirios #27A
San Salvador, El Salvador
(503) 6018-1930
bavelarr@gmail.com

Perú

David Hidalgo

Ojo Público
Lima, Perú

Fabiola Torres

Ojo Público
Lima, Perú

David Utrilla

Consul del Perú
320 West 200 South
Salt Lake City, Utah 84101
(801) 363-0955
(801) 363-2426
consul@peruutah.com

Sweden

Kerry Slagle

Bull Press
Augustendalsvägen 51, Nacka Strand
Stockholm, Sweden 13152
(941) 323-6499
kerry@bullpress.com

Uruguay

Nathalie Kantt

Agence France Presse
Plaza Independencia 831
Montevideo, Uruguay 11200
(598) 9896-9585
Nathalie.kantt@afp.com

María Lorente

Agence France Presse
Plaza Independencia 831
Montevideo, Uruguay 11200
(598) 9924-7165
Maria.lorente@afp.com

Guillermo Lussich

Compas
Costa Rica 1538,
Montevideo, Uruguay 11500
(5982) 600-6171
(5989) 968-8345
lussichguillermo@hotmail.com

Venezuela

Arnaldo Espinoza

El Estímulo
Santa Eduvigis
Caracas, Venezuela 1060
58 (212) 285-6772
ae@elestimulo.com

Observers US

California

Anna Keeve

ESET North America
610 West Ash St, Suite 1700
San Diego, CA 92101
(619) 876-5426
(619) 405-5175
anna.keeve@eset.com

Darío Salice

Google
1600 Amphitheatre Parkway
Mountain View, CA 94043
(650) 285-9115
dariosalice@google.com

Kent Steinback

Google
1600 Amphitheatre Parkway
Mountain View, CA 94043
(650) 285-9115

Sandy Yoffie

7 Riviera
San Rafael, CA. 94901-1532
(415) 819-0543
smyn@comcast.net

CO**Bill Roberts**

226 Aloo Gobi
Durango, CO 81303
(970) 749-6213
wgrmobile@gmail.com

DC**Pablo Sandino**

Organization of American States
17th Street and Constitution
Avenue NW
Washington, D.C. 20006
(202) 370-0300
ecortes@oas.org

David Vasquez

United States Hispanic Chamber of
Commerce
1424 K St NW; Suite 401
Washington, DC 20005
(813) 541-7188
dvasquez@ushcc.com

FL**Ivo Cadenas**

America Econsulting
200 South Biscayne Blvd. 2790
Miami, FL 33131
3 (466) 748-1430
icadenas@america-econsulting.com

Milka Valdivia

Frontera Ventures
8144 Piedmont Dr.
Naples, FL 34104
(941) 323-6312
milka@fronterasventures.com

NY**George Gipp**

Clarfeld Financial Advisors
520 White Plains Road
Tarrytown, NY, 10591
(914) 846-0100
(914) 846-0199
ggipp@clarfeld.com

Paulo Moradei Neto

Central National Gottesman
3 Manhattanville Road
Purchase, NY 10577
(914) 486-2764
pmoradei@cng-inc.com

UT**Luis Álvarez**

Reliable Controls
999 E Murray Holladay, Suite 109
Salt Lake City, Utah 84117
(801) 924-8300
(801) 924-8304
luis@bluemarketing.com.mx

Monica Barnes

Reliable Controls
999 E Murray Holladay, Suite 109
Salt Lake City, Utah 84117
(801) 924-8300
(801) 924-8304
monica.barnes@rcontrols.net

José V. Borjón

Consulado de México
660 S 200 E. Suite 300
Salt Lake City, Utah 84111
(801) 770-2278
jborbon@sre.gob.mx

Dan Bseiso

Western Governors University
4001 South 700 East. Suite 700
Salt Lake City, Utah 84107
(801) 979-3030
Dan.bseiso@wgu.edu

Scott E. Calder

Mainstream Data, Inc.
375 Chipeta Way Ste. B
Salt Lake City, UT 84108
(801) 558-6333
scalder@mainstreamdata.com

Kadee Duclos

Utah Media Group
4770 S 5600 W
West Valley City, UT 84118
(801) 204-6826
(801) 915-9777
kadee@utahmediagroup.com

Melissa Larsen

do Terra
549 S 1300 W
Pleasant Grove, UT 84062
(801) 949-9199
mwlarsen@doterra.com

Ed Macha

Reliable Controls
999 E Murray Holladay, Suite 109
Salt Lake City, Utah 84117
(801) 924-8300
(801) 924-8304
ed.macha@rcontrols.net

Mike Manning

Western Governors University
4001 South 700 East. Suite 700
Salt Lake City, Utah 84107
(801) 979-3030
mike.manning@wgu.edu

Gary Neeleman

4001 South 700 East. Suite 700
Salt Lake City, Utah 84107

Rose Neeleman

4001 South 700 East. Suite 700
Salt Lake City, Utah 84107

Alex Peterson

do Terra
549 S 1300 W
Pleasant Grove, UT 84062
617-678-8565
alpeterson@doterra.com

Michael Provard

Family Search Events Coordinator
15 E South Temple Street
Salt Lake City UT 84150
(801) 240-2007
mike@rootstech.org

Alberto Puertas

Instituto Internacional de Derechos
Humanos (IIDH)
2500 WSC BYU
Brigham Young University
Salt Lake City, Utah
(801) 376-3352
(801) 422-0175
Alberto_puertas@byu.edu

CLAEP**Roberto E. Aras**

Universidad Católica
Avenida Alicia M. de Justo 1500
Buenos Aires, Argentina
(5411) 4338-0869
Roberto-aras@uca.ar

Eduardo Arriagada

Universidad Católica
Alameda 340
Santiago, Chile
(562) 2354-2029
earriagada@uc.cl

Olga Behar

Universidad Santiago
Calle 5ª Carrera 62, esquina
Cali, Colombia 763633
(572) 5183-000
Olga.behar00@usc.edu.co

Luz Amalia Camacho V.

Universidad Externado
Calle 12 No. 1-17 Este
Bogotá, Colombia 111711
(571) 341-9900
(571) 342-0288
Luz.camacho@uexternado.edu.co

Aurelio Collado Torres

Instituto Tecnológico
Avenida Eugenio Garza 2501 Sur
Monterrey, NL, México 64849
(52818) 358-1400
aurelio.collado@itesm.mx

Úrsula Freundt-Thurne

Universidad Peruana de Ciencias
Prolongación Primavera 2390
Monterrico
Lima, Perú 33
(5198) 904-8887
ursula.freundt@upc.edu.pe

Eliana Herrera Huérfano

Uniminuto
Bogotá, Colombia
(571) 291-6520
Eliana.herrera@uniminuto.edu

Susana Mitchell

Universidad Católica
Avenida Alicia M. De Justo 1500
Buenos Aires, Argentina 1107
(54911) 5322-7630
smitchell@siapiapa.org

Alejandro Perea Materon

Universidad Autónoma de Occidente
Calle 25 # 115-85
Cali, Colombia
(572) 318-8000
(572) 555-9301
aperea@uao.edu.co

Álvaro Rojas Guzmán

Universidad Autónoma de Occidente
Calle 25 #115-85 Km. 2 Via Cali-
Jamundi
Cali, Colombia
(572) 318-8000
(572) 555-3901
arojas@uao.edu.co

María Helena Vivas

Universidad de Antioquía
Calle 67 # 53-108 Oficina 12-112
Medellín, Colombia
(574) 219-5910
vivashelena@gmail.com

Speakers**Luis Almagro**

Organization of American States
17th Street and Constitution
Avenue NW
Washington, D.C. 20006
(202) 370-0300
ecortes@oas.org

Dany Bahar

Brookings
1775 Massachusetts Avenue NW
Washington, DC 20001
(617) 460-5405
dbahar@brookings.edu

Martin Baron

The Washington Post
1150 15 Street NW
Washington, DC 20005
(202) 334-6100
angela.barnes@washpost.com

Pablo J. Boczkowski

Northwestern University
2240 Campus Drive # Z-146
Evanston, IL 60201
(847) 491-4157
pjb9@northwestern.edu

Paul J. Boyle

News Media Alliance
4401 N. Fairfax Drive, Ste. 300
Arlington, Virginia 22203
(571) 213-4365
paul@newsmediaalliance.org

Eric Bright

KSL Marketplaces
55 North 3rd West
Salt Lake City, UT 84180-1109
(801) 575-5555

Stephen Cobb

ESET
610 W Ash Street. Suite 1700
San Diego, California 90210
(619) 876-5471
Stephen.cobb@eset.com

Laurent Cordier

Google
85 10 Avenue
New York, NY 10011
(212) 565-2936
laurentc@google.com

Spencer J. Cox

Lieutenant Governor
Utah State Capitol Complex
Suite 220
P.O. Box 142325
Salt Lake City, Utah 84114-2325
(801) 538-1041
(801) 538-1133

Natalie Gochnour

The University of Utah
201 S 1460
Salt Lake City, Utah 84112
Natalie.gochnour@eccles.utah.edu

José Luis Gómez Carpintero

Protec, S.A.
C/ Julián Camarillo 29, E-5
Madrid, España 28037
(3491) 573-0808
(3491) 754-1215
jlgoomez@protecmedia.com

Jeff Jarvis

CUNY Graduate School of Journalism
141 Deer Ridge Rd.
Basking Ridge, NJ 07920
(908) 398-7878
jeff@buzzmachine.com

Robert Jorgensen

Utah Valley University
Orem, Utah

Michael Kaiser

National Cybersecurity Alliance
Washington DC
michael@staysafeonline.org

Noel Kyle

Department of Homeland Security
300 7th St SW
Washington, DC 20024
(202) 772-5073

Saul Leal

Deseret Digital Media
FamilyShare Network
55 North 300 West Suite 500
Salt Lake City, Utah 84101
(801)243-0093
sleal@deseretdigital.com

John McClurg

Cylance
18201 Von Karman Ave #700
Irvine, California 92612
(844) 295-2623
jmclurg@cylance.com

Sara Matthew

Reporters Committee for Freedom
of the Press
1156 15th St. NW, Suite 1250
Washington DC 20005
(202) 795-9318
smatthews@rcfp.org

Matt Monahan

The Washington Post
1301 K Street NW
Washington, D.C. 20071
(202) 334-9627
matthew.monahan@washpost.com

Laura Montoya

BrandForge, Deseret Digital Media
55 N 300 W # 500
Salt Lake City, Utah 84101
(801) 633-8461
lmontoya@deseretdigital.com

Javier Palomarez

United States Hispanic Chamber of
Commerce
1424 K St NW. Suite 401
Washington, DC 20005
(603) 759-4114
jbauld@ushcc.com

Moisés Rendón

Center for Strategic & International
Studies (CSIS)
1616 Rhode Island, NW
Washington, DC 20036
(202) 775-3165
mrendon@csis.org

Jonas Rideout

Piano
New York, NY
jonas.rideout@piano.io

Davis Smith

Cotopaxi
74 Main Street
Salt Lake City, UT 84101
(385) 528-0855
davis@cotopaxi.com

Stephan Somogyi

Google
1600 Amphitheatre Parkway
Mountain View, CA 94043
(650) 253-0000
somogyi@google.com

Chad Taylor

Utah.com
55 North 300 West, Suite 500
Salt Lake City, Utah 84101-3502
(801) 691-3849
ctaylor@utah.com

Brad Thatcher

Thatcher+Co
1501 Broadway, 27th floor
New York, NY 10036
(212) 580-0992
(917) 304-4937
bthatcher@thatcherandco.com

Elder D. Todd Christofferson

Quórum de los Doce Apóstoles
Salt Lake City, Utah

Alison August Treppel

Inter-American Committee against
Terrorism (CICTE)
Organization of American States
1889 F Street, NW
Washington, DC 20006
(202) 370-4553
atreppel@oas.org

Doug Wilks

Deseret News
55 N 300 W
Salt Lake City, Utah 84101
(801) 933-7777
dwilks@deseretnews.com

Gabriela Wurcel

Philip Morris
120 Park Avenue
New York, NY 10017
(917) 663-2354
Gabriela.wurcel@pmi.com

Staff**Paola Dirube**

Sociedad Interamericana de Prensa
3511 N.W. 91 Avenue
Miami, FL 33172
(305) 634-2465
(305) 635-2272
pdirube@sipiapa.org

Martha Estrada

Sociedad Interamericana de Prensa
3511 N.W. 91 Avenue
Miami, FL 33172
(305) 634-2465
(305) 635-2272
mestrada@sipiapa.org

Melba Jiménez

Sociedad Interamericana de Prensa
3511 N.W. 91 Avenue
Miami, FL 33172
(305) 634-2465
(305) 635-2272
mjimenez@sipiapa.org

Alfonso Juárez

Sociedad Interamericana de Prensa
3511 N.W. 91 Avenue
Miami, FL 33172
(305) 634-2465
(305) 635-2272
ajuarez@sipiapa.org

Ed McCullough

Sociedad Interamericana de Prensa
3511 N.W. 91 Avenue
Miami, FL 33172
(305) 634-2465
(305) 635-2272
edmccullough@sipiapa.org

Horacio Ruiz

Sociedad Interamericana de Prensa
3511 N.W. 91 Avenue
Miami, FL 33172
(305) 634-2465
(305) 635-2272
hruiz@sipiapa.org

Ricardo Trotti

Sociedad Interamericana de Prensa
3511 N.W. 91 Avenue
Miami, FL 33172
(305) 634-2465
(305) 635-2272
rtrotti@sipiapa.org

Interpretes

Margarita Lloyd-Godsk
lloydmargarita@bellsouth.net

Erik Camayd-Freixas
camayde@fiu.edu

Host Committee

Michael Gura
Utah Media Group
4770 S. 5600 W.
Salt Lake City, Utah
801.204.6300
mgura@utahmediagroup.com

Hudson McKay
Utah Media Group
4770 S. 5600 W.
Salt Lake City, Utah
801.204.6300
hudsonmckay@gmail.com

Brooke Parks
Utah Media Group
4770 S. 5600 W.
Salt Lake City, Utah
801.204.6300
bparks@utahmediagroup.com

Cory Weingarden
Utah Media Group
4770 S. 5600 W.
Salt Lake City, Utah
801.204.6300
cweingarden@utahmediagroup.com

University Students

Jenny Borden
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(801) 633-9639
jaygoldann@gmail.com

Scott Brown
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(480) 589-1770
scott.k.brown.3@gmail.com

Trevor Clarke
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(208) 881-4684
tjclarke94@gmail.com

Kiersten Coberly
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
kierstencoberly@hotmail.com

Becky Davidson
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
beckyp.davidson@gmail.com

Perla Escobar
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(956) 579-5950
perlaescobar7@gmail.com

Shawn Gandola
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
smgandola@gmail.com

Tanner Linton
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(801) 660-0381
tcClinton1024@gmail.com

Dale Lundstrom
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(801) 860-7804
dale.lundstrom@gmail.com

Nola Porter
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
Daveandnola@yahoo.com

Casey Robinson
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(801) 703-7419
kcrobi@gmail.com

Rebecca Smith
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(678) 877-4977
smithrebecca614@gmail.com

McKenzie Stauffer
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
kenziestauffer2@gmail.com

Lauri Updike
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
lupdike@ahsmaail.com

Jackson Ward
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
Jrbarrío33@gmail.com

Elliotte Webb
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(206) 612-7667
Elliottwebb@gmail.com

Calvin Westfall
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
(949) 680-8046
calvinwestfall@gmail.com

Christopher Wright
Brigham Young University
A-41 Abraham Smoot Building
Provo, UT 84602
C.lorenzowright31@gmail.com

**IAPA 73rd General Assembly
Salt Lake City, Utah
October 27-30, 2017**

Viernes 27 de octubre / Friday, October 27

Sr. Ricardo Trotti (Director Ejecutivo de la SIP): Buenos días. Good morning everybody. My name is Ricardo Trotti, I am the Executive Director of the Inter American Press Association, and welcome to the 73rd General Assembly in Salt Lake City. Thank you for coming from distant places and from places that have been threatened by political turmoil, such as Venezuela, and from natural catastrophes, such as Mexico, Puerto Rico, the Caribbean basin countries and many other countries in Central America.

We have a great assembly: cyber security, corruption, solutions for publishers, quality of journalism, changing business models, integrity of news and economic relations among countries are some of the subjects, and very important subjects, we're going to hear during these days.

But let's not get confused, we are here to discuss freedom of the press and freedom of expression, we came here to discuss what other people and what many people want to have us in silence – those who threaten media and those who kill journalists.

So, we're going to be here discussing issues but also to have different strategies to take action against those who want media to be silenced.

Of course, we wouldn't be here without the leadership by our president Matt Sanders and one of our most distinguished members in IAPA in the States, which is Deseret Digital Media. Thanks for having us here, for hosting us and for your kindness.

(Applause.)

Before introducing Matt to introduce Lieutenant Governor Spencer J. Cox I want to introduce the head table to you: Jorge Canahuati, president of the Executive Committee, from Honduras; Lieutenant Governor Spencer J. Cox, thank you for being here, thank you; of course the man of the hour, Matt Sanders in the center; Scott Schurz, our honorary president; Juan Luis Correa, our first vice chairman, from Panama; María Elvira Domínguez, our second vice chairman, from Colombia; and the man who keeps our finances in good shape Chris Barnes, our treasurer, from Jamaica. Thank you for being here.

Matt, if you want to introduce the Lieutenant Governor.

Mr. Matt Sanders (Deseret Digital Media, Salt Lake City, Utah): Muy buenos días. Señor Vicegobernador de Utah, Spencer J. Cox, y sus respetables autoridades estatales, queridos colegas de la SIP que nos acompañan, amigos, bienvenidos a Utah y a la Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa.

In the interest of time and the Lieutenant Governor's schedule we'd like to invite him to speak first and before he does I'd like to introduce you to a little of his background, which I think is very instructive and you'll find very interesting.

Spencer J. Cox is Utah's eighth Lieutenant Governor, and he's from Fairview, Utah, which is south of Salt Lake, where he currently resides with his wife, Abby, and their four children. You should know that he commutes over two hours each day, correct? One way – four hours a day, so that he can maintain his family home in Fairview, Utah, and it gives him a

He formerly practiced law with Fabian and Clendenin and was vice president and general counsel of Centracom. He has particular appreciation for the needs of Utah's rural families, and we appreciate that very much. served as counsel and mayor of Fairview, as a Sanpete County commissioner and in the Utah House of Representatives.

Lieutenant Governor Cox is by statute the chief election officer of the state and the liaison between the governor and the legislature. And as you know elections in your countries are very particular and very sensitive issues, and we appreciate the fair and open election process that we have here in Utah.

He travels extensively throughout the state, supporting economic development and local government solutions. He is committed to strengthening families, transforming education, increasing voter participation, utilizing modern technologies, promoting healthy living and empowering the homeless and impoverished.

He and his family enjoy spending time in Utah's amazing backcountry. He also plays the bass guitar with his brother in a local rock band.

Please join me in welcoming Lieutenant Governor Cox.

(Applause.)

Mr. Spencer J. Cox (Lieutenant Governor of Utah): Thank you, Matt, for that very kind introduction. Ladies and gentlemen, welcome to the great state of Utah, we're so honored to have you.

My job as Lieutenant Governor is to disappoint people – people come from all over to our state and they hope to be able to see the Governor, unfortunately the Governor is out of the country right now, he is actually overseas, in Israel, on a trip over there working on a trade mission, and so you've got stuck with the Lieutenant Governor instead. So I hope you're not too disappointed but we're so excited to be able to host you here in our state.

I also have the great opportunity of being able to brag a little bit about the state of Utah as I welcome you here. We've been very fortunate over the past several years to receive many accolades here in our state. If you know anything about Utah you know that our economy is booming right now, we have been named six out of the last seven years by Forbes magazine as the best state to do business in the United States and we're very proud of that. We have one of the lowest unemployment rates in the country. We are tied as the most diverse economy in the country. And over the last two years we have been the fastest-growing economy in the country.

So those are things we're very excited about, we're very proud about, and we're getting a lot of attention because of those things.

Now, I also serve as the Secretary of State here in the state of Utah. We don't have that position, it's assumed by the Lieutenant Governor's office and so I do oversee elections. I also host visiting dignitaries when they come into our state and get an opportunity to speak with them. And they often come with a little bit of confusion. They're very familiar with our coastal cities and our coastal states, many of them know Los Angeles and Seattle, they know New York and Washington, DC, and Boston, they understand the economies of those states but they're often very confused about how a state like Utah could be so successful when we're out here kind of in the middle of nowhere with some rather strange people – you've met Matt so you understand that, I'm just kidding, Matt! They come here and they want to know more, they want to know why Utah is having so much success.

And so, in a few minutes today I hope to share a little bit about why I believe that Utah is having so much success.

First and foremost, it starts with the people that live here. I hope you get an opportunity to interact with Utahns. But there are some things that make us a little unique. First and foremost we speak more second languages per capita than anywhere else in the United States.

Es decir que hay muchos de nosotros que hablamos idiomas más que inglés. Es importante. Yo vive dos años en México, fue una oportunidad muy grande para mí y para mi familia tener la oportunidad de vivir en un país diferente, de conocer la gente allí y de conocer el idioma y la cultura de la gente mejicana.

The fact that so many of us have had the opportunity to live in other places, in other countries, really changes our world view. Now, of course part of that has to do with the predominant religion here in the state, the Church of Jesus Christ of Latter Day Saints, of which I'm a member, and I did my mission service for two years in Mexico. I have a son right now who is serving as a missionary in Africa, he is learning Portuguese and very excited to be serving in Mozambique the people there. And I think that type of experience changes your world view, it's something I wish more Americans had the opportunity to do, especially young Americans, because as you've seen and I'm sure you'll talk about there is a move right now in our country to become very nationalistic. We should be proud of our nation, everyone should be proud of that, but I think it's so important to have a global perspective and to understand the way our countries and our cultures interact. I'm very fortunate, it changed my life the time I spent in Mexico and continues to influence the policy decisions that we make here in the state of Utah.

We also believe in an openness here. When there was a big pushback here in the United States to refugees coming into our country our Governor was one of the few Republican governors who stood up and said that's not right, and here in the state of Utah we welcome refugees, it's important, who we are. Part of that also has to do with our history. Many of the people that settled this place were political and religious refugees themselves. My own great-great-grandparents had their house burned to the ground as they were kicked out of Missouri and left what was then the United States to come to Utah seeking religious freedom. We haven't forgotten those lessons. And so we believe that religious freedom is so important and that Utah should be a place of refuge for religious and political refugees from across the globe.

So we do have some wonderful people that live here.

The second thing that I think is important when it comes to understanding Utah and what we are is that we lead the nation in volunteerism every year and there isn't a close second. We also lead the nation in charitable giving every year, and there isn't a close second.

Now, the reason I think that is so important is from a personal standpoint – and you all know this – when you give it changes who you are and you become much more compassionate, much more understanding, you look for ways to help other people. But there's something else that happens when you give: it builds up communities and it builds up our society. We have some challenges here in the state of Utah, we have a very young population, which is a good thing to have, we have more children per capita than anywhere else in the country, we're really good at having kids here in the state of Utah. It's expensive to educate children and we have challenges. We are also the fastest-growing state in the country right now. That is partially because of the number of children we have, but we're also having a huge influx of people immigrating and moving from other states and from other countries into Utah right now – a lot of people from California are coming to Utah.

So the idea of volunteerism and charitable giving is critical because government can't pay for everything, we just don't have the money to do that, we can't tax our people enough to pay for every service and everything that needs to be done. We rely very heavily on volunteers to accomplish many of those goals. And when I speak of volunteerism it's not just the people, it's also the business community here. When you move your business to the state of Utah we let you know upfront that we have very high expectations for you and your business. We expect you to giveback to the people, we expect you to give back to your community, we expect you to make Utah a better place for those that come after you. And by and large our businesses have responded, we have the most generous, giving community amongst corporations anywhere in the country and possibly anywhere in the world, and it's making a difference in the lives of people. So that's something I believe that adds change to who we are as Utans.

Now for the third thing that makes Utah different and one of the reasons we hope you will come back often, and that is what it looks like outside. Utah is home to some of the most beautiful landscapes anywhere in the world. In fact, Pandora Travel last year named Utah – they'd never done this as a state – as the number one global destination for tourism and travel. Usually it's a location, a specific tourist place, but they named the entire state the number one place in the world to come and visit. We are home to five national parks that we call the Mighty Five. I hope you get an opportunity to visit those parks at some time – Arches National Park, Canyonlands National Park, Zion National Park, the list goes on and on. We're also home to 42 state parks and we have incredible ski resorts. There is so much to do here, so many places to visit. I've lived here my entire life and I still find new places every year that I didn't even know existed.

So we hope you have an opportunity to come. Our tourism is up over 20% year over year the last couple of years, every year it just keeps growing and expanding. In fact, the biggest problem right now that we are facing is that we have too many people visiting our national parks and we're trying to find ways to better accommodate the people. But don't be scared away by the lines at the national parks, because, again, we have state parks that are as every bit as incredible and amazing as those national parks.

So we feel very blessed to live in a state with those kinds of national opportunities that are attracting people to come and celebrate the outdoors and to love and recreate here in our state.

Now, I close with this: I want to thank all of you. This is very rare for a politician to be telling the media how much we appreciate what you do and what you stand for and how critical you are to the institutions of our country, to the institutions of your country. I believe very strongly in the power and the role of the media that they play. You're critical to keeping people like me honest. And I like to think I'm honest regardless of you, but I know some people that aren't, and we need you to help make sure that they stay honest as well. I know it's a very challenging time. I come from the telecommunications world, I actually didn't run for Lieutenant Governor, I did not want to be a full-time politician, our Lieutenant Governor resigned, I was a part-time politician with a real job in telecommunications when the Governor asked me to serve in this position. So I'm a little different, I just say what I think and I don't care if I get fired, because if I get fired I actually get a raise and I don't have to commute 200 miles round trip every day! So I'm looking forward to that time.

But the telecommunications world is one that has been rapidly changing over the years, for better or worse, it's also responsible for the changes that are happening in your business and in your industry. But in that world, we had to change and adapt or we would be out of business very quickly. And so I understand that.

The problem is it's not just about changing or adapting for you from a business standpoint, that is absolutely critical, but your job is much more important than the job that I had there. Your job, again, as an institution is just as critical as my job as a politician, and we need a free press, we need a press that is respected, we need a press that is able to deliver news and able to research, able to investigate and able to convey

messages to people about what is happening in the world around them and in your countries. And that is absolutely critical.

Now, it gets even more challenging when people can consume only news that they want to hear. I think that's very dangerous, I think it has led to some many problems in our own country as we surround ourselves in echo chambers where we only listen to voice that are like ours and there is no diversity of opinion and no diversity of news. And so it's something that I think we as consumers need to do a better job of.

I was with a very liberal Democrat from New York City yesterday – I'm a conservative Republican from Utah, and you would think that we have almost nothing in common, but we have this in common: he told me, some of you may know who he is, his name is Luis Miranda, he's the father of Luis Manuel Miranda, who is the creator of Hamilton the musical which has taken our country by storm and much of the world, but I was with Luis Miranda, and he works actually in politics, and he said this: "I am a very liberal from New York City and I watch *Fox News* at least one hour every day because I think it's important for me to understand what other people who are different than me are thinking and staying." And I conveyed to Luis that I watch *MSNBC*, not every day but very, very often, I read articles from Web sites that have a different political leaning than I have because I think it is so important that we learn from other and understand. And in an era where there are accusations of fake news going very frequently it becomes even more difficult for you.

Now, I think it's important to note that there is some fake news out there and that is part of the problem, when there is a partial truth to those accusations it makes it even harder for what you do.

So please know that not every politician hates you, that we admire you and we're grateful for the important work that is happening here. As I look at your agenda I know you have some incredibly difficult discussion items, but they are absolutely essential to moving forward for our country and for your countries as well.

So on behalf of the Governor of the State of Utah, on behalf of the 3 million residents and citizens of our great state we hope you enjoy your time here. Welcome.

Thank you.

(Applause.)

Mr. Sanders: Due to scheduling the Lieutenant Governor has to leave immediately. Thank you once again, Lieutenant Governor.

Mis amigos, cuando hace un año pronuncié en México mi discurso "La Luz de La Libertad" al aceptar la presidencia de la SIP, me embargaba un gran sentido de responsabilidad al asumir las riendas de una organización como esta, centinela de la libertad de prensa en las Américas.

Ahora puedo confirmarles que esta ha sido una experiencia inolvidable para mí y mi familia. Pude cumplir mi mandato de un año gracias a cada uno de ustedes sin cuyo trabajo no hubiese sido posible ejecutar las numerosas metas que nos trazamos. Me siento muy orgulloso de haber aceptado el reto y de haber contado con su respaldo. Este año ha sido un importante aprendizaje personal, aunque tengo que confesarles que me siento engañado, pues no tenía la menor idea de que se necesitaba

También agradezco profundamente a mis hermanos y hermanas de Deseret News y Deseret Digital Media por darme el espacio para servir en esta capacidad, adquirir nuevo conocimiento y compartir mis experiencias con la SIP y otros en la a tanto para ser Presidente. industria. Especial reconocimiento va para todos los auspiciadores e involucrados en la organización de esta reunión que nos permite mostrarles a los amigos que nos visitan de 20 países y de otros estados de Estados Unidos, la maravillosa Salt Lake City, nuestro hogar. Quiero ofrecer agradecimiento particular a Ricardo Trotti y su equipo de la SIP. Son profesionales excepcionales, y ahora mis amigos. También les agradezco a Kadee Duclos y su equipo de Utah Media Group por manejar los asuntos logísticos de esta asamblea. Agradezco también a los miembros del comité anfitrión por su guía, trabajo y soporte en preparar esta experiencia. Finalmente, doy gracias a mi familia por el apoyo que me han brindado por los muchos viajes durante mi tiempo en la SIP, y además por acompañarme en muchos de ellos. Ha sido una gran aventura para nuestra familia y le agradecemos que nos haya acogido y nos haya incluido como su familia.

Quiero hacer aquí una pausa para referirme a los numerosos fenómenos naturales que en meses recientes han causado sufrimiento y desastre a millones de seres humanos del Caribe, Centroamérica, México, Texas, Florida y California. Desde este espacio expresamos nuestra solidaridad para las víctimas de los huracanes, tormentas, terremotos e incendios que dejaron muerte y destrucción. Felicito a los periodistas y medios de comunicación que, pese a las adversidades, han hecho todo lo posible por mantener informada a sus comunidades en momentos de crisis. También destaco el papel que han desempeñado las redes sociales que en muchos casos han suplido y complementado la labor periodística de los medios tradicionales.

Haciendo un rápido repaso de mi Presidencia, destaco como una de las actividades más importantes el litigio ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos del caso de Nelson Carvajal, periodista colombiano asesinado en 1998. Es la primera vez que como organización participamos ante este tribunal por el caso de un asesinato de un periodista. Esperamos para principios de 2018 tener un fallo que sienta un precedente jurídico, recompense a los familiares y se convierta en un caso que permita luchar contra la impunidad y los crímenes contra periodistas.

Agradecemos la colaboración de 14 organizaciones de prensa aquí presentes como Adepa de Argentina, ANP de Bolivia, ANP de Chile, Andiaros o ahora Ami de Colombia y el Fórum de Periodistas de Panamá, entre otras, además de la Comisión Nacional de Derechos Humanos de México y más de 100 del mundo agrupadas en IFEX que respaldaron gestiones de la SIP ante la Corte Interamericana.

Si bien tuvimos una experiencia importante por el caso Carvajal, la violencia sigue siendo un grave problema para nuestra región. Lamentablemente, desde nuestra Reunión de Medio Año en Antigua en marzo pasado nueve periodistas fueron asesinados. En total, 18 han sido asesinados en 2017: 10 en México, 3 en Honduras, 2 en Perú, 2 en República Dominicana y 1 en Guatemala. Si agregamos a esta estadística a los familiares y colegas de las víctimas y a los medios afectados, el efecto sobre la libertad de expresión es devastador. Nuestro más sincero abrazo a las familias y mantenemos nuestro compromiso de seguir exigiendo la administración de justicia por cada uno de esos crímenes.

Pido un minuto de silencio para recordar y honrar las vidas de nuestros colegas que cayeron por informar. Muchas gracias.

Hemos tenido un año intenso y miramos al futuro con entusiasmo. Tenemos varios proyectos que emergen de nuestros cambios y del plan estratégico para adaptarnos a esta nueva realidad. Entre ellos iniciaremos proyectos de impacto renovando el compromiso del programa de Chapultepec para trabajar en un índice legal por país con la Universidad Internacional de la Florida de Miami que determine cuáles son los mayores retos en el continente.

Seguimos enfocados en la posibilidad de un mega kiosco digital para que nuestros socios tengan otro canal de monetización de contenidos y estamos determinados en tener mayor impacto, seguir siendo sostenibles y también en cambiar las formas de gobierno y liderazgo. Muchos son los proyectos, las ideas y las buenas intenciones que debemos empezar a concretar.

Hace un mes participe en el nombre de la SIP en un foro en el Instituto de Brookings en Washington, D.C. sobre el tema de la democracia en Las Américas. Ofrecí la perspectiva que nos encontramos en un momento muy extraño en la sociedad civil en casi todos los países, que están expandiendo el número de voces, fragmentando las fuentes de información pública, y a través de google podemos llegar a una de casi 5 mil millones de páginas web con información asociada a nuestro término de búsqueda. Por un lado, la democratización de la información y diálogo es bueno. Pero irónicamente, al mismo tiempo estamos consolidando las voces que elegimos escuchar a través de nuestras propias redes sociales en plataformas como Facebook, Twitter, Whatsapp, SnapChat e Instagram. Y en lugar de fomentar una mayor comprensión, conexión e inclusión en nuestras democracias, a veces vemos problemas muy importantes entre muchas partes interesadas reducidos a hashtags y movimientos que ganan simplemente al ser más ruidosos, mejor organizados o más enojados. La posibilidad de éxito de tales movimientos da lugar a aquellos actores y organizaciones de cada ideología que manipularían el sentimiento público a través de la difamación, desinformación y las noticias falsas. Entonces crece cada día la amenaza de los actores estatales y no estatales que buscan interrumpir o cerrar ciertas organizaciones enfrentadas a través de ciberataques. En verdad, los enemigos de libertad de expresión tienen nuevas armas muy sofisticadas. En esta asamblea tendremos la oportunidad de escuchar e interactuar con colegas, líderes internacionales y expertos con experiencia batallando esas tendencias peligrosas, quienes tengo confianza nos harán pensar y actuar en una manera diferente.

En la SIP seguimos enfocándonos en precisamente estos desafíos que de esta época nos enfrentan. Especialmente, tratamos los asuntos de disrupción tecnológica y de cómo mejorar los contenidos y la conversación pública. Pueden tener confianza que seguiremos con nuestros programas de entrenamiento colaborando con Facebook en talleres sobre seguridad en las redes sociales. También con Google en temas de ciberseguridad.

Si bien hemos reducido los formatos de seminarios presenciales a favor de ofrecer conocimiento a muchos más por medio de webinars, gratuitos y con buena participación entre ustedes. Buscamos soluciones, si grande o pequeño, que serían de ayuda y de guía para los miembros de la SIP para aplicar en su propio trabajo en una manera muy pragmática.

Destaco también la conferencia SipConnect que ya cumplió su tercer año y se ha convertido en una referencia para la discusión de los temas que atañen al mundo digital. Por eso en junio pasado nos acompañaron

en Miami 226 ejecutivos de medios y periodistas de 24 naciones, y ya pronto comenzaremos la organización de SipConnect 2018. Como siempre me recuerda el presidente de nuestro comité de Internet y buen amigo Ernesto Kraiselburd, estamos ansiosos por mostrar estudios de casos de medios pequeños o medianos que hayan transformado con éxito algún aspecto de su negocio. Entonces, por favor avísanos si tiene una sugerencia.

Por el lado de la membresía, un eje importante de nuestra organización, entre octubre de 2016 y esta fecha se incorporaron a la SIP 200 medios que muchos de ellos como parte de grupos corporativos de México y Colombia, y estamos muy agradecidos ofrecerles nuestro bienvenido a la gran familia SIP. Y seguimos trabajando intensamente en el Plan Estratégico de la organización para acomodar nuestros estatutos y recursos a los nuevos tiempos, lo cual también ha implicado buscar alternativas de sostenimiento, estableciendo acuerdos de distinta índole con proveedores de servicio de tecnología de comunicación.

En este periodo quiero recordar que atendimos asuntos sobre libertad de prensa en México donde participé en la emotiva celebración por el nonagésimo aniversario de El Herald de Chihuahua, que forma parte del grupo Organización Editorial Mexicana, cuyos periodistas tiene una gran historia de coraje laborando en medio de violencia y corrupción muy grave por motivo del poder de los narcotraficantes locales. Y en Ciudad de México nos reunimos en otra oportunidad con socios de la SIP por casos de asesinatos de periodistas, seguro de vida para periodistas y visitamos a funcionarios del Instituto Federal de Telecomunicaciones. En Perú, junto a mi familia y mis colegas de la SIP, tuve la oportunidad de conocer al presidente Pedro Pablo Kuczynski que firmó la Declaración de Chapultepec, allí también conversamos con otras importantes autoridades del país por temas de violencia e impunidad, descriminalización de los delitos de difamación, propiedad de los medios y sobre varios proyectos de ley contrarios a la independencia de los medios. En cumplimiento al compromiso asumido en la reunión de Antigua, nos trasladamos a Panamá para estudiar la situación que afecta a los grupos editoriales Gese y Epasa. A Washington, DC, me desplazé, junto a mis colegas de la SIP, en tres ocasiones este año para cubrir asuntos de asesinato de periodistas, ciberseguridad y sobre la situación de libertad de prensa en Estados Unidos, Cuba, Ecuador, Panamá y Venezuela.

Todo nuestro trabajo no sería posible sin el apoyo de fundaciones como la Knight, Scripps, McClatchy, para mencionar algunas, así como el apoyo generoso de empresas proveedoras de servicio, desde Protecmedia a Vindicia, o de PressReader, a Arc Publishing y TV Venezuela, entre otros. Gracias a todos. Para aquellos que han apoyado a esta asamblea en Salt Lake City como auspiciante, ofrecemos un sincero agradecimiento. Por favor, tómese un momento para visitar los stands de nuestros patrocinadores y expositores durante nuestros descansos.

Ciertamente ha sido un año intenso de estar representando a la organización con mucho orgullo y respeto. Especialmente aprendiendo de todos ustedes para seguir con nuestra institución como dice aquí atrás: "Always Pioneering". Esta frase tiene significado en la historia y cultura local, pero también nos hace recordar que necesitamos siempre ser un pionero en esta obra tan importante.

Estamos haciendo mucho para defender la libertad de expresión en nuestros países, pero siempre falta más por hacer. Cuenten conmigo.

Muchas gracias.

(Aplausos).

Sr. Trotti: Muy bien, Matt, muchísimas gracias. Vamos ahora a arrancar con parte de la asamblea, pero antes que se despidan la mesa les quiero contar, porque muchos de ustedes han estado sorprendidos por como tenemos distribuidas las mesas. Matt nos ha enseñando en toda esta etapa de monetización entre dos o tres horas vamos a tener unas ruletas, la SIP es banca ¡y allí es donde vamos a empezar a recaudar dinero también para la SIP! Así que no sea problema.

Muchísimas gracias, Matt, entonces por esa muy buena idea que seguiremos en toda la SIP, gracias por estar con nosotros y ahora sí les invito a bajarse –yo sé que quieren quedarse, pero ahora sí vamos a empezar con un programa muy importante. Gracias por estar con nosotros.

(Aplausos).

Quiero comentarles si nos ponemos de acuerdo que el hashtag o etiqueta para esta reunión sea #SIP2017 ¿parece bien, más simple? Va a ser transmitida cada presentación que vamos teniendo, vayan presentándose en el canal YouTube de la SIP.

Les quiero comentar también que en esta asamblea irá mientras, antes de presentarlo, pero quiero que ya se acerquen entonces a la mesa de trabajo, por favor, a Rosental Alves y a Jeff Jarvis, que nos acompañen en la mesa. Y mientras ellos se están acomodando primero quiero saludar muy especialmente a uno de los socios más queridos de la SIP que está aquí junto con su esposa, de Utah el señor Gary Neeleman y Rose Neeleman,

muchas gracias. (Aplausos). Ellos fueron los anfitriones en la asamblea de la SIP en Salt Lake City en 1988. Gracias por estar con nosotros de nuevo.

Vamos a tener hoy todos los paneles, serán centrados en temas de monetización, cambios de modelos de negocio. Mañana temas de libertad de prensa todo el día. El domingo pasaremos por paneles de temas que mucho nos preocupan a los latinoamericanos, también en Norteamérica, los temas de Panama Papers y Odebrecht, también el caso Venezuela, y va a haber dos paneles muy importantes sobre ciber seguridad. También les recuerdo que el domingo es el día de las elecciones para el nuevo Board o la reforma del Board de la SIP. Y el lunes vamos a volver con temas económicos, el tema del Board, y especialmente para cerrar la asamblea con temas de libertad de prensa y aprobar las resoluciones, conclusiones e informes.

Muy bien. Para empezar entonces la mañana no tenemos nada mejor que hacerlo con un viejo amigo que todos conocemos, que todos lo tenemos en la visión de que es uno de los líderes de la reformación periodística de los últimos años, como es Rosental Alves. Es el director ejecutivo del Centro Knight para el Periodismo de las Américas en la Universidad de Texas en Austin.

Rosental, como siempre muchísimas gracias por tenernos.
(Aplausos).

Seminar 1: New Integrity Initiative Seminario 1: Integridad de las Noticias

Mr. Rosental Alves (University of Texas, Austin, Texas): Muchas gracias, un gusto estar aquí con ustedes. I'm going to switch to English because this is going to be an English-language conversation.

Before I introduce Jeff let me echo the homage to Gary and Rose, because, you know, really Gary and Rose are amazing, one of the most productive people that I have seen for decades. If you goes have to find one of the best friends of the IAPA this wonderful couple from here are the ones. I have throughout the decades learned so much from them and I admire them so much that I want to start by asking for another applause for them.
(Applause.)

OK, I also admire this man here. Jeff Jarvis is a dynamo. Jeff Jarvis is one of the most important voices of the transformation of journalism in the United States, one of the first to really understand the dimensions of the digital revolution and its impact on the media in general and on journalism in particular. I have admired him for many years, we have had some very hot discussions, we don't agree 100% always, which is great, and now he is doing a transformational work with his dean at the City University of New York that we call by the acronym CUNY. His dean, Sarah Bartlett, is an amazing dean and that School of Journalism in the last years became leader in this country in the area of digital transformation. And they have received a lot of money recently, so if you guys are needing money this is another issue they can talk to.

One of the parts of money that they got was to create the News Integrity Initiative that Jeff is going to talk about here. So the plan is that he talks a little bit about the News Integrity Initiative and then talk about the problems that generated the creation of this amazing initiative, and then I think the best part will be when you start asking questions to us here, and I'm going to do a sort of an interview with him after he talks, and then we're going to have a general conversation.

So, Jeff, we're glad to have you here.

Mr. Jeff Jarvis (City University of New York, Center for Entrepreneurial Journalism, New York, NY): Normally we talk about entrepreneurial journalism because that's what we do and we generally agree, but I spend most of my time worrying about new business models for news and you spend most of your time worrying about new business models for news, but today we're going to talk about the threat to news that exists.

I should start by apologizing because unlike our hosts here in Utah, Matt and the Lieutenant Governor we tend to be monolingual in the U.S. We are starting a great new program at CUNY in bilingual journalism, in Spanish and English, run by the wonderful Graciela Mochkofsky, formerly of *La Nación*.

I was so embarrassed to be part of the university as this was going on that I started trying to learn Spanish in the car every morning for half an hour. It was my time to learn Spanish, estudiar español, and then the election happened and I couldn't listen to the Spanish any more because I had to listen to the horrible news that was going on here. So I started all over again, porque soy demasiado Viejo para aprender.

So I apologize that I'm terrible, I'm honored to be here, I'm honored very much to be with Matt and I'm honored to be with my friend Rosental, who is – and I say this earnestly – the most admired innovator in three languages on two continents, it's always wonderful to see Rosental at places like the Gabo Festival and see that he is a hub of much work.

So I want to talk for a few minutes about what's going on around the fake news. But I also want to start with a caveat that I come up here very humble to have stood in a moment of silence for your fallen colleagues and the acknowledgement that journalists in Latin America have bravely battled for freedom of the press even with their lives, and that we have much to learn from you in the United States. We tend to think that when something happens here it's the first time it happens in the world because it's America, but you have dealt with populist, autocratic and corrupt regimes that were violent and one of the things that I hope to do in our initiative is to create the mechanisms where we can learn from your experience and see where that goes.

But about this so-called "fake news" in the United States that we're going to talk about primarily this morning, we have seen in the news and television – I should tell you that the money Rosenthal referred to is \$14 million we received from Facebook, the Ford Foundation, Craig's List and others to battle this notion of fake news. And we think fake news is a terrible, terrible title and we shouldn't use that because it has been taken over by the likes of Trump. But I think we see it as a problem of manipulation and trust. Manipulation is the short term, again here you have seen manipulation from other countries outside your own of your media but we see all kinds of new means to manipulate the public conversation. But the real problem we have to deal with is trust – trust in media, trust in facts, trust in each other so we can have conversations across communities. Right now we're very polarized here in this country and very mean to each other. And trust in certain institutions which has fallen – politics, government, journalism, academics, science even.

And then finally I think I want to talk a little bit about how media need to be remade so that we trust the public more. If we talk about fake news as a commodity that we can just get rid of through technology or government regulation that's a mistake. We're really talking about human behavior and the problems of human behavior.

I recommend to you three reports that were very illuminating for me. There's a think tank in New York called Data and Society that did a report on media manipulation and disinformation online. It is an excellent report that tears through the trolls and the gamergaters and the all right, and all of these forces that have tried to manipulate news and the public conversation in the U.S.

I also recommend reading NATO's handbook of Russian information warfare. I'm going to sound like I'm really quite paranoid and am going to put on a tin-foil hat. But it is a sobering document that shows that the lessons the Russians learned and taught themselves in Ukraine and how they're using it now in social media. I'm not suggesting the Russians are in charge of everything here, at least not yet, but I do think that the bad guys all learn things from each other.

Finally, there's a Rand report, the Russian fire hose, a falsehood propaganda model which is very good. And what these show us is that what's really happening in the words of Danah Boyd, who founded Data and Society. Is that, and I'll quote her: "Our media, our tools and our politics are being leveraged to help breed polarization. Sometimes it's for the laughs, sometimes the goals are much more disturbing, sometimes I think it is to disturb institutions, even nations, even the notion of truth."

The NATO handbook quotes a Russian author who says that information has become the same kind of weapon as a missile or bomb but it's much less expensive to operate.

The Rand report points out that when information volume is low people tend to trust experts, you, but when the information volume is high, when there's too much coming at us, they tend to trust other users, friends. So that becomes a fertile ground for manipulation. Rand also says that the bad guys, the manipulators, have the advantage of speed, because it is much easier to make up a lie than it is to find the facts and the truth.

And the result of this is that the bad guys control – control would be too strong – they have a real influence on setting the agenda in the public conversation. At the highest level they attack truth.

NATO says that multiple untruths are in part designed to undermine trust in the existence of objective truth. This is a major battle.

And again, I want to emphasize that I know that you have all dealt with this in your history in your nations. These are lessons we are just now starting to learn in the United States and I hope that we can have a dialogue so that we can learn much from you.

Well, what do we do about this? We tend to throw the things we know at this. The first is to fact check. Mind you, fact checking is very important, it's part of what every journalist does, it is a vital function, but it is taking a weak weapon to a war, it's not sufficient, there's more that's needed. The other thing we do, we argue that we need to do, is what we call news literacy. I don't like that title very much because I think that it is patronizing, it says that if you read our news you're literate, if you don't read our news you're illiterate, that if you just all read our news everything would be OK. And I think there's something deeper that's going on here. We have to acknowledge our own responsibility in the news media, especially in this country, for the lack of

trust. Our trust numbers have been going down, they've been going down since the 70s, it's not the Internet's fault.

So what's our real goal? I think that in part our goal is to foster the means for a civil public conversation. If you come to all of our social platforms now you see a very uncivil, rude, difficult, hateful sometimes conversation.

So I think that responsible sharing and civility and returning to these norms is where we start. It's a precondition.

So what about the platforms, Facebook and Google and Twitter? I think it's important to say that they cannot fix this with an algorithm change any more than they caused it with an algorithm change.

The Internet I think exposed perhaps centuries of frustration with major institutions like government and politics and media and education. We have to accept our own responsibility in the creation of this notion of mass media and the mass, treating everybody all the same. The Internet enables communities to find each other and to say that they haven't been heard and we have to better listen to them.

Google and Facebook have done some things that I think go in the right direction. Let me tell you about Google. Ben Gomes, who's in charge of search engineering at Google, one could say is the most powerful man on earth these days. He wrote a post a couple of months ago in which he said that Google was going to change how it views sources in search. I'll give you an example: if you search for climate change, the words climate change, a year ago you would have gotten in my view good results, scientific results. But if your query was "is climate change real?" you would have gotten half ridiculous results in my view, paranoid conspiracies against climate change. Why? Google wanted to anticipate the needs of the user, Google valued relevance and basically people who were ignorant enough to ask "is climate change real?" were ignorant enough to click on all of these links with conspiracy theories and they rose up.

The problem was I argued with Google that they had to map the manipulation that was occurring of them and perhaps that of us, and they had to compensate for that manipulation, that's what Google does now.

So Ben Gomes wrote this post few months ago in which he said that Google will now account for the reliability, authority and quality of sources in a search ranking. That's a very big deal because it means that Google now has to take a responsibility. I don't think they're being editors but I think they are taking a quality judgment about sources. And now if you search for is climate change real? you get scientific results, which means that Google sided with the Institution of Science.

Facebook on its behalf started the fact checking effort, which is an effort to try to find so-called fake news early. Really the fact checking that's done is to train Facebook's algorithms so they can recognize manipulations earlier. I think that that's helping.

There's also something we started out of my center, out of News Integrity Initiative, called the Open Brand Safety Initiative, with a bunch of companies in which we start by identifying the worst of the worst of fake news. And we're next going to find out which advertisers are supporting that fake news so that we can go to brands, networks, ad agencies and try to convince them not to support this worst of the worst.

We're also going to go to media companies and say that when they put up so-called recirculation engines they're often supporting financially and through distribution what I would call fake news.

So we have to rob the manipulators of their economic support, we have to recognize our responsibility when it comes to how we promote them, we have to map the manipulation, the platforms have to stop the creation of fake accounts and bots, particularly on Twitter. I think they're only beginning to wake up to this, to how much they're being used.

We all have to in society make responsible choices around civility. And in the end I think our biggest function for media and Facebook is to make strangers less strange, because what's happening is that Donald Trump can stand up on his first day in office and accuse Mexicans of being rapists and thieves and so on and can get away with it because we don't know enough people from Mexico and from Latin America. If you look at the German election the largest proportion of votes for the AfD, the far rightwing neo-Nazi party, where in East German states where they had no refugees, it was the stranger that is the threat.

So what do we in media do finally? I think we have to learn to listen to, understand and empathize with communities before we bring them journalism. I started a new degree in Social Journalism at CUNY, that's what that's all about, it's listening to communities, understanding them.

We have to build diversity in our newsrooms, we're never good enough at that, we never have enough perspectives, but we also have to build diversity in the media ecosystem. García Macovski, in our new Spanish-language program, is also starting a Latino Media Center at the school where we want to try to support the entrepreneurial creation of new media outlets in the United States serving Latino communities.

We run now an entrepreneurial journalism program at CUNY, we would like to do the same program en español and we're looking for efforts to do that so that we can try to help, and it's a cause that we're worked on now for 10 years together.

We also can recognize how we in liberal media – and I'm liberal and I'm media – did not admit that we were liberal and thus the conservative American didn't trust us, "You can't even admit that, why should I trust you to say anything else?" We left a vacuum that was filled in the United States by Fox News and Brightpart and Drudge.

I think we need to invest in responsible, fact-based journalistic conservative media in the U.S. My liberal friends don't like it when I say that. We have to share power with the public. There's an effort called Harken, which I think is very good, that enables the public to assign journalists. We have to learn how to convene communities in the conversation. There's another new company in the U.S. called Spaceship Media that brings together communities in conflict to get them to understand each other.

We have to take journalism to the public where the conversation occurs. We still think that everyone has to come to our site or our news stand to get the news. We need to take our journalism to Facebook and to Twitter and to Instagram. We're starting to do that but we need to recognize that that's where our public is.

We need to come up with new forms of journalism.

And finally the thing that concerns all of us every day: We have to come up with obviously new business models for journalism not only so we can survive but so that we can recognize the ethical difficulties that the business models we have create. The mass media business model, which worked beautifully when you had a World of scarcity and we owned the printing press and the other guys didn't doesn't work well in the world of abundance on the Internet. And so what happens inevitably is you get more and more and more ads the prices go down and the desperation goes up. Or as I like to say the volume-based advertising model leads inevitably to Cats and Kardashians, and ultimately it leads to Donald Trump because we're trying to for traffic, traffic, traffic, traffic. We need to come up with new business models around commerce, membership, patronage, events and other mechanisms so we can find a broader base that not only supports journalism and subsidizes journalism but that also takes us out of this addiction we have to traffic for traffic's sake, which I think has made us a fertile ground for manipulation. It's very easy for the Russians and the trolls and the all right to manipulate us because they knew how to write click-based headlines and get them out there.

So that's what I wanted to suggest and what we're going to try to work on at the News Integrity Initiative, and I look forward to our conversation.

(Applause.)

Mr. Alves: Great. I think it was a good presentation. Let me start with some things. One of the disagreements that I had with him, I mean I think it's the only one, is that, and everybody here is going to be on his side, I'm going to tell anyway, is because I became really very interested and enthusiastic I must say in non-profit journalism as I saw this industry shrinking and the business model being attacked, etc. and Jeff kind of pushed back. He even called me in a conference like this with many more people Communist. He said, "Rosental, you don't like profit, your are a Communist!" And I joked and I said, ""I'm glad you're doing this in the United States and not in my country in the '60s or '70s being called a Communist even as a joke would get me in trouble!" But when I started teaching entrepreneurial journalism Jeff's advice was "Don't allow the students to come up with a project that is based on non-profit, because the key is to develop a sustainable, profitable business model." And I agree with that, too. I just think that the non-profit will have a role and a part in the media landscape.

Mr. Jarvis: I just want to say I've come to agree with Rosental more because it is part of the ecosystem and I think that even if you go to the *Guardian*, which says that it seeks profit, it is now begging for money from people, and it's working, they just announced they have 800,000 people donating money to the *Guardian*. So I think that there is this new mix of profit and not-for-profit.

Mr. Alves: Not only that, I mean if you see the sales pitch of *The New York Times* for example it is they don't support in journalism. You know, the language that we're going to hear tomorrow that democracy dies in darkness, the industry is recognizing and changing the discourse, which I think on one hand is a recognition of the extreme limitations that we did not expect that would happen in terms of the business model on one hand. But the other hand it's actually a good marketing position, my friends from public radio for example don't like that, they're thinking that *The New York Times* is stealing their pitch. But in reality I think it may create a new

link with society that is very important, profitable or not, I mean for profit or non-profit. It doesn't matter, the fact that we are here to serve you creates a link that is different. And, you know, I remember all my life that we always said this is not a regular industry, this is not a factory, we have a social role, a social responsibility.

How can you do that in a country like this where the president now lies so much, that he now has just said that he invented the expression "fake news." How can you deal with that, what do you think the media is doing the right and wrong, because there are lots of rights and wrongs in the dealing with Trump?

Mr. Jarvis: I'll be curious to hear what you think of this, I haven't blogged this yet: I'm coming to think that we almost need a truth and reconciliation commission from journalism and the platforms.

I don't think we've begun to accept the responsibility that we have for where we are. We tend to blame the public, we make news, news is wonderful, it's all the public's fault they don't believe us. If you look at the election we in journalism did a lot wrong, the heads of *CBS News* and *CNN News* both said that Trump may be bad for America but good for their business. They put the camera on that podium and left it there for Trump for a lot longer than anyone else, they treated him as entertainment, they didn't really report his lack of experience and sense and intelligence and knowledge and ability to speak English.

Mr. Alves: Even cable news, even *CNN* was completely off, the debate will finish and immediately all the cameras would go to him to give him extra time.

Mr. Jarvis: And they would let him call in and let others call in. *The New York Times* story about Hillary Clinton's e-mail I think was overdone. We have this notion of false balance in American journalism where everything Trump did wrong you had to say something Clinton did wrong and all we had was the e-mail, so the e-mail story got raised up far beyond its news judgment appropriately.

So I think we did a lot wrong. We also think our jobs is to predict who's going to win, which does nothing to inform the voters. Nothing. It just makes us look like we're smart and savvy even though we turned out to be very wrong.

So what do you do now? The problem now – I've been thinking about this and I'd love to have this conversation with you over a few beers – is what we now see in American media is finally the media are saying, "Oh my God, he lies, oh my God he's wrong about that or oh my God he's causing damage, we can't believe this is going on!" But it stops there. What about that, what damage is being caused, what should we be reporting on, what will do about this? The media is just acting shocked these days. If you watch the Morning Show on *MSNBC* while you're here, Joe Scarborough was a conservative Republican on a liberal channel but even he now has left the Republican Party because of Donald Trump. So every morning he'd say, "Oh my God, I can't believe what he did today!" What does that do for the country?

I don't know what our new strategy has to be, in manipulation will be curious about this too in Iraq.

There are some who are beginning to say that we in journalism need to practice what they call strategic silence. The problem is that when we fact check and debunk the manipulator, "No, Hillary Clinton did not a sex ring out of a pizza parlor," all we do is take that notion and put it into the public conversation. So we do the work of the manipulator by spreading that idea even as we say it's false.

So we need new strategies as journalists to figure out how to report the methods but not the messages, how to deal with an incompetent leader. I don't know.

Sr. Alves: Well, first of all there are so many things interesting in what you said but let me start with the last one: Our policy for our history of the 150 years of newspapers I think has been based on not to deny rumors, innuendos or whatever, because when we said that that's not true we were giving credit to it somehow. But I think the new media ecosystem created other forces that pushed us to do that.

I know that you have this idea that fact checking is not sufficient, and you're right, but fact checking as a new discipline of journalism and a new genre of journalism that has been commercial – by the way we are offering our course free online on fact checking with Laura Somer from Argentina that starts next week. Free – did I say free? – yes free and wonderful, in Spanish, supported by the way by Google News app.

I think we really have to deny, to have the fact checking, because it is different, because in the past the rumor mills did not have the power of having audience as it can, as it has now. So it is now

Mr. Jarvis: What should we do about that then, you're right it changes?

Sr. Alves: I think we should keep developing those techniques. But I like the first part of your very bold idea of the truth and reconciliation. This is what the United Nations does in post-war situations. But I heard you saying “with both the platforms and media.” I thought it was between the platforms and media.

Mr. Jarvis: No, the platforms are the good guys more than media. We both

Sr. Alves: I know, but if you compare what happened in Europe and in this hemisphere as well on how we deal with the platforms and how the platforms are changing, you know. In part of your presentation you talked about how Google’s changing, how Facebook’s changing. It is part of the problem that publishers and platforms have to talk more and have to work together. But do you think the platforms are understanding that they are not as neutral, that there is a new beginning for them to understand their responsibility, that they are also publishers?

Mr. Jarvis: Well, I argue that they’re not media, if we in media try to define them in our terms we limit what they are, we don’t really see what are fully. However, I absolutely agree they have to learn much more about their public responsibility. And I have argued to both Facebook and Google that they should hire senior journalists, not to edit, not to create content, not to compete with us but to bring a sense of public responsibility to what they do. I’m not saying they don’t have that but they don’t have it the same way that we do, that we know there’s an impact of what we do.

The problem is this, Rosental, the platforms still see this as a public relations problem, so all the efforts they do are run out of their marketing departments. The only thing that matters in Silicon Valley is the product department and we have to have this voice there that says when you make new search rankings, you make new news feeds, you make decisions on Twitter that you do so with this idea of public responsibility. And we should help them.

The other concern I have going out there, when I was down in Peru for an event on (?) journalism I talked to journalists from Colombia who told me – and tell me if I’m wrong here – that the peace referendum was lost in great measure on WhatsUp. And so there’s another platform out there where we can’t watch what’s going on because they’re private conversations.

The technology’s going to change faster than we can, the manipulators are going to be way ahead of us. We have to listen to the public conversation.

So what I argue is that Google and Facebook should be much more transparent about the manipulation. Facebook should have revealed all of the Russian ads as soon as they knew that they were there and not waited for a public furor. They should have revealed not only the ads but also the targeting criteria so we know who was being targeted with what message. They should have gotten way ahead of this and said “We’re being manipulated, that means they’re trying to manipulate you the public and here’s where we stand.” But right now they’re still behind.

Sr. Alves: And let me tell you one thing about WhatsUp. The thing of Colombia is a great case study because there is an interview that one of the managers of the campaign against the peace agreement tells how he was manipulating the sentiments in social media in general. It’s such a cynical statement, it’s almost like exactly what the Russians were allegedly doing here.

But the WhatsUp case is also very important and very understudied. The WhatsUp case is that people in Latin America lead on WhatsUp and they create their own social media within WhatsUp, and when the news organizations start to be present in WhatsUp, correctly because this is where people are, WhatsUp’s whole style is against the media, against the newspapers. They shut down abruptly operations of media because they consider then spam. I really don’t understand where their heads are, why they do that.

But anyway, going back to reconciliation

Mr. Jarvis: This is going to get me in trouble I think.

Sr. Alves: No, but let me see how can we move out of that, what is the role of publishers, what can we do, because there is this other phenomenon that the Lieutenant Governor in his speech mentioned, the echo chambers. There is a word in English and I think in Spanish and Portuguese also, homophily. It is a sociology trend, theory, I’m sorry that talks about how we love the same and we want to be surrounded by people who think like us. We’ve always had this trend but now we have this exponentially bigger, right? And this is the

problem because you are having trites (?) that unite and WhatsApp is making this possible also in another dimension.

How can the media help to break that?

Mr. Jarvis: Well, I don't know we want to break it, because it's both good and bad. The fact that you can now find people like you, you know the ability of people in the Arab Spring to find each other and bring down that regime – unfortunately the Internet is not good at building new regimes – the ability of gays, lesbians, transgenders to fight for the right to get married because they have this social media structure, the ability in recent days here in the United States, the #Me Too about sexual abuse of women by men in power, the Internet enables people to gather together, to find each other, to realize you're not alone, to join a community.

Communities are good generally, right? But obviously communities can also be communities of Nazis and racists, and that's bad. And communities can be isolated, that's bad.

So to me the key question for us in journalism is how do we build bridges and platforms how do they build bridges, how do we make strangers less strange?

It's argued that Facebook should expose you to ideas that you disagree with and Facebook says that their research reveals that if you are here and they present you with views that are here it'll only make you more solid in your views. I thought about that and I think that Facebook is not a platform for ideas, nor is it a platform for information, only accidentally, it's a platform for people.

So the question is how can you get people together to learn? I mentioned briefly Spaceship Media. Let me talk about that for a second. A couple of journalists in San Francisco got together on Facebook, 20 women who voted for Trump in the South, in Alabama, and 20 women who voted for Clinton in San Francisco. The journalists interviewed them all, got to know them, then introduced them to each other, and they put them in a Facebook group. At first they talked about their kids and soccer, football and so on but it didn't take long before the conversation went brrrr. But then magic occurred, then the people in the conversation came to the journalists and said, "We're getting in trouble over here, we need some facts, can you look up some things for us?" They trusted the journalists, they trusted facts, they trusted journalism, it's kind of a beautiful thing. But that was a whole different kind of journalism, the job of journalism there was to convene two communities in conflict and then recognize that journalism added to the conversation.

We have to recognize that journalism's job is to convene communities in conflict into informed and civil and productive conversation. That's a very different view of journalism. And we can use the platforms to do that, and they need to learn how to help us.

Sr. Alves: Yes. I'm going to open to questions. But let me do one first while you prepare. There is a mike there and a mike there.

Going back to our entrepreneur journalism interest and the clashes that we teach, etc., I remember when I talked with the executives of a newspaper in Latin America at my new class, because I went to move from online journalism and multimedia journalism to the next new thing and I thought about mobile journalism and entrepreneurial and I decided to do entrepreneurial. But this executive said, "h, Rosental, so now you're on the other side, you are going to be teaching people to create startups against us?"

I want you to comment a little bit about entrepreneurship in traditional media companies like those represented here: how important is to bring the startup culture, mentality, to the news organizations that are here? Can you elaborate a little bit on that?

Mr. Jarvis: And questions en español, please, Rosental can help me.

When we started our school 11 years ago and we started our entrepreneurial program my belief then, and I think yours too, was that innovation was going to come from the startups, that the old companies were still about protecting. That's not true any more.

Sr. Alves: It was the innovators' dilemma theory that kind of helped to give us this.

Mr. Jarvis: And I made mistakes in that. I thought that hyper local journalism, local blogs would be the new building block of journalism. I was wrong. Journalists don't want to go into business, they're not good at adding or selling, it's a risky thing to do, it didn't work that well. I still have a lot of faith in entrepreneurs to invent new ways but I also now have the faith that the legacy media companies all in many countries – and I've visited some of you in your offices – see the need for innovation.

So we also see that there are a bunch of news job descriptions out there, which means we have to change journalism education. So at the Center I run we started what we call communities of practice, bringing together for example the top 20 people in product development, the top 20 people in audience development, the top 20 people in commerce. These are brand new skills in a newsroom, we never had product development because we had the product, it was a beautiful product called a newspaper, it worked wonderfully, it was a miracle. Now we need to develop news products. Audience development: we had one kind of relationship with the public, which was talking to them, now we have to listen to them in new ways and work with them in new ways.

So these are entirely new skills and I think that the way innovation occurs in news companies now is a constant environment of product development and what we make our students do.

The big lesson I learned in teaching entrepreneurial journalism and social journalism is that the primary skill we have to teach in both is listening. We are bad listeners, we think we know best, we take our product out to the world and say, "Here, you're welcome." We teach the journalists, we teach the students, to go find a community that is self-defined as a community, not a bullshit community like millennials nor in the United States Hispanic. My students come from outside the country and say, "The first time I was ever called Hispanic was when I came here." Because we Anglos think everybody who speaks Spanish has something in common, which is absurd. So not those kinds of demographic labels but instead real communities that define themselves as communities. And we tell them don't talk, listen, observe, understand what their needs are, come back with inspiration, build a product that's going to serve those needs, go back out into the market, learn whether you were right or wrong, and keep doing that.

So the entrepreneurial spirit becomes our core job. We don't just produce a product called news, we help communities.

Sr. Alves: You know, he wrote a book called "What Would Google Do?" How many years ago, 10 years ago?

Mr. Jarvis: No, seven.

Sr. Alves: The thing of the entrepreneurial journalism is about that. It's about how can we learn from those companies that are creating the new world? We were together in Google a couple of weeks ago for a journalism seminar they had there and there was a moment there, there were nine what they call PMs on the stage – PM is Product Manager. This year by chance I realized that I put on the same panel the Product Director of *The New York Times* and the Director of Product of *The Washington Post*. What the heck is going on here? So we are on the second week of our free online course of the Knight Center on Product Management for Journalists. This is a new course, this is one of those entrepreneurial things, new concepts, and I had a pushback on Twitter from a guy who was kind of throwing me saying – voy a hablar en español – "Yo odio a este nombre con toda mis señas" I did not even know the word exactly, but he was saying "I hate this word." And I Tweeted back "Do you really hate the name or the concept of having the product managed?" And he responded, "We have other names, editor, writer, whatever, the traditional names." But how can you deal, you had a structure that was made to deal with one product, your newspaper, now you have multiple products, so maybe you can learn a little thing from Silicon Valley and adopt new concepts, right?

Mr. Jarvis: I wrote a very long post on Medium, Medium tells you how long it takes to read, it was a 40-minute read, on if I ran a newspaper, in parenthesis that will never happen, but in it I talked about this idea of product being the key. Mind you, I don't like the word either because product makes it seem as if it's a finished product when this is a process, we're a service, we're constantly figuring out how to serve. And audience development I don't like that either because audience is a one-way word. But these are the words we use now.

We now know that we have to be out there listening to markets and I think Deseret News here with Matt and company they do a very good job of seeing their world in terms of communities and how they serve communities. That to me is the essence of how we fix journalism in the business model.

Sr. Alves: And it's a traditional media transformation that is exemplary, a role model. No questions? Let's rock and roll! Microphone there and there.

Sr. Alejandro Aguirre: Hi. I used to be a journalist back when work was more fun, I'm retired from that now. I am conservative, I worked very, very hard when I was at my newspaper, *Diario Las Américas*, in Miami

and I worked very, very hard in the news side to be as objective as possible and stay away from adjectives as much as possible.

And then, Mr. Jarvis, I have to confess I worry when people talk about bad guys and good guys, because what may be bad for you is good for somebody else.

I believe that manipulation has gotten much more sophisticated. I saw, or I thought I saw, manipulation 10, 20, 30, 40, 50 years ago when I would look at the way U.S. media would cover news in Latin America, the little amount of coverage that would receive the news in Latin America, and how homogenous in the U.S. press in particular.

I was very happy that you said that you were a liberal because it has always concerned me that the U.S. is one of the few countries where we don't like to identify our media as being liberal or conservative. It has changed now that we have, you know, the *MCNBCs* and the *Foxes* of the world, which I agree are like resonant boxes at times.

I believe that the manipulation of news, including by Russians, has been going on, they just changed the way they did it, it was done over Johnny Walker and cocktails and now it's done through electrons, and I was just wondering if you really think this is something that is such a new phenomenon. I was also wondering if you thought that there was a good and responsible conservative news outlet out there.

Mr. Jarvis: I think that you're right, manipulation goes back to Bernays's book which led us to public relations, that it was an attempt to manipulate politics. Our attempts to manipulate the mechanisms, the volume, the speed are all new. And as Rosental said the fact that anyone can now publish, which I generally think is a beautiful thing, means that a democratized platform can be gained.

It happened with content, with blogs and such. Advertising is also now opened up and that's why the Russians can buy ads very easily.

I will call the manipulators bad guys because someone who is trying to bring falsehood I'll call a bad guy. But to your larger point on that is the question American journalism is of advocacy. In our American view we were not advocates, we were objective and so on, that's what we taught in journalism school. I now see that what we need to be is number one transparent.

So I say I'm liberal, I will say things about me and you can judge me as a result. I should be intellectually honest, and that's what we teach the students. But I'm seeing a very interesting split in my journalism school – I haven't written that yet either so I'll be a little careful. We were having a disagreement about the notion of advocacy in journalism because the so-called minority journalist students in the school are told don't be an advocate, be objective, and they so, "Well, no, I'm here to serve my community, I'm here to be an advocate for my community." And you see an example in the United States like *Univisión*, where they clearly are advocates for immigrants. And I endorse that, but that's a sin to old American journalism.

So we're trying to figure this out and work this out, and we're not there yet, and I think it's a very good discussion to have as a result.

Sr. Martín Etchevers (*Clarín*, Buenos Aires, Argentina): Buenos días. Querría preguntarle a Jeff ¿cuál es el rol que tiene las empresas de medios en esta iniciativa por la credibilidad que usted mencionó al principio? Y después si conoce las iniciativas respecto a la fake news que están llevando adelante Google y Facebook, y ¿qué le parecen las mismas?

Mr. Jarvis: On the News Integrity Initiative, which is what we started, I hired a wonderful woman named Molly de Aguiar who has a wonderful Hispanic name but does not speak a word of Spanish because she married a Cuban, and Rosental was wonderful to her at the Cabo festival in Medellín. She's wonderful and she comes from a foundation world, so she's making major grants to organizations like – we haven't granted them yet but I presume we're going to grant to FNPE – to introduce to society, to spaceship media which I mentioned. So it's a lot of that going on.

We don't have enough money to change the businesses of media companies Google started the digital news initiative in Europe with 150 million Euros, some of which is making a really good difference, some of which is going to crap, but some of which is doing very good things.

So I think you have to get to that scale to start to have a difference when it comes to the innovation in our companies.

What are Google and Facebook doing? Facebook started this effort to pay fact checking agencies to fact check posts that Facebook identifies and sends to them. We still haven't gotten any data from Facebook about what impact this has on user behavior, we don't know yet. There is some fear that putting a flag on it says that

these big institutions say that's wrong, it will only make it more popular among the alternative forces, the paranoids.

So we don't know enough yet to know how this is working. I think it's important, I think that Google's change in its search ranking that I talked about earlier is probably even more important. Google publishes openly a document about how it has human beings rank quality of sources, of Web sites, and then Google's algorithms, its artificial intelligence, learns from that to predict quality. And that always changes, so I talked with the Google people and I said well, for example, would the age of the site be a good signal? We have the case of the election where the *Denver Guardian*, a publication that does not exist, was suddenly created to say that the Pope endorsed Trump. It was a lie. I bet the man who did this did it to make money period. But the site was two weeks old. So you could say the site age is a good indicator, a signal of distrust.

But immediately the bad guys – I'll say bad guys – learned from that, so what they're doing is they're buying old sites to put content on them. So Google always has to work, Facebook has to work, to try to stay ahead, they're just beginning that.

Sr. Alves: I think one of the keys in that effort from the platforms now is the follow-the-money part. There are in psychological warfare and propaganda, etc. I think part of this should be seen. There are many aspects. There are people pushing for misinformation there for political reasons, for ideological reasons and for money, right? The fact that a kid in the Balkans, in Macedonia, could get \$10,000 per week by creating fake, completely hoax news sites and that the platform was neutral and hands-off enough to let it go is totally absurd. So now they are doing this kind of analysis.

Mr. Jarvis: Twitter has been doing nothing, Twitter just announced that they're going to stop taking ads from RT and Sputnik, and Twitter prides itself as an open platform. I love the Internet as an open platform but I think we have to learn that complete openness inevitably leads to trolls and such. Even Redit is now getting rid of certain things. Patreon is not letting certain kinds of sexual content be supported.

What we saw in the old days of social media was that everyone agreed that child porn is bad. Was that our only standard in society? We have to move up from there and say what else where we take responsibility. The Internet will be open, I want the Internet to be open, but if you have a brand and a platform you have a responsibility.

Sr. Hassan Nassar (RCN Radio, Bogotá, Colombia): Professor, you mentioned the Colombian case and I think it's really passionate to understand, you talk about manipulation, how do people in the peace process in Colombia, especially in the media, played the role, society was used to two kinds of discourse. First people were saying that the peace process was perfect, was the best thing to do for the country, and on the other side a lot of emotions, a lot of tensions, a lot of things that were said that were not true. And we are finding out that today they are truth, that they are especially truth.

So the role of journalism and the media how do you perceive that?

And the other quick thing: you mentioned a lot of Trump, my question is do you think we are under the impression that for the first time a populist, someone with the populist discourse, is in the American White House? But we in Latin America we have that all the time, so we are used to populists in government even though they are from left or right and it's easier for us to work and do journalism in that direction?

Mr. Jarvis: Absolutely. I remember the first one before Trump was the Colombian. Yes. I talked to a young journalist in Peru who is from Colombia who was on both sides at different times of the referendum. So I'm not trying to say which was the right side of the referendum, the question is was misinformation and disinformation being spread?

And you're right, it's a very interesting idea, something that seems like disinformation today becomes the fact tomorrow.

Another example is Brexit in the UK, where there was clear disinformation being spread in ads and so on. The reason I bring it up is my fear about WhatsApp is that we can't see what's going on there. We couldn't see the ads on Facebook. Now Facebook says that they'll make political ads more transparent.

We never could see ads in direct mail, we never could see ads on phone calls. I wish the platforms would set a policy of radical transparency about political advertising that's advertising. When you get to political speech, well no, people are vulnerable, they use this for a reason.

We just have to be aware that it's out job in journalism – now your second point – to be a doctor giving a shot to the public of truth before the lies come. We now react to the lies. In the United States we know that

there's going to be an effort by some forces to question our census, our collection of data about the population, which is the basis of how our legislatures are set up. We already see people are going out there trying to find a strategy to debunk the census which will have an impact politically. Well, journalists should be writing stories right now about the census, about the truth of the census and how it operates and so on and so forth.

How your final point: let's talk. One of the things I want to do with the News Integrity Initiative is have some events where Latin American journalists teach American journalists how to cover populists. I called an Argentinian journalist right after the election, I said, "What should we learn?" and she said, "Your access is going to be cut off" – true – "they're going to call you liars" – true – "and the only thing you can do is investigate" – true.

Sra. Wendy Santana (*Listín Diario*, Santo Domingo, República Dominicana): Quiero preguntar lo siguiente: Con este asunto de la apertura de la democratización de la información y la tecnología vemos que cada vez hay más periodistas que se independizan de los medios y crean sus propias páginas Web y sus blogs informativos, cada día van en incremento. Por otro lado, en el discurso del señor él hablaba de que Google, Twitter y Facebook, todas las redes sociales internacionales, deberían ingresar periodistas en vez de mercadólogos que solamente aporten datos, y en muchos congresos y seminarios de periodistas, comenzando por la SIP, se trata de fortalecer cada vez más los medios de comunicación.

Entonces, ¿usted cree que podrían converger estos tres renglones en el área periodística o hay un camino preferido para que el periodista se dirija hacia eso?

Mr. Jarvis: Great question. I think a few things. Rosental made reference to this earlier. When started entrepreneurial journalism the big companies said, "What are you doing creating new competitors?" But we believe that's where innovation could occur, in these start-ups. So I think that's a very important part of the ecosystem.

We also see a new climate of collaboration in journalism, where if you look at the Panama Papers case the journalists realize that no one organization could do that alone, they had to work together, new and old, small and big, international. I think that's a very healthy thing. We recognize that.

Three: If you look at the Festival Gabo in Medellín a lot of the journalists who are awarded there are independent journalists

I think it would be smart for big organizations and independent organizations to figure out how to work together.

You see this happening somewhat in the United States, where ProPública is a wonderful investigative journalism outlet that gives its journalism for free to *The Washington Post* and *The New York Times*.

I'm trying to think if there's another example that does this, but there's a few that do that, that say, "Our goal is a social goal and we provide journalism." Now, *The New York Times* has to trust that journalism, but I think it works.

Example number four, finally. I see anew model occurring in Europe, where you see a company called The Correspondent, I don't know if you've heard of that, where its young journalists started this and people give them money, not really as a subscription but instead to way, "I want to support your journalism, to get access to the journalism."

You see another example is *El Diario* in Madrid, where people are giving money to *El Diario* because they believe that Spain needs that independent journalism. *Zetland* is one in Denmark, and so on. The Correspondent is going to try to bring its model of membership to the U.S.

So finally, I think we can collaborate together, I think we can learn from each other and I think that it's not about the new guys versus the old guys now, it's we're all trying to save journalism, you've got to act like that.

Mr. Alves: I think Wendy's question was excellent really. I think in Latin America there are lots of new players, there are lots of start-ups that are in your countries, that some of them, you know, you are looking down to them when you could have collaboration. For example in Brazil a journalist is fired from *Folha de S. Paulo*, he was one of the best political reporters in Brasilia, Fernando Rodríguez, he is fired and five minutes later I sent him an e-mail saying, "Fernando, it's the hand of God, go and create political.com kind of Brasilia. Of course it was not because of me. But anyway, I did this and he created in a completely different model a paid newsletter with corporate subscription. So he did almost a b-to-b model and he started selling that newsletter from Brasilia to big companies in Brazil.

He became profitable and then he launched a Web site, Poder Tres Sesenta – Three Hundred Six Powers, the name. He has 30 journalists working for him. And all of this happened in two years.

And I can tell you of the start-ups and models that are happening almost in any country in Latin America with new things.

Remember that 95 % of the start-ups fail. It's not that when they start teaching entrepreneurs or journalists I'm not saying go get them, I mean I say in the first day of class, "Go there, become a millionaire and then give money back to the University of Texas," which is a wonderful tradition, to give back.

Buy, anyway, so I think I'm just trying to echo what Jeff said. I'm a collaboration, the eco sistema, the media eco sistema, that is being created now is every day more different from what we had in the past.

So I just wanted to echo that.

Is that the last question? Yes, go.

Sr. Ernesto Kraiselburd (*El Día, La Plata, Argentina*): I'm going to say my question in English, I wrote it down so as not to get confused. We were talking about fake news and Cristina Kirchner, Maduro, Chávez and Correa, just to name a few, all of them learned the weaknesses of media and exploited them to get their voice out. Fake news followed suit. What do you think are their strengths or points that we can imitate without compromising our ideals, so that we can use them to our advantage?

Mr. Jarvis: Another very interesting question, and this is why you're right to question my use of the term "bad guys." But I think that there are lessons to be learned from the techniques that are being used by these other forces that we can use for good. And News Integrity Initiative, as I think I mentioned, it's funny to think of public radio international to use the techniques of Cambridge Analytica, which is the company that supposedly helped Trump get elected using data on Facebook.

They're going to use the same techniques to find out people who are vulnerable to journalism and who might be bridges among communities, and they're going to learn those techniques.

I like to point out there's an organization in the U.S. called Occupy Democrats on Facebook which is an advocacy political group. All they make is meems and veems, you know things on Facebook with text and facts and are called actions. During the election they were getting 100 to 300 million impressions a week on Facebook alone.

So I met Nick Kristof of *The New York Times* who's office is down the street from me and I saw him and he said, "Jarvis, you showed me Twitter the first time, it's your fault. Now tell me what's new." And I said, "Meems, young man, meems." And I'm not suggesting that he should stop writing columns but I am suggesting that he should take what he writes and put it in a form that people will use."

Last point: Besides ISOJ, which is the best conference alive, and this one, which is wonderful, I also like to go to one called VidCon in Anaheim, California, every year, which is a YouTube fans conference – 28,000 fans of YouTube, mainly young women and girls. It is phenomenal, it is life changing. The first year I went I was going to interview young Turks on stage. My daughter, who is now 20, said, "Where are you going?" I said, "Los Angeles," she said, "Why?" I said, "Have you heard of VidCon" and she said, "Yeah, like why are you taking me, you terrible father?" So the last three years I have taken her. And I learned a couple of lessons there, which is my point: we needed to watch these things whether they're good or bad and learn how they're interacting with the public and use this for journalism.

So the two lessons I've learned at VidCon: number one that content is not always a product or a destination, it is a social token. When my daughter shares a video she's not saying, "This is a very good product, you should sit here and watch for half an hour" she's saying, "This speaks for me, this says what I want to say, this is part of our conversation, this says what you were trying to say, this is about us." How do we bring journalism to the middle of people's conversations? That's a big lesson. The bad guys are excellent at that, they recognize where people are having a conversation and they're vulnerable to lies. How do we bring people honorable truth?

The second lesson there: My favorite sessions at VidCon are sessions where YouTubers sit up on stage, who've talked about their mental health problems, they've told the world about their eating disorders and their depression and their suicide attempts and so on. In the room are 300 mainly young women who share that. The empathy in that room is thick, it is impressive, it is phenomenal. There's a different relationship of media to public there which we need to learn, because we're still an institution called journalism, you need to come and read, right?

I was part of an advisory group for a publication called *Christianity Today* in Chicago, a liberal religious publication, and the editor was talking about how he sees the ministers today re trying to run platforms like Google, they're trying to get more people and be on Facebook and get lots of people. He said, "No, I won't do

that, I'm a pastor, I've a relationship with my community." We as journalists need to learn how to have a relationship with our community, that's what we can learn from even the bad guys and good guys.

Ms. Alves: Thank you very much, you were great, Jeff, thank you.
(Applause.)

Mr. Sanders: At this point there'll be a 15-minute break for coffee right outside these doors. Mr. Jarvis and Mr. Rosenthal will be available to continue the conversation for those who would like to do that. In 15 minutes sharp we'll be back here, hopefully to see all of you, at our number 2, "Rethink and Rebrand Your Media Business For The New Environment."

Thank you.

**Seminar 2: Rethink and Rebrand Your Media Business
For The New Environment
Seminario 2: Repensar y Renombrar la Imagen de Su Empresa
de Medios en el Nuevo Entorno**

Mr. Sanders: OK, we're back to begin the first session of the late morning, Seminar 2, Rethink and Rebrand Your Media Business For The New Environment.

Brad Thatcher of Thatcher+Co will be the moderator and the two panelists, or the two interviewees perhaps, presenters, Gabriela Wurcel of Philip Morris International of New York and David Smith of Cotopaxi of Salt Lake City.

Mr. Brad Thatcher (Thatcher+Co, New York, N.Y.): Good morning, it's my pleasure to be with you today. I run a public relations agency in New York City and it's my pleasure to moderate this panel today.

Before we turn the time over to these wonderful presenters I wanted to share some data from an interesting study that my firm has been engaged in on behalf of the local media industry here in the United States.

Essentially I have been working with the Local Media Association here in the USA and counterparts to you all here in the U.S., like *The Dallas Morning News*, like Gatehouse Media, which is the largest owner of local newspapers in the United States, Deseret Digital, who is your host here today, several of these companies in the U.S., and we did a study interviewing their CEOs, interviewing their leaders, about transformation in the local media industry. And I wanted to share some of that data just to set the stage with this transformation theme.

We're going to be hearing about transformation from these two guests and we thought it would be helpful to set up the stage of what media companies in the U.S. are doing to transform their businesses.

I will share a lot of data from Borrell Associates, which does a lot of research on advertising spending across media companies in the U.S. and I think that helps set the stage for the transformation that's underway in the industry here.

As I said, I'm based in New York City, in the heart of Times Square, and it's my pleasure to be here in this beautiful Salt Lake City today.

If I can just start with some research and separate some facts from fiction, as we like to say. So of the \$133 billion local advertising industry is responsible for about 40% of all the advertising. And I think the point here is it's more complex and counter-intuitive than it might appear.

What we think is the untold story, the story that gets lost in the headlines, is that some of the leading local media companies here in the U.S. are actually transforming their businesses and doing innovative things, that is counter-intuitive. And they're doing things to become more relevant to advertisers as well. And they're leveraging some of the strengths that they have, and I think there are similar strengths that you all have in Latin America – and I'm curious to hear and see what kind of things you're doing as well, because I'm guessing that in the countries where you operate you're doing similar things. So hopefully this will be helpful to share a little bit.

And I share this quote from Jim Moroney, who is the publisher and CEO of *The Dallas Morning News*, and he has really been beating the drum as an industry leader to say we've got to help explain what's going on in our industry, we have to explain how we're transforming. He says we believe that the more local media organizations are proactive in articulating their investments in new revenue generation that it will have an effect in reframing the debate and focus on the decline of the traditional business models.

So I think that sets the stage here.

Underpinning the transformation is this – the trends in advertising. And I'm guessing there's probably similar trends in Latin America, but I don't know. This is based on the U.S. local advertising market. You can

see that advertising is a percentage of gross business revenues that is declining, and the data is sobering. You've probably been seeing similar things. If you look at 2004, compare that to 2015, you've got about a \$56 billion decline.

This next slide I think is fascinating because it shows that while advertising is declining or flat you have these skyrocketing marketing services costs that are just really skyrocketing. And this is from Borrell Associates. I just share this because this really underpins the transformation that's going on with local media companies in the U.S. They are looking to get a piece of that hockey stick of marketing spend. You just look at the differential there, it's remarkable.

Local media companies actually dominate digital advertising in smaller markets according to the data from Borrell Associates. Local media companies sold \$10.5 billion in digital advertising in 2015. The heaviest hitters were daily newspapers, selling about \$5 billion, and yellow page directories, selling \$2.4 billion.

The largest sources of revenue for these digital services operations are Web development, SEO replication management and video production. They're getting into new areas of business, it's not the traditional advertising that they're showing but they're morphing and getting into marketing services businesses. And you're seeing that trend throughout these leaders that I mentioned in the U.S. They're morphing and transforming themselves to get a piece of that business.

I'll just show a few more slides here. This is a compilation of the research that we did, and this is a public infographic, if you will, that we can share with you. It talks about events division.

Gatehouse, which is the largest owner of local media companies in the U.S. now, local media newspapers, they've printed a whole events division and they're doing events around the country that has given them a whole new revenue stream and become more relevant to advertisers by creating events, bringing in local sporting parents events and awards. They're doing a whole host of things that is a new line of business for them but it has created opportunities for them, and they're generating higher margins, they're capping the revenue streams.

So anyway I just wanted to share some of that data, and we can share that offline, from the Local Media Association, which is a great resource that you might want to tap and learn from what they're doing in the U.S.

The data from Gordon Borrell is very interesting too, there might be some lessons learned there.

I just wanted to set the stage with that and change gears a little bit.

As you're transforming your businesses you can learn from what the U.S. local media companies are doing, but we can also learn from other industries, and I think that was a creative idea for the IAPA to bring in outside industries here today to share with you.

And so I'd like to introduce our two panelists who will each give a presentation about their businesses.

First we'll hear from Gabriela Wurcel, who is the Vice President of Corporate Affairs for Latin America and Canada for Philip Morris. She's going to talk about a major industry that has undergone some really interesting transformation that I was really enlightened and surprised by. You all have heard of that brand I'm sure, which is a global multinational corporation with operations all over the world.

And then we have Davis Smith, who is the CEO of a local apparel outdoor gear company here in Salt Lake City

And so we have sort of an approach from the multinational and then a smaller, fast growth startup here locally to share the innovation that empowered and the causes of that they have adopted and participated in to advance their businesses.

I will turn the time over now to Gabriela and after their presentations we'll have a Q&A to discuss.

Sra. Gabriela Wurcel (Philip Morris International, New York, N.Y.): Thank you, Brad.

Buenos días, para mí es un gusto estar aquí con ustedes hoy, agradezco a la SIP la oportunidad de estar aquí y también a la prensa por invitarnos a Salt Lake City. Y para mí personalmente realmente es un lujo porque en una vida anterior fui periodista, entonces estoy muy cerca de los valores de estas actividades de todos ustedes, y como veo en la sala hay muchos periodistas y ejecutivos de medios, querría darles una noticia, una noticia on the record, la pueden comentar, la pueden compartir. Philip Morris International, una de las tabacaleras multinacionales más importantes, quiere dejar de la (no se entiende) cigarrillos.

Philip Morris International, que es la dueña de marcas de cigarrillos como Marlboro quiere dejar de (no se entiende) cigarrillos.

¿Cómo es posible? se preguntarán. Bueno, eso es precisamente lo que quiero compartir con ustedes hoy. Es la historia de una transformación drástica de nuestra empresa y de nuestro modelo de negocios que llevó más de diez años en ejecución y una inversión no sólo económica sino personal de cada uno de los empleados y ejecutivos de la empresa y que hoy es posible gracias a la tecnología y innovación. Sin la tecnología y

innovación hoy no estaríamos acá compartiendo esta historia, porque nos ha permitido la ciencia y innovación hacer una nueva categoría de productos, que son una alternativa muchísima mejor que seguir fumando para todas las personas que fuman hoy día y que quieren seguir haciéndolo. Esta historia que quiero contarles es una historia como desafío como imaginarán pero espero que les resulte interesante porque veo ciertas similitudes el proceso de transformación y el sector de los medios de comunicación que está atravesando, o sea se tuvo que adaptar a la descalificación, las formas de compartir y recibir la información son distintas. La forma de hacer publicidad, las competencias que los periodistas y los ejecutivos de medios necesitan son distintas.

Todo esto es un proceso que nosotros que nosotros también estamos atravesando en este momento. Esto es para nosotros realmente un cambio de paradigma y por primera vez estamos en el lado bueno de la historia y estamos haciendo una contribución social y por eso es que la empresa está cien por ciento comprometida a un futuro sin humo, libre de humo y esto es más que un eslogan es realmente una realidad. Pero esta transformación a la empresa y a diferencia de otras, vino desde adentro. La iniciamos nosotros. ¿por qué? porque queremos liderarla.

Tuvimos para eso que cambiar de una manera increíble. Tuvimos que aprender cosas de las que no sabíamos nada. Tuvimos que aprender sobre ciencias, cómo hacen las industrias farmacéuticas para hacer estudios químicos. Tuvimos que aprender a desbrozar productos electrónicos. No sabíamos nada. Tuvimos que a darnos una idea de (no se entiende lo que dice) pues imagínense que hasta ahora nosotros tenemos marcas muy valiosas y los productos se venden gracias a las marcas. Bueno todo esto tiene que quedar en el pasado ahora lo que es importante es que el consumidor hay que coordinar el centro que es lo que dicen todas las normas. Tuvimos que a cambiar la forma en que vendemos porque hasta ahora es convertir a los fumadores para que dejen de fumar y pasen estos productos menos dañinos y hay que explicarles y tenemos profesores que explican a la gente en vez de vendedores. Es un cambio impresionante, es un cambio realmente impresionante.

Todo esto en el contexto de un escepticismo social muy importante porque obviamente la industria el tabaco no es la que tiene la mayor credibilidad hoy en día. Entonces tenemos que superar eso también y en todo este contexto que no fue fácil tuvimos que lograr el apoyo de todo nuestro directorio, de nuestros accionistas y de cada uno de nuestros enviados.

Esta es la historia que quiero compartir con ustedes hoy.

Para empezar, estamos explicando de quienes somos para que tengan una idea, Telebor (?) es internacional, porque dirige una empresa multinacional. Tenemos más de 80,000 empleados en todo el mundo, 11,000 aproximadamente en el continente americano. Tenemos gracias a esta transformación hoy, más de 400 científicos, técnicos de calidad mundial que trabajan en nuestros dos centros de investigación y desarrollo en Suiza y en Singapur primero desarrollando y ahora mejorando y evaluando científicamente estos productos que nosotros llamamos de riesgo reducido y les pido que se acuerden de y les pido que se acuerden de este concepto de riesgo reducido. Les explicaré lo que significa para nosotros esto.

Tenemos cigarrillos en 180 países del mundo, pero ahora también vendemos estos productos nuevos en 30 y sumando. Tenemos fábricas en 32 países y trabajamos directamente o indirectamente con 380,000 agricultores de tabaco.

Es interesante y probablemente no muy conocido nosotros Philip Morris Internacional no vende cigarrillos en Estados Unidos. Vendemos en todo el mundo, pero no en Estados Unidos porque en el 2007 cuando hubo una división de empresas al anunciar las empresas se quedó con Philip Morris Estados Unidos con esos que venden que tienen la propiedad de marcas como Marlboro en Estados Unidos, nosotros lo tenemos en el resto del mundo. Entonces para darles una idea de la cuota de mercado sino contamos Estados Unidos tenemos un 15% del mercado de cigarrillos en el mundo, aproximadamente unas 150 millones de personas fuman nuestras marcas.

También para darles una orden de manitúmas, es preciso si no contamos China, porque en China hay un monopolio las empresas no pueden fabricar cigarrillos, tenemos un 28% aproximadamente de la cuota mundial del mercado.

Esta es la fotografía de hoy. pero queremos ser más que una empresa de cigarrillos. Queremos con frenos a futuro queremos nuestro modelo de negocios en un mundo sin humo. ¿Qué quiere decir esto? Que queremos alentar a uno de los fumadores que hoy fuma y que piensa seguir fumando alternativas menos dañinas.

La Organización Mundial de la Salud, estima que en los próximos diez años habrá más de 1,100 millones de personas que seguirán fumando y es aproximadamente el mismo número de personas que hoy en día. Entonces a esa gente es a la que estamos dedicando nuestros productos no a la gente que no fuma, no a la gente quiere dejar de fumar, por supuesto no a los menores de edad. Tenemos un gran mercado de mil cien personas que probablemente quieran seguir fumando el tabaco y a ellos está dedicada esta nueva categoría que nosotros creado.

Eso es un compromiso que es firme. Lo dijo nuestro CDO, el hombre que ven en la foto. Está bien claro queremos comenzar a cada uno de los fumadores que fuman actualmente y que tienen la intención de seguir fumando a que se cambien a productos libre de humo lo más pronto posible y que. Este es el compromiso y es para lo que cada uno de los empleados de Philips Morris está trabajando hoy en día.

¿Qué es esto y porque estamos diciendo que tenemos un producto menos dañino? Hemos trabajado en un enfoque de sentido común de reducción de daño. Este es un enfoque que se aplica en nuestras industrias, se aplica a productos peligrosos, el auto, el coche que uno maneja te puede matar en un choque y entonces no podemos prevenir no, pero podemos cinturones de seguridad. Ese es el concepto, aplicar tabaco significa que hay que poner tabletes a los fumadores que quieran seguir fumando, alternativas menos dañinas. pero al mismo tiempo es muy importante que estas alternativas sean aceptadas por los consumidores porque de no se así nadie cambiará.

Nosotros lo que queremos es que la gente deje de fumar y pase a estos productos. Entonces ese es el desafío ¿Cómo hacemos para demostrar (no se entiende lo que dice), que lo único bueno es dejar de fumar, pero cómo hacemos para que lo que está menos dañino, sea al mismo tiempo aceptado por toda esta gente, que fuma la adicción a nicotina, fuma por el placer, el ritual, y por diferentes razones. Esto fue la base de nuestra investigación y el principio científico en el que nos basamos es, en el conocimiento y esto es conocimiento público de que la causa principal de enfermedades con fumar es la combustión.

Cuando se quema algo, cualquier cosa, sale humo. Así uno tiene componentes y algunos componentes son nocivos En el caso del cigarrillo, cuando enciende un cigarrillo enciende el tabaco y sale humo. Uno tiene unos 8,000 componentes de los cuales e los cuales el 1% ha sido identificado como la causa principal de enfermedades relacionadas con fumar. Entonces desde que esto se supo empezamos tratando de hacer productos que no quemaran el tabaco pero que lo calentasen para que no saliera humo, para que no hubiera estos componentes nocivos.

Eso es lo que logramos y ahora les mostraré que no fue fácil y eso es lo que finalmente logramos y hoy en día tenemos productos que en lugar de humo generan vapor. Este vapor contiene entre el 90 y el 95% en promedio menos que componentes nocivos que el humo del cigarrillo. No afecta relativamente la calidad del aire no da tanto olor es realmente un producto mucho, mucho mejor y que esta basado en justamente en calentar el tabaco y no quemarlo.

Ustedes se preguntarán ¿qué pasa con la nicotina? La nicotina está ahí sí. La nicotina es un componente natural en la hoja del tabaco, está ahí y es aditivo y no es inocu pero no es como dicen los científicos la causa principal de enfermarse relacionadas con el fumar. Entonces nuestros productos contienen nicotina y es una de las razones por las cuales la gente fuma con lo cual si sacamos eso no se cambiarán a estos productos menos dañinos, pero se lo administramos de una manera mucho mejor para la salud.

Esto no fue fácil como les dije hace bastante tiempo que se conoce que el problema principal es la combustión y entonces empezamos haciendo hace muchos años antes de mi época, la empresa para tratar de desarrollar productos mejores y fueron un fracaso. Tratamos primero de poner un filtro al humo para filtrar los componentes nocivos. No filtraba nada, y era igual de nocivo Después dijimos bueno pues logremos calentar el tabaco sin llegar a quemarlo. Hicimos una cosa que se llama hippar pero era horrible para el que la usaba. Les parecía horrible a nadie le gustaba, y obviamente quién dejaría un cigarrillo por pasarse a una cosa horrible y fue un fracaso también.

Así tuvimos muchos fracasos hasta que hace diez años empezamos con el proyecto del producto que hoy está en el mercado.

Contratamos a más de 400 científicos que venían de las industrias farmacéuticas, pero también de la industria automotriz, de muchos otros sectores con alta tecnología e invertimos más de 3,000 mil millones de Dólares, creamos centros de investigación y de desarrollo muy cerca de donde esta nuestro centro de operaciones mundial y también en Singapur. Se trabajó para desarrollar estos productos. Ahora había muchos desafíos que teníamos que superar.

El primero era, como les dije lograr algo que fuera aceptado y que le gustara a la gente que fuma pues de otra forma nadie se cambiaría. Teníamos que darles una sensación similar y placentera a la que tienen fumando porque de otra forma nadie dejará de fumar.

Segundo teníamos que lograr la tecnología que calentar el tabaco y que nunca llegara a la combustión y entonces teníamos que lograr llegar a una temperatura constante. La combustión que se diera a partir de 400 grados centígrados y el cigarrillo cuando se quema en su máximo punto cuando se da hasta 900 grados. Nosotros no podíamos pasar de 350 grados y esto requería una tecnología sumamente avanzada.

Finalmente, tan como la logramos aterrizar, uno de nuestros empleados había trabajado antes en la industria de automotriz y los motores de las cortes tienen un mecanismo que mantienen la temperatura del motor constante y de acuerdo de esto regulan y saben cuanto combustible tiene que tener. Entonces con esa idea empezamos desarrollando este mecanismo del calentamiento del tabaco, pero el problema es que no podíamos tenerlo de un tamaño de un motor de un coche, teníamos que tenerlo de un tamaño de un cigarrillo. Entonces tuvimos que miniaturizar y esto llevo mucho tiempo con su invención, y finalmente también se logró.

Pero por si todo esto fuera poco también había que lograr producirlo a industrial porque lo que queremos es convertir a los 1,100 millones de personas que fuman y entonces teníamos que lograr (no se entiende lo que dice). Primero lo hicimos en las fábricas en Suiza, en muy pequeña escala y después se construyo toda una fábrica cerca de Bolonia en Italia.

Hoy en día estamos construyendo muchas más fábricas y convirtiendo fábricas de cigarrillos para que hagan estos productos.

Entonces no fue fácil, pero llegamos lo hicimos y hoy en día, la verdad es estoy muy orgullosa de decir que tenemos en nuestro portafolio cuatro productos todos basados en la idea de calentar y no quemar.

Hoy estoy acá no para venderles absolutamente nada, pero para contarles nuestra historia y me centraré en el primer producto que es el que ya está en el mercado que se llama Aico, que es el que viene con el número uno y esto consiste en un dispositivo electrónico que tiene un software de alta complejidad en el que se inserta un cartucho o una unidad que contiene tabaco. Esto tiene tabaco, cuando lo ves, de apariencia se parece mucho a un cigarrillo, pero no es un cigarrillo porque no está hecho para fumar y no se quema y no sale humo pero tiene tabaco. Ese cartucho se inserta en el dispositivo electrónico el tabaco queda metido cómo en una lámina que calienta el tabaco hasta 350 grados y para allí.

Durante toda la duración del uso se mantiene a 350 grados. ¿Entonces que pasa? La persona cuando lo usa en lugar de salir humo sale un vapor y este vapor tiene un nivel mucho menor de componentes nocivos que el humo del cigarrillo. Tampoco afecta, negativamente la calidad del aire así que no hace mal a los que no fuman que están al lado y tiene mucho menos olor y no tiene ese olor que a la gente no le gusta porque además cuando regresa a su casa, su mujer no le dice tu ropa huele feo porque fumaste.

Este producto Aico esta en venta en 30 países del mundo. En el continente americano en 4, en Canadá, Colombia, Guatemala y en Curazao. Nuestro objetivo y mi compromiso personal en gran parte de mi trabajo es que esto esté disponible en cada uno de los países el mundo porque lo que queremos es que los fumadores que quieran seguir fumando en América Latina tengan acceso a alternativas mejores como lo tienen hoy en día los fumadores europeos y los fumadores asiáticos.

Para darles una idea en el Japón que es el primer país en donde empezamos vendiendo esto hace solamente un año y medio es un éxito comercial impresionante y ya tenemos más del 10% del mercado en estos productos. Yo quiero que los latinoamericanos tengan acceso a las mismas alternativas.

Les mostraré un pequeño vídeo para que vean cómo es la tecnología y de que estoy hablando sobre el producto. Por favor. (Se pone el vídeo).

Como verán, repito, no hay humo hay vapor 90 o 95% menos de componentes nocivos tecnología avanzada. Como les comentaba orgullosamente, podemos decir que es un éxito comercial. La decisión que tomamos de pasar de un modelo de negocio muy predecible que hacíamos con los ojos cerrados, con marcas valiosas que se veía que tenían mucho valor atacar un modelo completamente distinto del que del que no sabíamos nada y del que tuvimos que aprender todo. Bueno hoy en día salen los frutos porque hay ya más de, creo que las últimas cifras son, 3.700,000 personas Tres millones setecientos mil personas que han dejado de fumar y que han pasado a estos productos en todo el mundo.

Les doy otro dato, porque se que les gustan los datos, 8,000 ocho mil personas por día dejan de fumar y se cambian a estos productos.

El nivel de aceptación es impresionante, entre el 70 y el 80% de la gente que empieza usando esto con la explicación adecuada, no vuelve más al cigarrillo. Por eso es que estamos convencidos de que nuestra visión de lograr un mundo sin humo es posible. No solos lo vamos a lograr necesitamos a ustedes para que eduquen a la opinión pública, necesitamos a los colombianos para que regulen de la adecuada para que estimulen a los fumadores a pasar a esos productos. Necesitamos que la competencia también obviamente esté alineada porque (no se entiende la palabra) vendiéndose avisos, pero estamos convencidos de que estamos realmente en el camino correcto.

Las personas me comentaban la forma de vender estamos abriendo en algunos países, pero la forma de vender es poner el producto en un quíosco pero si no es realmente explicar y convertir a los fumadores.

Todo este cambio, el modelo de negocio implicó que justamente porque estamos desarrollando tecnología porque somos ahora una empresa más cerca de un start type que de una empresa tradicional de cigarrillos

pasamos a patentar mucha tecnología. Hoy en día tenemos mas de 7,000 siete mil patentes la gran mayoría relacionadas con este producto Aico que les mostré antes. La misma cantidad para que nos aprueben las patentes. Aumento un 6% el número de patentes que presentamos durante los siete años, y somos la única empresa de tabaco que por tercer año consecutivo está en el índice de la 100 empresas europeas o en Europa que más patentes han presentado.

Realmente esto es increíble. Bueno pueden ver cómo han crecido nuestras patentes y las patentes son en todas las partes de la tecnología porque cómo han visto necesitamos productos electrónicos, mecánicos etc., etc.

También nos hemos convertido en un nivel en la industria (no se entiende lo que dice, parece estar cansada). tenemos dos centros que ya están en desarrollo que son una maravilla y les invito a todos para visitarlos, las puertas están abiertas, ahí se puede aprender a nuestra ciencia. Son 400 científicos y expertos que cada día están mejorando más los productos y esto es fundamental, básicamente se ha convertido en las fases más importantes de nuestra empresa hoy en día porque la ciencia es lo único que nos puede dar hechos para demostrar que lo que decimos es cierto. Si nos creen cuando ven los estudios científicos y por eso publicamos todo tenemos un sitio también específico para esto que se llama, FMSience.com, donde publicamos todos los estudios. Hay cada vez más estudios independientes que confirman lo que decimos que los productos tienen el potencial de reducir el daño. Presentamos en cuanta conferencia científica y publicamos en mas de 200 revistas científicas porque lo único que puede darse de lo que decimos son lo que dice la ciencia y esto está sucediendo hoy en día.

Otra de las cosas que hemos hecho que muestra cómo hemos cambiado radicalmente desde que nos hemos convertido en una empresa innovadora es que tenemos un plan de venture que es un fondo de innovación un fondo de riesgo que tiene como origen usar la tecnología para mejorar la sociedad. Estas empresas presentan su prospecto y nosotros decidimos financiar parte de ellas. A diario se han presentado casi 700 empresas y fueron presentadas a elección, esto sumamente complejo, han quedado 7 estamos financiando el día de hoy. Son empresas que están en el ámbito de la salud humana, del medio ambiente o de los bienes de consumo masivos que pueden ser mas salvados.

Dentro de estos tres grupos, para darles una idea, hay una empresa aquí en la pantalla que es una empresa canadiense que utiliza los residuos para hacer combustible Aico. Tenemos una empresa americana re inventando la forma en que se trata el agua para limpiarla. Tenemos otra empresa hace productos naturales de medicinas naturales. Bueno todo esto está siendo financiado por nosotros y como ven no tienen que ver con el sector del tabaco, pero la clave es tecnología para mejorar a la sociedad, pero creo que esto lo estamos haciendo nosotros el día de hoy.

También hemos creado dos laboratorios de innovación. Uno en Silicon Valley y otro en Tel Aviv en Israel, para entender lo que pasa y para conocer más, la tecnología y saber cómo podemos usar esto. No solo para nosotros pero también para nosotros como empresa porque una cosas que atendimos de la que no sabíamos cuando empezamos este proceso, que teníamos que cambiar la forma en que nos manejábamos internamente como empresa. No sólo nos digitalizamos pero que cambiamos el foco al consumidor, pero también la forma en que trabajábamos en la forma en que nos relacionamos, la forma en que pensamos ha cambiado de una manera sensacional. Estar en una empresa multinacional que esta pasando este cambio es una oportunidad única realmente y es tanto que el CDO y hasta el último operario en las fábricas están todos comprometidos con esta visión.

Estoy terminando, no les quiero aburrir más pero cuando la gente de marketing pensó el logo para nuestro producto Aico el logo es el slogan pero esto lo cambia todo porque es un producto que le permitirá a los fumadores seguir disfrutando del tabaco en la manera que es menos dañina pero lo que no sabíamos era que este slogan platicara nuestra empresa también porque esto lo cambió todo. Cambió toda la forma en que nos organizamos como empresa. Tuvimos que aprender de cero,

Los organizadores me han pedido decir unas conclusiones y entonces creo que lo que puedo compartir con ustedes es como la ciencia y la innovación resultan realmente un motor del cambio en este caso del cambio de nuestra empresa, de nuestro modelo de negocio, de nuestro producto, pero también estamos convencidos de un cambio en la sociedad porque gracias a la tecnología mejoraremos la salud pública.

La otra conclusión es que decimos que no va desde adentro porque queremos liberar el cambio, Queremos ser líderes en la empresa tecnológica en el mundo de los productos sin humo. Cómo les comentaba la transformación, no es solamente el producto que ya lo tenemos, pero también externo porque tenemos que contar nuestra, tenemos que explicar a la sociedad de que se trata esto porque si no nadie cambiará y también interna de nuestra empresa de la manera en que trabajamos.

En otra parte ahora, desde que estamos con esta nueva visión pues hay mucha gente que ahora quiere ser empleada en Philip Morris que antes no hubiera nunca aceptado entrar a la empresa. es realmente muy, muy

interesante. El foco ahora es en el consumidor, ¿habrán escuchado la frase de el consumidor en el centro? Bueno, es lo que hacemos nosotros usando las marcas. (no se entiende lo que dice). Es un compromiso de toda la empresa desde arriba a abajo todo el mundo está comprometido con esta nueva visión.

Esto termina mi presentación, pero quería dejarlos con una invitación a ver nuestro sitio de Internet pmi.com. Ahí verán más información sobre esta nueva empresa, con los nuevos productos y creo que les sorprenderé porque no verán cuando abren la página lo primero que verán no es Malboro, ni siquiera un cigarrillo. Lo que verán es el compromiso de la empresa de lograr un mundo sin humo. Enseñando un mundo si humo y la pregunta que no se si la logran ver que es. ¿Cuánto tiempo la empresa líder trato de vender cigarrillos seguirá vendiendo cigarrillos? Este es el compromiso que nosotros tenemos que queremos que esto sea lo antes posible.

Muchas gracias.

Mr. Davis Smith (Cotopaxi, Salt Lake City, Utah): Voy a presentar en inglés, disculpen que no tengo un acento bello porteño de Buenos Aires, entonces voy a hablar en inglés.

It's my pleasure to be here. I'm obviously from a company much smaller than Philip Morris but I think it's relevant speaking to you as an entrepreneur. I've built three different businesses over the last 15 years that have looked to disrupt larger incumbent companies and brands based on an opportunity to do something that's more relevant for a current day consumer.

And so as you guys are in a media industry you're probably seeing a lot of these disrupters come into place and there's an opportunity for many of you to go out and disrupt still with the assets that you guys have that many start-ups won't have.

To start off this is my father. Actually when I was four years old my family moved to Latin America and I grew up living in a number of different countries around Latin America and ended up spending about half my adult life back in Latin America. My father was an adventurer and you can see he always had some adventure planned – this is a picture that was actually taken in the Amazon of Ecuador, one of the places that we lived.

We always had some adventure planned. Sometimes it was making a raft out of balsa and floating down the Amazon River fishing for piranhas or sometimes it was going to and surviving on uninhabited islands, spearing fish and eating coconuts to survive and using spears that we'd made ourselves.

So I grew up loving the outdoors. But I think more importantly I actually developed a deep sense of empathy for others. One of my very earliest memories as a child, as four-year-old, was seeing children that were my age – this is in the Dominican Republic – that were standing on the sides of the street completely naked. As a four-year-old, at a young age, I started recognizing very young that I was lucky. I didn't come from a wealthy family, a rich family, but I had opportunities that many people didn't have, and it wasn't because I was more deserving or because I was smarter I was just lucky.

And so from that young age I always knew that I had a responsibility to try to find a way to have an impact on people. When I was an undergrad I ended up looking for an opportunity – this is back here in the United States – to go back to Latin America, and I wanted to work for a non-profit, I wanted to find a way to have an impact. And so I found an amazing non-profit that allowed me to work for them and I ended up going down to Peru. I lived in Peru and was able to work on a number of issues that I was really passionate about. And while I was there I went to a little city called Cuzco. I don't know how many of you have been to Cuzco before but it's an amazing city, the closest city to Machu Picchu, and when I got there the first thing I did is I bought some food and I went and sat on a bench in the main plaza, the Plaza de Armas. While I was sitting there all these little kids ran up to me and tried to sell me Chiclets and postcards and tried to shine my shoes. Having grown up in Latin America I immediately connected with these little kids and I started joking around with them. After a while they all ran off, except for one little boy. This little boy, his name was Edgar, was nine years old, really cute kid. He kept insisting to shine my shoes. And all the other kids had run off, but he kept sitting there watching me eat and asking if he could shine my shoes. It took me a long time to convince him that it wasn't possible to shine tennis shoes, but he still stayed there. So I started thinking I wonder why he's still hanging around, and I ended up realizing maybe he's hungry. So I offered him the rest of my lunch and I was shocked to see how he ate it, I'd never seen somebody eat like this before, it really impacted me. That night as I was eating dinner I decided to save of my dinner and to go out and look for Edgar again. When I found him he took this food and he was so grateful, he ran back and started sharing it with all of his friends. They were eating this food with their hands.

This became a daily ritual for me. I decided that I was going to look for Edgar every single day, and finding Edgar was the highlight of my day every day while I was in Cuzco.

My last night in Cuzco as I was walking home I ended up stumbling upon Edgar sleeping on the street. He had his sweater pulled over his knees trying to stay warm. I approached him and I asked him why he was sleeping on the street, it was close to midnight. He told me that someone had stolen his shoe shining kit and he was too afraid to go home because his father was an alcoholic and his mother depended on him to help provide for the family. It was heartbreaking to hear the story and to see the plight of this little boy. I have him the little cash that I had, I was a poor student, I didn't have much myself but I certainly had more than him, I gave him what I had and that night I could hardly sleep because I worried about little Edgar.

The next day I got on a bus to leave Cuzco for the last time, and as I went around the main plaza we drove by and started letting some people on and off the bus, and as I looked out the window of the bus I saw Edgar. And I had just enough time where I opened up the window of this bus and he ran next to it, waving goodbye to me. And he'd bought a big bag of candy with the money I'd given him and he was now selling the candy in the streets.

As a sponsor of a way I made a commitment to myself that I was going to find a way of using my life to be of service to others, I was going to find a way to help kids like Edgar.

I came back to university in the United States and ended up pursuing a career as an entrepreneur. A mentor of mine, a role model, had been an entrepreneur and had dedicated his life then to helping lift people out of poverty. And he told me that if I wanted to make a difference in the world I should become an entrepreneur. And then 10 or 20 years down the road I have the ability to hopefully have an impact.

And so after spending 10 years as an entrepreneur here in the United States and also in Brazil I moved back to the U.S. about three and a half years ago to launch a business. The entire business was dedicated around the idea of giving back and doing good. The business is called Cotopaxi, and Cotopaxi is the name of a volcano in Ecuador – I don't know if any of you guys are familiar with this volcano, I see a few people raising their hand, maybe they're from Ecuador or somewhere nearby. It's an amazing place that I love, I used to go there with my father and go back hiking and camping. The school I went to when I lived in Quito was called Academia Cotopaxi so I have this connection with this name.

So I named this brand Cotopaxi, and the entire idea behind the brand was I was going to use this brand to inspire people to go out and do good and to build the idea of doing good into the DNA of this business.

We decided to build the business around selling outdoor gear, backpacks, jackets, tents, sleeping bags, but everything with this purpose of inspiring others.

So I want to tell you a little bit about how we're building this business differently many of the brands that you probably know.

The first thing that we did is that we wanted to attract the millennial consumer. We understood that many of the brands that people know, the North Face, Patagonia, these are brands that have been around for 40, 50, 70 years and they were missing an opportunity to capture a young millennial consumer. And so I understood the millennials, they don't care about things as much as they care about experiences. And so I wanted to create an opportunity for people to experience the brand. And so we created an event called the Coastival, and it is a 24-hour adventure race where millennials will go out and participate in this experience of living the brand.

So I'm going to play this short video.

(Puts on a brief video.)

This year we're going to have 60 events all across the United States and Canada. We'll have close to 100,000 people participating in this race. And not surprisingly once they participate in this race they become evangelists of the brand.

Another way that we wanted to build this brand differently was by creating stories behind the product, it wasn't just about selling product it was about connecting people in the developing world with the consumer that actually buys the product.

We have two stories I am going to share here of how we do that.

(Puts on another video).

You can see we're using leftover materials from the manufacturing process and we're empowering the sewers to design them. (*Hard to hear what he's saying with the video loud in the background*)....

So these bags they're crazy, I mean they're like all different colors, the straps are different colors, and every single bag is totally unique. What we did is we gave a voice to the sewers in this factory, people that are amazing craftsmen, amazing artisans, but they'd never had a choice in the creative process, which is something that I believe needed to change.

The second story I'm going to show here about product is a really impactful story for me because it's a part of the world that I really love. I lived in Bolivia for several years and I lived in some communities that make

about \$200 a year, that live in extreme poverty, and I wanted to find a way to help them. And so we created a number of really cool products using the story.

So here's this video, and the first part is in Spanish.

(Puts on another video.)

We make some amazing products out of llama wool, we make socks, we make sweaters and we make jackets where the insulation inside the jacket is made of llama wool, again trying to connect product with people and building this brand in a very unique way.

One of the other things that we've been able to do which has been really interesting has been working with communities here in Utah of refugees. There's a lot of refugees all over the world of course, over 20 million refugees, and we have here in Utah 60,000 refugees that have been resettled in Salt Lake City. We have begun working with them where we have every order that a customer places on our Web sites they actually get a handwritten thank you card that's written by a refugee that's been resettled here in Utah. And so it's the first job that these refugees receive. They're learning English and we give them an opportunity to be a part of our team and to learn basic job skills. So we teach them also how to create a resume and how to do a job interview to try to help them get a head start with their new life here.

You know, I believe that businesses have this responsibility to look beyond themselves, to look beyond profits, to make decisions that can impact their communities and impact people. And working with refugees has been one of the most meaningful ways that I've enjoyed doing this.

You can see this picture, this was actually taken a year ago. I was in Jordan at a refugee camp called Zaatari. It is one of the largest refugee camps in the world, it's the fourth largest city in Jordan. These are all Syrian refugees that have fled Syria to try to start a new life. Of course a new life in a refugee camp is hardly a life at all but it's better than the life that they had. It was really a heart-wrenching experience but it was also inspiring to see the unconquerable human spirit of people in these camps.

One of my favorite moments was, as you can see in the picture, actually spending time with children. There were some little children that were kind of following me around. I obviously look very different, I'm very, very white and I'm very bald, so they would see me and kind of follow me around. You know, one of these little boys ended up grabbing me by the hands and took off his shoes and walked up my legs and my body and then did a flip. Maybe some of you have done this with your own children or maybe you did it with your own parents, I know I do this with my two daughters. And then pretty soon there was a whole line of children that lined up to all do this flip. Every one of them would take off their shoes before walking up my body, which I thought was so respectful. Pretty soon all my pants and my shirt were just covered in these dusty little footprints. But it was a beautiful moment because for a few minutes these children forgot that they were in a refugee camp.

That night I went back to my hotel in Amman and I really had a heavy heart thinking about these children and the lives that they had to live. The average refugee lives in a camp for 17 years, so I know that these children are likely sentenced to live in this refugee camp their entire childhoods.

When I got to this hotel I ended up turning on the TV, and as I turned on the TV I saw an image that many of you may have seen around the world.

I'm going to play this.

(Puts on another video.)

So as I watched this image it completely broke me inside and I'm sure that to many of you. For me it hit home the urgency of the work that each of us has to do. Everyone in this room we're fortunate and we have a responsibility to look beyond ourselves, to look for ways that we can impact lives. I've been fortunate to be able to build this mission into the core of the business that I'm building.

And so as you guys are looking at your own businesses, your own jobs, I would challenge you to start looking for ways that you can try to make a difference in the world. And when you do that I promise you it will resonate with consumers. And if it's done authentically you will be able to make an impact in the world and you'll also find that consumers will follow you. I've found that doing good can also be good for business.

Thank you for your time, I appreciate being here.

(Applause.)

Mr. Thatcher: Thank you Gabriela, thank you Davis.

¿Tratamos hacerlo en español? Yo no tengo el valor para esto, ni el vocabulario, pero trataremos.

So media companies are facing disruption like never before and I think what's interesting here is we have a company that's been around as long as many of these media companies have and that has had products that

have been around as long as these companies have had. You tackled disruption from within, which I think is remarkable. And Davis, you tackled disruption as a start-up and I think these companies here are doing both, they're facing disruption externally, they're disrupting from within and they're also maybe starting companies or acquiring companies.

So I'd like to ask each of you about that: how do you get a company so established, so profitable in its old models to disrupt from within? And then how do you get the courage and ideas to disrupt as a start-up?

We'll start with you, Gabriela. And by the way we have about 30 minutes, I think, we want to finish at 1:15, we'll ask some questions and then we'll leave maybe five, six, seven minutes at the end for questions from the audience.

Mr. Smith: I love the Philip Morris talking about the lean start-up, it's great!

You know, for me when I moved back from Brazil to launch this business the first day I arrived in the United States, I arrived in Silicon Valley, and I went to go pitch this vision for building this brand about doing good to venture capitalists. And venture capitalists are famous for not having hearts, all they care about is money. And so my attorney, who I had known for years and that was connected in Silicon Valley, told me, "Davis, do not incorporate as a benefit corporation when you start the business." A benefit corporation is a type of entity in the United States, a new type of entity, that allows businesses to commit to doing social good and not just making money. I decided I was going to ignore his advice and I incorporated as a benefit corporation, and he said, "Look, investors are not going to want to invest in a company that's giving away money before they've created returns for their investors." But I felt really strongly that this was something that was who I am and also courted the business that I wanted to build.

I went out to Silicon Valley and it turns out that some investors, you know, did not like the benefit corporation status. But I also was able to talk to enough investors that were passionate about the idea of building this brand, that saw the passion that I had for the idea and they took a risk. And so since we launched about three years ago we've raised about \$25 million in venture capital from investors in Silicon Valley and we've been able to build one of the fastest growing consumer brands, especially in the outdoor industry, over the last three years.

I think convincing people to see something in a different light is hard, but I think you just have to have a tremendous amount of passion, a vision, and you have to not be afraid to be shut down, because there will be people that don't believe and no matter how much you try to convince them that there's an opportunity they won't see it. And that's OK.

And so I would say rally around people that share in your vision, be vocal, be passionate and don't let down, if you believe in something then you should go for it all the way.

Mr. Thatcher: Thank you. This has been inspiring and I commend you both for the courage that you have, you had people that were skeptical and your companies and organizations did what it took, so that's inspiring.

I'll ask one last question and then we'll turn it over to the audience for questions.

This notion of cost-related endeavors, which yours was a pretty audacious cause as well, to radically transform consumer behavior, right? And yours was also.

Let me just first of all commend this audience for being behind one of the greatest causes of all freedom of speech, freedom of the press. And I think with my media clients they sometimes forget this cause in the way they market themselves, and we're faced with this onslaught of fake news. ¿Cómo se dice 'fake news' en español?

Sra. Wurcel: Noticias falsas.

Mr. Thatcher: I believe that's one of the greatest windfalls for this industry, to justify the value, and I know that freedom of the press is under assault with cyber security attacked, we're going to be discussing that tonight, I commend you for that also.

It's not easy to cause market, right? And I think that the media industry, at least in the U.S., sometimes they feel sheepish about marketing their cause. As a business you've got to have editorial but you've got to market the value proposition of your cause, and I think media companies are getting better at this but I encourage you to do more of that. We depend on it as the existential without what you do. So I encourage you to never forget the cause in the way you market your business and the way you sell your business.

How do you get behind a cause like changing consumer behavior? People roll their eyes sometimes, cause marketing is filled with the trail of failure. And you both had failures that you described that you had to overcome.

Sra. Wurcel: En nuestro caso el objetivo está atrás de cada una de las cosas que hacemos. Cuando empezamos la transición había gente que estaba trabajando en el área de cigarrillos y que no estaba trabajando en el área de estos productos sin humo, y se empezaron a sentir mal, empezaron a decir, “¿qué pasa? No tengo futuro en mi empresa, mi carrera se terminó porque no me ponen a trabajar.”

Entonces, lo que tuvimos que hacer es realmente reforzar que esta es una empresa, que todo el mundo está trabajando para poder poner en el mercado en cada una de las manos de personas que hoy fuman y que quieren seguir fumando estos productos. Que necesitamos los ingresos que nos dan los cigarrillos para poder construir este futuro. Y poner educación interna muy importante. Todo el mundo que está en esta empresa está comprometido, hasta la persona que limpia está comprometido con el objetivo de la empresa.

También estamos en eso, por ejemplo, el 70 por ciento de los gastos van a esos sin humo y hay obligaciones legales de informar sobre estas cosas. El 30 por ciento de todos los gastos de marketing y comercialización este año va a productos nuevos y cada vez haciendo más ... (no se entiende). Ponemos esto atrás de esas palabras y el canto cultural también que comentamos en lo que hace que la empresa

Ahora, la parte adicional que está fundamental es poder contar nuestra historia, poder comunicar, porque si no el concepto de reducción de daño en América Latina por el momento está muy poco desarrollado y esto un objetivo que tenemos nosotros, porque nos interesa, pero interesa a la sociedad y en otros países del mundo se entiende, y tenemos que contar la historia y mostrar los datos, etcétera, es la única manera que el cambio realmente se refleje en la sociedad.

Mr. Smith: I think one of the biggest lessons I’ve learned about cause marketing, having a cause as part of a business, is that you have to engrain that mission into everything that you do. It can’t just be on the periphery of your message. And that’s why I think a lot of businesses and organizations struggle or fail, because they are either too afraid to talk about their mission, and then it kind of becomes like an afterthought, and then they’re not putting the right resources into it.

For us it was about engraining our mission into everything we do, from our slogan Gear For Good to even our warranty – if you look at our warranty it’s not just a lifetime guarantee like most brands, we actually call it a human life span warranty, and it’s tied to the average life span of someone that’s in the underdeveloped world, which is 61 years. The thank you cards that I talked about with refugees, thinking about ways to embed that mission into everything that you do.

At the same time you need to be careful. One thing that I’ve learned also is that you don’t lead with the social mission, you lead with making great product. And if you have great product then everything else if you embed it into the DNA of the business that will shine through and people will first of all buy the right product and they’ll feel like “Wow, I identify with this brand or this organization because I share values with them.”

That’s some of the lessons that I’m learning, and I’m still learning, through this process for sure.

Mr. Thatcher: That’s great advice. I notice that you’re seeing media organizations do this, like *The Washington Post*, who’s here with their slogan Democracy Dies In The Dark. That’s I think a real embodiment of their value proposition, and that’s great advice.

Alright, we’ll take some questions.

Sr. Norberto Frigerio (La Nación, Buenos Aires, Argentina): No quiero hacer ninguna pregunta, sólo quiero agradecer porque han sido conmovedor los dos aportes que recibimos hoy. Me parece que nosotros que estamos trabajando por una gran transformación en los medios recibir de empresas de esta categoría, en particular la de Gabriela, son capaces de refundarse, buscando mejorar y sin abandonar el propio mercado que ellos construyeron, me parece que eso derrama sobre nuestra aptitud para el cambio, como lo estamos desarrollando ahora, entiendo los nuevos modelos, cambiando las nuevas situaciones.

Me parece que realmente ha sido una mañana más que conmovedora y transformadora. Así que me permito agradecer en nombre de la empresa que represento no solamente a la Sociedad Interamericana de Prensa sino a Gabriela, que tuvo la generosidad de hacernos llegar esta información, y a Davis que además nos enseña ser mejor personas.

Así que para todos muchas gracias.

(Aplausos).

Sr. Pedro Zambrano (*El Diario, Portoviejo, Ecuador*): Me uno a las palabras de felicitación a la SIP por el foro, ver a otras industrias siempre será bueno para nosotros.

Tengo una pregunta para Gabriela, dos preguntas. La primera: ¿Por qué no asociaron en el nuevo producto las marcas anteriores, siendo marcas tan poderosas? Generalmente nosotros nos sacamos sitios Web o en otras plataformas usamos nuestras mismas marcas. Si tiene algún conocimiento allí de parte de mercadeo técnico.

Y la segunda pregunta también: En el modelo de negocio varían dramáticamente no solamente porque venden vapor de humo, sino porque antes vendían, a ahora venden, el paquete de cigarrillos y ahora entiendo, o supongo, que van a tener la utilidad en la venta de los cartuchos y aparte del dispositivo ¿la proyección económica de este nuevo producto está tan rentable como lo anterior?

Gracias.

Sra. Wurcel: Muchísimas gracias por sus preguntas. Hubo mucho debate en la empresa sobre qué hacemos. El producto tiene dos partes, los cartuchos, que son lo que se consume que tiene tabaco, y la parte electrónica. Entonces, hubo mucho debate sobre qué hacemos: ¿lo ponemos a los cartuchos de la marca Malboro, sí, ¿no? Hubo mucho debate y creo que inclusive, si no estoy confundida, que en algún país se empezó a comercializar con esa marca, pero la decisión es que esto es completamente nuevo, es un modelo de negocios completamente nuevo. Hemos cambiado el paradigma e inclusive todavía no hay verbo para el uso de estos productos, por ejemplo, fumar y fumar, pero esto no se fuma, se usa. Tenemos que en algún momento cuando realmente se extiende, se convierta en la norma se cree un verbo para

Entonces, creo que fue una decisión basada en eso. Es decir, estamos construyendo un futuro nuevo con productos nuevos mejores ... (no se entiende) se usa la marca Malboro.

La segunda pregunta: sí, efectivamente ahora estamos vendiendo los cartuchos que se consumen y el positivo electrónico, que es lo más caro, porque hay que comprarlo una vez. Por el momento estamos subsidiando el precio de los electrónicos porque tienen mucha inversión, es un producto muy caro. Pero entendemos que ... (no se entiende). Vemos en un muy buen camino para seguir creciendo.

Sr. Francisco Javier Rocha (AEDEP, Quito, Ecuador): Dos preguntas. La una: ¿Los productores de tabaco, esa gente cómo están trabajando, ¿cómo van a llegar? Y la otra: Mi provincia es Cotopaxi y si nos veremos beneficiados con la marca El Volcán (risas).

Sra. Wurcel: Si quieren contestar la primera pregunta, los productores: Lo bueno es que estos productos están baratos, esto es la diferencia con los electrónicos que existen en el mercado por varios años en muchos países, que usan un líquido que no tiene tabaco. Estos sí tienen tabaco, lo cual es visto con muy buenos ojos por los productores. Usan menos cantidad porque son más chiquitos, pero obviamente en el futuro van a dar menos (no se entiende) a largo plazo. Por el momento no hay un impacto a corto no medio plazo. Sin embargo, lo que estamos haciendo para prevenir justamente cualquier problema es trabajar con los agricultores, con las asociaciones, con los organismos internacionales para ver de qué manera apostar la conversión.

Hoy en día hay una gran necesidad de tierras, cultivarles para alimentos básicos, no hay espacio en la tierra suficiente para alimentar a todo el mundo, entonces vemos esto como una posibilidad más de apostar la tierra que quede para cultivos. Estamos trabajando en cuales son las mejores, pero por el momento no hay impacto.

Mr. Thatcher: Buena representación de Ecuador aquí, ¿no? Parece que hay varios. Claro, si quieren hablar conmigo después ¡tenemos un descuento sólo para ecuatorianos! (Risas). Tenemos nuestra tienda aquí a cuatro cuadras, pues podemos andar juntos hacia allá para hacer unas compritas. (Más risas).

Any additional questions? Wonderful. Thank you so much, a great job, Gabriela and Davis, thank you. (Applause.)

As we close I'd like to say that at the outset, before the presentations, I wondered at the similarity of the two businesses with the news audience here. But as I found out the problem of the need to think in new ways and to act in new ways in response to existential challenges I think that's at the core of what their presentation was about.

So my takeaways were that they should, and we should all, focus on making a great product and stick with what we believe in and surround ourselves with people who share that mission and keep trying.

So thank you for your contribution to that conversation.

Maybe I should say there's an open hour now for people to have lunch. The 2 o'clock seminar will start promptly on time. That's the Deseret Digital Media Case and that will be followed immediately by Newsroom Technology, and that will take us to 5:30 and then we'll wrap that one up on time also because I think the hotel has a need for this room promptly at 5:30.

Thank you.

Seminar 3: X-Ray of the Deseret Digital Media Case **Seminario 3: Una Radiografía del Caso Deseret Digital Media**

(Unidentified): The session coming up is the Deseret Digital Media Case and I'd like to do some logistics or housekeeping first. Julio Aguirre can't make it and will be replaced by someone we all know, who is Matt. And Eric Bright also was not able to make it and he's replaced by Chad Taylor. I'd point out that we're a little bit late getting started on this, it's now 3 o'clock and the next session is supposed to start at 3:30, so that session will presumably get pushed back a little bit. But we have to, we have a hard stop at 5:30 because we have to be out of here because the hotel needs this room. So we're going to try and do this without any breaks in between, or with the minimal break when this session ends, maybe five minutes

And so without further ado I'll turn this over to Matt. to load whatever needs to be loaded for the next one, and that again after an hour.

Mr. Matt Sanders: Buenas tardes, otra vez estoy aquí, quiero compartir un poco de la historia de Deseret Digital Media, que realmente tiene raíces hace ocho años cuando fundamos o separamos desde nuestro grupo tradicional. Algunos de ustedes conocen esta historia, pero separamos del grupo tradicional nuestros Web sites y nuestras organizaciones digitales y las pusimos en una organización separada que se llama Deseret Digital Media.

Hace como tres años y medio estuve en la República Dominicana y mostré esa foto y yo dije en ese workshop que bueno, Latinoamérica puede ver que hay muchos problemas en los Estados Unidos y en Europa, un choque para los medios. Y hace tres años la crisis en Latinoamérica no fue tan grave tal como es ahora. Pero dije, no sé si recuerda Ricardo, que, bueno, el problema es que en Latinoamérica la crisis viene pero viene por móvil, por eso tenemos (no se entiende) el choque del norte.

Lo importante es que sí hay un problema que vemos, pero ahora, como escuchamos en la mañana, a veces no vemos el problema en la manera debida, lo vemos en una manera defensiva o no vemos con claridad cuál es el problema. Y quiero aclarar un rato la manera en que nosotros vemos el mundo. Nosotros llegamos al problema de destrucción por medio de una teoría de Harvard Business School que se llama – ya no me acuerdo – The Innovators Dilemma. Esa teoría dice que cuando hay un negocio establecido siempre cuando llega una destrucción primeramente ver la destrucción fuera de su negocio, fuera de su industria, que no es una amenaza a su negocio. Entonces no hace nada a los principios.

Pero al crecer el negocio destructivo empieza a tocar más y más del mercado, del negocio establecido. Entonces allí hay pena, hay dolor ¿no? Pero en vez de hacer algo de cambio de tal situación siempre, o casi siempre, el negocio establecido se enfoque en el desplazamiento en vez de pensar en, bueno, hay crecimiento neto, mirza hay otro negocio, hay negocio nuevo que podemos lanzar.

Ese es el problema. Entonces en los medios vemos que, bueno, los medios ven que hay un problema, hay un hueco allí. Entonces llegan con su manera y en vez de empezar un negocio nuevo para meterse allí en el hueco se van gustando la manera y no queda bien ¿no? Todos hemos visto eso, hemos visto sitios de Web que parecen al periódico en vez de un sitio Web con un diseño especializado con una experiencia digital. Hemos visto casos así en los últimos ocho años.

Entonces, primeramente, tiene que pensar en el problema en una manera diferente. La otra cosa es que tiene que pensar ¿por qué están haciendo eso? Tenemos que cambiar. ¿Cuál es nuestro porque?

Nosotros empezamos con una misión en Deseret Digital Media además de empezar un negocio digital para ganar plata. Esa es una misión que se mueve al corazón, que se mueve a su gente que tengan coraje para hacer nuevas innovaciones. Necesitan un por que, que realmente llega al corazón, tal como escucharon con Davis Smith en la mañana ¿no? Él tiene un por que, fue Edgar, fueron los niños allí en Siria, tiene un por que.

Siempre tenemos que preguntarnos ¿cuál es nuestro por que en nuestra industria, cuál es el por que en nuestras nuevas innovaciones o las organizaciones o los productos que queremos lanzar?

Como dice aquí todas las grandes organizaciones en el mundo tienen un sentido de por que esta organización hace lo que hace.

La misión de la SIP es proveer frente a la libertad de expresión. Nosotros venimos aquí porque creemos en esa misión. Deseret Digital Media empezamos hace ocho años con esta misión, con este por que, ser voces confiadas de luz y la verdad alcanzando siempre millones de personas en todo el mundo.

En el momento en que formas esa misión alcanzamos como seis o siete millones de personas, la mayoría de ellos en Utah y otros en otras partes de los Estados Unidos.

Y tenemos algunos valores, pero quiero apuntar dos. Un valor que nos guía es mejorar vidas. Estamos pensando en ¿cómo podemos llegar a millones de personas y cómo podemos mejorar vidas? También, otro valor de nuestra empresa es ser campeón de libertad. Por eso estoy aquí, por eso nuestro equipo ha estado en las asambleas y en SIPConnet muchas veces, porque tenemos productos, tenemos servicios, tenemos una visión, tenemos ideas que creemos que pueden ayudar a la industria, mejorar vidas. Y también campeón la libertad.

Entonces ¿cuáles son los resultados? KSL.com es un sitio de noticias locales, número uno en todos los Estados Unidos por tráfico. DeseretNews: Cuando empezamos hemos estado número 60 en los Estados Unidos. Ahora estamos más o menos por 30 o 25 en cuanto a tráfico. Utah.com: Es un sitio de información turística enfocada en un asunto muy específico. Family Share: Lanzamos – Laura va a hablar más de eso – unos sitios enfocados en las redes sociales especializadas en las conversaciones sociales. Y *BrandForge*: Laura también va a explicar más de eso, pero lanzamos otra manera de monetizar la experiencia móvil.

Entonces, después de habernos organizado en una manera diferente tuvimos la libertad de explorar otras maneras de desarrollar nuestros negocios.

Van a escuchar de cada uno de ellos los casos de estudio específicos que ojalá les puedan ayudar pensar en sus negocios, sus mercados y ojalá les darán pasos pragmáticos que pueden seguir o aplicar en sus mercados.

Entonces voy a pasarla a Laura Montoya, quien dirija con Brian Stephens nuestro servicio *BrandForge*.

Ms. Laura Montoya (*BrandForge*, Salt Lake City, Utah): Gracias, Matt. Buenas tardes, estamos todos, ¿escuchan bien? Sí, perfecto, gracias. OK.

Bienvenidos a Salt Lake City. Espero que están pasando bien.

Mi nombre es Laura Montoya, yo soy la representante de *BrandForge* y como dijo Matt a un principio somos parte de Deseret Digital Media.

En la radiografía, como dice en su nota, yo les voy a dar específicamente de un tipo de monetización que es la publicidad nativa o los contenidos patrocinados, y les voy a explicar un poco de que es lo que pasó con nosotros, lo que nos hizo empezar a ver ¿verdad? ciertas maneras de monetizar diferentes a lo que habíamos estado haciendo hasta ese momento.

Entonces, como viste aquí todo empezó con la búsqueda de una solución a un gran problema, y ese problema ¿verdad? como estaba diciendo Matt en su presentación es que cuando empezamos a pasar de medio impreso a medio digital el problema es el siguiente: El medio impreso es dos páginas por delante y por detrás, ese es el canvas con el que estamos trabajando nosotros en los medios de comunicación y como prensa.

A partir de allí empezamos en el medio digital y las historias empiezan a ser más o menos el 50 por ciento del canvas. Es una historia o una noticia y el 50 por ciento es publicidad. Y entonces allí empezamos a ver más problemas cuando empieza a pasar por detrás y por delante al tamaño de una pantalla de una computadora. Entonces la manera de nosotros poner publicidad se reduce aún más y pasa hoy en día con el teléfono móvil.

El canvas es de este tamaño, señoras y señores, lo que quiere decir que el espacio de la publicidad es prácticamente el 10 por ciento, no es nada. ¿Qué pasa allí? Este problema al final del día no es un problema del tamaño del canvas sino un problema de monetización. Si bajo yo a tener una cantidad de espacio para la publicidad a simplemente algo de este tamaño al final del día yo, como medio de comunicación, como periódico, ¿cómo sobreviviré y cómo puedo mantener las puertas abiertas? Y eso es lo que se está representando aquí. Ni siquiera les puse la otra comparación con el periódico sino simplemente la comparación del desktop a la computadora y a un teléfono.

En ese momento vimos el problema y decidimos de ser parte de la solución y de la transformación, como estaba diciendo Matt, de toda la industria junto a nuestros colegas de otros medios de comunicación a nivel mundial. Tenemos la pasión, la gente, el talento y el propósito. A partir de allí internamente nosotros en Deseret Digital Media decidimos empezar a ver la manera de hacer la monetización sin el display, y conseguimos hacerlo con estas diferentes fuentes, los anuncios, esto por supuesto en nuestra página Web, tanto que lo puede ver como en un desktop como en un teléfono móvil, el e-commerce, ofertas, cupones, reservas de viajes y otras promociones, eventos, productos, que es lo que nos encargamos hoy en día en *BrandForge*, como último la publicidad nativa o los contenidos patrocinados.

Para nosotros la publicidad nativa internamente es un negocio de seis figuras, es un negocio de millones de dólares. Y la publicidad nativa al final del día lo que es vender no sólo el espacio en su página de inicio, ya sea en un desktop o en un teléfono móvil, sino que al final del día también está vendiendo la credibilidad de su marca, la credibilidad de su institución como medio de comunicación. Y la gran mayoría de ustedes han tenido periódicos por generaciones, estos periódicos han estado en las manos de su familia por varias generaciones. Ustedes tienen al final del día cierta credibilidad con su comunidad y eso vale dinero.

La publicidad nativa para nosotros es lo siguiente, o el contenido patrocinado, es contenidos de buena calidad, como estaban viendo esta mañana y como estaba diciendo Matt. Son artículos, videos, infografías que nosotros creemos que nuestros lectores van a utilizar y van a leer y van a ingerir, como decirlo así, un contenido o un tema que les va a servir de algo a ellos en su vida. Es mezclado con el contenido editorial, como veían en la página anterior que estaba mostrando. La publicidad nativa está justamente mezclado con el contenido editorial. ¿Por qué? Porque tiene el mismo valor, es formado igual a la editorial, no tiene nada específico, no tiene un color diferente, no tiene una letra diferente, nada. Pero sí es claramente demarcado como (no se entiende) patrocinado por, porque es algo que se tiene que hacer legalmente tanto en nuestro país como en otros países, los países de ustedes. Y se comporta tal cual como un contenido editorial. Si lo doy click a este artículo estoy todavía dentro de la página de que es el .com y estoy leyendo el artículo dentro de la página.

A partir de allí encontramos la solución para nosotros. Esto es algo que nos dando buen dinero, dijimos OK. ¿Cómo podemos, verdad, terminar la segunda parte de nuestra misión, que era lo que les enseñaba al principio, y enseñarles a otros medios de comunicación hacer lo mismo? A partir de allí se crea *BrandForge*, y Matt Sanders es el pionero en esta sección y en este departamento de nuestra compañía. Y *BrandForge* en eso es en lo que dedicamos, a enseñarles a medios de comunicación como ustedes a ejecutar la publicidad nativa, lo que es la publicidad nativa, etcétera, etcétera. Es un servicio completo.

Hoy en día estamos asociados, ¿verdad?, con varios de ustedes en la audiencia y con varios medios de comunicación aquí en los Estados Unidos, en Centro Latinoamérica y hasta en la India.

Les hablaba yo, ¿verdad?, del (no se entiende la palabra) que se ha reducido en las dos páginas por delante, por atrás, al desktop, al teléfono móvil, y ustedes creerán que, bueno, nos fuimos a dormir porque salimos del problema, y la verdad es que no, el peligro continúa actualmente. En este momento uno de cuatro americanos que (no se entiende lo que dice) quiere decir dos cosas: uno, tienen la capacidad de bloquear la publicidad tradicional, el pop art, etcétera, etcétera, ustedes conocen la publicidad tradicional; la otra cosa, lo que están viendo en el video, señores, mantener la atención de un lector es difícil, significa ni siquiera el marido de la señora aquí puede mantener la atención en la noche, está pegado a su celular, imagínate. ¿Cómo hacemos nosotros para mantener la atención del lector? Hoy más que nunca es súper importante que empecemos a ver una solución a la monetización y a los anuncios que son disruptivos, porque es algo que el consumidor no quiere ver.

Otro peligro en consumir las noticias en la actualidad está aquí. Entonces, esto no es viendo por ningún lado. No vayamos a mentirnos y creer que el día de mañana el periódico va a volver a renacer.

El otro peligro es los ad walkers, 230 millones de usuarios, y estamos contando más. Yo soy una de esas personas, por cierto.

Y el “fake news”, lo que estamos nosotros estamos leyendo ahorita actualmente en los Estados Unidos y muchos de ustedes (no se entiende) ataque a la prensa constantemente en sus países si no por el presidente es posible que de otras maneras.

Entonces, para mí todo esto, cuando aparezo yo como una nubecita aquí cayendo la lluvia a todo el salón en este momento. A mí me parece que esto es una situación favorable para los medios de comunicación, uno la publicidad nativa no está bloqueada por los ad workers porque aparece tal cual como aparece en una página Web. Es una solución para el teléfono móvil, allí puede aparecer justamente la publicidad nativa otra vez no bloqueada por el iPhone y hay maneras de darle ciertas posiciones al anunciante.

La otra cosa es que la gente ahorita está habiendo muchos videos, sobre todo en los medios sociales, y la publicidad nativa es una solución para eso.

Entonces, aparte de todas estas cosas el enrichment con la publicidad nativa y los contenidos patrocinados es algo de buena calidad, tiene valor editorial, lo que quiere decir esto es lo que yo lidio muchas veces. ¿Cómo puedo yo hacer que mi editor me deje poner esta publicidad en nuestra página sin ningún problema? Es un contenido de buena calidad tal cual como contenido editorial y branding y marca supera cada tipo de anuncio interrumpido a la hora del consumidor recordar al anunciante.

En el futuro no sé ¿verdad? duro no sé ¿verdad? Es posible que en el futuro no sé, estaremos leyendo las noticias de esta manera, no tengo idea. Lo que sí sé es lo siguiente: Continuamos siendo gente de misión, y nuestra misión es influenciar positivamente a la industria a través de la asociación, enseñanza y narración. Hoy

en día les traemos nosotros el contenido patrocinado y la publicidad nativa, porque no sólo sabemos y lo vemos eternamente que funciona. El día de mañana es posible que les traigamos otro tipo de solución. Al final del día ¿qué pasa? Nosotros en *BrandForge* nos interesa la libertad de expresión, aquí en nuestra comunidad local y en la comunidad local de cada uno de ustedes.

Gracias.

(Aplausos).

Mr. Saul Leal (Utah.com, Salt Lake City, Utah): Bienvenidos a Utah, el mejor estado de nuestros Estados Unidos, así es.

Soy Chad Taylor, general manager of Utah.com. Hablo español pero no bastante para darles una presentación en español. Entonces me perdonen.

Espero que disfruten este regalo de nosotros. Estamos muy agradecidos que están aquí en el estado de Utah.

I'm going to tell you a little bit about Utah.com and the transformation that we've experienced over the last two years.

KSL.com, which you may know a little bit about, is the largest media news organization here in Utah, in the Salt Lake City metropolitan area. A few years ago we decided that we wanted to explore the travel category and we tested some things on KSL.com. We tried to offer a booking site for last minute travel deals, inventory for hotels in Salt Lake City and Park City. And we decided that that market was fruitful enough and there was a big enough opportunity for us to explore building up that vertical within the KSL marketplace.

Luckily at that time we stumbled across an opportunity to purchase the Web site domain Utah.com and its associated business. It was a business that had been around since the year 2000, but a business that hadn't grown in annual revenue in seven years, it had stayed very flat and stagnant. We looked at it as an opportunity to purchase that audience and to see what we could do to transform that business and see if we could grow revenue in that vertical.

So we did two key things, and if there are two takeaways that I'd love for you to have today from this presentation they would be first of all the importance of researching through client research and also through user research. Before we made any decision about what to do with Utah.com we decided to go and speak to those who would be using the site or who had used the site to plan their vacations. We wanted to know what they wanted, what would they use it for, if they stumbled across Utah.com and they wanted to visit one of our national parks or they wanted to come here and ski, what would they want or need on the site to be able to effectively plan a vacation?

Then we also went and talked with our potential clients, who are the destination marketing organizations within the state of Utah, the folks who try to get people to Salt Lake City or the folks who try to get people to Park City or to Moab or to St. George and the various parts of the state. What would they want from a site like Utah.com?

Also we wanted to know what the hotel owners would want from Utah.com and those who offered guided activities – horseback rides, ski lessons, ski equipment rentals and so forth.

So we took a lot of time and did a lot of research, and that research fuelled what we decided to do with Utah.com. We first of all decided to rebrand, the old brand had been around for about 12 years and it had not been refreshed in 12 years. So we did everything – a new logo, a new color pallet – and most importantly we decided to come up with a very unique voice, or point of view, in how we approached all of our content that we created, something that was fun and engaging and less encyclopedic or, for lack of a better word, boring, just describing the particular destinations and activities available here in Utah. And we hired people who could create this content for us.

Now, the rebuild of Utah.com – this was the old Utah.com, this was built in 2004 and it wasn't changed until 2015. We purchased the Utah.com in 2012, we let the previous owner who sold it to us run the business as is for two years and then in 2014 we took a year to do our research and our rebrand and start wire framing, rebuilding the site.

First of all it was not mobile responsive, that was a big problem as our mobile users now have surpassed our desktop users – 55% of our audience comes to Utah.com on a mobile device, as opposed to 45% on desktop.

So we did what we needed to do, we went mobile responsive, we used imagery, we approved the navigation, we created a site that we thought people would want to experience, to be able to plan, to be inspired to plan a trip to Utah.

We wanted to display the businesses that would advertise with us in an engaging way and give our users an opportunity to learn more about them.

Now, as we visited with clients what we decided was we needed a new business model, they were very tired of the way they had to advertise on Utah.com for many years, many of these clients that advertised since the year 2000. We decided that we needed to revolve, we decided to listen to them, to ask them what they wanted and be able to provide what they wanted and be able to provide that to them.

And we changed really from what was a fixed model, from a very traditional model, it was sponsorship, it was standard display, and we had bookings available on the site with our own booking engine. But what we found was the only way for us to grow revenue was to raise prices. If we increased our audience and we got more traffic to Utah.com that didn't necessarily mean that we could raise prices, because it was just a fixed pricing model and it had been that way for many, many years. So we decided to put the onus on ourselves, OK? so if get more traffic to the site and if we do a better job of engaging our users and getting them through the conversion funnel and engaging with businesses that advertise on our site then we make more money. If we don't do that then the advertiser doesn't pay us a dime more than they need to.

So we came up with what we called the Three Ps – the pay to play, the pay to promote the pay for performance. Now, the pay to play was a very simple model, a business, let's say it's a Little America Hotel where we are right now – which does advertise with us by the way – wants to advertise on Utah.com, pay us a very low annual fee to be listed on Utah.com, then they pay us for the calls, clicks and e-mails that we send to them. And the way we do this is we have a directory of sorts, lodging directory, activity guides directory, and we allow our users to choose from that directory who they want to engage with, what hotel looks like the hotel they'd like to stay in, which guide looks like the most knowledgeable to provide them with a good experience, whether that might be a hiking experience or a skiing experience. And then we take the user into a detail page about that business and allow the user to learn even more about that business. Then if they're so impressed with the business and they decide they want to learn more or alternately to book and engage with that business then they can click, call or e-mail that business, and that's when we charge the business. Essentially it's a cost per meet model or a paper clip model that we've created.

And then there's opportunities on top of that for people to expand their presence on Utah.com and increase their promotion. I'll show you what that looks like.

Compared to standard display – we don't offer that any more, we don't use any sort of automated advertising platforms like a double-click for publishers or anything like that – all of our advertisements are native and contextual to the content on Utah.com. Now, the key with that is post-click experience on these advertisements goes to a detail page on Utah.com about the business, allowing the user to engage with content about that business before they ultimately decide clearly to leave the site and to engage with that business to execute a booking.

We have seen as compared to standard display a 1700 to 3200 per cent increase in click rates.

Now, we understand that that's a different experience, but is an experience that our clients love because they're still getting that engagement. Whether that's on our side or their side our clients have come to understand that the engagement is key. Many of them don't have Web sites that can really engage the clients, many of them have third-party booking engines attached to their Web sites, especially the hotels, so what they want is the engagement to happen on our site and then the conversion to happen on their site, and we've really facilitated that for them.

Now, as a business since 2015, we launched this new site in September of 2015, so it has been 25 months, and in 25 months we have achieved a 72% increase in revenue for the business. And really that's because we've done a better job of creating content that's engaging, we've done a better job of getting more people to the site and through the site and as I like to say spinning them out in the form of leads to the businesses that advertise with us.

It has been a tremendous experience to see the fruits of our labors in terms of working with our user and working with our clients. Instead of guessing and thinking we know what's best that was the key. So the takeaways we tried to build their own booking engine, I would recommend that you don't: leverage a partnership. We've partnered with Booking.com. Booking's transactions on our site are a very small portion of our revenue but it is a no cost revenue stream for us, we don't do anything, we've i-framed their experience into our own. If somebody gets so far down the funnel that they want to just stay in Utah.com and execute a booking with a hotel they can do that, it doesn't cost us any money, and we've negotiated a split with Booking.com for the commissions on those booked rooms.

The next thing is don't think you knew that the first time, because you didn't. We've learned that. We've iterated over the past two years many, many times to get this model right, to understand what we should be

charging for every call, click and e-mail based on the type of business that's advertising with us based on the region that they're advertising for.

So we always test, we measure, we implement, we iterate, we repeat. We constantly do that and that's been really interesting to see and has been a big contributor to our success.

Don't listen to the naysayers. We were told by a few people in the industry that this would never work and that Utah.com would just stay as Utah.com always was, that we couldn't grow the revenue. Even people within our own building didn't believe that we could do this, and we have and the success is owed to my last point, which is collaboration.

Don't do it alone, don't think you know all the answers. At Deseret Digital Media we thrive on collaboration, we work together product, marketing, sales, Web development. We all work together, everybody has an idea, everybody has a thought and we come together and we work together. We leverage the ideas no matter if it's an idea from an executive or an idea from a junior level employee we value everyone's ideas, we take those ideas into account, we test, we measure, we iterate and we repeat.

Thank you very much.

(Applause.)

Sr. Julio Aguirre (Deseret Digital Media, Salt Lake City, Utah): Perfecto. ¿Cómo están, están bien? Nos paramos un momento, circule la sangre un poco. En México dicen la hora del burro ¿no?

Yo les hablo un poco sobre FamilyShare Network. Pertenecce a Deseret Digital Media.

Hay una cita de Alberto que me gusta mucho. Dice nosotros no podemos resolver los problemas de la misma manera o con el mismo pensamiento que teníamos cuando los creamos. Y a pesar de que las redes sociales han sido un excelente beneficio para la humanidad como tal ha sido también un desafío para nosotros como editores ¿no? compañías de creación de contenido, y no podemos resolver este problema con el mismo pensamiento con el que el problema se creó.

Hablando rápido de FamilyShare: FamilyShare ha sido Familias.com en 80 idiomas. Les recomendaría que vayan a la página de Facebook Yo Amo Mi Familia, Yo Amo Mi Esposo, Yo Amo Mi Esposa, Yo Amo Mis Hijos, Yo Amo Mis Nietos, Yo Amo Mis Primos, Yo Amo Mis Tías, Yo Amo MI Gato, Yo Amo Mi Perro, Yo Amo Cocinar, Yo Amo Ir Al Cine, en más de 80 idiomas.

A través de estas páginas de pasión en redes sociales tenemos 136 millones de seguidores. Esos 136 millones de seguidores nos dan aproximadamente 250 millones de visitantes únicos al mes, 50 millones ya en los Estados Unidos, y aproximadamente 5.1 billones de impresiones al mes. Esto es lo que hemos construido durante los últimos tres años y medios.

Entonces, a pesar de que las redes sociales y hay muchas empresas que han crecido en los últimos años, como Little Things, Soap and Cake, muchas plataformas, yo me voy a enfocar en esta presentación específicamente en una de las cosas de Facebook, y principalmente por el gráfico que ustedes están viendo a mano derecha, no, a mano izquierdo disculpan, habla de todas las diferentes plataformas y el enganche que tiene a los usuarios en lectura de noticias. Y como pueden ver Facebook le da una gran cantidad al segundo competidor que viene siendo Instagram.

Este es el crecimiento de FamilyShare Network, principalmente con las páginas de FamilyShare.com, Familias.com, Familias.com.br de Brasil y (no se entiende), que es en Indonesia. Este ha sido nuestro crecimiento de aproximadamente. En el 2013, cuando llegué a la compañía, teníamos no más de 4 millones de impresiones al mes y pasamos a 5.2 billones de impresiones al mes.

Esta es nuestra audiencia: 80% mujeres, 67% de ellas tienen hijos en la casa y 83% consumen el contenido a través de celulares.

Ya que hablé un poco de FamilyShare, de los que hemos alcanzado en los últimos tres años, quiero enfocarme para esta presentación en el crecimiento de la compañía, como enganchamos a las personas para que puedan llegar a leer 5.1 billones de impresiones al mes y como nosotros estamos monetizando hoy en día, que estamos ganando ya en los millones de dólares.

La pasión lo es todo. Como ya he comentado tenemos varias páginas de pasión, y creo que piensen por un momento en su nivel. ¿Quién conoce aquí la marca de sus zapatos? ¿Cuál es la pasión que ustedes pasan todos los días y dicen "Me voy a parar y hoy a vivir mi vida por la marca de mis zapatos?" Es una pasión que ustedes tienen por la marca de sus zapatos. Ahora piensen por un momento en la marca de su periódico. ¿Cuál es la pasión que ustedes tienen por el periódico local, de la ciudad o del país donde vive? Y sepan todos los días por qué leen este periódico.

Ahora piensen por un momento en su grupo de futbol favorito, de deportes favorito, y cuál es la pasión que ustedes tienen por ese grupo de futbol, de deportes.

Ahora piensen en la pasión que ustedes tienen por su familia, por sus hijos, por su pareja, por su madre, por su padre, y cómo ese nivel de pasión los mueve a tomar acción cada día.

Entonces, una de las lecciones que nosotros hemos tenido, rápidamente, en la compañía es que hay motive páginas de pasión que motive a la audiencia. Este es uno de los sitios con los que nosotros trabajamos en redes sociales bajo este concepto mientras que nosotros hacemos post en redes sociales. Ese post aparece en el news feed, en el muro como dicen, de redes sociales, en este caso en Facebook. Ese post enganche con audiencia, ese enganche es positivo. ¿Por qué? Porque las personas lo van a compartir, entonces mayor alcance, más personas lo van a ver. Eso va a alimentar la máquina de aprendizaje de los algoritmos.

Ahora, podemos tener también un círculo vicioso cuando no tenemos enganche. Cuando el contenido que colocamos no es bueno ¿qué pasa? No va a haber alcance y la próxima vez que nosotros pongamos un contenido en la página va a ser con menor alcance, se convierte en un círculo vicioso.

Todo depende del estilo de contenido, es un círculo virtuoso si el contenido es bueno y tiene enganche. Si es un círculo vicioso con menos enganche si el contenido no es atractivo.

Un ejemplo negativo sería el de Walmart. Walmart tiene 35 millones de seguidores en su página de Facebook. Tuvimos una presentación para ellos y nos dijeron que tenía nada más 50.000 visitantes en los Estados Unidos –de 35 millones de seguidores nada más 50.000 personas lo visitaban. Al contrario, la página de Familias.com, que tiene más de 10 millones de seguidores, pero lo están visitando más de 45 millones de personas, porque el contenido engancha a las personas.

Con este concepto nosotros hablamos de los momentos que importan. Por ejemplo, cuando una persona por primera vez en su vida tiene su bebé. Y ¿qué mejor que Pampas para enseñar a una mamá como ser mamá por primera vez, con los pañales? Y hablamos con esa persona una vez en la vida, escribimos un memo que diga no hay nada más nuevo que ser mamá. Y lanzamos a las mujeres que tienen su bebé por primera vez. Entonces conectamos con esa persona una vez en la vida, en ese momento tan especial. O la hacemos una vez al año en el Día de las Madres o el Día del Padre y luego una vez al día en el desayuno con el café con leche, o la hacemos con el almuerzo o lo hacemos varias veces al día, cultivándolos.

Entonces, nosotros tenemos que crear con este concepto momentos que importan un vez en la vida, una vez al año, todos los días y varias veces al día.

Este concepto nos ayuda lo siguiente: Por ejemplo, bajo este concepto nosotros sabemos que el año pasado 1.9 millones de personas propusieron matrimonio. Yo sé que los días en los Estados Unidos donde la gente propone matrimonio es el Día de Navidad, la víspera de Navidad, el Año Nuevo y el Día de San Valentín.

Entonces, ahora yo quiero hablar si yo estoy vendiendo joyas, anillos de compromiso, yo sé que tengo que estar vendiendo los anillos de compromiso y estoy haciendo el marketing en noviembre, porque yo sé que el día que la gente propone matrimonio es en Navidad en diciembre.

Yo sé por ejemplo, que las mamás cuando tienen un bebé comienzan a consumir redes sociales 45 minutos antes que lo hacían anteriormente. El promedio, es que comenzaban a las 7 de la mañana, pero empiezan a consumir contenido a las 6:15 de la mañana. ¿Por qué? Porque seguramente estaban dando alimento al bebé y ahora están viendo su Facebook.

Toda esta información yo la sé a través de los momentos que importan en la vida de las personas. Eso me ayuda hacer un mejor targeting para enganchar las personas.

Y aquí vamos al siguiente punto, que es enganchar. Me parece muy cómico que hay caricatura que dice “Nuestro análisis demográfico dice que su grupo de edad le va a gustar este plato de comida”. O sea, las personas ni siquiera van a tener la oportunidad de escoger lo que quieren sino ya vamos a saber a través de los estudios demográficos del enganche que es lo que las personas quieren ¿no?

Una de las cosas que hacemos es automatización de contenido o la automatización y distribución de contenido, y normalmente es muy sencillo. Nosotros agarramos una imagen y la colocamos en las redes sociales y con el mismo artículo cambiamos la imagen, nosotros comenzamos a ver a cuáles la imagen en que hacen las personas hagan más en ese artículo y lo vamos anotando. Así que después de varias interacciones nosotros sabemos cuál es la optimización de contenido. Nosotros sabemos por ejemplo que en el Noreste de los Estados Unidos si nosotros ponemos el filtro de Instagram a 17 por ciento genera 5 por ciento mayor clicks que si no ponemos el filtro de Instagram. Nosotros sabemos por ejemplo que en la categoría de matrimonio en esta página Web si nosotros colocamos el número 11, 11 cosas que tu esposo tiene que hacer para ser feliz, el 11 tiene más clicks que el 5, 45, 125, que el 26, el 11 es el número. Sabemos que en la categoría de salud es el número 3 y en la categoría de criar los hijos es el número 5. ¿Cómo sabemos estas cosas? Porque hacemos investigaciones de

contenido y nuestra audiencia nos está diciendo donde hace más y hacemos un feedback a la creación de contenido.

El mes pasado tuvimos 110 millones de video views en nuestras redes sociales. Los 110 millones de vistas de video que tuvimos el mes pasado fue gracias a crear contenido bajo el mismo concepto. Siempre estamos optimizando el contenido basado en el enganche que tuvo la semana anterior o el mes anterior. Eso nos ayuda a tener mayores impresiones porque las personas están consumiendo contenido de manera orgánica.

Entonces, una de las cosas que el presidente original de Deseret Digital Media, se llamaba Clark Gilbert, siempre conversó era que nosotros tenemos que saber el costo de nuestra historia, cuanto nos cuesta producir un post en redes sociales, cuanto nos cuesta producir un video en redes sociales, cuanto nos cuesta producir un artículo en nuestra página Web. Si no sabemos eso a ese nivel, a ese rigor, también tenemos que repensar como estamos haciendo nuestro negocio. Esto es uno de los aspectos más importantes de llevar nuestro negocio al siguiente nivel.

Por último, quiero hablar sobre la monetización. Para las agencias y las marcas Family Share hace que el contenido sea relevante y viral mientras que lo amplifica a la audiencia correcta a un costo competitivo. ¿Qué es esto lo significa? Tiene que ver mucho con lo que habló Laura sobre contenido nativo, contenido patrocinado.

Nosotros estudiamos los valores y en mensaje de la marca en nuestros clientes y hacemos una yuxtaposición con los patrones de consumo de contenido de nuestra audiencia. Porque nosotros sabemos que lo que está consumiendo nuestra audiencia. Hace unos años hicimos una promoción que se llamaba Imitation Game, no me acuerdo como se llama en español. Era una película sobre un matemático que tenía un rol en la Segunda Guerra Mundial. Uno de los conceptos que nosotros hicimos es que durante ese tiempo el tema de eso era muy alto en esta audiencia. Fue una película exitosa, una campaña de cientos de miles de dólares, y al final del día el éxito lo hizo fue la yuxtaposición de los valores de la marca con los patrones de consumo de la audiencia.

Para terminar: El alcance trabajar con marcas como Fischer Price, Warrington, todos estos han sido nuestros clientes, muchos son clientes actuales. Consiste en la creación de contenido que engancha las personas. Las marcas están dispuestas hacer negocio con individuos no sólo que alcanzan las audiencias, realmente cualquier puede alcanzarlo bien a las redes sociales, alcanzar la misma audiencia que los periódicos de nosotros están alcanzando, pero no todo el mundo puede enganchar las audiencias. Y es aquí donde se encuentra el valor agregado que nosotros ofrecemos.

Para terminar, quiero resumir la presentación en tres puntos. El primero: Sigue tu pasión y construyes sobre ella. ¿Cuál es la pasión de esta audiencia? Ustedes como compañías editoriales, ¿cuál es la pasión de sus lectores, ¿cuál es el deporte que ellos están apasionados, cómo pueden buscar esa pasión de sus lectores y ser dueño de esa pasión como compañía?

En segundo lugar: Entender qué es lo que engancha sus audiencias y también construir sobre ellas. ¿Qué es lo que engancha? Y eso literalmente comienza con una hoja Excel. Es comenzar describir lo que engancha la audiencia, el comenzar estudiar analíticamente que es lo que están leyendo más, lo que está haciendo más clicks comparado con el post anterior. Y ese estudio les va a ayudar optimizar el contenido que haga mayor engancha.

Y por último: Utilizar las mejores prácticas para clientes potenciales. Las cosas que nosotros hemos aprendido en nuestra parte editorial en las tendencias de contenido que pendemos de estudiar los enganches se las damos a nuestros clientes. Y esto es nuestro valor agregado.

Gracias.

(Aplausos).

Mr. Sanders: We're running a little short of time and I was going to suggest that perhaps for questions it might be al lado de este escenario and that way we could bring the next

Muchas gracias a todos, and as we walk out I would say: Espero que hayan visto algunos de los aspectos que impulsaron la media hacia el éxito del mundo digital y también espero que algunos de estos aspectos pueden ser transferibles a las plataformas de los medios ensamblados acá hoy en este salón.

And with that I would now ask the next panelists to get ready, which would be Matt Monahan and José Luis Gómez, if you would come up to the stage.

Seminar 4: The New Technological Newsrooms Seminario 4: Las Nuevas Salas de Redacción Tecnológicas

Mr. Ed McCullough (Miami, Florida): As we get settled I'll tell you what the next presentation will be about. The title is The New Technological Newsrooms. The topic is familiar to all of us today and it's going to focus on two aspects: content management systems and paywalls. And for the first section, we'll divide it that way, we have Matt Monahan of *The Washington Post* and our platform, we'll describe what that platform is, it was developed and designed for *The Washington Post* and is now available in the marketplace. Then José Luis Gómez of Protecmidia of Spain will describe their content system. And we'll save the questions for the end and we'll make sure that there is time for the questions. And after that there'll be a presentation on paywalls by Piano media.

Matt right now is cutting the last slides out of his presentation and we will begin momentarily.

Now we're ready to go. We'll start the presentation with Matt Monahan, title head of our products and sales and as mentioned he platform developed for and by *The Washington Post* and now it's available for all the media. Here's Matt.

Mr. Matt Monahan (*The Washington Post Publishing*, Washington, D.C.): Thanks a bunch, you guys. So, I'm here from *The Washington Post* and I'm going to talk a little bit about kind of what's happening at *The Washington Post* and then what we've done and as a result, and then how that's being incorporated into what we offer commercially to other publishers. So I'll talk a little bit about that. (Opens video).

So, number one obviously inside you can see right now it's a busy time, there's a lot going on in our newsroom, there's plenty to report on. And so, you know, I'm going to spend a lot of this presentation time on both technology and talking about the thing that we've developed and the tools that we've built for our newsroom.

But what I want to do is kind of keep in mind about what's happening inside these, you know the context of what's going on inside our newsroom that influences the product that we develop.

Right now, I think the core mission of what a newsroom is working on has never been more important than in the past, right? So, you know, the past year and a half basically has made our newsroom more focused and more busy than they've ever been. The context switching, the constant work for the newsroom, the tight headlines has made it like so much more important that in the psychology that we've built from inside the CMS we need to be able to encourage speed and flexibility. And so this context, this business, this kind of execution of core mission has made it more important than ever that we really nailed on the technology side. So, it has been a little bit (words unclear).

Obviously, the history of journalism is really, really important to us. But what's good to know about *The Washington Post* is that we are a media technology company, and so I'll spend a lot of time talking about the challenges that we've had to solve in technology and what's really strategically important to us.

The first way to think about this is when we think about what we need to support inside of our CMS and how we reach our audience we think of two angles to this: depth and breadth. Depth number one for our highly engaged users means that we need to be experimenting in new platforms, virtual reality, (word unclear) reality. These aren't necessarily platforms where there's a ton of readers, this isn't something that's mainstream yet, in many cases the hardware is not fully mainstreamed, devices aren't necessarily supported. But we know that in order to support the audiences two or three years from now when it does become mainstream we need to start experimenting now, we need to know what kind of content we're going to create in that space, and we need to start building the software to support those pieces of content.

But still the bread and butter for us is there at the bottom, it means reaching readers wherever they are and across as many platforms as possible. And this results in a real big challenge for our user and I would guess for many of your users as well, because it's no longer true that you're just producing stories for print and maybe for your Web site, you're producing it across a whole bunch of platforms. Probably most of you guys have some sales text that your sales team goes out to advertisers with – it looks like this, with a phone and a tablet and a watch in your Web site. Everybody has a site like this. But the key thing for us now, the thing that we always remember inside *The Washington Post*, is this right here, this is table fix, it's the bare minimum that you need to do inside the newsroom these days. By being on all kinds of different devices like this with an app and Web sites, that's the bare minimum that you can do today in 2017.

And so for us the technology mission that we're trying to support inside of our CMSs, making it as easy as possible to distribute our stories, not just across these platforms but in reality across many, many other platforms for our readers as well. So it's not just your Web site, not just your app, it means you need to be reaching the readers on what we think of as basically distributive platforms – Facebook, Apple News, Google – but also kind of less prominent platforms that you may not think about as much, you might need to have your

video on set top boxes or over the air platforms or new social networks where probably you haven't engaged with the readers as much before, like Snapchat or Instagram.

This is super important and I'll give some specific examples, but keep in mind again the context of what's happening inside the newsroom. Number one for us is typical and you see a very, very busy time. But the number two the journalists are being asked to do more than ever before. It's no longer (word unclear) writing a story, they need to be producing it across many platforms, and your editors are producers, being able to ask you a whole bunch, too – it's not just one version of a story any more. So it's going to be a new challenge for technology.

So number one here's a good example. Basically since February *The Washington Post* has been kind of active on Snapchat, we were one of the first publishing partners there, we were the first to do breaking news on Snapchat.

For us the modernization story is very weak, it's all basically about reaching a new audience, and in this case a young audience. What we're thinking about there is how do we develop an audience that maybe isn't as familiar with our brand right but in the future they should be, right? and maybe in the future we can actually turn them into paying subscriber readers. Producing content for Snapchat is very difficult, they have their own CMS, it's not enough to just take your regular video content and somehow try to make it work for Snapchat. Actually it has to be pretty particularly produced for that platform, so it requires special skills in your newsroom, it requires use of different technology and the problem is it doesn't integrate very well with your existing CMS, so it's extra overhead.

And then Apple News is another example. In this case it's a big subscription driver for us. If you have kind of an Apple device and you swipe, that's what you'll see under Apple Smart, (words unclear), but if you do a good job in playing with Apple News you can bring directly into your content. The trick there is it doesn't take you into your Web site, it takes you into your story on the Apple News outlet. So this is again one more platform where you need to be active, one more place where you have the opportunity to produce your story in a slightly different way than you would for your site. But again it adds extra overhead for your newsroom, a couple more people in the newsroom thinking about a different platform and produce for it. Extra work for everybody, but a real opportunity to reach readers and in this case get them to subscribe.

And the Facebook incident, another example. We've been locked out to them more recently, although they're making a comeback of their subscription product inside of Facebook Editions, so there's an opportunity there for us to be Working with them. There again in this case obviously huge reach, and they have a pretty decent advertising product as well. But once again in order to have a content (word unclear) it's the same story, it's extra work for engineering teams, for our newsroom, to think about how our content should be there in Facebook. Then particularly if you use Facebook Editions, which a lot you of kind of group together a bunch of the latest stories or package of stories you want your readers to consume someone in the newsroom has to actually do it as a selection of stories. Again, extra work. I mean if you do a quickbooking process as part of your daily newsroom workflow this is bad all over again for a different platform and you're probably not picking the same stories.

Then you can go a step further, so fine Snapchat, Apple News, Facebook but now we have to start thinking about voice activated devices. I mean actually if I had to decide today I'd probably use the actual show rather than just the article you want. But this again is very different content the newsroom has produced, in this case you're doing something that's kind of like podcast but you probably want it to be a little bit specifically tailored to this platform, and so you have to think pretty hard about how do you produce stories that work well on a device like this, and then if you want to go a step further and you like one of the new skills then it's very specific work to this platform. I mean there's a really great opportunity to engage readers here. You know if you remember that previous slide where I showed the pyramid of things that are maybe on the cutting edge that don't have a ton of readers but are engaged deeply and then at the bottom regular articles, this is probably somewhere in the middle and becoming more mainstream, and in the next year or two many, many people will have this device in their house. And so large users need to think about how can they be present here? But once again it's extra work.

Again, keep that all in mind. This is what we're thinking about as we develop technologies, how can we make it easier to take the news that your newsroom is producing and get it out? Use many different platforms.

Now, for us there's a real upside to doing this. You might think well why so many platforms, what's the opportunity behind playing across all those different platforms? And for us, you know, the results of *The Washington Post* have been clear – we've had huge domestic growth. We attribute a lot of it to basically being available wherever our readers are. Obviously there's plenty happening inside the newsroom, but we don't

believe that we'd be reaching nearly as many people as we are right now if we weren't exactly where they are, they're not just coming directly to us on our Web site.

And of course many of these readers previously (words unclear), most of them now are coming from local.

What we've been working on more recently at *The Washington Post* is a CMS platform. We built it first for ourselves, tools for news and to write stories, tools for then to produce those stories to run a Web site, to budget in the newsroom. And then in the last two years we've started to make it available commercially for other publishers as well. So that's a little bit what I'm here to talk about.

We run it basically as a hosted service for a number of other publishers – right now we have about 30-plus customers, then we have several in Latin America, in Paraguay, Costa Rica and Argentina, and we run it as a hosted service all the way up to the CDM. The big idea here is basically that you don't have to operate on a CMS, you know you have the tools that are available to your browser and we maintain them.

Inside, it's basically about a dozen or so different services, tools for the newsroom to use, tools for engineers to extend and build on top of for content testing, b-testing, commenting. Then in the red this is sort of key: the tools that we use to distribute that content, choose as many places as possible, of course to the Web, of course to your native stack but also to distribute to platforms, that's Apple News, Google, Facebook, and now to some of these other newer platforms as well.

So this is for us, this is how we're thinking of this, this is the core CMS that we're offering right now. And what we're thinking about next is what do we do in 2018, what do we need to focus on? For us overwhelmingly what we've seen is we need to somehow reduce the workload of our newsrooms, we need to think it easier for reporters who are being asked to do more than ever before. You know, in the past reporters had to write their story and turn the copy in, today they need to act as producers; the editors too are doing more than they ever would in the past. So somehow we need to lighten their workload and make their job easier.

And so we've come up with a few different technologies that over the course of the next year we're going to use to try to lighten the load of those journalists. Number one we have a personalization technology called Clavis. We use this for delivering recommendations on our Web site, we use it for advertising personalization with first party data.

What we're going to do this year is use the same technology to actually recommend related content for reporters to put inside of their stories. So you can see as they're writing what's happening is we're using natural language processing to pull up key words inside the story. This is a pretty common approach, you take out they key words from the story, you map them to topics and you can deliver personalized content recommendations. But we can use this inside the newsroom too. We know what a reporter's writing about maybe after they've written just a few paragraphs, and using that information we also know the topic of a photo shoot your photo department went out and made, or if you have some videos we know the topic what that video's about. And to a reporter who is writing a story we can recommend those photos or videos to be inserted inside the story so that they don't have to search and spend us much time trying to find the right one, or they don't have to send a request over to the photo department to try to find exactly the right one to stick inside the story. It's a small task but that adds up, you know, every single day to the reporters' work flow and to their workload, especially if they have to produce that story several different times for different platforms. So inside our newsroom we don't just produce one version of the story, for Apple News we might produce a very slightly different version of it and the reporter has to sit down there and find all those photos. Without technology helping it takes a lot of time and it all adds up. So this is one way we're trying to make that easier.

Another example is trying to help them identify which stories they should focus on the most. Inside our newsroom we're writing almost 400 original stories a day, so there's a lot of stories, it's hard to know exactly what to focus on. What we can do is we can use technology to predict which stories are most likely to go viral or become very popular. And so here you can see what we do is we service it to them pretty conveniently inside where they already are, we can set some thresholds, how popular should an article become before we let them know. And then using this information we can alert them that hey, you should go back and take another look at that story, maybe you want to write an even more catchy headline, add some extra images, then promote it a little bit more in social media, promote it a little bit more in the home page. The idea is what story should we double down on? And you can see that, you know, Ursis is randomly trying to guess whose stories will do best. In the blue you can see, using this technology, we can predict with better than 80% accuracy which stories are likely to become viral ahead of time.

Here's another good example of what we're trying to do with this. You know one thing that a lot of reporters spend time on, reporters and producers both, is kicking ideas around, back and forth, about what headline should I use for this story? Maybe they do it in person, and they go through a few different ideas: What should I write as a headline? We can actually help, suggest to them headlines automatically that they can choose

from, and they can actually edit on top of them. We're not trying to make it completely automated, what we're trying to do is basically propose several different ideas for headlines that they can then edit in place. So rather than just trying to do it off the top of their heads we can use technology to make their job easier. We use a few different techniques to do it: we use the head streaming algorithm, something else called multi-sentence compression.

You can see some examples of these different algorithms in practice, like this. Here it took some content from an article, in top paragraph, and then you can see some different examples of a headline that it wrote through. None of these are the best headline, right? these aren't like a headline that you would immediately publish, but from the reporters' perspective it gives them a few starting points, a few different ways of framing that content. And what you'll see is if we combine this technology with the testing technology I'll show you next we can quickly use the combination of automatically generated headlines with editorial control and testing to arrive at the very best one very quickly.

And so we use this thing here, called Bandito. This is actually already out in production, a bunch of our customers use it right now. It's a multi-armed bandit testing algorithm and the way it works is it's a little bit like AB testing but rather than waiting for the end of the test you can actually find out in the middle of the test one version of, say, a headline or a film image is doing better than the other version, and before you even get to the end of the test it'll start shifting traffic to more successful areas. Here's just like an actual example of it. We started traditionally, one film image and one headline, and then we wrote a slightly different headline – and you can see the clicked-on rate for that story went up slightly – and then with that new headline we added a new film image that includes kind of a more dramatic human subject, and that finally increased the rate, almost threefold over the original one.

So imagine if you pair this technology with Headliner, which can automatically suggest some headlines to you, and from the reporters' perspective it makes it very easy to say "OK, here's a few headlines, just suggest it to me, I'll edit them to make them actually acceptable from an editorial perspective, publish them out, use this testing tool to select the best one and maybe within 20 or 30 minutes I know which one performs best with my audience."

And here's another example. This one is just three different headlines and you can see which did the best by a lot.

The last one I'll show you. This one's kind of interesting, it's the most recent thing we've done. This is built on top of the comet system that we offer, which we built with *The New York Times* and Mozilla. The idea is a lot of newsrooms struggle with the workload and moderating comments on their site, to the extent that a lot of newsrooms now will cut comments off their site because it's too much work. Either that or you outsource moderations to some company that outlaws these, which is expensive.

What we've done instead is built the technology where we can automatically, using AI, try to figure out which comments are the most and least acceptable. You can see here kind of a diagram of how this whole thing works. We have a commenting system, we have a filter where we can remove obviously objectionable comments. And then we have a classifier system that tries to figure out how objectionable is this really or how acceptable is it. And then we can set thresholds and scores to say if it's above some threshold we can automatically approve this comment, if it's below some threshold we can automatically reject it.

What we did was we started with a training set of 21,000 comments and we use the machine-learning algorithms then say "OK, done this training set, let's see if we can make the algorithm automatically known, which ones meet those criteria?" And so we then tested that algorithm against a different set, with about 4,000 comments and what we found was the machine was basically able to arrive at the same prediction than an editor who is moderating comments was able to arrive at with about 88% accuracy. In other words we ran a training set of 4,000 with human editors and we ran that same training set against the machine, 88% of the time they both made the same decision about the comment, whether to accept or reject it.

And it looks something like this: Here it is kind of in a spreadsheet just showing, there above are the ones we automatically delete, those are the ones that are a set of comments that forms the lowest percentile in terms of quality, and then at the bottom the ones of highest percentile in terms of quality that we automatically approve.

What this means in practice for your editors is we basically removed about 80% or 90% of the moderation work that they have to do and let it be done by machine. And just the ones in the middle are the ones that the human works on.

Here's just a few examples of it, one that's been filtered out and then several that use the classified model to either automatically accept or automatically reject.

So I think if you added all of this up basically what we've able to do is dramatically reduce the workload, even through tasks that kind of add up for an average reporter or editor. And so much of what we're going to focus on in 2018 is incorporating these into the CMS technology so that, you know, from reporters' perspective they can focus on what's most important, which is writing their story, and from an editor's perspective editing the story and publishing it out. And the results for our clients have been extremely good. So Infobae, which is our client in Buenos Aires, over the past now 15 months or so they've more than doubled their traffic, they started with 18 million monthly unique visitors and today they're at almost 45 million monthly unique visitors, and engagement is way up as well.

Another good example is *The Globe and Mail* in Toronto. In their case it's a subscription based site and their main goal has been to dramatically increase the engagement for their users, and using our testing technology that's exactly what they've been able to do, they increased engagement on the site, they increased ad view ability on an increased time on site as well.

That's basically what we're looking at in 2018. We do questions after this I suppose? OK.

(Applause.)

Mr. McCullough: Thank you, Matt. If you could hold questions down and we'll ask them at the end if that's OK?

Now we will have José Luis Gómez of Protecmedia and a difference is Protecmedia has been one of the first, perhaps the first, CMS. He will describe where it has been, where it is now, and where it is going.

Sr. José Luis Gómez-Carpintero (Protecmedia, Madrid, España): Gracias. Buenas tardes. Yo quisiera comenzar explicando el título de la presentación. Quiero llamar la presentación La Tecnología en Relación, quizás para diferenciar lo que en otros muchos foros internacionales se llama La Relación Tecnológica. Esto es, lo que se defiende, es que los medios tienen que contratar matemáticos, programadores informáticos para desarrollar ellos mismos la tecnología. Eso, hoy día yo creo que no es necesario porque lo que tienen que hacer los periódicos es contratar periodistas, que es lo que ellos producen. Un periódico, es una fábrica de contenidos y por tanto en lo tiene que invertir es en la contratación de periodistas.

Esos periodistas lo que sí dictarán es una tecnología que es (no se entiende) y básicos. Creo que toda relación tecnológica debería tener un buen archivo completo y global y cuando digo completo es que afecte a todos los canales. No tenemos por qué olvidarnos del impreso tan rápidamente como se ha venido diciendo. Vamos a tener (no se entiende lo que dice), que nos aportarán valor en tres líneas principalmente.

Una hacia el interior, hacia la redacción, donde se hará el trabajo de la redacción mucho más sencillo, mucho más más ágil que dotará un aprendizaje mucho más sencillo y otras dos líneas hacia el exterior donde mejorará la audiencia en dos sentidos. Uno que nos mejorará mucho el ceo dándonos una audiencia potencial de los buscadores, mucho más amplia, y otro que sin cargar de trabajo a la redacción seremos capaces de construir contenidos mucho más completos haciendo que la audiencia esté más tiempo en nuestro sitio y teniendo muchas más páginas para visitar.

La tercera herramienta, será básica, es ofrecer a la redacción información de lo que está haciendo la audiencia. Aquí he intentado distinguir Smart data, datos inteligentes porque son datos que tienen que estar pensados para la redacción, para los periodistas. Tatos que ellos entiendan.

El último el punto, el último pilar básico es lo que he llamado comentario de bequin (¿). Hasta ahora muchas veces los periódicos se regían del tráfico de la gente, de la marca que los visitaba. Después hemos intentado ampliar nuestra tecnología ceo para que los buscadores nos manden tráfico, pero hoy día, en la era digital hay que ir para buscar la audiencia donde esté. Por lo tanto, hay que dar herramientas a la redacción para que sea capaz de sin sobrecargar su trabajo de llegar al máximo tiempo de audiencia.

Bueno como decía antes, la primera pieza será un eco génesis. Poner (no se entiende la palabra) positiva porque así mismo, intentamos guiarnos de un gran potencial que tenemos en nuestras casas que son los periodistas y el impreso.

Hay quien cuando la audiencia muchas ideas hay que ir con diplomacia, si alguien de la audiencia va por nuestro medio es por la credibilidad, una credibilidad en contra de las noticias falsas, que también está muy de moda, que nos ha ganado esa marca. Creo que la Gabriela, esta mañana de la fábrica de tabacos, donde decía que ¿por qué nosotros mantenemos la marca cuando pagamos el impreso a uno digital no le hemos cambiado el nombre a nuestro sitio? Porque lo que tenemos es un valor en nuestra marca y eso valor viene provocado por los profesionales que tenemos a lo largo del tiempo. Por lo tanto, desprendernos de ese valor humano que tenemos en la redacción del impreso puede ser una decisión de negocio, puede ser que venga por otra razón, pero no

debería ser una decisión que tomemos por la tecnología. La tecnología no puede forzarnos a abandonar un potencial humano que tenemos pero que tendrá que ser porque decidamos organizar nuestra redacción de manera separada de impreso digital, organizarnos por temáticas, pero la tecnología no debería causar esta decisión.

Lo siguiente importante que tiene que tener toda redacción hoy día son un conjunto de herramientas de inteligencias semánticas como decía antes, preparar el camino en tres líneas principales, una hacia el interior, hacia la redacción, veremos como la mayoría de personalidades lo que harán será hacer el trabajo de darles el redactor más fácil y más sencillo, más productivo y hacia la audiencia, mejorando las cosas.

Se agrupa esta semántica en cuatro principales secciones. La primera de ella se pronuncia obtener de forma automática un resumen de nuestra noticia, un resumen que nos posibilitará fomentar esta noticia, por ejemplo, poniendo como reclamo las portadas como una descripción más exacta de la nota exacta de la nota a la hora de recibirla a una red social o también como una posibilidad de simular un (no se entiende la palabra).

Con la frase más importante de la noticia las vamos remarcando según lee, y conseguimos dos cosas muy sencillas, uno que el lector haga scroll para ir viendo las partes que le vamos subrayando aumentando el tiempo el tiempo en la página que pasa y también aumentando la visibilidad de la publicidad porque no permitirán poner más publicidad.

Otras de las cosas que nos facilitará es traer de forma automática todas personas que hablan en esta noticia de todas las organizaciones, de todos los locales, empresas, marcas, que nos brindarán la posibilidad de llegar a la publicidad patrocinada o también nos brindará la posibilidad de ofrecerle al lector mucha más información, muchas más páginas, valores con un contenido mucho más completo lo que (no se entiende lo que dice.) la remesa.

Por otro lado, ni que decir tiene que todos estos aparatos y todas estas cosas también darán mucha potencia en los buscadores haciendo en nuestra audiencia posible mucho más amplia.

El tercer punto que nos validará el personal de cada redacción es el posponer de manera automática información relacionada con ese mismo tema.

En la redacción trabajan muchas personas, en redacción no todo el mundo sabe lo que escribe el resto y por lo tanto podemos dejar a la máquina que busque unos contenidos que han escrito otros compañeros de la redacción. Con esto vamos también poder darle posibilidad a la audiencia de tener mucha más información y una información mucho más completa.

Por último, el cuarto pilar de la semántica es poner la adoración del artículo en el mapa de conocimiento del medio. Catalogar un artículo no es un tema muy subjetivo. Si preguntamos a cada uno de ustedes catalogar una noticia seguramente pues tendremos diferentes resultados. Por eso de cada máquina que ponga un artículo catalogado simplificará... hará un mapa de conocimiento mucho más objetivo y más homogéneo y también facilitará de cada redacción el aprendizaje del mapa de conocimiento. No tenemos por qué saber lo que está llegando a cada redacción conocer todo ese mapa de conocimiento que sabemos.

Por lo tanto, la (no se entiende la palabra) semántica nos permitirá o permitirá hacer acción con contenidos muy completos de cada audiencia donde podrá subrayar las partes tendrá subgerencia al artículo relacionado y tendrá y mejorar (no se entiende lo que dice). Todo esto con un entrenamiento colectivo de ir aprendiendo.

Bueno como decía, todo esto hay que medirlo y hay herramientas en el mercado que nos ofrecen muchos tipos de ese tipo de estadísticas, ¿no? Pero muchas veces esas estadísticas serán secuestradas por ciertos pestíbulos dentro del periódico y no se las facilitamos a quienes verdaderamente las necesitan que son los redactores.

Hay que ofrecer a los redactores unas estadísticas no solamente globales postal pero también segmentadas por sección. Cada sección de periódico tiene que saber el tráfico que genera o no. El redactor tiene que también tiene que tener información de cada uno de sus artículos y que con un solo click poder saber cómo se está comportando la audiencia en el artículo que ha escrito.

Como decía, aquí también hay que extender las estadísticas para que los redactores lo entiendan en una forma sencilla.

Tenemos una estadística muy común que es el tiempo impacto que nos dirá cuanto tiempo está el lector visitando un cierto artículo, pero lo importante es decirle si la audiencia verdaderamente ha leído su artículo o no lo ha leído. Durante la combinación de la provisión del lector, la velocidad de lectura, la longitud del artículo se puede determinar si un artículo ha sido leído o se ha prestado la atención.

Mostrarle al redactor información de ese tipo, en tiempo real, le llevará a ascender cómo tiene que escribir las noticias y que este tipo que ha puesto hoy ha funcionado mejor que el tipo que puso ayer, si la foto que ha puesto, o los cambios de la foto provocan ese tipo de cosas.

Estas estadísticas no sólo se tienen que incluir el tráfico local pero también como se está comportando las redes sociales o también activamos una pequeña graduación por parte de la audiencia de cada artículo.

Bueno, hemos visto antes, que la inteligencia semántica nos ha generado un mapa de conocimiento bastante extenso. Es decir, sabremos de que son las noticias, de qué nos hablan, de que tema trata, de que empresa geográfica y demás. Bueno pues todo esto hay que medirlo y dárselo también a la redacción. La redacción debe conocer en tiempo real cuales son los temas, todo ese mapa de conocimiento que nos ha generado la inteligencia temática lo podremos medir.

Podremos saber qué autores son los más seguidos en estos medios, que autores nos traen más tráfico, con una nota de los autores vamos a ver exactos y generar cuales son los artículos. Es una medida muy importante para el redactor, pero también para la gerencia el poder determinar que autores nos general tráfico y cuales no.

Tener también entrelazado lo que es el pms con la gamita de estadística, permitirá ofrecer de un modo gráfico en la redacción, cómo se comporta cada uno de los artículos en función de la posición que ocupa y por lo tanto poder tomar, en tiempo real, decisiones sobre el cambio de esas posiciones para ver si genera o no una mejor acogida en la audiencia.

El tercer pilar que hablaba de herramientas básicas será las herramientas para fomentar el bit. Comentaba que las audiencias ahora solo podemos vivir de nuestra marca y esperar a que casi contienda. Tenemos que intentar llegar a la audiencia allí donde esté. Esto significa seguir haciendo ediciones impresas y más locales, haciendo ediciones más locales para llegar con contenido más personalizado.

Significa poder tener los mismos contenidos impresos, en versión digital, enriquecidos para poder dar a otros países donde no llegamos con la impresión. Tener que generar contenidos para todos los canales, los móviles, etcétera.

No podemos olvidar tampoco nuestros canales en donde tenemos gran parte de, o una fidelidad por parte de los usuarios. Poder decidir que contenido van a ir a un librete o no es importante. Tenemos que dar a la redacción también el control de poder enviar obligaciones push a los alegadores en caso de que suceda una aleta poder notificar a los usuarios de la forma más urgente en este tipo de cosas.

Tenemos que llegar a aplicaciones también para poder leer en formato de decil cuando estamos desconectados. Ni que decir tiene que no podemos olvidar nuestra plataforma de instrucción. El redactor tiene que poder decidir que artículo sube a esa marca o si no. Si queremos subir uno a tenior, o hay que darle el control de diarios.

Muchas veces cuando tenemos una gestión en las redes sociales, no sacamos el partido total que podemos porque podemos segmentar las redes sociales también y podemos crear cuentas distintas en función de atmática para hacer que nuestros seguidores puedan seguir en función de los contenidos que les gusta. Podemos tener cuentas en función de los autores que publican. Entonces como vemos hay que ir y buscar la audiencia allí donde está y la redacción tiene que poder encargarse de todo esto sin un sobre coste y sin un sobre esfuerzo.

Todos ustedes saben que algunas veces que estas piezas las tienen, tienen un cemencepal (?) impreso y cemencepal para revista, uno para el Web, uno para hace publicaciones específicas en tableta, tienen una o varias herramientas de analíticas que le envíen las cosas. El problema es que muchas veces con estas tecnologías diferentes lo que tenemos es un trancket tecnológico, es decir una cosa construida con muchas piezas que no termina de andar con (no se entiende la palabra).

Lo importante es tener todo en la misma pieza para que entre ellos se hablen las cuatro cosas porque veremos que un cambio de contenido puede producir un cambio en la audiencia que mediremos. Ese cambio en la audiencia que mediremos puede producir cambios de contenido para seguir comentándoles están extensamente relacionados un viraje en losa.

Si todo lo tenemos conectado podemos dar un paso más y es sudar los datos. Podemos hacer los accesos automática, ¿verdad? Porque sabemos cuándo se ha producido un cambio en el titular de la noticia y se puede marcar la hora exacta.

Podemos saber cuándo hemos subido esa noticia a una red social en completo y ha resultado también cuando todo lo que le pasa en la historia de contenido, tanto cambios y lugares de potos, de posiciones, todo lo que ha ido haciendo incluyendo en las redes sociales quedará cruzado con las estadísticas, por lo tanto se puede analizar de una forma sencilla si una bajada en el tráfico ha sido responsabilidad de un cambio de título aceptado o no (no se entiende lo que dice).

Para terminar, quisiera comentarles un caso de estudio real de un portal que puso en un markestar tecnológico. Y hablando de un portar digital, dentro de un grupo que publica contenidos de (no se entiende la palabra) esto puede ser aplicado a un portal o a una de estas secciones que tienen nuestro sitio principal pero que no les prestamos la debida atención por falta de recursos o por falta de tiempo.

Bueno, antes de esto éramos audiencia permanente profesional del sector, médicos, enfermeros, farmacéuticos etc. En ambas estadísticas se podía ver como accedían a laborar de lunes a viernes y era un tráfico muy local al país donde Docente era España.

Después de poner en marcha una de esas tecnologías, lo que descubrió la redacción es que podían tener otro tipo de audiencias mucho más amplia ¿no? Consiguieron multiplicar de forma esporádica el tráfico por 42. Es decir, que conseguía en un solo día más tráfico que en un mes y medio.

Esa audiencia dejó de ser local, ya no era una audiencia puro española en donde tenía el 60% sino que paso a ser el quinto país muy por debajo de los otros. Generalmente cambio el tipo de acceso. Se accedía a Youmobil y nos pedía en horario de oficina. Y todo el tráfico venia en redes sociales. Con esto consiguió las redacciones, cambió su mentalidad y vio que se puede llegar y si hacen las cosas de otra manera se puede llegar a otro tipo de audiencia. Si titula de otra manera puede dejar de pedir solo un público profesional para también interesarse en ese tipo de contenidos a otro tipo de audiencia mano a mano.

Gracias.

(Aplausos).

Mr. McCullough: We have about 10 minutes for questions and while people go to microphones I would start with two: The first question I'll say it in English then I'll say it in Spanish: Is the maximum utility of your content management system in Protecmmedia integrate various home-grown solutions or to replace them? And two, what is the reaction in newsrooms to reporters and editors who have to learn all sorts of skills that aren't necessarily related to news gathering and news writing, are they embracing this technology or not?

José Luis, ¿Lo pongo en castellano, es igual? OK, ¿Cuál es la utilidad máxima de sistema, es para integrar soluciones artesanales o reemplazar las? Y dos, ¿El ambiente de la reacción si los editores están abrazando las nuevas necesidades tecnológicas o quizás manteniéndolo a arm's length?

I'll pass this to you, maybe.

The question was (he repeats it.) It's sort of addressing what you were speaking about.

Mr. Monahan: What we see commonly, at least with the customers that we have, is there's sort of a mix, we have customers who use the entire solution and we have some people who use pieces. In general we try to present a unified kind of comprehensive solution with workloads that are sensible across the different tools, and I think for the same reason that you said that for the average reporter or editor you want those to be very simple, you don't want to have to switch between tools to do things.

At the same time we have customers that have sometimes very specific businesses cases where they've built some homegrown tools, for instance *Globe and Mail* in Toronto, they've built their own analytics and data science staff. We have some similar tools for that, they've built ones very on target to their business.

In some cases I think it makes sense to build you own technology and then integrate it with the CMS, and I think you have to decide what's strategic for your business, that's the key. Sometimes I see among our customers or potential customers people tend to decide should they build something or should they buy something? That's a strategic decision, there's no reason to just build an average CMS, there's plenty out there that you can buy, but if there's something very specific to your business you need to build then there should be a strategic investment. That's how we typically look at that.

Sr. Gómez-Carpintero: Bueno en principio nosotros cuando cambiamos sistemas editoriales pues como cualquier cambio, no en todos los sitios fue bien acogido. Siempre hay personas a quienes les cuesta más que a otros pero al final siempre suelen ser un éxito.

La gente no pone pegos, pasa un poco parecido a lo que nos comentaba esta mañana Gabriela en Philip Morris cuando a la gente que estaba acostumbrada al liar cigarrillos, ven que hay un producto nuevo y bueno no quiere quedarse afuera de ese nuevo entorno. Entonces intentan subirse y llega a apostar por la nueva era digital. Por lo tanto aunque haya gente que pensemos que en el impreso no es capaz de subirse al carro digital hay que darles esa oportunidad porque muchas veces nos llevaremos la sorpresa de que sí son capaces. No es necesario ser joven. Hay personas, como decíamos esta mañana, yo soy muy viejo para hacer eso y eso no es así. Se puede subir uno al carro digital.

Sr. Fabricio Altamirano (El Diario de Hoy, San Salvador, El Salvador): Matt, that wasn't the newsroom of the *Post* maybe two years ago, actually I started working for a long time. In that visit you spoke of how many developers versus journalist the *Post* had transformed to when Amazon took over the operation, that was

something like three developers in total before Amazon and it just exploded. Will you talk a little bit about that and give a view of becoming technology company, really that's what I see the *Post* having become, and what the (word unclear) for all of us is in that sense?

Mr. Monahan: I think it's true, we had a little more than three developers, but it's changed the culture completely, and I have that slide there that's like journalism and engineering on this chart and it's a little bit kind of marketing. But it is true that like we really think of ourselves now as a technology company in addition to a media company. And I think it's really important, it's not just a way to identify yourself, when we are recruiting we make sure that we're only recruiting top engineering talent and we pay the engineering talent what we think it takes to actually recruit top engineering talent, whatever it takes to retain those folks.

I think things have changed quite a bit, certainly the culture of the company, and it means that it's more possible to build some of these solutions and to invest in the right areas.

Mr. McCullough: If there are no more questions, José Luis and Matt will be available to the left as we go on and bring on the next panelists. Thank you very much.

(Applause.)

Presentation on Paywalls, a clear trend in the monetization of digital content **Paywalls, tendencia clara en la monetización de los contenidos digitales**

Mr. McCullough: For our last section of this afternoon, in the Technological Newsrooms section, we have two people from Piano Media who will talk about paywalls. I note that Carlos Enrique Ortiz of Grupo Ferré-Rangel could not make it because of the situation in Puerto Rico in the aftermath of the hurricane, and so we're pleased start with Billy Aldea-Martínez, who will talk about a couple of case studies concerning the use of paywalls, and then Jonas Rideout will speak about data and statistics analysis, of what you can do with the materials that the paywalls generate.

Sr. Billy Aldea-Martínez (*Montetização, Rio de Janeiro, Brasil*): Buenas tardes. Levanten las manos quienes prefieren esta presentación en castellano, los que prefieren en inglés. La mayoría en castellano. Los slides están en inglés, así que complacer a todos.

¿Quiénes son acá, en estos momentos, considerando un muro de pago en los próximos seis meses a Socenetes? Perfecto. Presentaré una presentación un poquito al comienzo de aquí y después podemos compartir un poco de Kingfight de algunos de nuestros clientes, por lo menos en la región de Latinoamérica y después mi colega les dará un poquito más de información de Taita de conversiones y estadísticas que podrán darle un poquito más de claridad de cómo se habla en estos modelos de negocios.

Algo que ha cambiado últimamente, por lo menos en el mercado de Roteo y Norte América, las empresas de medios y comunicaciones han cambiado su enfoque de tratar de adquirir audiencias para después ir a una empresa tercera y vender publicidad y quitar para que alcance a esa audiencia.

Ahora los medios lo que han cambiado es su forma de verse es que ellos son dueños de las relaciones de audiencia y no en solamente hacerla crecer, pero después crear modelos de enunciación directas con ellos. Y no es solamente de poner un caiwud (?) y esperar, hay una posibilidad mucho más grande y hay un embudo mucho más grande antes de eso que es el punto clave que quiero comentar que es realmente que tiene que estar mucho más antes que solamente vender contenidos, sino que armar un modelo de un embudo, de ir a los usuarios y moviéndoles por un embudo de conversión que les explicaré. tráfico mi ingreso primordial digital que es la publicidad digital, se creará un impacto negativo en el negocio.

Lo que hemos visto con nosotros es que nuestros clientes pueden aumentar su publicidad digital porque crean una nueva clase de usuarios ultro frimi, que son los usuarios pagados,

Eso lo presento como un desafío para las empresas de medios porque ahora ellos tienen que ser marqueteros. No es solamente ser una empresa de comunicación de contenido y de sicología pero también ahora tienen que ser ustedes marqueteros. Aún una cosa más completa pero la buena noticia es que hoy en día en el año 2017 la tecnología ha avanzado a un nivel que realmente es muy sencillo ocupar las herramientas que existen, pero sí lo que tienen que pensar es ver su modelo de negocio en otra luz. Ese es el desafío más grande.

Hablar un poquito de quienes somos nosotros como una empresa. Ayudamos a los medios de comunicación a vender subscripciones y cada modelo de negocio complementario. Hoy en día tenemos más de 1.100 sitios de medios corriendo en nuestra plataforma alrededor del mundo. Eso son más de entre 930 clientes.

No hay ninguna empresa hoy en día que llegue siquiera, a un tercero de la cantidad de los clientes que tenemos. La ventaja para ustedes es que tenemos muchos bech marking y mucho reporte y también proveemos asesoría para ayudar a ustedes para armar un negocio específicamente para su audiencia y su mercado con sus productos. No recomendamos hacer un happy empaist que generalmente es lo que hacemos, pero realmente armar un negocio específicamente para su mercado.

Alguno de nuestros clientes con los que trabajamos como pueden ver ahí, son de lods más grandes. Por lo menos en Latino América estamos trabajando con el grupo Globo, grupo Globo hace un caso muy estudiado también que presentó en Acepa de Santa Fe. Su caso de estudio de como lograron crear un negocio digital. Profundaré un poquito más adelante con unos slice. También estamos trabajando con Ainsorabil (?) que es el medio de revista más grande de Latinoamericano y tenemos otros clientes nuevos como Mochier Familia de Puerto Rico y también el *Espectador* de Colombia y también estamos dando con muchos clientes creo que vamos a criticar el negocio en los tres a seis meses, por lo menos Latino América contando vuestras a negociar.

Un poquito aquí en la empresa. Como 146 (no se entiende la palabra) aproximadamente son 85 los que trabajan en al área de tecnología y desarrollando la plataforma y creando nuevos a funcionalidad.

En todos nuestros clientes más de 130 clientes que tenemos, ninguno de ellos tiene un modelo exacto igual que el otro. Todos ocupan nuestra tecnología en diferentes formas para sus diferentes productos y sus diferentes audiencias.

También hemos cotizado que si ustedes ven algo que hay un moro de pago en alguna parte, es un 90% de chance que es nuestra tecnología que se está usando.

¿Cómo nosotros vemos el mundo? No es solamente poner un muro de pago, pero realmente ayudar a nuestros clientes a armar, crear y manejar un modelo de suprrisión digital de nuevos ingresos. También hay un pensamiento que si yo pongo un muro pago mi tráfico caerá. Y si se caen mis subscritos y registrados y ya tienen una data, mucho más complejo que ellos pueden ir al mercado y venderlos como una audiencia primium. Un caso que es muy conocido el poner su halping en Inglaterra que lleva como cinco años con su muro de pago., ellos hoy en día, a nivel mundial, que es el medio que cobran más para publicidad móvil. Como sabemos en el mundo de publicidad digital la impresión es de Celular de Smartfirst es de más bajo. Ellos, hoy en día están cobrando \$301.00 dólares por CPM. Por cada mil impresiones que ellos entregan en celular lo están haciendo a \$301.00 dólares. ¿Por qué? Porque saben quién es el subscritor, saben que tienen un alcance más grande y es cuento histórico que le dicen a los anunciantes que esta es una audiencia ultra primium y por eso hay un precio alto que hay que cobrar. Es totalmente diferente el espacio que hace inicialmente que tendrá un número de pago tendrá un impacto negativo.

Y no es solamente poner un número de pago, también es vender el producto que uno tiene y ver antes el pensamiento de como un número de pago, pongo un límite de timesnews que da entre veinte y treinta que en este momento the user será impactado por una oferta. Funciona sí, pero lo que recomendamos ahora al Status Caresmith (?) que produce como evolucionarlo y también tratarlo de específicamente para estos lectores. \$10.00

Alfo que vemos en nuestros clientes ahora es que ellos están haciendo cinco artículos por semana, entonces eso acelera la conversión en vez de esperar un mes, después de treinta artículos ocupando nuestro propied centralita y nuestros argorismos de la base de datos que tenemos de otros años y de nuestros clientes, podemos presentar ofertas en un momento mucho más visitado porque sabemos la elasticidad de que ello va ir en una acción negativa no lo harán. Entonces, podemos presentar y convertirlas a estás audiencias mucho más antes.

Entonces, no es poner un muro de pago, pero es crear un muro de subscripción digitales. Esa es realmente la clave.

¿Cómo se hace eso? Hay que categorizar a las audiencias a diferentes clases de comportamiento. Tenemos a los anormes, que consumen los contenidos y realmente ayudar a estas audiencias que toman acciones y que sean una audiencia engage y con el tiempo conocerlas porque ellos van entregando información, lo van creciendo, se registran, expresan interés en un artículo versos otro artículo y en este momento llevar que tengan una supresión digital activa. Eso se puede retenerlo y cómo yo puedo aumentar el siegobuonet a su versión digital.

Un ejemplo, presentarles ya cuando tenemos a un usuario registrado con una subscripción digital activa, podemos ahora hacerle una oferta en un momento que regar la subscripción digital para un tercero que sea la familia, o que también haga un upgrade de su inscripción digital para tener una supresión de papel para que llegue a la oficina. Entonces, el punto es atender a tu audiencia clasificada y después presentarle ofertas en el journey para hacerles que tomen acciones con su contenido y aumentar el valor de ustedes.

Todos sabemos que High School (?) ha sido la empresa más protagonizada hoy día en el mundo. En ningún momento dicen que sus usuarios consumen el contenido de ellos, aunque no es su contenido, es contenido de nosotros. Pero todo usuario necesita estar registrado. La pregunta es ustedes como medios ¿por qué le dan que

usuarios consumen sus contenidos en forma anónima? Entonces (no se entiende lo que dice) de esa forma capturar valores para entender mi audiencia que aumenta el valor percibido en el mercado por los ángulos de publicidad por que ya sabes quién es la audiencia.

Hablo un poquito de diferentes acciones que pueden tomar para cementar la audiencia en nuestra plataforma y puedes identificar al usuario y ellos llegan regularmente y tienen un chance más alto que si se registren en la tercera visita mientras que alguien llega por las redes sociales levanta una oferta a la quinta visita. Alguien que llega en forma por su newsroom, le hacemos la oferta en la primera visita que retorna a sus contenidos. Entonces de esa forma debemos, me gusta dar el ejemplo de (no se entiende lo que dice) que hay que crear una oferta por cada diferente bolsillo. En vez de tener un producto para todos, uno va creando productos a diferentes audiencias, y nuestra tecnología le ayuda a usted a hacer eso y terciar el proceso mental sin usarlo. Realmente aumentar los espresos pagados tienen que hacer el trabajo al comienzo del embudo. Hay está realmente donde esta magia, no es solamente la oferta que te atenderé a da a \$10.00 Dólares no modifica, tu puedes diferenciar que si haces una productividad de hacer subscribers que se lo presento en un momento más antes y la puedo cobrar hasta as que a otra persona y darle un precio más reducido entonces puedes crear diferentes ofertas.

En cualquier negocio de subscripción tienen que estar considerando el producto, cual es el producto que entregarán realmente de valor, tienen que están pensando como lanzar estos productos en el mercado. Si van a cobrar o no ellos tienen \$10.00 dólares o crearán diferentes ofertas de quinto diferente a apack tienen que analizar su tecnología en el textack que estarán haciendo esto porque entre más integrada está la tecnología menos, lo que decimos, perdida de daka es tener lo infa centralizado para crear y a optimizar el negocio.

El objetivo es aumentar la actividad de su contenido. No es sencillamente vender más suscripciones. Es llevar a las personas que están de forma anónima a ser una persona mucho más engancharla con su contenido.

Traquear el conversion, cual es el CTR, a qué precio convierte mejor, en que momento convierte mejor, y después que es lo que hay que hacer para retener ese usuario porque también entregar un producto de muy poco valor y cobrar menos puede haber una fuga de ese suscriptor cuando tienen que renovar.

¿Qué es lo que hay que medir? Esto me da gusto porque uno siempre piensa en algo en el producto que creará y lo que nosotros hemos uncover fue muy correctos con nuestros clientes. Es que realmente parte de la oferta que acaba de diseñar es clara y tiene que ver en qué modo se representa el contenido, cual es el valor de propuesta y cómo lo comunican. Tiene que ver qué diferencia el paquete y bangluds a un error común que vemos nuestros clientes, (no se entiende la palabra) un producto de dos o tres y son muy honestos, les decimos que (no se entiende lo que dice) a cada un orbitsenit y a cada solamente una combinación que determina el precio.

Algo que nuestros clientes hacen exitoso es que crean cuatro productos que son realmente que son más caros y hay menos valor pero crean en la percepción inmediatamente que los otros son de mejor valor pongo el clásico ejemplo que cuando uno va al cine compara palomitas y compra una bebida y algo para comer que si uno va a ver los precios se confunde. Todo lo más barato siempre son caros pero el más barato para comprarlo el más valor percibido es el más grande. ¿Cierto? con la bebida más grande y las palomitas más grandes.

Los otros grupos están diseñados específicamente para que tu llegues a la conclusión de que este producto es el de mejor valor. Como medios también, cuando ceden esos productos bajo ser (no se entiende lo que dice) tal como productos se están ofreciendo, en que también segmentar la audiencia a que grupos si tú vas instarla (no se entiende lo que dice) de una parte de la ciudad de su país, pero la otra parte de alguno de esos productos han cambiado de empresa, no es precio siempre asimétrico para todos. Son simétricos los precios que no son asimétricos que son diferentes para diferenciar mercados.

Hay que testear todo. Hay que subscrib testing, hay que también ver en qué momento se presentan los testers y la segunda pesquita, la tercera pesquita, o en la veinte pesquisas, cómo se presenta la oferta, como ustedes están comunicando esta presentación, si es un modal, si es un inlain, en que momento después de tres segundos que se caiga la página o instantáneamente o se desvanece un poco los contenidos, todas estas cosas hay que chequearlas y aplicarlas para su mercado, y también puede chequear a cómo va el proceso de conversión para la tarjeta. Que se ha recibido demasiada información o no. En qué momento se presenta la información. Capturar los correos primero antes de recibir la tarjeta o pedir la dirección después que se ha capturado la tarjeta, todo esto impacta dramáticamente a cómo les irá el negocio a ustedes.

Lo que nosotros nos ocupamos también para optimizar el negocio es analizamos las impresiones, cuantas veces se entrega una oferta a visuarios, los CTR cuanto (no se entiende lo que dice) que llegan hallar el valor de propuestas después de los controles cuanto esas personas convierten y después es la retención de cuantas personas en retention wright.

Todas estas cosas como los fonds se van midiendo, se van optimizando (no se entiende lo que dice) antes que si se encargan del software panel y (no se entiende la palabra) se mantiene también, se optimiza mucho más fácilmente.

Trabajamos con nuestros clientes un poco académicos, pero los dejaré con ustedes, pero es una matric que nosotros hemos analizado con todos nuestros clientes y vemos en qué momento se hace una oferta y que tipo de oferta es y cuál es el porcentaje de conversión. Entonces cuando estas corriendo ese negocio si alguien mira si ha venido por unir retro o han venido en forma directa o ha venido por Google, presentar diferentes tercas basados en los bacemat y después utilizarlo para su negocio.

Hablaré ahora sobre una ingestaris, pero voy a tocar tres creitas porque hay medios grandes, hay medios pequeños y hay medios que no son exactamente de noticias. Editora Pris es uno de los medios más importantes. Tienen hoy en día 45 millones de visitantes únicos y más de 22 peters digitales. Mas esos 22 sitios tienen dos que tienen un modelo de existente de suscripción papel que es (no se entiende la palabra), que trata del Bussines Nkews y noticias de miles de negocios y después tienen a PC que es como un timelook que está pasando en la economía y (no se entiende lo que dice).

El primer desafío con ellos fue instar crear a nuevos modelos de negocios y suscripciones para sus sitios. Y también creamos unos nuevos. Ellos no engancharon para hacerle consulting, estamos jugando toda nuestra situación integrada y también les dimos un poco de customers integration. Hoy en día trabajan continuamente con nosotros y nosotros les seguimos asesorando y optimizando su negocio.

¿Cuál fue el resultado? Ellos lanzaron en febrero y marzo este año y en los primeros tres o cuatro meses ellos empezaron a recuperar más de 35.000.00 dólares mensuales de publicidad convertida en forma de adblockers. Convirtieron una red tan profunda y (no se entiende lo que dice) un mercado relativamente avanzado con un porcentaje de 25% de los cuales tienen ad blockers. El promedio de la población, Argentina, por ejemplo, está aún más el 78% de la población ocupan ad blockers. Escalas para ellos que significan que están perdiendo 35.000.00 dólares al mes en publicidad digital que no se entrega. En cosa de tres meses empezaron a recuperar eso rápidamente mientras empezamos a lanzarles con un muro de pago para la plataforma principal. También les ayudamos para lanzar un producto que tenían un (no se entiende lo que dice) que ayudaba a los estudiantes para preparar para la universidad, crear un negocio nuevo, vender clases online en forma de su versión digital.

En el caso de Globo una de las empresas con más experiencia en tres muros de pago y sus versiones digitales que lanzaron en septiembre 2012, rápidamente crecieron a tener earlly subscribers de 30.000 y en un año crecieron 1.000 y en otro año perdieron 1.000 pero después de unos meses, 30.000. El año pasado hubo un cambio de gerencia, el gerente de la revista fue promovido a la sección de noticias, la integraron a la empresa y tuvieron nueva sangre.

Entonces, ellos empezaron haciendo el negocio diferentemente/ Hablaron ccon nosotros y nos pidieron que les ayudáramos con patelmoro (?) que creara reglas porque ellos tenían el mismo modelo de 20 artículos gratis y después tenían que registrarse para unos 10 más. Hoy en día tienen un modelo de negocio de 5 artículos que tú puedes navegar en forma anónima y sin agregas en forma de incognito cero artículos sin estar registrados y después ti enes acceso a diez más.

Hoy en día, en lo que ha llegado desde marzo, nueve meses, han duplicado negocio de suscripciones digitales a 60,000. No es el punto que ellos necesitan, la meta de ellos, yo me recuerdo conversando con ellos me dijo: si tú me ayudas para llegar en un año a 60,000 subscriptores digitales, yo sé que estoy en buen camino. Pero el desafío es que ellos necesitan crecer un negocio más o menos de 380 mil subscriptores digitales. Entonces ahora hoy en día saben que pueden llegar a eso y ahora están ocupando nuestros servicios de Bench marking, asesorándose para optimizar ese negocio y la idea es que por lo menos en los próximos años, llegaremos a la mitad del camino allá.

Otro cliente, Presente Geo Familia (?) en febrero comenzaron y el objetivo de ellos era que necesitaban lanzar un modelo de suscripción digital porque sabían que no podían competir con Google y Facebook. El 50% de su tráfico venia de los Estados Unidos y los anunciantes tanto en Estados Unidos y los anunciantes en Puerto Rico, prefieren usar a Facebook y Google, una plataforma mucho más avanzada, con mucho más alcance, mucho más jagety, mucho más flexible y mucho menos (no se entiende la palabra). Entonces nosotros nos vamos a salir a este negocio de publicidad digital, seguiremos manteniéndolo al momento, pero vemos que no es sostenible el negocio a largo plazo.

En ese momento lanzaron un producto tanto para los puertorriqueños que viven acá en Norte América y a los de Puerto Rico. Entonces lanzaron ese producto. Hoy en día tuvieron un efecto del Havery claim (?). Ellos lanzaron el buroc, dentro de los dos meses. El primer mes lanzaron un registration gum, el segundo mes un

modelo de suscripción digital. Hoy en día ellos han cambiado un poquito su modelo de negocio por el Havery claim y ahora están pidiendo donaciones.

Entonces tú, como ahora, si hubieras estado en una de sus propiedades, el presentará una oferta a ustedes para que ayuden a Puerto Rico con una donación. Es interesante como poder tibotear tan rápido y tratar salir de una mala situación.

Acá hay un usuario link que acepta público que presento Globo que es algo que les ayudo a ellos ser exitoso ahora en los últimos nueve meses. Es también realmente analizar su contenido. Nosotros les presentamos taita de que contenido los usuarios que están registrados y pagados enganchan más que una persona anónima. Entonces obviamente, ese es el enfoque de ellos, es tener un negocio de suscripción y entonces invierten cada día más y más un contenido que es para sus usuarios que están pagando para ese contenido. En vez de ¿qué es lo que voy a tener más Ifos para tener más publicidad?

Una de las cosas que yo recomiendo es que ellos primero comunicaran lo que iban a hacerse. Un error que vemos continuamente, es que ponen un muro de pago y después quieren que las personas paguen en vez de empezar a educar usando sus propios medios un mes antes. El desafío de un medio tradicional es convertirse ahora en un marketero, entonces en este caso si se quiere lanzar una supresión digital empiecen a buscar sus propias propiedades tanto en el papel y los otros sitios digitales que tienen que empiecen a comunicar el valor de propuestas, también hablando, ustedes como empresas tienen que comunicar a su audiencia su misión y porque también llevarlo a nivel ese contenido tiene un valor que usted ha comprometido con los usuarios para crear valor en forma de contenido.

En este tiempo ellos decidieron que parte de su audiencia más leal que llamamos (no se entiende lo que dice) generalmente para los medios que tienen 10 o 20 % que son las personas que consumen 60% de su contenido. A este grupo ellos decidieron 10% de esta audiencia del 10 al 20% a testear a story telling y empezar a traquear como puede convertir estas personas más rápidamente para después hacer un rollout entero por todos los sitios de ellos.

Como ustedes pueden ver acá primero hicieron identificar hacer un 10% del 90% de soqui que a veces es el porciento, decidieron crear una oferta. Presentarles con un banner que decía que el periodismo de calidad cuesta dinero, hay que invertir, pero ese contenido es de valor para ustedes. Esa fue en la primera visita. Eso solamente impacta a las personas más leales a tu contenido. No impacta ser que viene de Google o de Facebook o alguien que realmente viene por otras partes.

A la segunda visita otra vez les informan y les incita a leer un poquito más sobre el periodismo de calidad y le invita también, para que se registren.

En la tercera visita, ahora se le presentó cómo un panel dentro del contenido que se le expresó como un modal que ellos pueden cerrar con una x y entonces pueden seguir navegando, pero ya es algo más fuerte. Entonces eso se le presenta a las personas que no convirtieron en la segunda visita. La persona que ya convirtieron ya luego se le hace otra oferta. Eso es para las personas dudas, las difíciles. A la quinta visita se les presenta una oferta que es una cuenta pagada. No se le bloquea el contenido, nada de eso, solamente la invitación (no se entiende lo que quiere decir) que ellos podían convertir eso.

Ya después a la octava visita que la persona no tomaba ni esa acción le pedía que activara si ellos son un sujeto de papel existente, se le invitaba a que activaran su discucar que era parte de la oferta que ellos dieron a los subscriptores de papel.

Luego a la duodécima visita se le presentaba ya el último contenido que tú puedes consumir sin estar registrado, sin tener una cuenta activa. Y ya al 11 se le apropiaba contenido.

Entonces es un clásico ejemplo de una buena práctica de cómo empezar a educar su audiencia, hacer la oferta y más importante, empezar a traquear eso, encontrar el flujo perfecto y después hacer un roll out al resto de su audiencia.

Conclusiones: Un aceleramiento en el 2016-2018 tecnología está año luces de cómo estaba hace tres o cinco años cuando empezaron los caiwooks. Entonces usen las herramientas, las que hoy ya existen. Empiecen a segmentar su audiencia en pecers que es ya todo. Traquear resultado, optimizarlo, tanto si tienen ustedes un equipo en casa, o si son nuestros clientes. Siempre compartir facetar. Ayudar a optimizar el negocio, testear (no se entiende lo que dice) nunca llegarán al punto perfecto de un negocio supresión digital pero siempre tiene que estar evolucionándolo y creciendo testeando la hipótesis y sobre los subscriptores digitales, eduquen edúquenlos en el proceso de la 30 o 40 que tienen que pagar por el contenido si no el préstamo desde la primera visita estos contenidos de calidad que nosotros valoramos como una audiencia, y deberían valorar nuestro trabajo periodístico que estamos haciendo.

En ese momento, cuando le piden que saque su tarjeta de crédito, tendrán una profesionalidad mucho más de que hay en la percepción más importante a un precio más alto. No usar la trampa de barato. Si hacen el trabajo antes pueden cobrar más y después bajarlo un poquito más pero empezar con un precio más alto.

Esa es mi presentación.

(Aplausos).

Mr. Jonas Rideout (Piano, New York, NY): I'm going to show you guys some bench-marking data from some of the clients who are running their subscription businesses on Piano, and you'll notice that both Billy and I referred to this as a subscription business, not to serve as a paywall. We really encourage you to think differently: a paywall is a thing and a subscription business is a strategy for delivering new revenue to your business.

We studied about a 150 subscription businesses on our platform and looked across them to glean some results to share with you. It's important that you don't write down these numbers and go back to your offices and say "This is what we can do" because everyone's content is different, everyone's interest is different, but these should be directionally relevant for you and should be inspiring in terms of what you should be aiming for.

The number one question we get asked as we talk to customers about creating a new subscription business is "How many people should I expect to convert?" We probably hear that question more than any other question, and the answer obviously is different for everybody. We actually think about answering it with two different lenses. One is how effective are your communications at converting users, so what's the conversion rate that you get for a particular message or campaign? And the second thing we look at is how many of your uniques can you convert? And so these are looking at both of them.

Fewer than 1% of the times that you show an impression will you get a conversion from it, but you will be able to convert almost 2% of your users almost immediately and more than 2% within the first four months, and we see that growing over time. So the key message here is to look at both. You really need to understand what is effective at converting users and then how to set your KPIs around how many users you can convert.

Users need to be prompted more than once to convert, and I drag it out from a different presentation the number of times we have to get an ad blocker message, to turn their ad blockage off. Because I think the important takeaway here is that the more you're asking of your user the more times you have to ask that. Right? So it's pretty easy to turn your ad blocker off, you can get someone to turn your ad blocker off in two to three times of asking them, but if you're going to ask them to take off their credit card you're asking them seven times before they're going to take their credit card out. And Billy showed you an example of progressive messaging along the way, the more you message that user the more effective it is at converting your users.

Another takeaway here is really about as you get people who are approaching that point of this is when they should be converting that's when you pull out your offers. That 99 cents four weeks, 12 weeks for 12 dollars, that comes right around the time when you think it's message number five, it's message number six for this particular segment of users who should be converting.

OK, we always get questions about metering versus hard paywall versus a hybrid, and when we look at these stats one of the things to take away here is that our clients who use a power tool for a hard paywall tend to be business to business publishers who are putting high value content in front of their users and that content is necessary for their clients to do their jobs. That's a hell of a lot better than just news, we all know that. But one of the things we're seeing is that's very effective is a hybrid model. We'll talk about an example the *Toronto Globe and Mail* which sounds like a complicated model but a very effective model, and they've divided their content into four different types or colors – they actually color-coded them – stories that are blue are metered but you'll never present a paywall on that kind of story. There are stories that are metered and you will present a paywall because you can convert on them. There are stories that are always locked, that only a paying subscriber can get you there to, known as commodity news, that they never intercept the user on.

So, being able to blend the types of experiences, you have related to the value of the content, different content is valuable to different types of users, so it's really the intersection of who is this particular user, and what is the kind of content that they're interested in?

OK. We've a lot of people who do all the monthly subscriptions on our platform, monthly is probably the most common thing that we see, we don't see a lot of annuals. But when we look at the churn rates between a monthly and an annual the churn rates aren't that different. Over the course of a year a monthly subscriber has 12 options to churn, and the churn rate is almost the same as someone who has a chance only once a year to churn. So you're getting a whole lot more money from people who have an annual subscription and you have 12 times a more likely chance to retain them than you do someone who is a monthly subscriber.

So really promote and discount your annual offers. You want to get someone on your annual plan even if you bring them on at a lower price, you're moving them up over time, that's your key strategy, it's getting people to go to an annual.

OK. There was a very interesting article in *Digit A* yesterday about churn, they actually called us up and they got some of our data for it, that's probably why I found it rather interesting. I read the article that *The New York Times* is hiring 25 people for retention online. Their goal is the 10 million subscriber mark that they're pursuing, they've realized they have to stop churning so many users and the churn rate is directly related to your study across both our properties and also outside of the media sites that we manage how much benefit, how many benefits you're offering to a user for their subscription.

An example here: We have a lot of clients who will say to us "I want to sell an ad-free or an ad-licensed subscription, take exactly what I have and just strip out all the ads." There's that one benefit, no ads. That's a type of pretty good acquisition rate, especially because they do things like a dollar for the first month and things like that. But the retention rate on that is actually rather lousy. We would recommend to all of our clients to never do something like that because you can't retain your customers.

On the flip side we have a client of ours who uses our platform to say "I would put a premium offer, it's got special content in it, it also has no ads in it, it also includes this special key that gets into private parties that we host, and it's got a cool T-shirt that shows you're an insider." That kind of bundling of things together can create a really rich premium offer, is really what's driving retention.

OK. Sleeping lie, right? I was at a conference yesterday in Dallas and Peter Doucette from *The Boston Globe* said they've got about 18% of their subscribers never log in. We see across all of our sites 65% of users don't log in in a 30-day period. Those are sleeping dogs and there's a tendency to not want to wake those guys up. But really the key to preventing sleeping dogs from churning is an on-boarding program at the very beginning.

So how do I engage users right when they subscribe to build the habits of engagement and return visits so they don't even become a sleeping dog? And then secondly how do I segment out the different types of sleepers so I can say this person's showing signals of becoming someone who is going to no longer log in and be at risk for churn, how do I identify those people early and how do I message those people so I can get them to engage?

This one is rather obvious, I think, and it's really about who consumes the most pages and who drives the most subscription revenue. And those are people who know your brand and return to it frequently. This is a segment in our lingo we call direct and dedicated. And I've heard one of the few words I can pick up from Billy's presentation was the direct and dedicated segment. The same is for people who are the most likely subscribers. We identify them, we place a curtsy on every browser, we watch the return visits over time, we place people in segments based on their loyalty. The people who are in this most loyal segment are driving your most subscription revenue and driving your most ad revenue. These are the most valuable people to your business on both sides of the equation.

And this is my last slide, and it really kind of emphasizes that prior point, which is to say if you go out and survey people and you say where do you get your news? people who consume news offsite don't know where they get their news, they remember they get it from Facebook or wherever they got it from, but they don't know your brand. People who come to your site have an 85% retention rate of I know where I got my news and who I get my news from. That's the brand affinity that's going to show you that someone's likely to subscribe. And on the flip side just showing you how few percentage of users coming from social and coming on global actually convert. So across our platform these people are not converting at all, it's people who are typing your URL directly or come from a bookmark that they use all the time and consuming a set number of pages, and that's the group that you've got to figure out how to do two things to: how do you convert those guys into paying subscribers, then how do you replenish that bucket as you've converted those people out? And that's really the key I think to the subscription business.

Thank you.

(Applause.)

Mr. McCullough: We have time for a couple of questions. Again, I would start with the first one to both of you: If you wanted to leave this audience with one message or two messages what would that be? And I have a suggestion based on my limited knowledge of paywall technology and newsroom technology, which is any result is the culmination of a process, and you showed a funnel that starts with anonymous at one side and retain at the other and you accept that media has to develop relationship, that's not only know its client have relationships with its clients, and it's the relationships that result in the revenue, then a paywall or something

like it seems to be inevitable. But that would be a suggestion so far if I just say what one or two cents message would you leave with the audience?

Mr. Rideout: I think you have set that up nicely, I think that is the key message, right there is a process and there's a funnel to move people down. I think in terms of a key takeaway, though, are a couple of things. One, treat your audience members differently, so look at every segment of your audience and understand what is it that drives their behavior. There are people who love sports, there are people who love politics, there's people who claim they love politics but read entertainment. You've got to understand who those people are and how to convert those users. And then I think the second thing I would say is test – test, test, test. Because the only way to find out what works is to challenge the things that you think are working, let that run for a while, roll out your next test. That's where we see the best results.

Sr. Aldeae Martínez: I'll answer that question tailored to our audience here, which is a majority Latin American in the U.S. and European market, people a little bit ahead of the curve in terms of these types of businesses and have actually built teams or are in the process of building teams specifically focused on this.

For Latin America I would encourage them to really start thinking about this seriously, but also not to think it's just a simple process of selecting a technology vendor, integrate with a payment gateway and try to sell content, but actually think of it as a strategic opportunity in their markets and finalize it, engage it.

Myself and my colleagues we're happy to provide information for you where you can actually start modeling and start seeing what sort of business you can possibly build, and obviously the required investment in terms of people and technology to do so. It's not rocket science, a lot of companies have done this in the U.S., more than 50% of our newspaper publishers have a digital subscription business and in Latin America I would say maybe five media organizations out of 26 nations and a population of 560 million people. So I think they should really look into this carefully and consider it.

Mr. McCullough: I'll take questions from the audience.

Sr. Pedro Zambrano (*El Diario, Portoviejo, Ecuador*): Una pregunta y les cuento una experiencia nuestra. Nosotros empezamos a vender la versión pdf o el periódico completo y para sorpresa nuestra la mayoría de la gente que nos compra nos hace un depósito de banco, estoy hablando de Ecuador, y nos sorprendió eso porque esperábamos que nos han apagado con tarjetas de crédito y tal. Entonces, yo creo que enfrentamos dos problemas; el uno es que la gente, bueno, no quiere pagar por la información, por eso se debe solucionar con información de calidad y todo lo que hemos analizado, suponiendo que debemos superar eso. Y en Latinoamérica tenemos este otro problema de que la gente vea con miedo la tarjeta de crédito Internet. ¿Qué otras experiencias u otras alternativas de pago han experimentado que nos podemos compartir? Ya les digo nosotros lo hicimos, no tenemos muchísimas, pero más o menos la mitad era de gente que iba y depositaba en el banco en ventanilla la suscripción para poder tener acceso.

Gracias.

Mr. McCullough: The question has to do with what do you do with people who pay in cash as opposed to credit card when you are trying to accumulate data? Maybe I'll pass this to Billy first.

Sr. Aldea-Martínez: I think it's genuine fear that you have in different markets in Latin America. (*Alguien pide que conteste en castellano*). Depende del mercado. Para nosotros en Latinoamérica sí hay mercados más avanzados que otros. La buenas noticias es que tarde o temprano los mercados están evolucionando, los milenios ya están más acostumbrados con su tarjeta de crédito, como se dijo en la presentación de *The Washington Post* algunos (no se entiende) para tener aprendizaje y ser el primero en esta plataforma. En el caso de lanzar modelos de negocios digitales, bueno, tienen un aprendizaje mucho más alto que alguien que lo hace después.

En diferentes mercados analizamos, estamos ahora trabajando con un grupo importante de Perú, tiene el mismo miedo y la misma preocupación es válida, pero con ellos lo vamos a ayudar realmente con un market strategy, cómo realmente deberían lanzar, a qué precio, qué forma de pago. En Brasil también tenemos nuestros clientes que activan un invoice, los usuarios van a un banco y depositan y después el banco activa su cuenta digital.

Entonces, es más fácil tener la persona sacar la tarjeta, pero si hay audiencias hoy en día en todos los medios que esa persona está dispuesta a pagar por ese contenido, la cosa sea fácil y la tecnología avanza y las personas usando tarjeta de crédito aumentan y más van a poder adquirir.

(Someone speaks off microphone and what he says is unclear).

Sra. Catalina González (El Espectador, Bogotá, Colombia): Mi pregunta es ¿cómo concientizar a la gente que está acostumbrada consumir en interés gratis para realizar una compra efectiva?

Mr. McCullough: The question was how do you change people's behavior used to consuming content for free?

Sr. Aldea-Martínez: Claro, hay que educar el mercado y lo que hemos visto con nuestros clientes que tienen éxito en Latinoamérica con eso ellos mismos haciendo el papel que hacían antes. Ahora ellos mismos están ocupando su plataforma tanto en papel y en digital para educar a su audiencia que es producto de calidad y es diferenciado. Sí hay contenido de otro, pero ustedes mismos ya son expertos en cambiar opiniones de su audiencia, entonces tienen ustedes mismos ahora mirarse en el espejo y empezar a aplicar y crear estrategias para realmente educar al mercado y a sus lectores que este contenido es de calidad y se debería pagar.

Mr. Rideout: I would say you can't change someone's behavior. If they believe that it's not worth paying for they won't pay for it. I was at the *Salt Lake Tribune* this morning and I asked him "Are you just going to charge for what used to be free?" And he said "Yes." And I said "That's not a great strategy. You've got to be able to add benefits to that beyond what was already free." Whether that's a better user experience it's faster response time, it's fewer ads, you're suppressing all programmatic, you're offering special outings with journalists. There's go to be a premium component to the offering. I don't think there's a strategy that will work to get someone to pay for something that used to be free.

Mr. Sanders: Creo con eso estamos acabados por el día de hoy. Muchas gracias a todo el mundo. ¿Tienes una pregunta? Perfecto, una pregunta más.

(No se identifica): Gracias. Buenas tardes. Sobre la complicidad de diferenciar den ustedes un indicador de lo que genera una cantidad de diez mil, cien mil visitantes versus en cuanto a ingreso por programático, por anuncios, contra lo que es un suscriptor, porque el *New York Times* dice que, bueno, hoy tiene más dinero de la suscripción que los anunciantes y dicen que cada vista al año les daba \$1.93, si es que todos los días visitaban al sitio, a diferencia de un suscriptor al año les daba cerca de \$190 o \$140. Pues, queda muy clara la ventaja irse directamente a promover la suscripción a diferencia de seguir queriendo ganar dinero solamente de anuncios. ¿Tiene ustedes un número que van visto en este concepto?

Sr. Aldea-Martínez: Yo no tengo acceso a ese número, pero podríamos analizarlo con nuestros clientes, lo que hacemos alguna vez, pero claro la tendencia es que el valor de publicidad digital es cada día hay nuevos medios, cada día hay más ad units. Hoy en día, no me recuerdo la estadística, pero hay más publicidad en el mundo y en digital que publicidad que existió y eso va creciendo. Hay más personas peleando por los mismos usuarios y todos bajan el precio. Creo que en el próximo año vamos a tener siete u ocho clientes y el otro año que viene vamos a tener veinte, treinta clientes, la tendencia es allí. La cosa clave es cada mercado, cada empresa, cada medio tiene algo diferente y hay que serlo para su mercado individualmente. Y podríamos en un momento sacar ese número y compartirlo quizás en el próximo evento acá.

(Someone speaks briefly off microphone).

(Unidentified): The thing is the advertising is much less the visitor per year than the subscriber, it's obvious, but if you have the number, like if 100,000 visitors per year are equal to two subscribers per year. I don't know if it's kind of clear for you.

Mr. Rideout: You're trying to come up with an equation that says how many subscribers equal how many ad views? I don't think I've got a number for that off the top of my head, so I don't think I can help with that. It probably differs based on how much you're getting for views and how much you're charging for

(The unidentified): Like \$350 per year for subscription, the typical traditional American cost versus....

Mr. Rideout: But I'd have to do some math to figure that out. I don't have a quick answer.

Mr. Monahan (?): One of our customers that we're working with has asked us that particular question for their market, so we're in the process of getting that number, but it's for another publisher in another Latin American country. We need help, we want to launch a digital subscription business, we don't know how much it's going to generate and if it's worthwhile investing in technology. So what we've proposed to them is to actually put our consulting and actually quantify it and actually even recommend they go to market strategy, and we're in the process of identifying that.

Down the track maybe we can share that data, what we've found, for the client. But it's a valid question and it's a valid concern and something that should be studied. It wouldn't be too hard to do it but it's something that needs to be studied carefully.

(The unidentified): You're telling us go and be marketer. The thing is you always try to say I have the most visitors, I am growing, I am getting a lot of visits, I am very popular. And then when you turn on the paywall you say OK, I'm shrinking and I am not making the same amount of visitors, I'm not having this kind of trash visitors, if you want to say that. The thing is how you sell it like a success story, saying OK I put it on and then

Mr. Rideout: But the reality is that most publishers use a metered model and a metered model says you're going to get X number of free views for a 30-day period or a 45-day period, and that X tends to be somewhere in the range of between 5 and 10. Most of your users – and by most I mean 85% of everyone's users – will never hit that threshold, they are people who come in, view one or two pages a month and leave. You're not losing anything for that audience because you're never going to accumulate enough page views to reach your meter.

The reality is when we studied this for other newspapers who have said "What's the impact on my page views as a result of launching a meter?" we've put out tags on the page, we've benchmarked for a while, we say here's your average monthly uniques, we launched a meter and then we say another month later what does that look like? We've found a very insignificant, like less than 1%, decrease and in some cases an increase, which has nothing to do with us it's more with news trends. People have walked away saying "Oh, my page views went up after I launched my meter."

So there's little to no impact you're going to see on ad revenue, because so much your ad revenue comes from people who don't care about your site, who happen to get there and don't even know how they got there.

Mr. McCullough: Thank you. Armando, thank you and afterwards if you might exchange business cards with Billy you might get that question answered going forward.

Thank you, everybody. There's a reception following this, after about an hour I guess, and then we'll all see each other back here tomorrow. Thank you.

(End of the session.)

Saturday, October 28, 2017 / Sábado, 28 de octubre de 2017
Committee on Freedom of the Press and Information
Comisión de Libertad de Prensa e Información

Mr. Matt Sanders (Deseret Digital Media, Salt Lake City, Utah): Buenos días. Agradezco nuevamente al Comité Anfitrión por la organización de esta Asamblea General, a los Vicepresidentes País por País de la Comisión y a todos los presentes en esta jornada en la que se efectúa la actividad más importante de nuestra organización para analizar y evaluar la situación de la libertad de prensa en nuestros países.

Aunque ayer tuvimos un día con muchas cosas para aprender las secciones y discusiones sobre la libertad de prensa de hoy no significarán reportar nuestra misión como organización.

Las sesiones de hoy estarán dirigidas por el presidente de nuestra Comisión, Roberto Rock del portal *La Silla Rota* de México, a quien agradezco toda la contribución que ha hecho a nuestra institución durante este año, lo que hace mi labor más fácil y firme. Gracias, Roberto.

Además de los informes que escucharemos hoy tendremos varias cosas adicionales e importantes. Martin Baron, Director Ejecutivo del *Washington Post*, tendrá una conversación con Doug Wilks, Editor Jefe de *Deseret News*, sobre los obstáculos para hacer un periodismo de calidad en esta época de Donald Trump. Y luego el Secretario General de la OEA, Luis Almagro, recibirá el máximo galardón de nuestra institución a la libertad de prensa, y por la tarde también participará del informe de libertad de prensa sobre Venezuela.

También en la tarde tendremos el informe de los Estados Unidos y hemos invitado al catedrático Pablo Boczkowski de la Northwestern University para que comparta con nosotros el resultado preliminar de un estudio sobre la reacción de los lectores latinoamericanos de la comunidad Hispánica en los Estados Unidos ante las noticias sobre el Presidente.

Mañana seguiremos con temas de libertad de prensa, pero enfocándonos en ciberseguridad y corrupción, y como los casos de los Panama Papers y Odebrecht han sido cubiertos por la prensa y han modificado nuestras recepciones.

Sin más pido a Roberto que inicie esta importante jornada.

Muchas gracias.

(Aplausos).

Sr. Roberto Rock (*La Silla Rota*, México, D.F., México): Muchas gracias. Les deseo muy buenos días a todos. He pedido a Lourdes de Obaldía que me acompañe aquí nuevamente, como lo he hecho en otras ocasiones, en esta ocasión con la significancia de que se despide de la SIP por emprender un nuevo proyecto de vida en Colombia. Seguramente nos seguiremos encontrando porque se mantendrá en la batalla por la libertad de expresión.

Muchas gracias.

Es el informe de la Comisión, señor Presidente.

No queremos iniciar este informe ante esta respetable Asamblea sin expresar un sincero reconocimiento a la memoria de tres líderes de la SIP recién desaparecidos y que en esta comisión en particular encontraron siempre respaldo y alientos incondicionales. Se trata de Rafael Molina, Agustín Edwards y Horacio Aguirre, los tres ex presidentes de nuestra Sociedad, los tres gigantes en nuestra historia. A ellos les decimos esta mañana muchas gracias.

(Aplausos).

Sra. Lourdes de Obaldía (*La Prensa*, Panamá, Rep. de Panamá): Una serie de circunstancias extraordinarias caracterizaron durante los meses recientes la labor periodística en nuestro continente e impusieron de (no se entiende la palabra) singulares tanto a la industria como nuestro gremio, que encadenaron desafíos importantes para honrar la confianza que las comunidades han depositado en ti, desafíos naturales en México, Estados Unidos y el Caribe, la expresión de que un ambiente hostiga la libertad de prensa en el contexto que la evalúa la democracia norteamericana, amagos persistentes contra medios y periodistas en Venezuela, Cuba o Ecuador configuraron entre otras facetas un complejo mosaico de retos que con él acompañamiento de la SIP están siendo enfrentados con pasión y compromiso en esa y otras latitudes.

Sr. Rock: La nefasta ecuación de relente al crimen organizado en la región más impunidad y debilidad del estado de derecho, pone una cuota mortal entre nuestras filas. Desde la pasada reunión de marzo en Antigua, Guatemala, nueve periodistas han sido asesinados. Siete de ellos en México y dos más en Honduras. La acción de las mafias con la competencia oficial como telón de fondo ha cobrado bien este 2017 la vida de 18 periodistas, diez en México, tres en Honduras, dos en Perú, dos en la República Dominicana y uno en Guatemala.

Hemos preparado un homenaje gráfico en memoria de estos compañeros que les queremos presentar. (Pone un vídeo),

Como lo subrayó ya nuestro presidente Matthew Sanders en su mensaje inaugural merece nuestro más amplio reconocimiento el coraje y el compromiso mostrado por nuestros colegas en aquellas regiones golpeadas por desastres naturales. Huracanes, notablemente Harvey, Irma, y María, afectaron seriamente dos estados de Estados Unidos y las islas del Caribe, con singular gravedad en Puerto Rico. Dos terremotos con distintos

epicentros y característica sacudieron en un solo mes amplias regiones de México, provocando cientos de muertes y más de doscientos heridos en la capital de este país.

Estaciones de radio y televisión, lo mismo que periódicos y medios digitales entre otros, dejaron de operar tras los primeros impactos de estos fenómenos, pero en las siguientes horas sus editores y reporteros encontraron alternativas para seguir otorgando servicios imprescindibles a la población.

Las redes sociales se mostraron como herramientas de enorme valor también para que los ciudadanos se mantuvieran informados y participativos. Esta mañana rendimos homenaje a todos los hombres y mujeres que nos recordaron que el periodismo no es sólo el más bello de los oficios pero una de las mejores herramientas para servir a nuestros semejantes.

Esto comprende el reporte de la SIP y esta Comisión hizo una extensa labor en defensa de la libertad de prensa lo que incluyó una veintena de actividades relevantes entre dos misiones a Panamá y Perú, encuentros y formas, muchos de ellos encabezados por nuestro presidente, Sr. Matthew Sanders, bajo cuyo liderazgo ha sido trabajar en este periodo.

Entre los frentes de preocupación sigue destacando Venezuela. En los meses recientes una etapa de insurrección cívica ante los efectos de una política institucional y social en el país con un deterioro sin precedente en la calidad de vida de la población. La represión extendida que ha desatado el gobierno de Nicolás Maduro se expresa en ataques a medios y periodistas no sólo como un efecto colateral pero como producto de una intención premeditada que los tiene como un blanco seleccionado para imponer un organizada aún persisten. Es de llamar la atención del gobierno colombiano que a través de la unidad nacional de protección OMBP han venido desmantelando de manera sistemática los esquemas de seguridad de los periodistas colapso en la cobertura de esta crisis.

Como el documento el informe sobre Venezuela que nos será presentado hoy, funcionarios policiales y grupos paramilitares iniciados por el gobierno han salido a las calles son dos varias complementarias, deprimir a los ciudadanos que ejercían su derecho a la protesta y hostilizar a los periodistas que ejercían su derecho a informar excusándolos a golpes de las zonas en que ocurrían los hechos, robándoles sus equipos y golpeándolos con furia prohibiendo al ingreso al país de corresponsales extranjeros o echándoles del territorio venezolano, deteniendo a profesionales que hacían su trabajo, lanzando bombas lacrimógenas al cuerpo, apuntándoles y disparándoles.

Sra. de Obaldia: En Cuba por su parte no se registran avances en materia de libertad de expresión y el régimen ha vuelto a endurecer su trato con periodistas independientes interrogatorios amenazas de procesos judiciales por el simple ejercicio de su tarea y acoso contra portales y blogs periodísticos.

El cambio de gobierno en Ecuador trajo consigo un discurso oficial más amable hacia los medios y periodistas, pero prevalece el marco jurídico y otras señales de acosos sobre las libertades generadas del régimen de Rafael Correa.

Colegas de aquel país han solicitado a la SIP un acompañamiento más cercano en la forma de una misión especial que inste a las nuevas autoridades nacionales a dar señales inequívocas de que se pretende, en verdad, retomar un cauce democrático caracterizado por el respeto al trabajo periodístico.

Sr. Rock: Este es el informe de la Comisión, señor Presidente. Muchas gracias a todos. Está a su consideración. (Aplausos).

Si nos autorizan pasamos a atender los Informes de País por País, primero por Roberto Pombo de Colombia que nos acompañará para dar su informe.

Sr. Roberto Pombo (*El Tiempo*, Bogotá, Colombia): Muy buenos días.
(Lee el informe de Colombia).

Sr. Rock: Muchas gracias, Roberto Pombo. Está a consideración de la Asamblea.
¿Se identifica por favor?

Sr. Ulido Acevedo (*Diario de Magdalena*, Santa Marta, Colombia): Dr. Pombo, para solicitarle muy respetuosamente que incluya en el informe la siguiente observación que preocupa a los periodistas de provincia, aquellos que ejercen en las zonas donde se vivió con mucha intensidad el conflicto armado colombiano y además donde el accionar de bandas criminales de narcotráfico, de la delincuencia común y en la provincia colombiana, dejándolos a merced de la delincuencia y de los criminales a los cuales denuncian.

Lo más dramático y preocupante, y usted lo conoce, es que cada vez que el gobierno y la OMBP retiran el esquema de seguridad de un protegido a esa persona la asesinan. Muchos son los casos documentados en este sentido.

De tal manera, Dr. Pombo, que le solicito muy respetuosamente tener en cuenta la anterior observación para que se incluya en el informe que usted acaba de leer.

Muchas gracias.

Sr. Pombo: Por supuesto que será involucrado inmediatamente en el informe. Muchas gracias.

Sr. José Monegro (*El Día*, Santo Domingo República Dominicana): Me gustaría saber si ¿la decisión del Tribunal Constitucional a la que usted hace referencia estaba precedida de unas decisiones de tribunales ordinarios que declararan difamatorio contener a la información objeto de esas sentencias del Tribunal Constitucional y si en la decisión cuando plantea también el tema de actualización de la información incluía la exclusión de informaciones anteriores del Internet?

Sr. Acevedo: Empiezo por el segundo caso, que sí lo involucra. Eso tiene dos elementos complicados. Uno es la discusión sobre el derecho al olvido que es el argumento que invoca a quienes solicitan esas actualizaciones y hay otro muy complicado, que es borrar de facto la historia. Entonces evidentemente hay unos casos de condenas de personas acusadas de delito que fueron condenados y pagaron su condena que piden que sea “limpiada” la información, que la búsqueda esté actualizada y se pierda ese registro y también se corre el riesgo de perder todos los elementos que terminan con una información.

En el caso de Google es simplemente la decisión en segunda instancia hecha por una persona que en un blog anónimo lo ha acusado. Esa persona fue a la justicia, ordenaron a Google retirar eso, y eso pone a Google ante una situación compleja porque como ellos no generan su contenido no responden tampoco por él y en este caso parecía como respondiendo. Eso fue una queja que Google hizo a través de la SIP, pero consideramos que el hecho del registro por parte de la orden de que se registre ante un ministerio la generación de contenido en si nos parece preocupante desde el punto de vista de la aplicación de la libertad de expresión.

Sr. Rock: ¿Algo más,? Muchas gracias. (Aplausos).

Pido una disculpa porque omití presentar ante ustedes a los integrantes de las comisiones fundamentales que están trabajando para consolidar estos informes: La Comisión de Resoluciones, que co-preside Daniel Dessein de *La Gaceta de Tucumán*, Tucumán, Argentina; Claudia Jurasqui, RCMT.com de Bogotá Colombia; Osvaldo Quintana de *RCTV*, Caracas Venezuela.

Sobre ese tema les insto a todos de apresurar sus propuestas de Resoluciones y entregarlas a la comisión respectiva.

También en la Comisión País por País el presidente es el compañero Carlos Jornet, *La Voz del Interior*, Córdoba, Argentina, y en la Comisión de Conclusiones los compañeros amigos Juan Pablo Illanes de *El Mercurio*, Santiago Chile, y Osmín Martínez del *Diario Las Américas*, Miami, Florida.

Muchas gracias.

Le pedimos a Daniel Dessein de Argentina que nos acompañe para presentar su informe. De inmediato pasaría al compañero Jorge Carrasco.

Sr. Daniel Dessein (*La Gaceta de Tucumán*, Tucumán, Argentina): Lee el informe de Argentina.

Sr. Rock: Agradecemos mucho la presentación. Gracias por el informe de Argentina. Está para su consideración.

Damos la bienvenida a **Jorge Carrasco**, Vicepresidente para Bolivia.

Sr. Jorge Carrasco (*El Diario*, La Paz, Bolivia): Muy buenos días.
Lee el informe de Bolivia).

Sr. Rock: Gracias por el informe de Bolivia. Si no hay observación lo damos por recibido.

No nos puede acompañar esta mañana el vicepresidente para Cuba Harry Constantin y solicito a la Sra. Lourdes de Obaldía de dar lectura al informe de Cuba.

Sra. de Obaldía: Buenos días.

(Lee el informe).

Sr. Rock: ¿Hay algún agregado para el reporte de Cuba?
El Salvador: Fabricio Altamirano, por favor.

Sr. Fabricio Altamirano (*El Diario de Hoy, San Salvador, El Salvador*): Gracias, Presidente.
(Lee el informe de El Salvador) .

Sr. Rock; ¿Hay algún cambio o añadido al reporte de El Salvador? Está para consideración el informe de El Salvador. Lo damos por recibido. Muchas gracias.
Sr. Mário Gusmão, su reporte, por favor.

Sr. Mario Gusmão (*Jornal NH, Novo Hamburgo, Brasil*):
(Lee el informe de Brasil en portugués).

Sr. Rock. Están pidiendo los compañeros de las cabinas de interpretación que leamos un poco más despacio.
¿Hay algún comentario o añadido al reporte de Brasil? Está en consideración para la Asamblea el informe de Brasil.

Mr. Rosental Alves (*School of Journalism, University of Texas, Austin, Texas*): Querría pedir a mi amigo Mario que añadiera una línea de reconocimiento a la Asociación Brasileña de Periodistas de Investigación que en los últimos días ha lanzado un proyecto con el nombre de Tim Lopes. Tim Lopes fue un periodista asesinado en 2002 cuando investigaba crímenes es una favela en Rio. La Asociación Brasileña de Periodismo Investigativo lanzó en los últimos días y proyecto con el nombre de él para investigar los casos de asesinatos de periodistas en Brasil, empezando con seis asesinatos de los últimos años. El nombre del proyecto es Quien Mató, Quien Mandó Matar. Y durante meses la Asociación Brasileña de Periodismo Investigativo fue a los rincones de Brasil para investigar en profundidad los orígenes de estos crímenes.

Ustedes pueden encontrar en Internet el proyecto que es anunciado por la Open Society Foundation.

En el informe sería bueno también añadir además del excelente trabajo que hace ANJ y la SIP el trabajo que hace Abrají, el trabajo que hace FeSP, que es la Federación de los Sindicatos de Periodistas de Brasil. O sea que ese trabajo pionero que la SIP empezó en Brasil con el grupo de Investigación Rápida y todo eso del proyecto Impunidad ha dado frutos en llegar hacia que otras organizaciones hayan entrado en esta tarea.

Así que yo le podía ayudar después para añadir algo sobre eso.
Muchas gracias.

Sr. Rock: ¿Algún comentario, Mario?

Sr. Gusmão. No, concuerdo con el colega Rosental.

Sr. Rock. Entonces agradecemos a Mario Gusmão por su informe. (Aplausos). Y le agradecemos en particular su liderazgo para la participación de la SIP en Brasil. Siempre fue un gusto especial tener a socios brasileños en esta Asamblea.

Aldo Javier nos ha pedido la palabra. Como su informe está en el Internet nos dice que no hay asuntos de relevancia y se reporta que de esa suerte damos paso al compañero Carlos Pérez de Ecuador. Por favor.

Sr. Carlos Pérez (*El Universo, Guayaquil, Ecuador*): Buenos días.
(Lee el informe de Ecuador).

Sr. Rock: Gracias. ¿Hay algún comentario sobre este informe? Lo aceptamos. Ahora El Salvador.

Sra. Gabriela Vivianco (*La Hora, Quito, Ecuador*): Muchas gracias. Solicitamos que se incluya en el informe un párrafo sobre el manejo de los medios públicos, dado que el 24 de octubre el Gerente de Medios Públicos del gobierno anunció que en la última década durante el manejo del gobierno anterior los medios públicos acumulan una mínima de 23 millones de dólares, considerando que estos medios han sido utilizados constantemente para desacreditar a la prensa independiente y han servido de justificación para la absoluta

desaparición de la publicidad oficial también en las páginas de los medios con línea editorial distinta a la línea del partido del gobierno.

Adicionalmente pedimos que se incluya también en el informe un párrafo sobre el tratamiento de la leve comunicación dado que fue una oferta de campaña al Presidente de la República y si bien el gobierno ha anunciado que no derogará la ley vigente y ha anunciado que tratarán un proyecto de ley para modificarla y es importante también anotar que en el referéndum convocado por el Presidente de la República en ese mes de octubre no se hace mención a la Ley de Comunicación ni tampoco al principal organismo de sanción de los medios, que es la Superintendencia de Comunicaciones.

Al respecto podemos pasar un texto propuesto para incluir en el reporte.

Por último, agradecemos la inclusión de la necesidad de un monitoreo constante por parte de la SIP ante el proceso legislativo que se ha anunciado que se dará antes de marzo del 2018 para la modificación de la ley y reiteramos en nuestro pedido a la Sociedad Interamericana de Prensa para que se organice una misión al Ecuador en lo posible antes de marzo del 2018, que es la fecha que se ha puesto para el tratamiento legislativo de este proyecto de ley, de tal forma que se pueda hacer un acercamiento un poco más formal con el Presidente de la República, esperamos para firmar la Declaración de Chapultepec y además para garantizar que este proyecto de ley incluya las garantías necesarias para el libre ejercicio de la profesión.

Gracias.

Sr. \Rock. Muchas gracias. ¿Alguien más, por favor?

(No se identifica): Solamente con lo que dijo Gabriela

(Es interrumpido por el Sr. Rock).

Sr. Rock: Perdón, le sugiero que las intervenciones después y luego hagamos un resumen.
Muchas gracias.

(El no identificado). Y no sé, escucha lo primero que dice Secundar la moción y además aclarar que *El Universal* ha sido el diario que en el Ecuador mantuvo su independencia en todos estos años. Nada más.

Sr. Rock: ¿Hay algo más sobre Ecuador? Muchas gracias.

(No se identifica): Una sola cosa el corte del informe está a septiembre y lo que dice Gabriela es en octubre igual va con lo que dice ella. Por eso no está incluido.

Sr. Rock: Les ruego que se reunieran por favor para acordar el texto preciso incluido en el informe.
Muchas gracias. (Aplausos).
Guatemala con Alejandro Sandoval, por favor.

Sr. Mario Alejandro Sandoval (*Prensa Libre, Guatemala, Guatemala*): Buenos días, con ustedes el reporte de Guatemala.
(Lee el reporte de Guatemala).

Sr. Rock: Muchas gracias, y se pone a consideración de la Asamblea el informe de Guatemala.
Pedimos a Carlos Salinas que presente el informe de México, por favor.

Sr. Carlos Salinas (*Diario de Coahuila, Saltillo, México*): Muy buenos días.
(Lee el reporte de México).

Sr. Rock: Gracias. Está a consideración de la Asamblea el reporte de México.

Yo tengo una observación. El 7 de octubre anunció su renuncia a un importante grupo radiofónico Leonardo Cursio, que después de 18 años de colaborar en este grupo era el dueño de la estación, uno de los medios más importantes de México. Le había exigido cesar a dos colaboradores que en los días previos se habían criticado al partido oficial, el PRI, y antes de despedir a esos colaboradores Leonardo Cursio, un periodista muy respetado, decidió renunciar. En el substrato de esta discusión han existido alegatos de que el gobierno federal presionó a esta estación y ha presionado a otros grupos editoriales periodísticos telefónicos con temas de publicidad.

Me gustaría tu comentario al respecto y pedir que formalmente que añadiéramos estos dos aspectos, la renuncia de Leonardo Cursio por presiones de grupo radiofónico que presumidamente a su vez por presiones de autoridades, y esos alegatos en materia de publicidad, en ausencia de una legislación que transparente los criterios para formar la publicidad, tanto federal como de los estados regionales, etcétera.

Sr. Salinas: Si, señor Presidente, analizaremos ambos y como lo hemos comentado en varios informes insistimos mucho en la discrecionalidad y la presión que ejerce el gobierno y los gobiernos estatales y municipales para controlar a los medios y buscar controlar a los medios vía a los presupuestos publicitarios. En eso seguiremos denunciando y, lógico, lo incluiremos en el reporte.

(No se identifica): Mis felicitaciones por el excelente informe. En dos o tres casos señaló Carlos que las personas que habían sido agredidas o asesinadas informaron a las autoridades de que estaban bajo amenaza.

Si se puede saber en términos generales cuales eran las autoridades, si eran nacionales o locales si hubo alguna reacción o algún intento de parte de ellos para ayudar a estas personas. ¿Se sabe?

Sr. Salinas: En el informe anterior, en octubre, en la Ciudad de México informamos de que los mismos periodistas han estado rechazando el apoyo por parte del gobierno. Muchos de ellos han estado rechazando. Es una comisión que se formó. Yo creo que Roberto Rock, el presidente, nos puede explicar mejor como funciona. Es un medio de protección a periodistas que existe en México y los que se acogen a esa protección cuando tienen ciertas denuncias el problema es la criminalidad o la parte de credibilidad o seriedad. Algunas veces denuncian y no les creen. Algunas veces denuncian y los califican de que están mal, que están involucrados, que tienen algún interés con algún grupo criminal o los tratan de criminalizar antes de investigar. Entonces, algunas veces no se da la protección debida o algunas veces el mismo reportero opta por irse del país como en casos anteriores que se han salido del país porque no confían.

Me gustaría que Roberto Rock nos explique.

Sr. Rock: Sí. En el 2006 el gobierno federal creó un mecanismo de protección para periodistas muy inspirado, casi una copia de un mecanismo que existe en Colombia, un mecanismo que tiene un fondeo muy importante en Colombia y que protege a múltiples comunidades.

En este caso se estableció solamente para periodistas y luego se extendió a periodistas y defensores de derechos humanos esos mecanismos que entraron en la pesadilla de quien debe extender las medidas cautelares si la policía federal o la estatal. Acabó contratando policías privados para extender ese tipo de medidas cautelares cuando existen evidencias que siempre (no se entiende la palabra) discrecional de este mecanismo donde la amenaza es importante.

También lo es qué tipo de medidas se ejerce ya sea una patrulla que visita la casa del periodista hasta una escolta que lo acompaña todo el tiempo. Por lo menos en dos casos de los periodistas asesinados este año estos periodistas estaban sujetos o recibían la protección de este mecanismo federal que pese a ello estos dos periodistas fueron asesinados. En este mecanismo aseguran que por lo menos en uno de estos casos había pedido salir de su seguridad porque no existían condiciones para garantizarle seguridad y que este periodista lo había rechazado.

De toda suerte es un mecanismo totalmente rebasado por la realidad, un mecanismo que tendría que ser revisado de fondo en cuanto a su protocolo, sus alcances, sus recursos, los fondos de los que dispone, y en algunos estados han replicado estos mecanismos con buenos resultados, especialmente en las entidades donde se producen más estos ataques. Es típicamente en Veracruz, por ejemplo, que acumula la mayor parte de los periodistas asesinados en el último año que tienen un mecanismo que no hay ninguna evidencia que haya servido de nada en particular.

Sra. Martha Citalin Ramos Sosa (*Organización Editorial Mexicana, México, D.F., México*): Quisiera platicar el detalle del caso de San Luis, Potosí, que agregó unos elementos, creo yo, todavía más preocupantes a lo que yo está sucediendo.

Tal vez Potosí después de que fuera secuestrado el periodista y apareciera muerto, un par de días después hubo una conferencia de prensa citada por un ex policía judicial, al parecer, donde presentó en una cafetería un video desde su celular donde estaba el reportero maniatado con los ojos vendados, en ropa interior y le preguntaban ¿dinos cuáles otros son los reporteros que están trabajando con el cartel? Y él menciona absolutamente a todos los reporteros de todos los medios de la plaza que trabajan cubriendo información policiaca.

No hay una amenaza real. El vídeo está producido por algunos medios nacionales, ninguno local, y entonces todos los protocolos de seguridad están rebajados porque los protocolos son a partir de una amenaza y no la existe. Se nombra a cada uno de los periodistas y sus medios.

Lo que hizo el gobierno estatal fue aplicar el protocolo y poner una patrulla por cada uno de los periodistas que aceptaran la protección. En el caso de *El Sol* de San Luis nosotros tuvimos tres patrullas fuera de la redacción por varios días hasta que la propia gente de la redacción se sintió más amenazada que si no hubiera protección policiaca porque hay la presunción de que la policía esta intervenida por el narco, que la policía local está con un cartel y que la policía federal está con otro.

Entonces, el nervio ahora es que ese enfrentamiento entre policías termina fuera del periódico.

Las familias están pidiendo al agente que renuncie que ya no trabaje en la redacción. Eso sale de un protocolo que se había considerado, sale de toda amenaza que se había visto, es un antecedente altamente preocupante.

Sr. Rock: Muchas gracias, Marta. Ojalá pudiéramos aportar un par de paros por Marta para puntualizar este caso en particular. (No se entiende lo que dice) ... condición privilegiada de poseer más de 60 periódicos en el país y se les permite una red información muy importante que seguramente que será el trabajo de la Vicepresidencia de México. ¿Alguna observación? Bien damos por recibido el reporte de México.

Muchas gracias, Carlos.

(Aplausos).

Damos paso a un receso de café y en el regreso iniciar este panel de lujo que tendremos con dos editores en jefe en una conversación que seguramente será muy inspiradora. Martin Baron, el Editor en Jefe del *Washington Post*, y Doug Wilks, es Editor en Jefe del *Deseret News*.

Muchas gracias.

Interview with Martin Baron **Entrevista con Martin Baron**

Mr. Matt Sanders: Mi colega de muchos años, Doug Wilks, quien va a manejar la entrevista, y después Roberto Rock va a introducir Martin Baron.

Doug Wilks es el editor en jefe del periódico *Deseret News* de Salt Lake City. Clon anterioridad y por cinco años se desempeñó como director de la edición de noticias de *Deseret News*, radio y televisión de KSL. Cuenta con más de treinta años en la industria de noticias, incluyendo muchos años en el grupo de *New York Times*.

Entonces, bienvenido a Doug Wilks.

(Aplausos).

Sr. Rock: Para mí es muy sincero porque tengo una admiración personal de hace muchos años por el *Washington Post*. Yo vivía en Washington en una época y aprendí a confirmar mi admiración por ese diario que ahora dirige como director en jefe Martin Baron, que tiene esta función desde diciembre de 2012. Con anterioridad nada menos tuvo el mismo encargo en *Boston Globe* por once años y tiene una mayor fama pública por una película, “Spotlight”, que seguramente le dio muchas satisfacciones y una que otra pesadilla en la calle donde la gente pidiendo su autógrafo o algo así, pero realmente es una fama muy merecida por el trabajo periodístico de los equipos que ha comandado y por su participación también en la liberación del corresponsal del *Post* en Iran, Jason Rezaian.

Martin Baron comenzó su labor periodística en *The Miami Herald* y luego *Los Angeles Times* y *New York Times*. Regresó al *Herald* como director ejecutivo.

A mí me encanta uno de los nuevos mottos, uno de los nuevos lemas, del *Washington Post* es que la democracia mueve en la oscuridad y el periodismo es una de las herramientas más poderosas para arrojar luz sobre esta constancia.

Bienvenidos ambos en este panel que hemos vemnido diciendo que es un panel de lujo dentro de la Asamblea.

Thank you very much.

(Applause.)

Mr. Doug Wilks (*Deseret News*, Salt Lake City, Utah): Thank you. It's a pleasure to be here with you, many of you who have traveled from so far away, I'm certainly grateful to be here speaking with Marty today.

Our format will be a conversation, I'll be asking him questions about where we are in terms of press freedoms, certainly some of the events during the past year since the election of Donald Trump in America, how that has influenced both you in America and the Americas. And we'll have our conversation in English, we'll leave plenty of time for questions. Marty speaks Spanish, I speak English and Swedish, so if you have a Swedish question, feel free to come forward, with that! (Laughter.)

I feel a little bit like we're out to dinner but we're sitting on the same side of the booth. But we will see how it goes and we'll certainly speak to our audience here.

Marty, to begin *The Washington Post*, which has done such tremendous work, particularly during the past year, came up with the slogan "Democracy dies in darkness." So two questions: How did you land on that, and how does it inform kind of the culture of *The Washington Post*?

Mr. Martin Baron (*The Washington Post*, Washington, DC): Well, it was a process that took over a year actually, some people think that we came up with it just for the Trump administration but that's not the case, we started well before that. During the campaign Jeff Bezos, our owner, said he wanted to have a model that captured our mission, that was a short statement that would be the essence of who we are and a particular mission that we serve by being in the nation's capital.

So we had a lot of ideas, there were a lot of bad ideas, there were some good ideas, most of them not good enough, we debated endlessly, had numerous meetings and then eventually we just decided that we were going to go with "Democracy dies in darkness". I have to admit that I had some concerns about having a model that had both "dies" and "darkness" in it. But we tried something with lights and it just didn't sound right, it sounded a little cultish and it sounded like we were patting ourselves on the back a bit.

Mr. Wilks: The *Deseret News* has a model "to be a social truth and light" so that's interesting.

Mr. Baron: Well it's good we didn't take it away from you there, it's sort of the same spirit anyway.

Mr. Wilks: We appreciate that! "Democracy dies in darkness" was that reflective of the mission of *The Washington Post* or was it trying to announce a new mission?

Mr. Baron: It was reflective of a mission that we've had for a very long time. I think that the reputation of *The Washington Post* was formed at the time of Watergate in the 1970s. That was an investigation that held our government accountable. We had a president who was in fact committing crimes and *The Washington Post* was in the lead position of that investigation and was working very hard to shed light in, as we say, dark corners.

So that investigation has really shaped the identity of *The Washington Post* and that is something that we wanted to incorporate in our mission statement. And I think it does it quite well. A lot of people cheered the model when we introduced it and we have it on everything that we produce. And then of course there were some people who were concerned that it was related to Trump, which it was not, and when they raised that question with me I always ask, "Well, what exactly about that phrase makes you think that it's about Donald Trump?" And they can't really answer that question. (Laughter.)

Mr. Wilks: Has the role of reporters changed in 2017 or is it simply the environment that's changed?

Mr. Baron: Well, I think it's changed. I think the mission stays the same, I think the values stay the same, I think the purpose of our work stays the same. But the way that we go about our work and the way that we present our work is changing because right now, I think we have to acknowledge, we live in a digital society. There isn't anybody in this room, I'm sure, who doesn't have a mobile phone, there's probably nobody in this room who doesn't use social media, almost nobody doesn't use social media.

Right now we are living in an environment which is digital, which is social and which is immediate. People expect to get their news instantly, they don't expect to wait for it, to see it in the following morning, they expect to receive an alert when something occurs.

So that has a profound effect on how we go about our work and the kind of work we do and the way that we present our work, because the way that people read on a phone, the way that they are reading in social media, is substantially different from how they read a newspaper in the morning, perhaps over a cup of coffee.

So we have to think about that, that the relationship between the reader and the journalism is different. And so I think that calls for a style of writing, for the most part not in all occasions, that is more conversational with our readers, less formal. We now have the opportunity to show things in a way that we never did before, not just tell them but show them. So we have video, we can present social media, we can do graphics that include animations, which is a tremendous way of explaining complicated subjects. We have all these tools that are available to us right now and we need to take advantage of all of those tools.

Mr. Wilks: So as you're looking at the reporting staff the basic effort to ferret out the true facts, truth itself, is the skill set different from a reporter today than during the Woodward and Bernstein, or is it the same skill set?

Mr. Baron: Well, I think the same reporting skills apply, we still have those reporting skills, but I think that reporters now are expected, and need, to do much more than they did in the past. They need to think about not just how to practice the journalism but they need to think about their audience in a way that they never did before, they just took the audience for granted, and now we can't take the audience for granted at all. And so we have to do things more quickly, we have to think about how we present this in social media, we have to write in a different style, we have to work more collaboratively with all the different departments that we have we have a video department, we have an audio department, we have interactive graphics, we have obviously photography, we have so many different departments, and we all have to think about how to present our work in a different media environment.

We're publishing on so many different platforms now, it's not just print obviously and it's not just the Web, certainly not just on a desktop, but it's on Apple News and it's on Snapchat, we now are talking about how do we present news on voice-activated devices, like Amazon Echo and Apple's similar product. We're trying to think of all of these things and so the reporter has to be a participant in that and cannot be a bystander, cannot be somebody who just says somebody else should do that work. And they often do understand to some degree how we use methods and focus on that as well.

Mr. Wilks: What would you say about your job then as executive editor and looking at these things, and what would you say to these media readers in terms of their job, what do you concentrate on as editor, is it different than when you had thoughts in Miami, for example?

Mr. Baron: It changed. It started when I was in Miami because obviously we had a Web site at the time, it all seemed simpler, easier. That was well before high-speed broadband connections proliferated and if you recall when you had to download a photo it was a very slow process and you could just watch the photo coming on to the screen. And now of course that's not the case, now you have a mobile environment which we didn't have at the time. So that represented a very significant change, high-speed broadband connections represented a significant change and it caused everything, all these trends that were beginning. When I was in Miami in 2000 and 2001 they accelerated, and accelerated at an incredible pace.

And so I think that part of the role of an editor is to sort of be aware of the entire landscape, make sure that you're hiring people who are skilled in the areas that we need, make sure that you're re-training the people who are on your staff in the skills that we need. Because you don't want to lose them, because so many of them are experts in their field, they're great writers, they're great reporters, you never want to lose talent like that. But what you want to do is make sure that that talent comes along with you as the field is changing.

You know, from the standpoint of an editor it's a much more complicated job these days than it was before. I remember when I was at the *Boston Globe* and we had an entirely separate digital operation, it did not fall under me, and then the *Boston Globe*, which was then owned by *The New York Times* company, that company told us that we needed to integrate all those operations. And so the Web site would be under me, everything would be under me. I thought well that's great, I don't know anything about it, I don't know exactly what I'm supposed to do, I don't know how successes can be measured, there's so much that I just don't know. And of course we offered no training whatsoever. So I actually worked with the Knight Foundation to encourage them to create a program for editors and their digital chiefs so that we could start to understand what was needed. And that was very helpful in terms of developing a digital strategy for the *Boston Globe* at that time, and it gave me a sense of the full panorama of responsibilities that I had at that stage of my career.

Mr. Wilks: I'm going to get back a little bit about the press freedom, particularly with this group that we just heard for a few hours, reports from each of the countries which were tremendous by the way, so thank you for that, about the pressures on journalism and the gathering of news.

America has the benefit of the First Amendment, the Constitutional protection; with that protection do you see an actual erosion of press freedom or are there simply obstacles, how would you kind of measure the landscape today in the United States?

Mr. Baron: Well, I wouldn't say that we have an erosion of press freedoms because we continue to practice with an extraordinary degree of freedom in the United States, in contrast to what so many of you are experiencing in your own countries. So I guess we can't complain nearly as much as everyone here and our worries are not nearly as great as yours. But there are substantial worries because historically in the United States we've had unrestrained freedom essentially, I mean certain restraints but for the most part we've been able to do what we want. And now we have a president who has more than any other president, even more than Richard Nixon who was attacking the press quite aggressively during his administration, we have a president who has sought to undermine the press, discredit us, delegitimize us, even to dehumanize us. During the campaign he called us garbage, scum, at one point he said we were the lowest form of humanity, and then that wasn't enough so he said we were the lowest form of life. He became president, he described us as the enemy of the people, he made extraordinary statements, essentially suggesting that we were unpatriotic, that we were seeking to divert the country. And he started everything he could to try to destroy the credibility of the independent press in this country.

While that is not a direct control over what we can say or do but it's an effort to minimize the impact that we can have with the work we do by causing people to doubt our truthfulness and to doubt our motives, even to doubt our patriotism. Yes, obviously he's had some success in that regard, and that's concerning I think for any of us because we have certain pillars of democracy in this country. We have the Executive Branch, which is the President, we have the Legislative Branch, which is the Congress, the two houses of Congress, we have the Courts, and then we have what's called the Fourth Estate, the press. And that's it, that's our system.

Well, he is essentially in control, certainly the Presidency is control of and largely part of the Congress, at least it's under one party. He has sought to undermine the court system in certain ways and to call into question the legitimacy of certain court rulings, and then he is of course all the time, every day, every month, going after the press, which is his favorite target. It seems if he wants to make it that he should be the only source of information and the only source of truth. That is not what our system is about. One of the reasons we have had a strong democracy in this country is that we have a strong press in this country. As everyone here knows there is no democracy without a free press, and the fact that it is free it should be independent and needs to be strong and it needs to hold powerful institutions and powerful individuals accountable, particularly politicians and our policy makers.

Mr. Wilks: I know on occasions the President will call you to complain: Have you had opportunity to challenge him on those points you've just made?

Mr. Baron: He has called a couple of times, he doesn't call often, he called a couple of times most, as you say to complain about stories. I just basically listen and thank him for calling and sharing his perspective. So I don't really engage in that kind of conversation, and I don't think the conversations actually lend themselves to a dialogue. (Laughter.) They tend to be a little one-sided, one person that's speaking. So no, I haven't had a chance to talk to him about it and I don't know how constructive it would be but I'd be happy to have that conversation with him if he wants to have it.

Mr. Wilks: Here's the interesting thing and we alluded to this earlier this morning when I was speaking with you: Journalists have a tendency to give a voice to the voiceless, which is by very nature representing the people, the press is the people coming forth, trying to ask questions. Now Trump has taken it the same way, "The people elected me, I'm the guy, you're the enemy." And so you have this odd division. Is there something to be done to take the conversation beyond identifying the problem but finding a solution?

Mr. Baron: There may be something, I just don't know what it is, and maybe that is the problem. We're a highly polarized society right now, polarized in our politics, polarized also in our consumption of news and information, and it seems to be getting worse not better, people are drawn to sources of information that affirm their pre-existing point of view, and it's not just that they're looking for places that affirm their opinions,

they're looking for sources of information that will provide them with so-called facts and so-called information that turns out that many of these are actually falsehoods and crackpot conspiracy theories. That's true on the left too, by the way, it's not just true on the right. So that is a really concerning development, because in order to have a healthy democracy you need to have debate, you need to have disagreement and the analysis of our problems, a prescription for solving those problems. But you need to agree on a baseline set of facts. And today we're in a situation where we can't even agree on what happened yesterday. It's extraordinary.

I think that the President is fed into this from day one actually. The day after the inauguration his Press Secretary took issue with the press for saying that the inauguration crowds, the inaugural crowds, were smaller than those for Obama's first inauguration, and it was obvious from images of the inauguration that that factor was the case, that it wasn't as big. And that wasn't a criticism of it, it was just a fact. And the Press Secretary came out and said that this was the largest inauguration ever, period. That wasn't a good start, I think, in terms of truth-telling and it has probably gone downhill since then.

Mr. Wilks: Journalists are not all the same, so the media is fractured as society is fractured, but do you think journalists can respect Donald Trump on some level, or as we speak to diversity in the newsroom if you ask journalists to stand up and say who supports Donald Trump, who supports Hillary Clinton? Journalists won't even want to stand up. So how do you get that diversity of conservative-liberal into a newsroom when you have someone divisive in the White House?

Mr. Baron: Right. Well, I don't think they should stand up and I don't think that it should be asked of them. I don't think that we should have a litmus test for the people we hire and ask them what their politics are. I've never done that in the entire time that I've been a top editor, and that's 17 years, and I never did it as an editor in any other level either.

We have a lot of people who have different perspectives on our staff. We have somebody on our staff who grew up in a household of 12 kids, she was home schooled, she went to an Evangelical university and she now covers health care for us. Her roommate from college also works for us and she covers religion. We've hired vets into our newsroom. There's an assumption that people come from all the same background, sort of elite Eastern or coastal centers. And that's not true at all. Our deputy national editor grew up on a farm in western Pennsylvania, her brother still runs the farm. The person in charge of our coverage of the White House is the son of a Lutheran minister. We have all types of people in our newsroom, as we should. But I would never ask them to declare what their politics are and I never will, I don't think that it's a relevant aspect.

Does that mean that we can't cover the President fairly or truthfully? No, I don't think so. Look, there are all sorts of other professions, doctors have to treat anybody who comes in, and treat them well, they're professionals; lawyers have to represent anyone, and represent them well regardless of what they think of them.

I think that we can cover the President regardless of his attacks on us, and cover him fairly. I don't think that we have to determine what the politics are. Maybe that would change with every administration, we'd have to have an entirely different staff.

It's an interesting question, it's occasionally asked of me at *The Washington Post*, but it's never asked of *Fox News* and all these media outlets that are on the right, nobody asks them about the diversity of the politics of the people on their staff, they only ask it of us. My view is that if somebody is going to ask that question they should ask it of everybody. But I don't think anybody should have a political litmus test.

Mr. Wilks: I happen to agree with you on that, for those of you sending these Tweets across the world. Are we doing a good enough job getting that message out? The way you've just said is fascinating, although I bet most of the country doesn't know that about *The Washington Post*.

Mr. Baron: No, we're not actually doing a good enough job of getting that out. But I think we will. You hear from Jeff Jarvis yesterday, there's another project called Chops Project that Google is also supporting and has some support from elsewhere, and one of the things that they want is to have more extensive biographical information about each writer. I'm delighted to have that, because we have writers with a tremendous amount of expertise and experience, they come from all over the country, and including people who come from overseas, we have some people from Latin America, we have people from Spain – our graphics department is heavily oriented to our people from Spain. I'm happy to talk about that and have people know us better, I think it's important that people know who we are. One of the reasons that I go around speaking so much is because I just think people need to know who we are and how we think, and we need to be more transparent about that and about how we do our work.

Mr. Wilks: Jeff's comments yesterday were very interesting, he spoke about the different communities and that one of the aspects of journalism is to bridge those communities. It seems to me here in the USA you probably agree that letting them know who we are so that journalists can represent and be that voice probably is a direction that can help combat some of these issues that we're facing today.

Mr. Baron: Yes, I don't know how successful we're going to be at bridging the divides in our country at the moment, these are big divides and they've been getting bigger, but we have a whole staff of people on our national reporting staff, people whose responsibility is to just travel around the country, spend a lot of time everywhere in the country talking to people, taking the measure of what their concerns are, reflecting that in stories that we do, and trying to reach the do-called forgotten America. Certainly we can write more about it, we can focus on it more. I think that we definitely need to do that.

One thing that we're also likely to assume is if you read an opinion piece, we're going to use probably machine learning to know what that piece is about and then offer people an alternative point of view, and ask them "Would you like to read an alternative point of view?" And if they say yes then another column will show up.

Mr. Wilks: That would all be done automatically?

Mr. Baron: Yes. It means I don't have to use any staff to do it. I believe that if a machine can do something we should let the machine do it and let the humans do something of higher and different value.

Mr. Wilks: Two words we want to talk about for a little bit of time here are fake words. First, how would you define it, and I know we feel like the present press co-opted that, but where do you see fake news now and even to have the conversation people have different orientations to what fake news is, what is it for you and what rules apply in how we're doing our jobs?

Mr. Baron: I mean if your President's idea of fake news is anything that does not conform to his account of events would be called fake news. Quite distinctly I remember when he said that if you see any negative polls about me that's fake news. By being negative they have to be fake news. It's true, anything that doesn't conform to his account of events is what he views as fake news.

I'll say what fake news is not: It's not a mistake. We all make mistakes, we're human, in this business we should acknowledge our mistakes and then correct those mistakes. But what I think are fake news is basically the deliberate spread of false and misleading information and conspiracy theories that are solely for the purpose of pursuing an ideology or undermining people's understanding of the truth.

Mr. Wilks: How did we allow fake news to be redefined, were journalists asleep at the switch, does the President just have the loudest bully pulpit? Because it did change and I have similar examples where we're trying to talk in the newsroom and the people who are questioning us about fake news say no, your intentional attacks by people trying to make money or change something. How did we get to this place that fake news has this definition?

Mr. Baron: Well, when somebody like Donald Trump runs for President and says it time and time and time again and then he wins the nomination and then when he repeats it constantly from a position of most powerful man in the world it has an effect. It's undeniable that it has an effect. And he has certain supporters who stay with him and believe in him very strongly for reasons that I understand and they're willing to accept whatever he says, that if he says fake news there must be fake news.

There's a low level of trust, of course, in the media, there was before he became President. Trust in the media had been declining for many years, and so that created an environment that he could exploit, and he has exploited it with some considerable success. There's about 70% of Republicans in this country now that now believe that the mainstream press makes up stories. It's extraordinary. We're having to deal with that.

Now a declining level of trust mirrors what is a decline of trust in pretty much all institutions in the United States. There's been a decline in trust in Congress – Congress is actually trusted less than the media in this country. There has been a huge decline in trust in the Presidency over the last year, to the point where trust in the Presidency is just about at the level of trust in the media, and so in that strange way he's bringing us closer together. (Laughter.) And then you see a decline in trust in organized religion, a decline in trust in the medical

system. The only institutions that have maintained their levels of trust are number one the military, which has been high and remains very high, and number two law enforcement, which is beginning to decline somewhat. But there has been a decline of trust in all institutions and I think there's now a decline of trust – and we just had a poll today that we published – in our democracy here in the United States. And that I think is very concerning.

Mr. Wilks: So trust become the key issue. Can trust be a part of the business model, how do you rebuild trust or what are you doing at *The Washington Post* for example to build trust and get back into this space?

Mr. Baron: Try to tell the truth day in and day out, work really hard as reporters, try to show more of our work so that people can see it, see what our reporting is based upon, talk about how many people we have talked to, as I said earlier try to reveal more, we plan to reveal more about who our reporters are, what their background is, what their experience is. But ultimately it has to be just good, strong reporting that ends up being validated over the long run.

At the time of the Nixon administration the press was under severe attack from the administration. The First Vice President, Spiro Agnew, was constantly attacking the press until he got to resign in scandal, but the attacks continued from the administration. And during the Watergate investigation the levels of trust in the American press were very low. That investigation led by *The Washington Post* was viewed as a partisan effort. But it turned out that the reporting was actually validated, it was true, and ultimately because of an impeachment process the President had to resign. And then levels of trust in the press rose to the highest level we've seen since, we've never been that high since – it's about 55%, which is about as high as we'll ever get because a lot of people will always be upset with us over something. So we will never get to the levels of the military but if we're above 50% that's a pretty good number.

What I focus on is how solid is our reporting and will that reporting be validated over the long run? I focus on the long run and I believe that our reporting will in fact be validated over the long run.

Mr. Wilks: When you say show that's something I think can translate to other media properties. Is there a transparency standard that journalists should have in terms of what and how we're doing?

Mr. Baron: Well, I think that we need greater levels of transparency. I don't know what the standard should be and maybe we'll figure that out over some period of time, as to how much of the work we want to disclose. But I think we need to disclose more of it, we need to show original documents, we need perhaps to show more of the audio, maybe the full audio, of the interviews we conducted, the full transcript of the interviews we conducted, maybe just more things like that which actually show the effort that we took in reporting on a story.

I don't know exactly what the standard should be but I think we need to do more than what we're doing today.

At the Online News Association held in Washington a few weeks ago at the end of the session there was a futurist who came and presented kind of a report and talked about possible scenarios, and one of the scenarios was looking to institutional collapses across the world if journalism didn't embrace technology in a way that builds trust. One of the things I want to ask you about is there now the ability to take a photo and extrapolate a fake video out of that, a fake audio? And the example they used is they showed an image, a video, of President Obama making a speech, and the whole thing was fabricated. So given this technology that absolutely can convince the eye and the ear that something is true how does journalism respond to try and make sure that yes we are credible and yes you can trust what these journalists, these time-honored institutions are doing?

That's a real issue, the manipulation of photographs, the manipulation of videos, the construction of entirely fake videos, the construction of entirely fake stories, all of that, I think that's the greatest challenge that we have in this business today, that the public because of a lot of this has no idea what's really true so they tend to say "I'll go with what I believe and it doesn't matter what you're publishing."

I don't know that I have an answer to that, to tell you the truth. I mean, I just feel that we need to do what we've always done, and that is do a good job of reporting, make sure that we're fair, honest, honorable and accurate, and I believe that reporting will be borne out over the long run and that some of these other outfits will openly suffer the consequences of their determination to propagate falsehoods.

The President keeps calling it fake news and he says that when we have anonymous sources, and he has focused heavily on anonymous sources, that when they say anonymous sources they don't have any sources, which is really remarkable because early on during his administration we wrote about how his National Security

Advisor at the time, General Michael Flynn, had conversations with the Russians about lifting sanctions, even though he had said previously that he had no conversations along those lines. And so openly as a result of that disclosure by us the President dismissed General Flynn, he was only in his office in that position for 20 days, I think it was, and he dismissed him and he said that he had not told the truth to the Vice President, because the Vice President went out and said that General Flynn had had no conversations with the Russians, including about lifting sanctions, and it turned out that he had. So Trump said that he was dismissing him because he hadn't told the truth to the Vice President. Then several weeks later he gave a talk, a speech, in which he said – and we said in our story that we had nine sources for that information – and then he went out and he gave a speech and he said “These people say they have nine sources, they have no sources.” It was bizarre and head-spinning because he had just dismissed the National Security Advisor on the very basis of the facts that we had reported, and yet he still argued that it was somehow fake.

Right now the Attorney General has announced that they are conducting more leak investigations than even the Obama administration was conducting, and the Obama administration had launched more leak investigations than any prior administration. It's interesting because in order to have a successful leak investigation there has to be a source, an actual person, who leaked and the story has to be true. So if we didn't have any sources and what we published wasn't true why are they launching leak investigations? It makes no sense whatsoever.

Mr. Wilks: This is some of the problems we're having now, right?, trying to assess and calibrate how to even engage the conversation, whether it's with the President or the President's staff, because as you say there's not a baseline of facts to start from.

Mr. Baron: Well, there's a baseline but people aren't embracing that baseline.

Mr. Wilks: We're going to open it up for questions in just a minute, but I just want to take a minute to talk about the business model of *The Washington Post*, which has solved a few things, introduced a few things. What can you tell us about your business model, what have you learned and do you have guiding principles that are relatable to the rest of us here?

Mr. Baron: It's hard to say because we've done a lot of different things. We changed our strategy completely, before Jeff Bezos acquired us we had been a news organization that focused primarily on our region, Washington, DC, State of Maryland, the State of Virginia, recognizing that the nation's capital was situated there, so of course we had that cover of politics and policy. But we did not position ourselves as a truly national news organization, we changed it and Jeff said “Look, you didn't think that regional strategy would work,” that we should have a national strategy, because we were in the nation's capital, that was a good spot to do it from, we were called *The Washington Post*, which is a name and a brand that extend nationally. And number three we had a history, an identity going back to Watergate that was our same identity today and the identity that we wanted for ourselves, an institution that holds our government, our politicians, our policymakers accountable. And so we changed our strategy.

To me the lesson for that is that I do think that every news organization really has to go through a thorough evaluation of what its strategy is and not assume that the one that it has is the correct one.

The other thing that we did is we then said alright, we're in the digital age and there are all sorts of things happening to us that are problematic. So for example one of the first questions that Jeff asked me was “OK, you spend three months doing a major investigation, you've invested a lot of time, you've invested a lot of resources and you publish that investigation and 15 minutes later somebody else summarizes your investigation and they get all the Web traffic from it, how do you think about that?” That was like the first quiz. I passed that quiz because I said that we needed to aggregate ourselves, we needed to have other reporters who are writing about aspects of that investigation and aggregate them, so we do with our bloggers who are writing about it, and we need to aggregate other people, and in the current environment we needed to. And so we set up some units in our newsroom that heavily relied on aggregation, not entirely, they did their own reporting, they did their own writing, they wrote in a particular style, but they didn't feel they had to personally report every last detail as long as they were relying on credible sources of information. So we had to change our thinking on that.

We expanded our social media team, what we call Audience Engagement Team, because we need to make sure that the work that we're doing is actually successfully disseminated throughout the social networks, because the traffic comes from the social networks.

So we built that up. We went step by step. There are a lot of things that we've done but I think are translatable to news organizations everywhere. Our model is not going to be the model for every news organization, each one is going to have to come up with its own.

But the other thing that we've now done is that we've put a huge emphasis on subscriptions. We just announced that we passed a million digital-only subscriptions earlier this year. That's on top of the people who receive a print subscription and get digital access with that print subscription. And we expect to continue on that path. Subscriptions have been hugely important in changing our financial fortunes, we're having an exceptionally good year as a result of that growth. And the growth is tremendous, our subscriptions are now double what they were at the beginning of the year and are triple what they were a year ago. That's exceptional growth.

Now, somebody might say well, that's all because of Trump. Certainly Trump had an impact on that. But there's still a fundamental change in the attitude of the American public. They are wary of outfits that are spreading falsehoods and conspiracy theories, they're nervous about that, they see the value of traditional news organizations and understand better the work that we do and our role in a democracy. And now they've concluded that they need to support us, and they've come to realize that if they don't support quality journalism they won't have quality journalism.

So this moment in history, at least in the United States, is one in which the public has begun to shift in its thinking about the press and our role in society and their need to support it.

Mr. Wilks: One last thing on business models: Can you speak a little bit about partnerships? Some organizations, and maybe perhaps here and in Mexico or South America, how are you able to manage partnerships in terms of maintaining control over a project or journalistic integrity, the trying to leverage resources and reach?

Mr. Baron: What kind of partnerships are you thinking of?

Mr. Wilks: I'm thinking of either media partnerships or partnerships such as there might be a sponsorship to a project – journalism organizations will say we'll grant you \$12,000 for an investigative reporter to do a specific project. It's easy to kind of maintain the journalistic integrity of that project when it's a journalism organization. If you're going out to try and do other kinds of partnerships to get reach into a certain area, perhaps to build these bridges

Mr. Baron: Certain non-profits and things like that?

Mr. Wilks: Yes.

Mr. Baron: It's not a problem that we have because we don't do that. But I think you have to be very careful about who you are partnering with because many of these organizations have a specific agenda that they want to promote and if your story doesn't end up promoting that agenda they're not going to fund you. I think that you have to be really careful about what kinds of partnerships you enter into.

Mr. Wilks: What about media partnerships then, I mean breaking down a little bit of the wall of competition between media groups in the interest of trying to do something to protect freedom or to protect democracy?

Mr. Baron: Well, we do that with non-profit media groups. There's one in New York called ProPublica, we've done that, there's another one called Marshall Project, which focuses on criminal justice, we've partnered with them, we've partnered with the International Center for Investigative Journalism in Washington, we've partnered with other centers of investigative journalism elsewhere. We're totally willing to do that, I think it can be constructive, it's often complicated but it can be very effective at times.

Mr. Wilks: Why don't we open it up for questions? You see the two microphones here, if you can come to the microphone. Marty speaks Spanish and you can ask your question in Spanish.

Mr. Baron: Pero no voy a contestar las preguntas en español desafortunadamente, porque voy a cometer demasiados errores.

Sr. Armando Castilla (*Vanguardia*, Saltillo, Mexico): How important is it for *The Washington Post* to investigate on the Mexican and Latin America corruption acts (words unclear) in the United States and around the world? Do you develop a special target on the politicians and the organizations from Mexico and Latin America, is there any agenda here, sir?

Mr. Baron: Well, we have a correspondent in Mexico, I think a very courageous correspondent, Josh Partlow, who has been writing a lot this year as he has in the past about drug trafficking and going into some pretty dangerous parts of Mexico to do that. And we have a correspondent, he's now working out of Miami, he covers the countries of the Caribbean. We have a person on contract in Brazil. We will be adding in the coming year another correspondent for Latin America, which we sorely need, and then we also have a number of people in Washington who have been foreign correspondents in Latin America and they are working particularly on things involving the border, immigration, things of that sort.

So somebody like Nick Miroff who was living in Cuba but he wasn't allowed to cover, he had to live there because his wife was doing her doctoral thesis there, but he was covering Venezuela, Colombia, Ecuador, all those countries and some others, and so he too can get involved in those kinds of stories.

So, yes, it's really important for us.

Sr. Miguel Molina (*La República*, Quito, Ecuador): I have a couple of questions regarding the difference you explained exists between writing for a print newspaper and writing for the Web, writing for all the new platforms like Snapchat and Apple News. I wanted to know what is your opinion, do you think that the print newspaper is going to disappear and also do you think that the way we used to write news for a print newspaper is also going to disappear? Do you think that maybe a lot of people in the current world used to read news prefer to read small news? I am wondering if the big news, the big stories, the big chronicles, are going also, we have to modify, to change the way we write them in order to adapt these big articles to the people which like to read like in Twitter, very short stories?

That's the question. Thank you.

Mr. Baron: There are a lot of questions in there actually, let me see if I can address them. As to whether print is going to go away I think so, I don't know when, these things can take a long time because we do have a lot of people who prefer to read in print and they're very loyal and they want us to keep the print edition, and we're very happy to have them and want to keep them satisfied. But I think we have to recognize that we live in a digital society everybody's on a mobile phone, they walk down the streets looking at a mobile phone, if they have a spare moment while they're waiting for a bus or they're waiting in a grocery line they're looking at their mobile phone.

That is where they are and that's where this society is headed. So I think not to prepare ourselves for that moment when print disappears would be a great mistake on our part. I don't believe that print is going to make a recovery because that's not how people are living their lives, and I think we should face up to that reality. I always tell people that we're in the reality business so maybe we should recognize reality in our own business.

In terms of the writing style I think it's important to think back to when radio came into existence. You don't do radio stories the same way that you do a print story, it has its own idiom, it has its own way of expression.

And then television came along and that was the visual medium. The way you tell stories on television is not by reading newspaper stories, it has its own way of communication, it's not how you do on radio and it's definitely not how you do it in print, it is distinct to television.

So along came the Internet and we said great, and what did we do? We published our print stories on the Web and that wasn't the best way to present it. We said We're digital now because it's on a digital platform, but being digital does not mean just being on a digital platform. And it didn't work, so then we said well let's publish them faster. And that didn't really work, I mean it's better, we need to do it, but it's not the only thing we need to do. And then we said publish them shorter, and that's not entirely the answer either by the way.

So there's just a different way in many instances, not all instances, of communicating and in many instances the most successful things are when people are kind of having a conversation with the reader, as if they were sitting there talking to you in person, if you were sitting at a table and having a conversation and they were explaining a complicated subject to you. It didn't take the structure that we have in a newspaper, the way that we have the first few paragraphs and the way that we summarize what the story's all about and all the structure that we have.

That structure that we all learned was created for newspapers, it wasn't created for the Web. And so I do think we need to rethink that.

Will it only be short stories like Twitter size stories? Well, no, I don't think so. What we're actually seeing is that there is a huge demand for stories that are longer, that are investigative, that are more explanatory, that are more narrative, many of the traditional stories that we love, that traditional journalists love to do and think are important and central to our mission. But I do think that need to think about presentation of those stories, because those stories need to be read, they need to be read on a mobile phone, and you need to think about OK, well, what does that mean and how do we present the story, how do we show graphics, are there animations that you can present, is there a video that can provide more information at that point, provided in context where it's mentioned in a story?

We are using for example annotations on stories now, particularly on speeches that are given or press conferences that are given. So you click on the annotation and then there's commentary on the side, and the readers can provide their own commentary on that particular portion of the speech.

I think that we need to rethink how we present our stories in the digital environment, and it doesn't mean that we don't do long stories, it doesn't mean we don't do investigative stories. In fact, I said that we were paying a lot of attention to subscriptions and the stories that generate the subscription where people begin to convert to becoming a subscriber, that make them loyal to us and willing to pay, are the investigative work and the thoughtful opinion pieces that we do of all people from all different ideologies, the narrative stories that we do, the explanatory stories that we do, all of the more deeply reported and more elegantly written stories.

(No se oye su identificación): Miami, es una ciudad tan cerca de los Estados Unidos (Risitas). Es una broma. Martín, ¿ve similitudes entre las técnicas de desacreditación de Donald Trump y las utilizadas por gobiernos populistas de la región, como los de Argentina, Venezuela, Bolivia, Ecuador, en todo caso es de esperar entender que haya en el futuro algún intento de Trump de avanzar en algún tipo de limitación más directa contra la prensa con las diferencias que obviamente tiene el sistema republicano de Estados Unidos?

Mr. Baron: I don't know exactly what his intention is in the long run. I think that at the moment he doesn't have to impose strict controls on the media, certainly he wouldn't even be allowed to in this country, but he almost doesn't have to because he has worked so successfully to try to undermine our credibility, and that's all he needs to do, he doesn't need to have the kinds of controls that you have in Venezuela or in other countries. I'm not sure that that's where he's going, I think that what he is going to try to do is day in and day out try to undermine our credibility so that people simply don't trust us as a source of information.

(Unidentified): Thank you, Mr. Baron, for your words. I come from a business school in Spain which is part of Catalonia. My question is if I understood you well you put the future of journalism into the hands of good reporting, and to me isn't that a good-hearted approach to what's happening to the press and were you opposing just flowers to weapons in the constant state of the press?

Mr. Baron: Well, maybe so, I don't know. But what is your alternative?

(The unidentified questioner): I don't know (Laughter). You're the executive director of a very good paper, people are looking at you. The important thing about The Washington Post is people are looking at you.

Mr. Baron: Right, I noticed. So no pressure (Laughter). I actually think it is the way to go, I don't think it represents flowers because words can be very powerful, facts can be very powerful, and what we're seeing already in the latest polls about trust in the press the approval ratings, trust ratings, for the press have actually begun to go up again, which is interesting. And you see this growth in subscriptions, it's happening with *The New York Times*, it's happening with us, it's happening with certain magazines here in the United States. And so I think that you see that the reporting is actually being borne out, because it is being validated over the longer run, I think that is at least a good part of the answer, it's to continue to do that.

I do think that we have to call out falses as much as we can find them, that we have to expose them, we have to discredit them, whether those stories have any real effect, that the people believe that information, that's not at all certain but we still have an obligation to expose them.

I don't know of any other answer frankly. I think that we just need to keep doing our job and doing it well. I think that truth is not flowers against weapons, I think it's actually more powerful than that when I think we see in so many parts of the world ideas can be incredibly powerful. If you look at what's happening in Catalonia

right now the ideas are shaping events for better or for worse depending on somebody's perspective, and you see that in many other countries too. At least here in the United States I think that's an answer for us.

Sr. Hassan Nassar (Radio Cadena Nacional, Bogotá, Colombia): Mr. Baron, yesterday one of the main speakers, Professor Jarvis, was saying that he was even going to propose maybe for American journalists to get some experience and background from Latin American journalists, because they are more used to deal with politicians, that they know for sure that 90% of what they are saying is just lies. In that sense I'm going to the sense of education: Do you think that journalists nowadays in different universities around the world are getting prepared the right way to cover stories, to do the right work? Because I'm under the impression that the Trump issue in the United States has changed the way you in America perceive journalism and you are trying to see how we're covering stories in other parts of the world. I want to know your impression about that.

Mr. Baron: I don't know how well people are being trained. I mean the people that we hire – and we hire quite a few young journalists every year – have a strong sense of mission, they know how to do their jobs, they dig beneath the surface, they're skeptical but not cynical. So I would say that the ones that we are seeing are highly prepared to do the kind of work that needs to be done. Some people have expertise in data journalism, some people have expertise in investigative journalism, many of them have a very sophisticated understanding of social networks and understand what's happening there so that we can actually observe what's happening in social networks and understand what kind of impact that can have on the information eco-system. There are some that are better than others, the people who are being trained for journalism some are better than others.

The generation that's coming up in journalism right now in the United States is very similar to my generation when I came up, which was during Watergate. I think people are very influenced by what they're seeing, the kind of work that's being done, the investigative work that's being done. I think, I hope, I've been told that the movie had some impact on people, inspiring people to get into this field, having a better understanding of why this kind of work is necessary and what it takes to do the work correctly. So I'm encouraged by the people I see getting into the field.

Mr. Wilks: What movie was that?

Mr. Baron: I don't know, *Spotlight*?

Sr. Ricardo Trotti (Director Ejecutivo de la SIP, Miami, Florida): Marty, como en Miami hay relaciones interperpetuas que no había antes, especialmente el tema de Facebook, Google, hay algunos considerados frenemies. El *Washington Post* ha estado experimentando y otros medios en Estados Unidos con diferentes modelos con el tema de Facebook, pero no tan sólo en contenidos sino también con cuestiones de publicidad, y eso tal vez es el problema más grande que hay entre los medios tradicionales y los grandes nuevos jugadores.

Si nos podría contar como ha sido la evolución del *Washington Post* en el corto tiempo en la relación con Facebook, ¿qué es lo que aspiran? y siendo que Facebook cambia y tiene el poder de cambiar y experimentar continuamente los medios están un poco retrasados.

Mr. Baron: Right. There's no question that Facebook, Google, Apple are hugely important in our field. You're right, they are as we call them frenemies, both friends and enemies. People ask me what do we do about that? Number one there's nothing I can do about it because they exist and we have to deal with that reality. And so what we try to do is establish healthy, constructive partnerships with Google, Facebook and Apple and I think that we have done. I do think that they are sensitive to what is happening and are beginning to be sensitive to what has happened in this country and how maybe they have helped facilitate local fake news, how they facilitated conspiracy theories, and they've begun – and I emphasize begun – to face up to their responsibilities in that regard, that it can no longer just be a matter of them collecting revenues and not bearing responsibility.

We've had conversations with them about that, but the entire industry has had conversations with them about that, and I think they've begun to take some steps to deal with it, but clearly there's a long way to go.

The other is how can they support our model? If they want to promote trustworthy information then they're going to have to help trustworthy institutions. I think they've begun to do that, so I think Google for example has announced that it's no longer going to have a policy of first click free, meaning that anything that appears in search happens to be free, that if somebody clicks on it it must be free. And in an environment like that it would be very difficult to have a paywall. And so they've now said they're abandoning that and we can have a

paywall, we can set however many stories we want and that we wouldn't be penalized for that. So we're going to be experimenting with that and trying to set at the level that is what we think is appropriate, and we're encouraged by what we're hearing from Google.

Facebook is now introducing a pay model, or has announced that it is. It appears that they want to maintain 10 free articles from each media outlet alone over the course of a month. That is not very conducive to subscriptions because the number of people who actually read 10 stories per month from any one media outlet on Facebook is very low and the percentage of people who if they were to hit at the payroll would then convert is also very low. So we're talking about miniscule numbers in terms of converting people to subscribers.

And now Facebook is in a dispute with Apple because if they have this pay model then Apple wants to collect a portion of the revenues as well, because it's in the App Store they want their 30%.

We don't know what's going to happen with the Facebook plan but I think it's encouraging that they're beginning to at least talk about it and listen to us. We have had extensive conversations with them about this at the highest levels and I think they're beginning to come around.

Mr. Wilks: Let's do a question here then we'll close with one final question. Go ahead, sir.

Sr. Osmin Martínez (Diario Las Américas, Miami, Florida): Let me ask you, after four years that Jeff Bezos bought *The Washington Post* from your perspective what would be the influence or the legacy in our industry?

Mr. Baron: I think it would be an important legacy if all he did would be to turn around *The Washington Post*, I think that would be important, so for most people that would be considered quite an accomplishment and I think he has already achieved that. But I suspect it will go beyond that, I think that people will try to draw lessons from us.

One thing that we haven't talked about much because I know that you had a presentation from Matt Monahan from *The Washington Post* yesterday and setting aside is that we are putting a huge emphasis on technology. Technology is incredibly important to us, we can't just be in a position where we tell our reporters and all our editors just work harder and work longer and we're holding a whip and asking them to just do more work. We need tools, and the tools have to come from our technology team and from our engineers. We have a tool that improves the recommendation mentioned, it seeks to determine based on your reading pattern what you would like to read, might want to read next, so it offers up stories. That's algorithm, no human is involved in that, we've tried that with humans, they didn't do such a good job, the machine does a much better job, but we need to have a good machine and a good algorithm to do that.

That's one example. The ability to offer different presentations or headlines, summaries and photos, not just do some testing but do as much testing as you want to is very helpful.

The workload pools in our newsroom: as I said we're publishing on multiple platforms, before everybody was sending e-mails back and forth, "I've got this can you consider this for the home page," and then it wouldn't happen and then people would say "well, I told you about it, it was e-mail number 132 and you didn't notice it." So now we have a tool that all the people who are publishing on all of our platforms know everything that's happening and know when the stories are expected to be delivered, they can peer into those stories so that they can preview those stories. We need those tools.

So I think the emphasis on technology and the importance that technology will play in our business will be a legacy of Jeff's as well, and the constructive use of metrics in our business, how to use them right, correctly, how not to use them. We're not using them to decide what stories we work on, we're using them in a much more constructive way, including how to find subscribers, like how to best find the subscribers and by the way what offer to make them.

We created a business that emphasizes technology and it's a consumer business, so Jeff knows a lot about consumer behavior. Those areas are the ones that we as a business I think need to focus on and I think that that will be his legacy. And finally his legacy will be that thankfully he's an owner who doesn't feel that he needs to inject himself into our coverage, he lets us have the independence that we need in our newsroom to pursue the stories that we think we should pursue and he doesn't tell us what stories to do, he doesn't tell us what stories not to do, he doesn't criticize the stories we've done, including stories that are about Amazon, including some that are not particularly positive. And so I think the notion of having an owner who brings expertise, brings both financial capital and intellectual capital but also respects the independence and mission of the news organization is a pretty good legacy and I hope that he sticks with those for a long, long time.

So thanks.

Sr. Gerardo Reyes (Univisión, Miami, Florida): I am the director of the investigative unit of Univisión network in Miami. My question is, Martin, you and other media outlets have done such a good job in exposing the very serious ethical and legal problems not only of the President but of his government. My question will be are you happy with the effect and consequences of those stories in terms of the legal actions and responsibility from the government and in that sense do you trust in the process of investigation that the President is facing now?

Mr. Baron: Well, I'm generally happy with the way that our stories have had an impact. Look, we put it out there, people can decide for themselves. We're a democracy, people can make up their own mind and I respect that. You know the same democracy that elected Donald Trump is the democracy that gives us our freedoms to do our work as we see fit.

I don't believe that there would be a Special Council investigation were it not for the work of *The Washington Post*. We were the first to disclose that General Flynn had discussions with the Russians, contrary to what he had said, about the possibility of lifting of sanctions. We were the first to disclose that the Attorney General, Jeff Sessions, also had discussions with the Russians, even though that contradicted his testimony during his confirmation hearing, and so he had to recuse himself from the investigation.

I don't believe that there would be a Special Council without those two stories and other stories that we've done as well. What we saw here was the unanimous consent of all the intelligence agencies in the United States was Russian intervention in the American election. And the question has arisen as to whether there was collaboration between elements of the Trump campaign and Russians. So should there be a serious investigation? The evidence suggests there should when you have all of the intelligence agencies saying that there was this interference.

Now I think with the Special Council's investigation it's truly independent, they have incredibly high quality lawyers working there, some of them are respected lawyers in the country, and they decided to give up their private practice for now and participate in this investigation. It seems to me to be a very vigorous and independent investigation to date and I think when we have investigations in this country they should be vigorous and independent.

We've had investigations in Congress, well that might be a different matter, that's a political place. But as to the Special Council's investigation we don't know that much about it to tell you the truth, they've kept their secrets pretty well, but it appears to be vigorous and it appears to be independent.

(No identificado): Son dos preguntas, pero hacerlas brevemente. La primera es insistiendo que (no se entiende) hace una década algunos integrantes del *Washington Post* salieron para crear político y hace poco, algunos años, leí en *Vanity Fair* a un funcionario de la Casa Blanca diciendo que lo último que hacían era dormir y lo primero que hacían era despertarse, le consultaron a la columna de un político, no recuerdo, muy famoso el político. Este fenómeno de portal, son portales noticiosos que no los acuestan a dominar, no los acuestan a los desnudos. Político le habla al mismo público que el *Washington Post*, a la clase de iniciados en la política, en servicios muy especializados, etcétera. ¿Cómo se vive en un periódico de un gran legacy, cómo se convive con ese tipo de proyectos que están empezando a surgir en muchos países de la región?

Y la segunda pregunta: Me queda claro que el señor Bezos ha permitido que sea considerado quitando los periódicos más innovadores en Estados Unidos, pero no puedo dejar de recordar las biografías de Katharine Ramp y de Ben Bradley que yo veo son mucho porque tengo unas autografías donde platican como la conversación entre el editor y la dueña, como la dueña hacía fiestas muy importantes donde acudía todo el mundo en Washington, pero no le decía a Ben Bradley que se había enterrado y a veces decía "No me quiero enterrar de las noticias que serán para mañana, pero son los personajes históricos, ejemplares de Watergate" y en ese momento ese editor se sentaba con ella y le decía "Tenemos que ir juntos en esto".

Ahora en el mundo cooperativo del *Washington Post* de muchísimos periódicos más ¿cómo se subsana esa ausencia donde el editor le dice a su dueño "Vamos juntos"?

Mr. Baron: I'm not trying to answer the first question but I'll try to deal with the second question. Basically that's the relationship between the editor and the publisher, and how do we work together? Essentially is that right? Well, I think that it's always a tricky relationship between an editor and a publisher, and I'm sure that you're all very familiar with that, and an owner.

Fortunately for us we have an owner who respects our mission, he respects what we do in the newsroom, he understands that in order for us to have credibility, which is our primary thing with the public, we need to have

our independence. And so I think that we have a good relationship, what we talk about, what he and I talk about, we do as a group, we meet every two weeks in a teleconference call and we discuss the tactics and strategies of the *Post*. That's what we talk about.

If he has anything to say about the coverage it's just like a terrific job covering the hurricanes, that's it. He just doesn't inject himself into that, and if he did it would be a very difficult situation for me. I don't think that I could work in an environment like that, I think he knows that I wouldn't want to work in an environment like that, and fortunately he doesn't require me to do that. He has all sorts of commercial interests but he allows us to do our job the way that we see fit, and I think in doing that he strengthens the credibility of *The Washington Post*.

Mr. Wilks: Marty, Matt has one quick question and then we'll close for lunch.

Mr. Matthew Sanders (*Deseret Digital Media*, Salt Lake City, Utah): Marty, thanks for being here, this has been really illuminating. My question for you is what is it that we can do to re-engage northern and southern parts of our hemisphere, press relations across the region, as the Inter American Press Association used to have, how can we re-engage particularly the North American press to be part of this regional freedom of the press mission?

Mr. Baron: I thought that was your job to figure that out! (Laughter.) I don't know. I think that there's clearly natural interest in the United States in what's happening in Latin America with regard to the press, I think people are keenly aware of the threats that are faced by the press in Latin America, certainly they editorialize about it quite a bit, they try to offer their support through various organizations, whether it's the Committee to Protect Journalists or whether it's Reporters Without Borders, or some other organizations.

People have to understand, they have to feel that they're doing else, like every other organization they have to feel they're getting something of incredible value out of it. I mean, we see other press organizations even in the United States that are not doing so well, ASNE, the American Society of News Editors, seems to continue shrinking, while the Online News Association is exploding in popularity, I think there were 3,800 people who attended the ONA convention this year, I don't know how many people attended the American Society of News Editors, maybe 150, and I think the reason is because people felt that they were getting something out of ONA and they weren't sure what they were getting out of ASNE. ASNE's convention was in Washington this year after ONA and I'm in Washington and I didn't go because I didn't see a lot on the program that would be of great value to me.

I think we have to think of these organizations in terms of how we offer concrete value to people every time we want to attend a conference. If people don't see the value they won't go. I don't know, the organization likes to think itself what is the value proposition that it's offering and then if it's valuable for us I think people will attend. But I think that's something for the organization to figure out for itself.

Mr. Wilks: We'll leave it at that. Will you please join me in thanking Marty for his fine wisdom today.

(Applause.)

(End of Interview)

Continuation of Country-by-Country Reports Continuación de Informes País por País

Mr. Sanders: De nuevo el Comité de Libertad de Expresión, le paso la palabra a nuestro presidente, Roberto Rock.
Gracias.

Sr. Rock: Muchas gracias a todos. Ruego a Lourdes de Obaldía que dé lectura a una versión resumida de Honduras por tratarse de un país con muchas dificultades y posteriormente tenía una de Perú.

Sra. Lourdes de Obaldía (*La Prensa*, Panamá, Rep. de Panamá):

(Lee el informe de Honduras).

Sr. Rock: Muchas gracias. Está a consideración de la Asamblea el informe de Honduras. Lo damos por recibido. Muchas gracias. Por favor, Fernando.

Sr. Fernando Berckemeyer (*El Comercio*, Lima, Perú): Buenas tardes.
(Lee el informe de Perú).

Sr. Rock: Muchas gracias, Fernando. Está a consideración de la Asamblea el informe de Perú. Muchas gracias, Fernando. (Aplausos). Pedimos la presencia del presidente del comité de Panamá.

Sr. Eduardo Quirós (*La Estrella de Panamá*, Panamá, Rep. de Panamá): Buenas tardes.
(Lee el informe de Panamá).

Sr. Rock: Gracias. El informe de Panamá está a consideración de la Asamblea. Les ruego que sean breves, pues tenemos poco tiempo. Tenemos el informe de Venezuela y Estados Unidos y tomará la palabra para hacer un comentario de la visión general el doctor Luis Almagro y entonces tenemos que ser muy breves en esta etapa, por favor.

Sr. Ricardo Sañez (*Panamá América*, Panamá, Rep. de Panamá): En primer lugar, agradecer al Quirós sobre el informe de Panamá y no quiero pasar la oportunidad de agradecer a la Comisión que mencionó Eduardo, que fue de Panamá, de la cual esperamos muchos resultados positivos al respecto, así que mi agradecimiento a todos los que fueron a Panamá. No quiero dejar pasar el momento también para hacer un reconocimiento para la gran labor que realizó el Sr. Quirós en Panamá por todos estos meses. Y que finalmente y en hora buena tuvo resultados muy exitosos hace unos días para el futuro del diario más antiguo de Panamá, *La Estrella de Panamá* y *El Siglo*.

(Aplausos).

Por último respecto a los reportes País por País debido a la misión que fue a Panamá, queremos con esperanza que tenga buen resultado y los ataques públicos contra EPASA se minimicen de aquí a la próxima Asamblea.

Muchas gracias.

Sr. Rock: Muchas gracias. ¿Algo más sobre Panamá?

Sra. Gabriela Vivanco (*Diario La Hora*, Quito, Ecuador): Solamente un comentario al respecto del proyecto de ley que se está en el Parlamento latinoamericano. Creo que es importante solicitar a la SIP que monitoree el desenvolvimiento de este proyecto porque si puede ser que no sea vinculante puede ser usado como herramienta por gobiernos como el del Ecuador para no hacer cambios necesarios en las leyes de comunicación.

(No se identifica): Si nosotros mantenemos el compromiso de seguir monitoreando ¿cuál es el proceso del proyecto de ley en el Parlatino? Hasta ahora no ha tenido trámite legislativo y alentáramos a la SIP en cuanto viéramos que hay algún tipo de posibilidad en adelante ¿no? Tal vez sería oportuno preparar algún pronunciamiento al Parlatino.

Sr. Rock: ¿Quizás proponerlo para las resoluciones?
Damos paso por favor a Venezuela. Llamamos a Miguel Henrique Otero.

Sr. Miguel Henrique Otero (*El Nacional*, Caracas, Venezuela):
(Lee el informe de Venezuela).

(Se pone un vídeo. Se escuchan tiros y gritos, voces diciendo que me están pegando y otra dice que han tirado una bomba quema ropa, hay voces que cuentan cosas terribles, robos, golpes, y sobre todo agresiones contra periodistas.

Termina el vídeo).

Sr. Rock: Gracias. Está a consideración de la Asamblea el informe de Venezuela.

Sra. Idania Chirinos (NTN24, Bogotá, Colombia): A Otero muchas gracias por el reporte completo. Importante el haberlo complementado con el video por que el video cuando traslada a uno a esa realidad que viven nuestros reporteros en Venezuela a diario. Como comentaba Otero en el reporte este año han sido cerradas varias cadenas internacionales en Venezuela con la misma metodología utilizada en el 2014 para cerrar nuestro canal internacional NTN24. Fue una orden de Conatel que nunca conocimos.

Nosotros hemos logrado desde NTN24 poner contenidos, programas y pedazos de piezas informativa de NTN24 a través de *GN Televisión* habíamos logrado mantener una ventanita abierta en Venezuela a través de poner esos contenidos en *GN Televisión* ya después de que cerraron las dos cadenas, tanto Caracol de Colombia como *RCN Televisión*, también de Colombia, pues definitivamente también esa ventana deo de informar desde Bogotá.

Quisiera también resaltar que el papel del grupo de corresponsales que tenemos allí permanentemente. Hay Angélica González de *Caracol Televisión*, que decía que no entendía esa agresión tan horrible, que la cogieron del pelo, la arrastraron, la amedrentaron y la golpearon y le hicieron un daño terrible. A nuestra periodista Angela Zambrano que cubría una reunión de líderes opositores que estaban acompañando a los manifestantes también la retuvieron por horas la amenazaron, la intimidaron y le hicieron borrar todo un archivo fotográfico y de video muy importante que ella tenía.

Muchas gracias por la presentación.

Sr. Rock: Gracias, ¿Algo más por favor? Se puede identificar, por favor.

Sr. Marcel Granier (Radio Caracas Televisión, Caracas, Venezuela): Yo quisiera agregar algunos detalles a la presentación que hizo Miguel Henrique. Yo recuerdo la primera vez que a mí me quitó un militar el pasaporte. Tenía puesta la chapa en el pecho donde estaba su nombre Zambrano. Recuerdo estaba muy orgulloso de tener el nombre de Mayor Zambrano y que porque él quería me quitaba el pasaporte.

En los últimos años es imposible identificar a ningún funcionario que esté cometiendo un atropello. De una manera sistemática ellos han eliminado la costumbre que había en Venezuela de aportar una identificación de manera que uno pudiera saber con quien estaba hablando. Entonces en todas estas filmaciones, como además usan máscaras y arrancan a los periodistas los testimonios que tienen, va desapareciendo el rastro de quien fue el que cometió el delito. Le queda a una la instancia de quién es el responsable, pero es cada vez más complicado.

El otro hecho que quisiera agregar a lo que dice Miguel Henrique es que ahora el gobierno ha resuelto ignorar de una manera sistemática el derecho que tiene toda persona a su identificación. Miguel citó el caso de Rondón que estando en el aeropuerto con su esposa y sus dos hijos les fueron retenidos los cuatro pasaportes y con mucha dificultad lograron recuperarlos y están todos ellos fuera de Venezuela. Pero estando fuera de Venezuela les pueden suspender el pasaporte o les pueden negar la renovación del pasaporte. Miguel Henrique tiene un testimonio personal muy bueno que sería bueno que la SIP conociera.

Entonces, los venezolanos estamos expuestos a dejar de existir porque uno sin un pasaporte no existe en el mundo. Eso es un derecho humano fundamental.

El tercer punto es la manera sistemática de como el gobierno de Maduro ignora las decisiones internacionales que de acuerdo a tribunales internacionales que de acuerdo a la Constitución de Venezuela, son de obligatorio cumplimiento. En el caso nuestro nosotros hemos obtenido ya dos decisiones definitivas firme de la Corte Interamericana de Derechos Humanos de que no solamente el gobierno de Venezuela las ignora pero que cada vez que sale una decisión de esas nos aplica una sanción adicional. Así después de cerrar *Radio Caracas Televisión* cerraron *ERT Internacional*, cerraron *92.9FM* y están en trámite acelerados para cerrar la última estación que nos queda. Y no hay donde acudir. O sea, el gran problema de los venezolanos en este momento es que uno va a los tribunales venezolanos y uno no existe. Ni siquiera citan a las partes en los procedimientos. Ni siquiera los abren formalmente. Entonces, que pasan cuatro años uno puede recurrir a la instancia internacional y desde que uno está litigando seis o siete años en Instancias Internacionales ellos olímpicamente ignoran la decisión.

Entonces, tenemos con que se ignora la decisión, con que le niegan a uno la identificación y con que los funcionarios no se identifican nunca a la hora de cometer un atropello.

Gracias.

Sr. Rock: Díme.

Sr. Otero: Querría hablar sobre el tema de la identificación. Ellos ahora han tomado la fórmula de anularles los pasaportes a los opositores. Entonces si un opositor está fuera ignorar el pasaporte es el terror que cuando llegas al aeropuerto de Maiquetía te lo anulen, porque después de que está anulado no hay manera de salir del país o de entrar. En el caso mío yo tengo un pasaporte que se me vence y no podía renovarlo. Entonces yo busqué una notaría en Madrid que mandó una comunicación al consulado oficial notariada pidiendo un pasaporte para mí, y ellos contestaron –lo tengo notariado que es una respuesta hecha para un tribunal para algún tipo de algún juicio porque la respuesta no era un pasaporte –el pasaporte de Antonieta está anulado. Ellos van anulando pasaportes a los otros que están aquí si no se los han anulado están amenazados con que se lo anularán. Eso es un derecho humano el derecho a la identificación que ellos están usando para entorpecer los viajes de los opositores que viven afuera, o que viajan, pero cuando llegan les quitan los pasaportes.

Sr. Rock: Si ustedes consideran hacer una mención específica sobre esto que los pasen.

Sr. Granier: Yo creo que hay que incluir algo sobre esto, pues hay mucha gente fuera del país que están muy preocupados con esto.

Sr. Guillermo Daniel (no se entiende de donde es): Soy venezolano, fui agente político del partido Voluntad Popular y soy dirigente estudiantil. Fui estudiante de Comunicación Social y fui estudiante de Derecho.

Fui mil veces víctimas de las protestas que hubo este año en mi país. En Caracas, en Los Teques, en los Altos Mirandina, de donde soy, y no sé lo que pasa que absolutamente nadie ni el PCJ ni el Tribunal se competen a todas las denuncias que hemos realizado nosotros. Fui agredido con bombas lacrimógenas, me pegaron en la cara y si no hubiera tenido una máscara no se hubiese pasado.

Mi hermana, estudiante de Medicina, fue la única que pudo ayudar. Me desmayé y quedé tirado en el piso y los policías estaban al frente de mí, sí continuaban disparando bombas lacrimógenas.

Esas personas son terribles. No encontramos qué hacer. Terminaron las protestas, pero todavía seguimos sin comer, seguimos sin medicinas, continuamos sin educación. El costo de la vida está terrible y de verdad es que trato de luchar y sigo luchando por mi país y en todos los espacios, y esto es un espacio que quiero aprovechar de decirles a todas estas autoridades que de verdad nos ayuden a todos los venezolanos, tanto como en el tema periodístico que de verdad nos falta papel, nos falta papel periódico, no hay divisas para poder comprar los insumos de impresión y cada vez nos censuran más.

Si tu publicas un simple Tweet en contra del régimen puedes llegar hasta que bloqueen la puerta y te persiguen hasta que te dejen salir del país o te meten preso.

No hay libertad de expresión, no hay democracia, en Venezuela no existe esa palabra, democracia no existe, y seguiré luchando y seguiré de pie en contra de este régimen de Nicolás Maduro, en contra de Cabello. Muchas gracias.

(Aplausos).

Sr. Rock: Muchas gracias. Si no hay más intervención ruego... por favor.

Sr. Asdrúbal Aguiar (El Impulso, Barquisimeto, Venezuela, y Diario las Américas, Miami, Florida): Yo no quisiera introducir un sesgo dramático luego de la exposición que acaba de hacer Miguel Henrique. Yo tengo muy presente en año 2000 que fue la primera oportunidad en que me tocó a mí hablar en la Asamblea de la SIP en Washington y hacíamos una primera descripción de lo que sucedía en Venezuela.

Debo confesar que en aquella época los colegas editores eran incrédulos, escépticos, con relación a lo que podía pasar.

En este momento la situación está totalmente al desnudo. Y el temor que yo tengo es que la problemática que se está planteando sea considerada básicamente como una suerte de confrontación planteada entre dos perspectivas políticas en la región, entre dos maneras de ver a la democracia, o quizás regresando un tanto la mirada hacia el pasado pretendiendo considerar que aquí hay una oposición entre quienes defienden las libertades democráticas y quienes han abroquelado con el poder dictatorial y militar dentro de Venezuela.

Esto es una situación completamente distinta. Aquí nosotros regularmente vemos las exposiciones que se hacen sobre México por las muertes de periodistas víctimas de los carteles del narco y el reclamo que obviamente le dirigimos al Estado mexicano para que se ocupe de la materia.

En Venezuela la familia presidencial está comprometida con hechos del narcotráfico que están siendo (no se entiende la palabra), en Estados Unidos. El Vicepresidente de la República Aissami ha sido señalado de ser parte de las estructuras del terrorismo internacional y parte de los carteles del narcotráfico.

El General Reverol, Ministro del Interior, es miembro de los carteles del narcotráfico, particularmente del cartel de los Solís, y el Presidente del Tribunal Supremo de Justicia es un ex prisionero por dos homicidios. Se trata entonces de una estructura pública, el Estado que ha sido obstado y sometido a control por una estructura criminal. Esto no se trata de una oposición entre democracia originaria o de ejercicio o aquella hipótesis que se plantearon los presidentes cuando redactaron la Carta Democrática Interamericana viéndose en la experiencia del presidente Fujimori que después de llegar al poder por la vía de los votos simplemente traiciona su mandato popular.

En Venezuela no hay democracia, no hay libertades y hay un régimen de supervivencia impuesto bajo una estructura criminal que ciertamente requiere, en primer lugar de una clara comprensión por parte de los medios de comunicación, y en segundo lugar debo decirlo con absoluta claridad, de un apoyo con convicciones a las iniciativas que han llevado adelante el secretario general Luis Almagro desde la Organización de Estados Americanos, bajo el silencio de muchos gobiernos democráticos de la región.

Entonces el problema es mucho más complejo y ciertamente que requiere de una elaboración, de una estrategia que permita llevar a Venezuela a salir de esta verdadera tragedia.

Muchas gracias.

(Aplausos).

Sra. Chirina: Yo quisiera apoyar lo que dijo el Dr. Marcel Ranier en relación a los pasaportes. Yo creo que la SIP tendría que apoyarnos de alguna manera porque finalmente se nos están negando como diciendo no al derecho de tener una identificación. Y quiero aprovechar la presencia del secretario Almagro, porque de alguna manera también deberíamos buscar la forma de llevar esto a Relación Interamericana. Yo logré conseguir el año pasado un pasaporte, no viene al caso decir cómo, pero mi hijo que tiene 17 años hace un año exactamente cumplió con todo el procedimiento y el protocolo para renovar su pasaporte en Colombia, Bogotá, donde vivo en el consulado, y hace un año que no recibo el pasaporte. Alguien me ha dicho que no me lo darán. Yo no puedo sacar a mi hijo de Colombia, no le puedo mover. Estoy pensando cuando tenga que renovar la visa en el mes de febrero en que pasaporte le pondrán la visa a mi hijo si no puedo movilizarlo porque no tengo un documento.

Eso me parece absurdo, pero siento que de verdad viola nuestro derecho más elemental, ser identificados por el país donde nacimos y en el cual tenemos la nacionalidad. Eso para nosotros es una tragedia y así como yo y así como mi hijo están otros periodistas en otras ciudades que también conozco.

Así que yo, sí creo que es una necesidad y además lo pediría que de alguna manera nos amparen o se eleve la queja pero finalmente vamos a ser ciudadanos en el mundo sin identificación apoyados por el país donde estemos.

Sr. Rock: Muchas gracias. Adelante, por favor.

Sr. Carlos Moreno: Hace ya varios años comenzó el problema con las divisas en Venezuela. Nosotros, más de 25.000 estudiantes venezolanos, quedaron en situación de calle debido a que no pudimos transferir más nunca las divisas de Venezuela a otros países. Tuvimos estudiantes durmiendo en refugios, como decimos en Venezuela, arimados en casa de otras personas y solamente ha sido gracias al poder de los medios de comunicación y a periodistas sin miedo que han publicado estas verdades que han sufrido los estudiantes venezolanos. Esto desencadenó un sin número de problemas como el hecho de quedar indocumentados en otros países, incluso en mi familia tengo personas muy allegadas a mí que quedaron indocumentadas porque no tuvieron dinero ni para regresar y quedamos totalmente desasistidos.

Únicamente se ha aunado a esto empezamos nuestras diligencias en decir lo que estaba sucediendo con los estudiantes venezolanos en el exterior. Fuimos a los medios de comunicación, hemos ido a las organizaciones internacionales como les comenté y aun así hemos tenido un gran problema con el régimen venezolano de que aun así siendo estudiantes gracias a los medios de comunicación y a lo que se investigó sobre todo en el caso de España, descubrimos que en nuestra organización se había infiltrado espías venezolanos y esta información fue de un prestigioso periódico en España que hizo esta investigación y todos los que estuvimos engañados de esta manera estuvimos involucrados en la información y gracias a eso se descubrió y España pudo expulsar a estos 17 espías que estaban allí.

Esto es público y notorio y lo pueden verificar. También el hecho de las amenazas que miembros de nuestra organización, estudiantes o personas que se preparan en doctorado, en maestría en pre grados han tenido esta dificultad también directamente de personajes como Cabello que usa la televisión pública para amedrentar y amenazar a simplemente personas como estudiantes o luchadores de los derechos humanos.

Yo recuerdo un día antes de ir a la Organización de Estados Americanos, para denunciar esta situación, el mismo Cabello amenazó públicamente a nuestra organización, a miembros de nuestra organización diciendo que éramos unos traidores y un sin número de calificaciones.

En fin, para hacer un cuento largo corto, ha sido gracias a organizaciones como esta y a personas con gran eficacia como los periodistas que nos ha permitido a nosotros solucionar los problemas dentro de los problemas debido a la fortaleza de los medios de comunicación en diferentes países los estudiantes venezolanos pudieron encontrar muchas soluciones, entre esas, convenios con las Naciones Unidas para poder tener una visa humanitaria de que los problemas o la persecución, llamémoslo política que tienen nuestros miembros estudiantes venezolanos en el exterior, han podido ser bien documentados.

Incluso tenemos miembros aquí, no quiero nombrar gente, pero que han sido facilitadores de esta verdad. Gracias.

(Aplausos).

Sr. Guillermo Zuloaga (TV de Venezuela, Caracas, Venezuela): Quiero aprovechar el momento para dar las gracias a nuestros estudiantes que por más de 100 días estuvieron dando la cara y la vida para salir de esta crisis y siento en lo personal que fue el momento que más cercanos estuvimos de hacerlo.

Quiero aprovechar la presencia aquí del Dr. Almagro para ver si nos puede guiar o nos puede decir que piensa usted porque aparte de toda la crisis que estamos viviendo ahora en Venezuela, estamos viviendo una ruptura dentro de la oposición. La mesa de unidad que teníamos yo creo que en los próximos días será disuelta.

Entonces quisiera saber qué consejo nos podría dar usted cual podrían ser los próximos pasos para poder unir al pueblo y poder tener una lucha para salir de la dictadura de Nicolás Maduro lo antes posible.

Gracias.

Sr. Rock: ¿Alguien más? Perfecto. Primero damos por recibido el informe de Miguel Henrique Otero y lo felicitamos. (Aplausos). Desde luego, Miguel no te retires y presencias. Pediremos al Dr. Almagro como un parlante especialmente sobre el tema venezolano, un mensaje Dr. Almagro que nosotros no hemos escuchado en décadas en la OEA en buena hora y en buen lugar recibimos este mensaje. Esperamos que nos permita tener ese texto para subirlo al portal de la SIP y que nuestros periódicos en protección de cada uno de los editores podamos reproducirlo.

Lo mismo Miguel. El video, por favor, es muy importante que lo puedas compartir otra vez.

Sr. Otero: Lo tienen ustedes.

Sr. Rock: perfecto. Tiene usted la palabra. Muchas gracias.

Dr. Almagro: Gracias a todas y todos. Quizás debo empezar por la pregunta que en lo lógico sería contestar esa referencia, esa interrogante al final.

Yo creo que el pueblo venezolano está muy unido. No es un problema de desunión ni de dobles estándares, el pueblo venezolano tiene muy claro que quiere salir de la dictadura en que está viviendo, salvo que esos acólitos o esos esbirros del régimen, pero la nación en sí se ha expresado claramente y ha sostenido con coraje, con mucho valor esa dinámica de lucha contra la dictadura.

Esas dinámicas de lucha contra la dictadura que tienen que ver algo a lo que hacía referencia Zuloaga, de la presencia en las calles protestando y desafiando el poder por parte de los jóvenes, por parte de la resistencia.

Esa fuerza que tiene no sé, lo que vimos de yo soy libertador. Pro que llegó también a mayores, menores, mujeres, niños a enfrentarse a la dictadura.

Ese pueblo que salió en octubre del año pasado, cuatro millones y medio de personas a la calle, también a desafiar la dictadura. Que tenían un mensaje muy claro de que había que desafiar estrictamente el poder, la gente clamaba por ir a Miraflores directamente a desafiar el poder.

Cuatro millones y medio de personas es una fuerza muy poderosa. Es una fuerza que es definitivamente cualquier político en el mundo desearía tenerlo. Yo cómo uruguayo ni siquiera puedo concebirla porque si

sacamos a todos los uruguayos a la calle somos tres millones trescientos mil. Entonces es definitivamente algo muy fuerte lo que tenían los venezolanos en ese planteo, en ese desafío a la dictadura.

Lo mismo en la sostenibilidad en el tiempo que tuvieron los jóvenes que tuvieron (no se entiende la palabra) ancianos de enfrentarse durante los meses de abril, mayo, junio, agosto, al régimen y se veía al país unido. Un pueblo muy valiente, probablemente de los más valientes en el mundo, que no fue amedrentado a pesar de esa lógica represiva e insana de la dictadura, muy cubana en su implementación en su ejecución, que es matar uno o dos manifestantes por día hasta llegar a la cifra a la que hemos hecho referencia hoy que tenía que ver con llevar el número de presos políticos por arriba de setecientos. Hay número de detenidos arriba de los miles, número de heridos prácticamente en los quince mil.

Y el pueblo no obstante seguía saliendo y seguía desafiando era aún ahí vimos que salvo por alguna sonrosa excepciones, el liderazgo político en el último tiempo había dejado de salir junto con el pueblo. Eso fue algo muy evidente. Y cuando llegan los momentos más ácidos hemos visto la desimplementación más que la implementación de los esfuerzos de la gente.

Hubo un par de episodios que lo marcaron el año pasado con este cuatro millones y medio en la calle pidiendo el referéndum revocatorio. Este año con los siete millones y medio de personas que salieron a la calle a botar contra la dictadura en la consulta popular organizada por la sociedad civil, pero inmediatamente después de esas acciones hubo una desimplementación por parte de la, específicamente los dirigentes políticos de la mesa de la unidad democrática, de las dos acciones dejaron por el camino referéndum revocatorio en las negociaciones con el régimen y dejaron por el camino al otro día los pronunciamientos del pueblo respecto a la consulta popular del 16 de julio y sorprendieron también con la presentación a las elecciones regionales.

Yo me pronuncie respecto a la consulta popular, nos pronunciamos también con fuerza y energía respecto a la situación política de principios de agosto, pero cuando la mold decide ir a las regionales nosotros definitivamente no dijimos nada porque era una opción política que tenía la mold. Pero la opción política de ir a una elección regional sin garantías para el boto, y esa es una situación que definitivamente es una falta de respeto a la población y una falta de respeto al pueblo. Porque uno no puede ir a una elección si no cuidará los botos, no va a cuidar lo que expresa la ciudadanía. Eso es esencial. Eso es de lo más importante que podemos hacer con un derecho político tan importante como el derecho al voto.

Sabíamos que después venía el resto del panorama electoral, porque ese era el planteo que prácticamente se había hablado en las conversaciones en República Dominicana donde prácticamente se aseguraba el régimen en un año o un año y medio de paz y tranquilidad.

El resto del programa electoral es lo que viene ahora. Las elecciones municipales. Yo no le puedo decir a ningún político en Venezuela. Yo no soy ni gobierno ni oposición, yo lo único que quiero es la redemocratización de Venezuela. Por lo tanto, las decisiones políticas cada uno las toma y cada uno se hace responsable de las mismas. Yo lo que yo sí digo que en el proceso redemos democratización del país. No se puede jugar con las reglas de juego de una dictadura y no se puede entrar en procedimientos que la dictadura está implementando a los solos efectos de dilatar su estancia en el poder.

Y esta estancia en el poder está basada en haber dejado por el camino el referéndum revocatorio, Está basada también en el definitivamente el desconocimiento de las decisiones de la población del 16 de julio. Está basada en el mecanismo, el instrumento fundamental de opresión que ha creado este régimen que es la Asamblea Nacional de Constitución, donde todos terminan muriendo y terminan muriendo las expectativas y las esperanzas de democracia del país.

Mientras sigan jugando con esas reglas del juego será absolutamente imposible la remocratización del país.

Probablemente se vaya por parte de algunos autores políticos a las elecciones municipales. Yo lo que puedo decir desde el fondo del alma, porque esto en muchos casos duele, si la diligencia política opositora en Uruguay en 1984 nos hubiera dicho vamos a ir a elecciones municipales como paso previo a la salida de la dictadura no hubiera llegado nada. No hubiéramos jamás aceptado eso. Que nos dijeran, no pro fíjense que, de los 19 departamentos, que vamos a ganar quince y eso cambiara completamente el mapa del Uruguay eso era falso. Eso era completamente falso. Y como el régimen a trazado a los alcaldes el día que se presentaban las elecciones la Mud me entregaba un documento que se titulaba Alcaldes y Gobernadores Sentenciados por la Dictadura. Ese mismo día también la empresas Marmatice (¿) señalaba el super recontra (no se entiende lo que dice), electoral de la asamblea nacional constitucional del plan del proceso del pueblo menos un millón de votos pero tenemos evidencia que fueron por lo menos tres millones de botos.

Es cierto que de una dictadura se debe salir botando. En el momento que se quiebran las dictaduras es el momento en que se deja atrás la dictadura. Pero para llegar a esa elección hay que llegar como la implementación e instrumentación de las necesarias garantías. Hay que llegar con la determinación de dejar atrás y terminar con la dictadura en ese mismo proceso en ese mismo acto electoral.

Mientras así nos sigan, definitivamente debemos seguir bregando a que la Organización de Estados Americanos por líneas de trabajo que lleguen a la redemocratización del país.

Esas líneas de trabajo que llegan a la redemocratización del país tienen que ser muy específicas y tienen que ser muy duras. Las dictaduras de esa parte del mundo no se terminan porque sí. No son las dictaduras del este de Europa que caían si no venían los tanques soviéticos, y el día que no vinieron los tanques soviéticos cayeron una tras otra. No son tampoco las dictaduras del Cono Sur que cuando cambiaron las circunstancias y la coyuntura política negociaron procesos de salida fundamentalmente de impunidad.

Las dictaduras del Caribe y Centroamérica tienen mucha más dureza y hasta ahora, lamentablemente ninguna se ha ido por la buenas. Por eso nuestro esfuerzo de que se apliquen sanciones cada vez más duras contra Venezuela para ver si es posible poner al régimen de rodillas y para generar ese espacio de salida que es necesarios. Es el último camino de paz hacia la paz, el camino democrático hacia la democracia porque los ejemplos que nos da la historia son malos. Son lamentablemente malos.

Entonces en esta parte del continente los dictadores algunas veces mueren en el poder como Fidel Castro con una mano todavía agarrando el poder, o asesinados, o han dejado el poder después de un proceso cruento y largo como una revolución como la de Batista o Somoza o han caído después de un golpe de estado a la dictadura como en el caso de Pérez Jiménez o han caído por la intervención militar extranjera como fue el caso de Noriega.

Supongo que los que están acá no queremos eso. Queremos un camino por la democracia y un camino por la paz, hacia la paz y eso es poner al régimen de rodillas con aplicaciones de sanciones cada vez más duras y la línea de trabajo de la organización va por ese camino. Con esto termino.

Las cuatro líneas de trabajo de la Organización de Estados Americanos en este momento, la Secretaría General de la Organización de Estados Americanos en este momento son: En primer lugar, seguir denunciando al régimen por sus relaciones a los derechos humanos y por la desdemocratización del país, por las condiciones de dictadura que se vive en el país, por violación de las libertades fundamentales de la ciudadanía. Seguir nuestro proceso de denuncia.

Segundo lugar acusar, exigir, pedir a cada vez más países, que aparte de Estados Unidos y Canadá, a la Unión Europea y a países latino americanos son soluciones cada vez más fuertes contra el régimen, son soluciones que no sólo solo hay que acepten autoridades del régimen, sino que acepten al propio régimen.

En tercer lugar, seguir con las audiencias que desarrollamos en la Organización de Estados Americanos para la determinación de la existencia de crímenes de lesa humanidad por parte del régimen. Estas autoridades y la dictadura no van a juzgar en su propio país señalo hoy. Solamente serán juzgados eventualmente por tribunales penales internacionales. Por la Corte Penal Internacional.

Bueno la determinación de la existencia crímenes de lesa humanidad es un paso esencial.

La cuarta línea de acción, lo que tiene que ver con lo que hicimos hace unas pocas semanas, el apoyo a la institución Unidad Democrática del País. Lo hemos hecho con la asamblea nacional, lo hemos hecho permanentemente con la asamblea nacional, lo hemos hecho en el último caso con la instalación PCJ Tribunal Supremo de Justicia en la OEA para defunción de manera independiente para que funcione como Barreiro poder del estado y que pueda a través de sus (no se entiende la palabra) ir restableciendo variables del Estado de Derecho en el país o tomando decisiones que tienen que ver con el Estado de Derecho.

Esa línea definitivamente es una que continuaremos haciendo, también apoyaremos a sus alcaldes que han sido destituidos por la dictadura y seguiremos apoyando los trabajos de la Asamblea Nacional Constituyente.

Estas líneas de trabajo. Esas cuatro líneas de trabajo deberán ser reforzadas, deberán generar obviamente la presión internacional sobre el régimen, pero lo fundamental, lo esencial es que las sanciones pongan de rodillas al régimen, que podamos crear algo que podemos llamar como un síndrome (no se entiende lo que dice. Que después de diez o quince años de negar que existía un proyecto nuclear contar sanciones de la Unión Europea y de Estados Unidos y bueno dijeron bueno tenemos esto para negociar.

Tratar de llegar a ese punto. Llevar las negociaciones a ese punto. Y el seguimiento y las garantías de la negociación, lo que venga, solamente se puede dar por intermedio de organizaciones internacionales como se ha hecho en todos los casos. Los procesos de paz de El Salvador, de Nicaragua o de Colombia ahora o en otros procesos porque son los únicos que pueden desplegarse en el terreno y porque son los que pueden hacer un seguimiento constante a diario.

Esperar que este camino de paz hacia la paz y democracia hacia la democracia de su fruto. Y los políticos venezolanos se irán tomando sus decisiones y haciéndose responsables de las mismas. Nuestro trabajo no es dar consejo porque no somos gobierno en oposiciones legales o somos las dos cosas. No debemos caer en una lógica política partidaria jamás en este caso. Si la redemocratización del país que es absolutamente esencial.

Sr. Rock: Muchas gracias. (Aplausos) Que bueno que permanece aquí Miguel Henrique Otero, porque creo que tiene un último comentario, porque creo que en la mesa están dos temas fundamentales porque tú debes abordar, aún con lo claro que fue el Dr. Almagro por su última producción del día, en el ámbito nuestro hacer un comentario como este razonamiento respecto de una ingenuidad de la oposición por decirlo de una manera suave, de la oposición en Venezuela que al parecer desmonta la estrategia de la movilización pública y va a unas elecciones con las reglas donde serán derrotados, digamos.

Segundo ¿si este escenario de la presión de los países de la región contra el régimen tú ves realmente una coalición suficientemente poderosa para arrodillar al régimen y o ves cómo yo lo identifico en algunos momentos, muchas dudas todavía en algunos países por conveniencia comercial o conveniencia política o por lo que sea?

Sr. Otero: Bueno, lo que yo pienso es que la comparación entre hoy y hace un año, hace dos años, en relación a la posición global por Venezuela el cambio ha sido absolutamente radical y la OEA y el secretario Almagro ha tenido un papel fundamental en ese cambio y por supuesto la posición de los Estados Unidos que ha sido muy importante este año. Ahora que tengan las condiciones para que se arrodille el régimen todavía eso no lo vemos porque el régimen consigue ayuda, por ejemplo, van consiguen ayuda de los rusos que pago unas deudas que estaban ya vencidas. Tienen todavía una producción de petróleo aunque ellos han ido destruyendo la industria petrolera pero todavía tienen una producción de petróleo parte embargada y parte que se va en contrabando pero tienen un flujo tan importante que todavía lo mantienen y además han creado un mecanismo de dominación sobre la gente utilizando estas cosas que llaman los clubs y otros mecanismos de nominación donde el hambre es el mecanismo que utilizan para dominar a la gente que crea una especie de colchón en cuanto a la situación interna venezolana que sabemos que ira (no se entiende la palabra) pero tienen el colchón.

Ahora el papel de la OEA ha sido fundamental en ese proceso. La OEA ha tenido una función de liderazgo en el continente y en otros países que no sean los Estados Unidos, fundamental, es la radicalización contra Venezuela y en muchos países que todavía faltan porque todavía, inclusive la Unión Europea ha sido algunas veces muy ambigua con respecto a Venezuela, aunque también han ido avanzando.

Sr. Rock: Muy bien, tenemos la solicitud de la última palabra. Tenemos suficientemente discutido el tema al recibir los informes, pero le ruego que se presente y que sea lo más breve si es tan amable.

Sr. Guillermo Lusich (Canal 11, Montevideo, Uruguay): Luis Almagro fue nombrado Canciller de la República durante cinco años. Tuvo en sus manos temas muy delicados para los intereses uruguayos.

Sr. Rock: Le reitero el ruego de la brevedad.

Sr. Lusich: Simplemente para decirles y reconocerle que el en la última lección fue electo Senador. Uruguay le propuso para ese cargo en el cual fue electo. Y creo que hay un reconocimiento del Uruguay, la mayoría de los uruguayos que justamente que pese a una posición difusa hasta contradictoria del gobierno uruguayo él perteneciente a la fuerza política que gobierna el Uruguay, se mantuvo en una posición de una dignidad personal e intelectual que es reconocida por todos los uruguayos. Eso es lo que a mí me llevó hoy a reconocerlo frente a ustedes en este auditorio a Luis Almagro, internamente criticado en nuestro país por otros temas, pero en este tema fundamentalmente lo que refiere a Venezuela y a su conducta como Secretario General de la OEA es realmente un orgullo para la mayoría de los uruguayos.

Gracias.

(Aplausos)

Sr. Rock: Muchas gracias. Con este aplauso despedimos al Dr. Almagro y le rogaría a Miguel Otero que le acompañara y poder retomar. Muchas gracias.

Tenemos un bloque grande con un panel ligado con Estados Unidos, pero queremos desahogar los últimos informes. Primero el de República Dominicana con el Sr. Miguel Franjul, que invitamos que tome la palabra.

Sr. Miguel Franjul (Listin Diario, Santo Domingo, República Dominicana): Buenas tardes, colegas de la Sociedad Interamericana de Prensa. Antes de nada, la solidaridad plena de los periodistas de la República Dominicana con nuestros colegas de Venezuela que están atravesando por una situación bastante difícil. Ya en

la dictadura de Trujillo nosotros también pasamos por lo mismo, pero tuvimos la suerte de decapitarlo y quitarnos la dictadura de encima y tener cincuenta años de democracia.

(Lee el informe de República Dominicana).

Sr. Rock: Muchas gracias. Está en consideración de la Asamblea el informe República Dominicana.

Sr. José Monegro (*El Día, Santo Domingo, República Dominicana*): El informe que presenta Miguel Franjul es un informe que cuenta con la aprobación de todos los delegados que estamos aquí, pero quiero hacer énfasis en algo importante porque quizás en otros países pudieran estar pasando algo similar.

La Ley de Libre Acceso a la Información Pública, algo que nosotros celebramos su promoción en el 2004, se ha estado convirtiendo en un obstáculo para el acceso oportuno de las informaciones necesarias para informar.

Esta es una ley que se crea para casos excepcionales. Aquellos funcionarios que se niegan a ofrecer información pública establecen unos mecanismos con unos plazos de quince días, después quince días más y si finalmente se niega uno va al Tribunal Supremo Administrativo.

Se ha convertido ya en una cotidianidad que muchas informaciones cotidianas, valga la redundancia, los funcionarios obligan a que se tenga que ir, por el mecanismo de la ley, y eso judicializar la solicitud, o la información que por muy simple que parezca es una forma también de negar la información. ¿Por qué? Porque al tener que judicializar, solicitar un dato, eso tiene costos legales, abogados, tiempo y muchas veces nosotros trabajamos con tiempos. Entonces esta es una práctica que se está generalizando entre los funcionarios públicos que pudiera estar sucediendo en otros países. Esa degeneración de la Ley de Libre Acceso a la Información Pública, que es un instrumento de excepción, se está convirtiendo en algo cotidiano.

(Aplausos).

Sr. Rock: Muchas gracias. ¿Algún comentario final? No. Recibimos el informe de República Dominicana. Pedimos la presencia del Sr. Hugo M Holmann que presentará el informe de Nicaragua.

Sr. Hugo M. Holmann (*La Prensa, Managua, Nicaragua*): Buenas tardes a todos.
(Lee el informe).

Sr. Rock: Muchas gracias. ¿Hay algún comentario? Agradecemos la presentación. Muchas gracias.
(Aplausos).

Quiero pedir a Sara Matthew que nos acompañe para presentar el informe de Estados Unidos.

Ms. Sara Matthew (Reporters Committee for Freedom of the Press, Washington, DC): Buenas tardes.
(Lee el informe).

Sr. Rock: Muchas gracias. Thank you very much. ¿Hay algún comentario? Agradecemos a Sara el informe.
(Aplausos). Llamamos por favor al Sr. Miguel

Ms. Matthew: There's one last additional thing. The Executive Director of the Committee, Bruce Brown, could not attend today but he asked me to just ask IAPA if – and it isn't work that IAPA is already doing in the United States – if they'd be interested in sending a mission to Washington, DC to interview government officials and write a report about the state of press freedom in the US, and we'll be happy to collaborate on that. But we think having IAPA involved would really raise the visibility and the impact for these issues.

Mr. Sanders: Sara, thanks for the report and for the suggestion, we'll certainly consider it. We make it to Washington regularly and I suspect we can combine that with some other work that we're doing. So that's a great idea, thank you.

Ms. Matthew: Great, thank you.

Reading the News About Trump Leyendo Las Noticias Sobre Trump

Sr. Rock: Bueno, debo explicar que está con nosotros Pablo Boczkowski, que es catedrático de Northwestern University y que viene para compartir los resultados de una investigación que se desarrolló sobre el impacto de las noticias relacionadas con el gobierno de Trump e la población en general. Le agradecemos su presencia aquí y la idea es que a raíz de este reporte surja un diálogo sobre este tema, adelante.

Mr. Pablo Boczkowski (Northwestern University, Evanston, Illinois): Muchas gracias a todos por la invitación. Me doy cuenta que ha sido un largo día. ¿Hablaré en español? La presentación está en inglés así combinamos inglés y español. Veo que ha sido un día largo y yo soy lo que está entremedio de una maravillosa recepción así que trataré de hacerlo lo más entretenido posible. A mí me cuesta hablar y estar quieto. Así que si me escuchan ... (empieza hablando lejos del micrófono y no se entiende lo que dice).

Esta es una investigación en curso. Empezamos en enero de este año y es la primera vez que presentamos este material así que cualquier comentario será bienvenido.

En el último año ha habido mucho desarrollo de comentarios, muchos artículos sobre cómo los medios, tanto de noticias como de sociales, llamo sociales a las redes, que han influido o no primero en la elección presidencial que llevó al actual presidente Donald Trump a la Casa Blanca y en los primeros diez meses de gobierno. Ha habido como un común denominador entre muchos de estos artículos que se ven un poco en este que yo saque un poco al azar porque tuvo bastante aseguración en Twitter. Hace unas semanas una nota sobre que aparentemente un ejecutivo de la industria de la publicidad estimo que con 42.000 dólares se habría podido lograr que el Estado de Michigan fuera para el Partido Republicano durante la elección. La idea es básicamente que con la sofisticación del microtargetting y las posibilidades de los medios sociales supuestamente, según este ejecutivo, es posible convencer a los 10.000 y pico de votantes que hubo entre la diferencia de Trump y Clinton de votar por un lado y no por el otro.

Lo que hace prototípico este artículo es algo que comparte con una gran parte de los comentarios que ha habido al respecto. En primer lugar, que el foco está puesto ¿en qué tipo de información circula tanto en los medios como en las redes sociales. En este caso información publicitaria y en otros casos noticias falsas.

El segundo punto tiene que ver con que la mayor parte de los artículos utilizan datos cuantitativos, numéricos, cantidad de dólares, cantidad de clicks, viralización etcétera.

La tercera, o sea como un denominador, tiene que ver con que pinta implícita o algunas veces explícitamente una imagen de los medios sociales o de noticias, en muchos casos estamos como muy poderosos y las aurias desde el público los lectores como bastante pasivos como receptores y vacíos de información. La imagen acá de la aguja hipodérmica es un poco una metáfora hacia investigaciones que sucedían hace setenta u ochenta años sobre de como de alguna manera los medios pueden inyectar en el sentido social como una aguja hipodérmica virus informativos que hacen que se cambie de conducta social.

Es así como los virus infectan de alguna manera el cuerpo de los individuos y los organismos vivientes.

El propósito de esta presentación es tomar una perspectiva complementaria a la perspectiva a la mayor parte de los análisis y no es mirar tanto qué información circula en las redes o en los medios, cómo esta información es recibida por las audiencias. Y solo a partir del análisis no de datos numéricos, con encuestas, con análisis cuantitativos, pero de datos cualitativos de entrevistas en profundidad con 72 personas en las zonas metropolitanas de Chicago, Miami y Philadelphia realizadas entre enero y octubre de este año. En la Universidad, y en el curso, seguimos realizando entrevistas a medida que avanza el año.

La muestra no es representativa, pero sí es altamente diversa en todas las dimensiones que se puedan imaginar desde género, en nivel educativo, ocupación, origen nacional en caso de los emigrantes, etcétera.

Lo que surge de mirar las transcripciones que dicen, algunas entrevistas y colaboradores hicieron otras, lo que surge de mirar, de leer estas transcripciones es que los lectores no son pasivos, son estratégicos, son conscientes, altamente emocionales y fundamentalmente apegados a la información. Y estos son cuatro mecanismos que median entre el estímulo informativo que reciben en los medios y en las redes y su interpretación, su recepción sobre de este material.

Pero quiero hacer los próximos quince o veinte minutos, lo haré lo más rápido posible porque sé que ha sido un día largo, es contarles un poco que significa estos mecanismos y después sacar un par de conclusiones generales.

Lo primero es que la gente elige estratégicamente, selecciona estratégicamente, en que fuente de información se informa. Tanto en los medios como en las redes u dentro de esas fuentes, a que artículos, a que posteos a que Tweet le presta atención. Creo que las gentes azarosamente, sin pensarlo como una cuestión digamos de rutina, elige uno o a otro. Lo dice de una manera altamente estratégica y mucha gente elige más de un sitio y compara perspectivas distintas. Por ejemplo, esta primera cita es de un veterano y que vive en la área

de Chicago, vota al Partido Demócrata pero rutinariamente lee algo para enterarse de que piensa el otro lado. Esto es algo que surge mucho en las entrevistas donde la gente, sobre todo a partir del día de febrero o marzo empieza fuertemente a interesarse por adquirir perspectivas múltiples respecto de la información.

En el caso de las redes sociales, la selección estratégica tiene que ver con a quienes de sus contactos le prestan atención, ¿correcto? Y la gente lo que dice consistentemente es que le prestan atención a contactos que saben un poco lo que piensan y que son relativamente honestos y confiables y que sobre todo costean poco, o twitteen poco, pero si no costea mucho o twittea mucho la palabra queda devaluada y lo que pasa es que cuando uno se entremezcla el consumo de noticias con la vida social de todos los días suceden cosas, sí cómo lo que le pasa a una entrevistada de unos treinta años de la zona de Miami que dice que ella es republicana pero se está casando, con una persona del partido democrático y tiene muchos amigos de su futuro esposo que también son demócratas en su muro de Facebook, con lo cual esto de alguna manera moldea cuánto le presta atención a esta gente y a quién la presta atención.

Entonces, lo primero que vemos es que hay una selección muy estratégica, muy pensada y muy consciente respecto de donde se abreva para adquirir información sobre el Presidente.

El segundo punto tiene que ver con que una vez se elige de donde se saca la información, esa información se procesa de una manera altamente consciente, reflexiva, mouthful, como se diría en Inglés. No es que es algo que ha cual no se le presta atención a como se interpreta la información, se está permanentemente pensando sobre la información que se recibe.

La primera cita es una persona, de uso seudónimo para proteger la privacidad de las personas que entrevistamos a lo largo de todo el artículo, y es una persona de 50 años, una ama de casa con estudios secundarios pero no terciarios, no ha ido a la universidad, que vive en el sur de la Florida, es Latina, es mujer, es bastante Republicana y su medio favorito es *Fox*, pero regularmente a la par que mira *Fox* está mirando *CNN* y le enfada que *CNN* no entiende la perspectiva que presenta *Fox* y lo que ella dice es que los medios, como *CNN* por ejemplo, reportan como reportan porque no entienden al Presidente y no pueden ver más allá. Pero ella sí puede ver más allá y no le molesta ni como mujer ni como minoría lo que las cosas que supuestamente según *Fox* está haciendo el entonces presidente Donald Trump.

Otra gente cuando piensa en los medios de comunicación se hacen todas estas preguntas. Están tratando de decir cosas que tienen contenido básico o está altamente cargado de opinión, están tratando de ser sensacionalistas, etcétera, etcétera.

Y ante la duda lo que vemos más y más es que hay chequeos. Quizás, obviamente, no es el chéquelo que todos ustedes profesionales del periodismo hacen, pero el chequeo consiste en búsquedas en Google visitas a Multipidea y mirar si una misma noticia está en más de un sitio como para de alguna manera cerciorarse de que de que no es una noticia falsa.

Por ejemplo, un emigrante de Latinoamérica también en el sur de la Florida te cuenta que vio algunos posteos en su muro de Facebook sobre Trump y las deportaciones y decidió chequear un poco en Google para ver y estar seguro de que eso era correcto.

Estos dos primeros mecanismos aluden a nuestro lado racional. Los dos segundos aluden a nuestro lado subjetivo o emocional.

Lo primero tiene que ver con que es notable en la carga emocional que tiene la gente cuando habla de cómo interpreta, cómo recibe las entrevistas sobre el presidente Trump. Miren en el primero una trabajadora social en sus 30 años en el área de Chicago tiene la cantidad palabras con afección afectivas, como, estoy realmente triste, pero también muy enojada, estoy muy frustrada en este momento-. Esta carga afectiva, algunas veces hace, la gente lucha para distanciarse de la información, por ejemplo, en el segundo quote donde la persona toma con un poco de risa el flit floping de los medios respecto de la posición con la historia del ex jefe del FBI, y los apoyos y las críticas que tuvo.

Algunas veces en lugar de distanciarse esta alta carga afectiva hace que las personas se involucren enormemente en la historia.

El tercer quote de la persona cuyo padre es un Republicano acérrimo, dice que después de ver todos los talk shows el padre está amargo, miserable, quejoso y genera estados afectivos fuertes.

Una cosa que yo hice con las transcripciones de las entrevistas fue contar cada una de las palabras que se usaban para referir si estabas afectivo. Con eso, es mera frecuencia y una nube de palabras que representan un poco la valencia afectiva del discurso general. Y es una valencia, como ustedes pueden ver altamente negativa. Enojo, rabia, es una emoción dominante. No es una emoción dominante solamente para los que están en contra, pero también de los que están a favor y se sienten incomprendidos o no representados.

El cuarto mecanismo alude al gran apego subjetivo. Cuando me refiero a esto, es la dificultad que tienen una buena parte de los entrevistados en desprenderse de las historias sobre Trump. Aunque no le gusten están todo el tiempo, pendientes de lo que está haciendo Trump.

Una de mis experiencias favoritas cuando estaba entrevistando es la tercera cita de la persona que luego de media hora de hablar, sobre las noticias sobre Trump y lo que están diciendo sobre él y lo que Trump dice, etcetera, para cambiar de tema, yo le pregunto si le gusta ir al cine y me dice que sí y le pregunto cuál es la última película que ha visto y me dice, Manchester by the Sea. Es una película muy triste para aquellos que no la han visto, no quiero revelar de lo que se trata, pero es una película altamente triste. Entonces yo le digo aja, y me dice fue un alivio. Yo me quedo mirando y me dice, dos horas sin noticias sobre el presidente sin odios ni luchas a nivel humano sin el odio político.

La mayor parte de la gente con la nosotros hablamos, se ha transformado en news junkies, y varios de ellos han desarrollado mecanismos para auto controlarse porque sienten que no pueden parar con su adicción a las noticias con su apego subjetivo.

¿Qué significa todo esto? Lo primero es que me parece que lo que uno ve en todo esto es un alto nivel de agencia y de actividad, tanto intelectual como emocional con lo cual pensar que la gente es un receptor, que las personas son receptores pasivos es subestimar la capacidad crítica y la involucración emocional de las personas y como su medio entre el mensaje que circula, ni como la gente lo recibe y lo que hace con esos mensajes.

En segundo lugar, emparejado con esto hay una gran sobre estimación, yo creo, esta es mi interpretación, no sale en las entrevistas, una gran sub estimación en el discurso público respecto al poder de los algoritmos y por ende, de la posibilidad de los algoritmos de salvarnos de esta situación, de las noticias falsas, de la supuesta injerencia extranjero. Esta es una situación social para que haya esta combinación de textura emocional esto tiene que surgir durante década y décadas de conflicto social. Para resolver esto que no ha sido causado por un mundo de estado tecnológico llevará mucho más tiempo y no puede ser resuelto, ningún algoritmo resolverá esto, con lo cual junto con la no subestimación de las personas es importante no sobre estimar a los algoritmos y aparte entender que ellos no son las redes. Los algoritmos son programas de computación que canalizan mensajes de información pero el motivo por el cual Facebook tiene dos mil millones de personas en el planeta no es por los algoritmos es por la necesidad humana de conectarse, y esta necesidad humana de conectarse excede a los algoritmos y lo que le da fuerza en sí a las plataformas.

Tercer punto que yo quisiera hacer es que, lo que las entrevistas revelan, lo que todos ustedes saben como periodistas y lo que también saben los políticos, es que la lectura de la información, la forma en que conocemos contribuye a un sistema político. Co produce de alguna manera cuando estamos leyendo, cuando estamos interpretando, cuando estamos pensando, estamos coproduciendo el tipo de sistema político y el tipo de sociedad en el que queremos vivir con lo cual es importante pensar no solamente en qué tipo de información circula, pero en cómo es que esta información es recibida e interpretada por la gente.

Cuando uno hace esto en lugar de mirar para afuera en lo que están publicando los medios y lo que están diciendo los políticos, lo que circula en las redes, uno mira para adentro al mismo tiempo y lo que ve es mucho dolor. De lo que se ha escrito en las últimas décadas, este ha sido el más fácil de pensar en mi cabeza y el más difícil de describir por el gran nivel de dolor que se ve haciendo las entrevistas y leyendo las transcripciones.

Sin embargo, esto también revela, yo creo, un motivo para la esperanza y que tiene que ver con que lo que vemos es que al tener una cultura de la lectura más crítica de lo quizás se piensa y con mucha más involucración subjetiva y emocional, es esta cultura de la lectura la que a la larga va ir generando los anti cuerpos y en parte ya lo está generando y de la gente de volverse mucho más crítica, mucho más escéptica y mucho más consciente respecto de lo que está leyendo.

En este proceso, yo creo, que el periodismo tiene un rol muy importante. Es juzgar qué en parte, digamos seque se puede ya manifestar en dos paralelos. Uno tiene que ver salirse del foco en los números en cuanto dólares en la campaña en los grandes gráficos que circulan en la estructura de redes, diciendo que al 5% de la probabilidad que tenía Clinton para ganar, incluso antes de las elecciones, basta de eso a lo que el periodismo hace mejor que son historias.

No contar los números, pero contar historias, y para eso es muy importante salir de estar enfocado en la pantalla y salir a la calle y buscar las historias que es lo que el periodismo ha hecho siempre, que sigue haciendo y lo que revela, yo creo, un inside mucho más poderoso y mucho más útil tan vez para contribuir a una cultura crítica de la lectura y a una sociedad mucho más inclusiva.

Gracias.

(Aplausos).

Sr. Rock: Una presentación vibrante. Creo que estamos terminando, pero valdría la pena tener un comentario sobre este informe.

(No se identifica): Como me hicieron voluntario la primera cosa es preguntar ¿tú crees que a partir de lo que dijeron las 72 personas el resultado de la elección hubiera sido el mismo sin las redes sociales? Porque tú estás como llamando la atención de los que estamos acá generando nuestro análisis del poder de las redes sociales, pero a lo mejor estamos exagerando. Pero hay un poder, hay y hubo una influencia ahí ¿no?

En segundo lugar, tu hablaste de la posibilidad de la influencia extranjera, podrías elaborar un poquito más sobre eso y decir si tu análisis lleva también a pesar que hay una exageración en sentimiento que hay en este país de que Rusia intervino a través de las redes sociales.

Mr. Boczkowski: Son buenas preguntas. A la primera pregunta respondería con una pregunta. ¿Si tres Estados no hubieran ido para Trump y hubieran ido para Clinton, estaríamos teniendo esta conversación? OK.

Pensar que por las redes el actual presidente Trump ganó la elección, quizás es un poco simplificar y quizás el no escuchar el mensaje que en parte Google en las urnas. Me parece las redes sociales sí contribuyeron la estructura informativa de la información distinta multilateral más difícil de controlar por un grupo reducido de actores que posibilitan una difusión distinta de los mensajes, pero no enteramente por las redes. Me parece a mí, que no es el tema de la presentación, la presentación es como la gente lee, no necesariamente quién gane la elección y quién no. Pero las redes aportan eso y aportaron al candidato Trump y la candidata Clinton la posibilidad de llegar al público de una manera distinta de como se llega al electorado de una manera distinta de como se llegaba antes.

Porque una a parte de la población no le gusta el resultado. Culpar a Facebook o a Twitter por como fue el resultado quizás es un poco simplificación y vuelta, suministrar un poco a la gente y no escuchar el dolor social, la tendencia muy triste y discriminatoria, etcétera, que persiste desde hace mucho tiempo en esta tierra. Pero lo que a mí me parece importante recalcar es quizás hay mucho discurso público, yo veo, que tiene que ver con darle mucho poder a las redes como antes se le daba a los medios e implícitamente sacarle el empoderamiento a las personas y lo que muestra la historia, y lo muestra en los 80 años de análisis sobre este tema, es que las personas tienen bastante más poder que la que se les da.

Con respecto de la segunda pregunta, no sé, es que es un tema que preocupa en las entrevistas, no es un tema que no preocupa y es un tema con la gente trata de leer y eso me parece importante y positivo como desarrollo es cierto.

Sr. Luis Alvarez (*Reliable Controls, Agencia de Comunicación y Marketing, Salt Lake City, Utah*): A mí me gustaría preguntarte esta división en lo que se le llama el mainstream media, o los medios formales, contra todos estos medios que están surgiendo y periódicos digitales que invadieron todo el ambiente político que estamos viendo surgir en otros países como en México, y en España todo lo que está pasando en Cataluña, todo que pasará en México ahora que tenemos las elecciones presidenciales. ¿Cómo se combate eso, porque son medios que están surgiendo expresamente para desinforma, cómo se combate eso?

Mr. Boczkowski: Los medios son herramientas, los mainstream y los no mainstream. Algunas veces son usados con fines que a muchos de nosotros nos resulta muy positivos, como en el caso de combatir remedios opresivos. Algunas veces los mismos medios se utilizan para socavar las estructuras democráticas. Yo lo que creo es que muy difícil establecer soluciones tecnológicas de regulación o de censura, que solamente apunten a un caso sin dañar el otro, y es por eso que yo creo que la solución es más duradera, son soluciones que surgen desde el seno de la sociedad fomentando la capacidad crítica de la gente y no necesariamente tratando de alguna manera modelar la capacidad de estos distintos medios.

Sr. Rock: Yo querría preguntarle si dejamos un último comentario sobre ¿cuál es el pronóstico inmediato que ve? ¿Cuál es lo que prevé en cuanto al clima de la relación entre el gobierno norteamericano, esta crispación social que pareciera estar avanzando hacia la prensa, el ejercicio de la prensa? ¿Cuál es su principal preocupación o tu visión hacia los siguientes meses y años y también de acuerdo de cómo se están moviendo sectores, cómo se están utilizando las redes sociales? ¿Qué ves venir en todo ese nuevo eco sistema?

Mr. Sanders: That's a great question. I think that in the history of the First Amendment and the history of presidential administrations attacking the free press the press ends up on top. It takes a while to get there but I

think you do see a pendulum swinging back and forth. And right now we're in a relatively dark time where you have an administration that's hacking the press and doing everything they can to demonize the press and undermine their credibility. But at the same time previous administrations that have done that, if you look at going back to the 1790s up through even Lincoln, then Wilson's time, and Nixon, you see the press coming back even stronger, and that's like a long-term trajectory. I think that should give us all hope since we have press freedom enshrined in the First Amendment and courts have really recognized that Amendment. Floyd Abrams called it the rock star of the U.S. Constitution. Because the courts have recognized this freedom I think that should give us some comfort.

In terms of the role of social media, it has played a really important role in national discourse and we're facing some really interesting questions about what we do in terms of regulating ads on that space, and do we do that? But I think we should just be wary of the dangers of censorship on social media, I mean just because of that slippery slope. If we start censoring propaganda where do we draw the line, how do you define that? So, we should be wary of that.

Mr. Boczkowski: Con respecto de los medios y las redes, la del New York Times Corporation y el *Times* en la capital se han enmarcado al de ayer de 3.300 millones de dólares. Facebook ha superado los 500 mil millones de dólares, más de 160 veces más grande que el *New York Times*. El motivo por el cual el *New York Times* ha crecido como ha crecido en el último año, su percepción en bolsa es muy superior, tenía una cotización mucho menor antes pero aun así es muy pequeña en relación a lo que Facebook y es que Facebook le otorga a la gente la capacidad de expresarse y de cumplir una necesidad de expresarse, de compartir lo que resulta importante en su vida cotidiana y es por eso que esto es lo que motoriza nuestro uso constante de Facebook, no solamente que hacia 2 mil millones de personas en el planeta que tienen cuenta en Facebook pero la cantidad de minutos por día que pasan y la importancia que tiene un posteo en Facebook para cada una de ellas.

Yo no sé si en el futuro será Facebook o cualquier otro competidor, pero una vez que han creado estas plataformas comunicacionales y la gente las usa es muy difícil para la gente despegarse de ellas. Con lo cual en el futuro lo que yo veo es por lo menos en un futuro muy inmediato una utilización cada vez mayor con cada vez mayor intensidad emocional de estas redes y yo pienso a crear, basando un poco en la historia reciente y en lo que ha pasado últimamente en este país, que la gente a la larga desarrollará capacidades críticas respecto de la información que tiene efecto, así como ha desarrollado capacidades críticas respecto a la información en los medios de comunicación.

No nos olvidemos que los medios de comunicación existen desde hace décadas, las redes sociales, solamente hace una, con lo cual yo no subestimaría la vuelta a la gente y me parece que las soluciones más robustas y más duradera son las que emergen votos más y no las que se imponen desde arriba.

(No se identifica): Una pregunta solamente vinculado a esto, a que la gente genera sus propios anti cuerpos y voz comentabas que de la investigación surgía que muchos buscaban el re chequear las informaciones que recibían por otras fuentes, por otros medios, ¿Cómo se entiende este proceso que aparecería como una especie de vacuna contra la noticia falsa o por lo menos un re chequeo ciudadano a la información con otra tendencia que pareciera creciente y es la de la polarización y la de sectores que pretenden en general, sólo consumir información que ratifica sus propias posiciones y rechazar cualquier cuestión que las desafíe? Incluso aunque esto implique tener que consumir noticias falsas, pero en tanto ratifican sus posturas ideológicas y las toman como verdaderas.

Mr. Boczkowski: Pero no son mutuamente excluyentes. O sea, es posible interesarse por lo que piensa el otro lado y aun así que esto refuerce la creencia previa. Por eso contaba yo de esa señora a la que llamé FERIA como seudónimo, que ella mira todo el tiempo *CNN* y eso le reconfirma la validez de lo que ve en *Fox*.

Por eso porque no tienen la cuestión de si yo tuviera la información cierta entonces me convencería. La ilusión de que los chequeadores de datos de alguna manera resolverán el problema, es una ilusión. Si no es porque yo tengo la información que es de confirmarse entonces yo pensaré otra cosa. No, quizás incluso esa información que confirma le reconfirma la verdad de lo que piensa. Porque hay una cuestión que tiene que ver en parte con el apego y en parte con una cuestión de emocionalidad.

No pero no tienen un valor absoluto ¿correcto? Y con el tema de la polarización con que es importante entender es que polarización es un instrumento utilizado cada vez más electoralmente igual que las campañas negativas por los políticos porque da resultado, pero cuanto más se usa eso, como hablábamos antes más difícil es a la larga salirse de eso.

Hay un tema que tiene que ver con la responsabilidad de los partidos políticos en que estratégicamente es útil utilizar determinado tipo de comunicación en el corto plazo, pero eso tiene consecuencias negativas en el largo plazo.

Sr. Rock: Les pido un aplauso por favor para Matt y para Boczkowski. (Aplausos). Y un reconocimiento a la Asamblea y su paciencia.

Me piden hacer unos últimos anuncios.

(Hace los anuncios).

Muchas gracias y buenas noches.

(End of session / Se termina la sesión)

Sunday, October 29, 2017 / Domingo, 29 de octubre de 2017

Panel 1: Panama Papers & Odebrecht: A Global Journalistic Crusade Against Corruption

Panel 1: Panama Papers & Odebrecht: Una cruzada periodística global contra la corrupción

Sr. Miguel Franjul (*Listín Diario*, Santo Domingo, República Dominicana): Como la mayoría de ustedes acabo de visitar uno de los lugares más emblemáticos de Salt Lake City, el tabernáculo de la Iglesia de los Santos de los Últimos Días, seguro que vienen muy inspirados por toda la cálida de religiosidad que allí está impregnado saludar y que seguro recordarán que para los religiosos primero fue el verbo, en el caso de nosotros ahora de este panel primero fue información filtrada, un paquete que se asume, se analiza, se clasifica al detalle por el consorcio internacional de periodistas que allí por investigación por más de un año se presenta simultáneamente en 74 países remeciendo la conciencia mundial en la sociedad.

Luego el más grande escándalo de corrupción que haya conocido América Latina, una estructura formada y especializada en golpear primero al sistema de partidos políticos de la región y luego a sus gobiernos, hasta reforzarlos y mostrarlos en su perversa realidad.

Estoy hablando, señores, de los Papeles de Panamá y Odebrecht como habrán notado. Estos dos casos sirven de contexto para entender lo profuso y amplio que son los tentáculos de la corrupción en nuestros países, pero también para reivindicar que sólo el buen periodismo serio y riguroso, dedicado e insistente es capaz de darle vuelta a moneda y mostrarnos lo que hasta ahora o lo que hasta hace unos meses desconocíamos, la podredumbre del poder político y económico.

Quiero presentarles entonces a Gerardo Reyes, a Lourdes de Obaldía y a Fabio Sales, los periodistas que sencillamente cumplieron con su rol, contaron la verdad, y con esto les damos la bienvenida a este panel sobre una cruzada periodística global contra la corrupción.

La dinámica que seguiremos es presentar individualmente una breve biografía de los panelistas para que estén informados de sus trayectoria. Luego uno a uno les daremos diez minutos de exposición, para luego tener un espacio de para preguntas y respuestas y que ustedes puedan participar directamente con ellos.

Gerardo Reyes es un periodista colombiano, vicepresidente de investigaciones de *Univisión* de Estados Unidos. Está especializado en la cobertura de casos de corrupción y de narcotráfico y en tema de concentración de la riqueza en América Latina. Trabajó para *El Nuevo Herald*, *The Miami Herald* y *El Tiempo* de Colombia. Su labor ha sido reconocida en forma individual y o en equipo con los premios Publisher, María Moors Cabot, Peabody y Editorial Planet.

Lourdes de Obaldía, diseñadora gráfica con especialidad en diseño industrial fue directora del diario *La Prensa*. Allí trabajo durante 17 años hasta su recién salida en septiembre pasado. Ha sido presidenta de la Comisión de Libertad de Expresión de la SIP durante tres años. Tiene 24 años de experiencia en medios escritos donde se desenvolvió inicialmente en el área de diseño y luego por más de una década en periodismo.

Fabio Sales es graduado en diseño industrial por la Universidad del Estado de Rio de Janeiro con un Master en Comunicación y Cineótica por la Universidad Pontificia Católica. Ha pasado por las principales redacciones de los diarios brasileños como *O Dia*, *O Globo*, *Correio Brasileiro*. Ha sido editor de arte, transformó *Correio Brasileiro* en el periódico latinoamericano más premiado en la Sociedad de Diseño de Noticias de Nueva York. Ha trabajado como consultor de sistemas editoriales para periódicos y revistas de muchos lugares. También fue director de un antiguo periódico de Portugal, el *Diario de Noticias* de Lisboa. Recientemente por un cuaderno especial que hizo sobre la favila amazónica, un nuevo retrato del bosque, ganó el premio de excelencia periodística del 2016 en la categoría periodismo de profundidad y el reportaje especial multimedia Clima en

Transformación, ganó el premio Excelencia Periodística 2017 en la categoría periodismo de datos que por medio de gráficos y vídeos muestra lo necesario para contener el calentamiento global.

Damos paso ahora a las presentaciones individuales de nuestros panelistas y llamamos primero a Gerardo Reyes, luego a Lourdes y la misma dinámica, luego a Fabio y luego entramos en la sesión de preguntas y respuestas. Tengan un buen día.

Sr. Gerardo Reyes (Univisión, Miami, Florida): Buenos días. Me ha dado mucho gusto estar en estas reuniones donde vuelvo y veo caras amigas de la prensa que añoro y extraño ahora que estoy en televisión.

He titulado esto Odebrecht Papers, tratando de fusionar estos escándalos en los nuestro grupo de investigación de Univisión trabajo, pero les adelanto que me concentraré más en los Panama Papers para que Lourdes nos ayude con el escándalo de Odebrecht. Trataré de cumplir con esta dictadura del tiempo para explicar un trabajo de más un año.

Hace pocos días un amigo que está en un banco internacional muy conocido me dijo que entre los directores y los empleados se ha vuelto muy común la expresión, “para que no nos pase lo de Panama Papers”, una precaución cada vez que estudian a un cliente un poco sospechoso o que está haciendo una transferencia de dinero arriesgada. Esa precaución interbancaria para mí es un éxito de este proyecto que todavía no es palpable, de este proyecto de los periodistas que nos unimos para investigar los Panama Papers.

Yo sé que vienen leyes que se demoran más que estos efectos que para mí se han convertido en una obsesión, buscar cuales son los efectos prácticos del periodismo de investigación, y creo que este es uno muy elocuente que ya dentro de la banca haya una cultura de prevención recordando el escándalo de Panama Papers en el que trabajamos con documentos legales, certificados bancarios y copias de cheques, pasaportes, afidávits, documentos de identidad, facturas y una gran cantidad de correspondencia.

El volumen de la información era 2.300 veces más gran que el paquete de cables diplomáticos de Wikileaks.

Digamos que esa es una virtud de este proyecto hacia afuera. Hacia dentro hay algunas que me gustaría destacar. Una de ella es la siguiente: Los periodistas, sobre todo los periodistas investigadores, casi siempre llegamos tarde a los escándalos financieros ya cuando la gente está haciendo cola para tratar de recuperar el dinero que ha perdido en pirámides o en escándalos financieros llegamos con el micrófono para preguntar qué pasó. Y en el mejor de los casos hacemos un inventario de quien se intervino, pero ya cuando el robo ha sucedido.

Yo creo que en el caso de los Panama Papers hicimos una excepción honrosa a esa fama que tenemos de llegar tarde a escándalos financieros y especialmente porque no entendemos muy bien ese mundo. No entendemos su lenguaje, no entendemos sus operaciones y yo sé que muchos de los periodistas estamos en este negocio porque no nos marchaba bien con las matemáticas y con las expresiones económicas. Así que con este proyecto en el que intercambiábamos esos conocimientos no solamente logramos superar esa ignorancia profesional pero que pudimos tener un exceso privilegiado a un mundo oscuro a donde entonces llega la luz de la lupa del periodista.

En este proyecto participaron 730 reporteros de 609 medios en 25 idiomas y 76 países. Esto nos lleva a señalar otra virtud potencial sobre todo de este proyecto; es que yo creo que el futuro, al menos en América Latina, del periodismo de investigación está en la cooperación. El cooperar tiene un sacrificio, que es sacrificar la primicia, matar la chiva, como llaman a la primicia en mi país en Colombia, matar la chiva para compartir con todos la información que se tiene. Pero ¿por qué es una ventaja sobre todo para los empresarios periodísticos? Yo escuché muchas veces a varios de ustedes que son dueños de medios de comunicación decirnos que el periodismo e investigación es muy caro, que eso de tener a dos o tres reporteros haciendo investigaciones que salen cada quince días o treinta días no es un buen negocio.

Yo creo que este modelo de compartir información alivia un poco esa carga, y yo creo que este no es el foro más cómodo para decirlo, y es la de la autocensura. Todos sabemos en América Latina que los reporteros investigadores producen dolores de cabeza cuando llegan a donde el editor para decirle que tiene una historia que compromete a un amigo de la casa, a un amigo del dueño o a un anunciante y se ve frustrado porque tal vez no lo puede sacar.

En los Papeles de Panamá tuvimos un caso en el que el reportero encontró que uno de los dueños parecía que había utilizado los servicios de Mossack Fonseca, la compañía que era el centro de la investigación, y le comentó a los editores que era mejor que eso saliera acá porque de todas maneras saldría afuera, y los editores aceptaron y además con la ventaja de que tenían el control de la reacción de ellos ante las cuestiones por haber utilizado esos servicios.

El proyecto Panama Papers comenzó en el diario, me da miedo pronunciarlo, *Süddeutschen Zeitung* en el

2015 cuando estos dos reporteros que están acá, Bastian Obermayer y Frederik Obermayer, que tuvo una educación en Colombia que habla perfectamente en español, recibieron información de millones de documentos confidenciales de una fuente que quería parar, según lo dijo, este engaño a mucha gente que estaba cometiendo la firma Fonseca.

Durante casi un año y en algo que parecía más impacto de sangre o un compromiso de una fraternidad secreta los reporteros mantuvieron el proyecto bajo la mayor confidencialidad. Las operaciones offshore no son ilegales de por sí. Grandes corporaciones de Estados Unidos, como Apple, tienen cuentas en paraísos fiscales para reducir sus cargas tributarias. El problema es cuando estos laberintos se utilizan para esconder fortunas de origen ilegal o para evadir descaradamente impuestos.

En Estados Unidos, porque en toda esta discusión ¿por qué Panamá? al orgullo panameño le dio muy duro que se utilizara en el nombre del proyecto el país, pero hay que dejar constancia de que esto sucede en otros países incluyendo en Estados Unidos. En Miami o Delaware usted puede abrir una sociedad con \$300 y su licencia de conducir y no dar más explicaciones a que se dedica la empresa.

Durante la investigación los periodistas alemanes no tuvieron contacto directo con las fuentes. Cuando se le preguntó a la fuente el por que querían que esa información fuera pública dijo “Yo quiero parar esos crímenes, quiero que se detengan” y fue entonces que estos reporteros decidieron compartir con ICIJ, el Consorcio Internacional de Periodistas Investigadores, este volumen de información.

Termino con el siguiente punto: La parte más polémica de este proceso fue la selección de los personajes de instituciones que publicaríamos. Antes de eso creo yo que esto es un proceso de selección tan similar como el que hacen los consejos directivos de una cadena de televisión o de un periódico en el que se seleccionan noticias, que antes era casi un poder divino lo que no salía no existía, pero ahora con las redes sociales hay muchas más opciones y en este caso la selección se hizo observando los siguientes criterios.

Uno de ellos nos fijaríamos en personas con legales que hubieran utilizado esos servicios de Mossack Fonseca y que hubieran pasado todas las pruebas. También nos fijábamos en funcionarios públicos y en sectores e individuos privados que hubieran utilizado este sistema para evadir impuestos.

Los resultados: 12 presidentes o ex presidentes de diferentes países que fueron identificados en los archivos., 61 de sus parientes o familiares directamente asociados, 128 políticos y 29 personas, magnates, que han aparecido en la revista *Forbes*.

Con esto termino y quiero insistir que al evaluarnos los efectos de estos trabajos que siempre esperar que en los medios donde tienen impacto encontrar esa expresión de, cuidado que nos podemos meter en un lío como el de Panama Papers.

Muchas gracias.

(Aplausos).

Olvidé que esto tiene un epílogo triste. Una periodista de ICIJ de Malta fue asesinada. Había utilizado mucho esta base de datos. Era la madre de un muchacho que ayudó a formar esta base de datos y que también trabajo para ICIJ. Este es un epílogo muy triste de este proyecto

Sr. Franjul: Alguno se preguntará cómo estos panelistas han salido con vida de todo esto.
Adelante, Lourdes.

Sra. Lourdes de Obaldía (*La Prensa*, Ciudad de Panamá, Panamá): Muy buenos días a todos. Como bien dijo Gerardo yo me concentraré en Odebrecht no sin antes mencionarle que para el diario *La Prensa* en Panamá fue un reto gigantesco ser parte de la investigación de Panama Papers. Primero porque la sede de la empresa de donde habían salido los archivos, pues, estaba ubicada en Panamá una firma de abogados de muchos años y además de eso uno de los fundadores de esta firma en ese momento era asesor presidencial. Además de eso era presidente del partido de gobierno, presidente encargado del partido del gobierno.

Ustedes se pueden imaginar que en un país tan pequeño como el nuestro, de 4 millones de habitantes mal contados, esto era un gran escándalo. Nos estábamos metiendo realmente en aguas un poco difíciles pero había que hacerlo. Había que hacerlo porque éramos unos convencidos de que la herramienta, tal como dijo Gerardo, de offshore no es mala pero sí estaba siendo muy mal utilizada y sabíamos, y en eso si éramos muy positivos, sabíamos que iba haber un antes y un después para nuestro país, y así ha sido. Panamá salió fortalecida de esto y si quiero nada más aclarar que cuando esto lo hicimos *La Prensa* se enteró o todos los miembros nos enteramos unos días antes de que se hiciera público de cual había sido el nombre escogido en la investigación y ahí si nos

opusimos evidentemente pero también en el fondo sabemos que era un hombre hasta lógico pero como panameños, para nosotros fue muy fuerte.

Dicho eso he llamado por Odebretch la corrupción estructurada y quizás la primera idea que se le viene a la mente es que el nombre lo puse por el departamento estructurado para el sabor del Coimas pero en verdad no. Odebretch estructuró muchas cosas que hicieron mucho más daño y fue un daño moral lo que hizo Odebretch en nuestros países.

Les contaré un poco basado en la experiencia de Panamá para llegar a ese punto. Odebretch era Panamá en la administración de el ex presidente Martín Torrijos, pues Odebretch lleva tres administraciones consecutivas en Panamá y bajo esa administración tuvo seis contratos. Los dos primeros fueron un sistema de Diego y un autopista. Esos sistemas de Diego comenzó costando 54.2 millones y así ganó la licitación y al final lo que Panamá pagó 65.6 millones.

En la autopista inicia ganándose la licitación bajo un costo de 283.7 millones y terminamos pagando 487.6 millones de dólares. Señores, dos años después el diario *La Prensa* inicia una investigación porque se le va a adjudicar el tercer contrato a Odebretch. Esto para nosotros era prácticamente inadmisibles que esa empresa entrara licitando por un costo y terminara el proyecto costando mucho más,

En el 2008 *La Prensa* hace una solicitud de información que le es negada por el Ministerio de Obras Públicas y llegamos hasta la Corte Suprema de Justicia, en donde finalmente nos dan la información, obligan al Ministerio Público para que diera la información, pero la información que nos dieron era abrumadora. Eran ciento y cientos de copias de planos que era ridículo de allí poder sacar donde estaba el problema, pero *La Prensa* pidió. ¿Y qué paso después de eso? La administración de Ricardo Martinelli da once contratos más a Odebretch, luego la administración actual de Juan Carlos Varela le da tres contratos ya sabiendo que Odebretch tenía problemas en Brasil, y no contentos con eso el actual alcalde le da un contrato de renovación urbana.

Aquí está el monto total de los contratos de Odebretch en Panamá en estas tres administraciones que ascienden a un monto de 9.6 millones de dólares. Actualmente esto es lo que Odebretch está trabajando en Panamá.

¿Pero por qué yo digo que Odebretch es la corrupción estructurada? En todos nuestros países, señores, yo creo que esta es la lección y es algo que nosotros debemos de analizar en todos nuestros países: Odebretch compró conciencia ciudadana.

En el gobierno de Martín Torrijos ayer a *La Prensa* se le llamó que éramos muy negativos cuando hablábamos de los temas de Odebretch. Luego Ricardo Martinelli nos tildó el *Diario del No*. Nos hizo una campaña en redes sociales y en cada una de sus presentaciones nos llamaba el *Diario del No*, muy similar a lo que hace Trump actualmente con los medios, y Varela nos dice que tenemos una falta de dicción que estas obras son necesarias. Nosotros no dudamos que las obras son necesarias, lo que dudamos es el como y con quien.

Pero el caso de Odebretch y donde va mi punto de esta corrupción estructurada. Odebretch en todos nuestros países, esto es un equipo de Brasil, ellos lo patrocinan o lo patrocinaban, aquí Rigoberta Menchu también patrocinó un premio, otro más, y Panamá Ellos se dedicaron a patrocinar el deporte, se dedicaron a patrocinar el (no se entiende la palabra) a la Iglesia Católica en Panamá. La Iglesia Católica recibió millones de dólares en Panamá, la estructuración de varias de las iglesias más importantes en Panamá fue patrocinio de Odebretch. ¿Entonces ¿dónde estaba la conciencia ciudadana de que lo que estaban haciendo estas instituciones para lavar dinero? Y así utilizaron nuestro sistema financiero.

Por último, y lo más doloroso, es la cantidad de periodistas que se vieron beneficiados por Odebretch.

En el caso de Panamá, en el mundial de Sur Africa fueron los funcionarios los invitados por Odebretch para ir y ver juegos del mundial y en el pasado mundial fueron los periodistas y fueron varios periodistas, y estoy segura que los puedo tildar siquiera de corruptos, pero que ser tan naïve es peligroso sobre todo en esta profesión. Entonces ¿qué independencia tienes ahora para cuestionar a esta empresa? ¿La audiencia de tus lectores realmente te respetarán ahora que tu cuestionas esta empresa cuando tu viajaste a costa de esta empresa? Entonces yo creo que ese es el mensaje que yo quiero dejar aquí. Ejemplos tenemos muchos y yo quiero aquí mencionar uno porque me parece muy valiente y sobre todo en el momento que sucedió.

Aquí está Guillermo Antonio Armas, que en su momento era presidente del forum de periodistas de Panamá, y la Odebretch llevaba años patrocinando el Gran Premio de Periodismo de Panamá. En la redacción de *La Prensa* en su momento ya había periodistas que dijeron que no participaban en los premios, que no concursarían, y que no meterían trabajos porque son pincianos (?), un premio que entrega Odebretch. ya eso se estaba dando en nuestra redacción. Pero Guillermo Antonio Armas cuando llegó a la presidencia del forum muy respetuosamente se sentó, les habló y luego envió una carta. Esas cosas casi no se vean en Panamá ^y la verdad es que yo desde ese momento es lo que incité, y lo quiero hacer público.

Y la SIP también. Ellos trataron de la SIP en Panamá patrocinarla y la SIP no lo aceptó. Y eso también hay que reconocerlo. Hoy en día ¿cómo quedaría la SIP? Y eso son las cosas que nosotros como periodistas debemos tener muy claro. Yo vengo de un medio, acabo de salir de medio privilegiado, un medio que no tiene dueño. Son más de 1.500 accionistas, una independencia absoluta. Yo puedo entender dueños de medios que... esta es la pauta que es lo que necesitamos pero creo que hay que pensarlo dos veces porque nosotros nos podemos convertir en cómplices de otras multinacionales como esta y que hay muchas y que siguen llegando a nuestros países.

Muchas gracias.

(Aplausos).

Sr. Franjul: Gracias, Lourdes por la excelente presentación. Escuchemos a Fabio Sales.

Sr. Fabio Sales (*O Estado de S. Paulo*, São Paulo, Brasil): En nombre de *O Estado de S. Paulo* y en nombre de la SIP, agradezco la oportunidad de estar acá. Para nosotros brasileños es una vergüenza muy grande el que Odebrecht ha hecho en Brasil y en los países vecinos. Los traductores tendrán problemas con el español por que el mío no es muy bueno. Lo siento.

Panama Papers es una investigación que muestra pruebas contundentes acerca de como los ricos y poderosos del mundo han ocultado su dinero. Es uno de los casos recientes más exitosos de periodismo colaborativo y creo que es muy importante, pero aún se ve pocas consecuencias estas revelaciones en Brasil.

Mossack Fonseca tenía una sede en São Paulo y fue responsable por la apertura de cuentas en offshore y en paraísos fiscales. En la oficina apareció la segunda fase de la mayor investigación acerca de la corrupción en Brasil, la “Lava-Jato”. El nombre “Lava-Jato” es una referencia, una alusión a una gasolinera que estaba investigada por crímenes fiscales y que tenía un cash flow, y que se descubrieron muchas más cosas en este período.

En las primeras contribuciones de Panama Papers con Lava-Jato se llegó a conseguir revelar la identidad de los verdaderos dueños de un triplex en Guajurá, pero las investigaciones fueron mucho más allá de las relaciones de la oficina panameña, como apartamentos en el litoral paulista.

Mossack Fonseca creó por lo menos 107 *offshores* para 57 agentes públicos políticos y empresas relacionados con sistemas de corrupción con Petrobras, que es la estatal brasileña y que actúa en el área de producción de petróleo. La oficina operó con todas las grandes empresas de construcción citadas que fueron mencionados en la investigación, como Mendes Júnior, Grupo Chaim, Queiróz Galvão, OAS y la famosa Odebrecht, que en la época era la mayor empresa brasileña y que también tenía proyectos y obras en países vecinos de Brasil. La primera vez que la Lava-Jato llegó cerca de los esquemas de corrupción del ex presidente de Brasil Lula fue cuando se descubrió que un triplex en el litoral paulista era un condominio que pertenecía a un offshore, Murray Holdings, creado por Mossack para Nélcio Varquém, que trabajaba en publicidad. La comprobación del verdadero propietario se dio a través de documentos divulgados por Panama Papers.

El apartamento de Nélcio es vecino del apartamento que los investigadores creen que sea del ex presidente. El edificio comenzó a ser construido por una cooperativa, pero luego pasó para la empresa OAS, una empresa constructora cuyo presidente es muy amigo de Lula. La policía indició Nélcio Varquém, que es publicitaria e ex publicitaria e ex funcionaria del área de marketing de la cooperativa, y se considera que ella sea testaferro de un esquema de ocultación patrimonial.

Lula fue condenado en el caso de triples a nueve años y seis meses de prisión, pero todavía puede recurrir a su sentencia, y se descubrió a través de Panama Papers también que el empresario y actual alcalde São Paulo, João Doria, es dueño de una empresa en los Estados Unidos y que esta empresa es propietaria de un apartamento de once millones de dólares en un área noble de Miami. Doria tampoco ha declarado en su patrimonio un helicóptero para siete pasajeros con que suele desplazarse entre la ciudad y su casa de campo. Y tampoco hay mención a un segundo apartamento que posee en Miami y adquirido a través de una empresa offshore abierta por Mossack Fonseca. La suma del patrimonio de Doria totaliza US\$ 70 millones y es sólo una aproximación sin relación directa con la realidad del mercado brasileño. La verdadera identidad de este apartamento que Doria tiene en Miami, de US\$11 millones, es un secreto doblemente guardado, en primero lugar porque el registro de la propiedad es en nombre de la empresa que está en Florida. Esto hace con que el nombre de Doria non aparezca cuando se investiga los registros de propiedades inmobiliarias en Miami. Además, el tampoco aparece como propietario de la empresa en los Estados Unidos, pues esta empresa fue abierta en nombre de una persona jurídica de São Paulo.

Otro hecho curioso revelado pelos documentos obtenidos por Panama Papers es que cinco distritos de más alta renta en la ciudad de São Paulo reúnen por lo menos más de la mitad de las direcciones citadas en documentos de Mossak Fonseca. El año pasado, incluso con todo el cerco de la Lava-Jato, los esquemas de corrupción continuaran, una de las atrevidas fue el uso de un programa de repatriación recién aprobado en la Cámara de los Diputados. Este programa pretendía regularizar junto a la Receta brasileña recursos que estaban internados en *offshores* y cuentas en paraísos fiscales. De acuerdo con los fiscales, la limpieza por medio de la política del gobierno creó una nueva línea de investigación sobre el lavado del dinero fuera del país. El programa tuvo un total de 16 millones de impuestos y multas pagos y los activos declarados en el exterior llegaron a US\$ 53 millones y más de 25.000 personas, 25.000 brasileños adhirieron al programa. Las investigaciones no tardaron en llegar a Ramón Fonseca Mora y Jüergen Mossak que son los socios de Mossak y Fonseca, y todos saben que terminaron siendo atrapados en Panamá. Ramón acusó el presidente de Panamá, Juan Carlos Varela, de haber recibido durante la campaña electoral de 2014 donaciones de Odebrecht. Fonseca fue ministro consejero de Varela.

Confirmando las acusaciones de Fonseca, Odebrecht admitió haber repasado US\$ 59 millones para los funcionarios del gobierno panameño entre 2010 y 2014 e hizo un acuerdo de lenidad comprometiéndose a pagar 220 millones de dólares y una multa y también a proporcionar informaciones relacionadas a funcionarios en Panamá y los procesos contra la empresa.

Hablando sobre los medios, en Brasil fue la primera vez que periodistas de vehículos competidores trabajaran juntos para la divulgación de informaciones en diferentes medios, y la competencia en Brasil es muy fuerte. Entonces eso fue una cosa muy buena.

El gobierno y la justicia brasileña hicieron poco porque a pesar de que Brasil asiste a una verdadera devastación sobre los políticos y empresas involucrados en Lava-Jato, todavía hay mucha resistencia cuando se trata de investigar posibles irregularidades. Son pocos los ejemplos de políticos o empresas condenadas y que cumplen pena por crimes cometidos. Un ejemplo es el caso que involucra un jefe de la auditoría de la “Agência Nacional de Petróleo” que apareció nos Panama Papers como accionista único de una offshore. Mira, un auditor de la agencia nacional de petróleo, con una offshore.

Consultado, el ministerio de la Transparencia donde este funcionario trabajaba y que debía investigar justamente irregularidades en órganos públicos, dio una respuesta muy evasiva. “No existe plazo determinado para realización de un proceso disciplinario.”

Por otro lado, hubo un desenlace interesante en las investigaciones de Lava-Jato involucrando Eduardo Cunha. En la época, Cunha era presidente de la Cámara de los Diputados. Las investigaciones y los documentos encontrados en *Panama Papers* revelaron que había cobrado propina para liberar recursos del fondo del trabajador para obras en Río y mantenía empresas en paraísos fiscales para el lavado de la propina. Cunha también vendía votos en proyectos de ley en la Cámara. Fue detenido preventivamente en octubre del año pasado y en marzo de este año fue condenado a 15 años y cuatro meses de prisión por delitos de corrupción pasiva, lavado de dinero y evasión de divisas. Pero Brasil fue el único país del mundo en que los documentos de la filial de Mossak y Fonseca fueran enviados al Supremo Tribunal Federal. En el país los políticos gozan del foro privilegiado y deben ser investigados solo por el Supremo Tribunal. Y en el caso de la Lava-Jato parte de la investigación involucra el ex presidente Lula. Teori Zavascky que era ministro y relator de la Lava-Jato, en Supremo determinó que toda la documentación que la policía buscó en las oficinas de *Panama Papers* en São Paulo fueran entregues al Tribunal. Esta documentación había sido entregue al juez Sergio Moro, responsable del juicio en la primera instancia de los involucrados en la investigación y la maniobra fue considerada un blindaje a Lula. Teori falleció en un accidente de avión en enero de este año.

Los trabajos de Lava-Jato no deben cerrar antes de los finales de 2018. La elección del próximo año, cuando serán elegidos presidentes, gobernadores, senadores, será la primera a ocurrir bajo la influencia directa de las cárceles, indicios y condenas de políticos. En más de tres años actuando exclusivamente en la Lava-Jato, Sergio Moro juzgó 35 procesos y condenó 109 personas, incluso el ex presidente Lula, a nueve años y seis meses de prisión, a los ex ministros Antonio Palocci y Jose Dirceu, doce años y dos meses y treinta y dos años, respectivamente, así como el empresario Marcelo Odebrecht a veinte nueve años y cuatro meses. Marcelo no se benefició de la política de delación premiada que podría tener una reducción de su pena. En total, se asignaron más de mil y setecientos años de prisión a los condenados.

La operación llega a 46ª fase, y Moro todavía tiene por delante 44 procesos penales abiertos. Uno de ellos, que está en fase inicial, es el que trata de la sospecha de práctica de corrupción y lavado de dinero en el caso de las obras del sitio de Atibaia en el interior de São Paulo y que la investigación dice que es de Lula, pero él niega. La acción debe ser juzgada, si no hay imprevistos, en meados de 2018, en vísperas de las elecciones.

Lula, que recurre su primera condena, se declara candidato de PT y está actualmente como el primero en las encuestas políticas que están siendo realizadas en el país.

Las investigaciones ya desnudaran esquemas de distribución de cargos públicos, corrupción, desvíos de dinero, y operaciones de contratos con la Petrobras durante los gobiernos de Lula y Dilma Rousseff, entre 2011 y 2016, y se constataran desvíos de más de US\$ 13 millones de la estatal para la compra de apoyo político, financiación de campañas y enriquecimiento ilícito.

Mientras yo hablaba, estaba siendo proyectado un trabajo que hicimos en el *Estado*, que es una visualización de datos. Cuando se completó un año de la operación Lava-Jato hicimos esta visualización que es permanentemente actualizada con todas las fases de la operación y con todos los personajes y empresas involucrados en el proceso. Ustedes pueden filtrar para ver como tienen todos los enlaces con órganos públicos, políticos y tales.

Muchas gracias.

(Aplausos).

Sr. Franjul: Muchas gracias por tu exposición. En este momento yo voy a hacer una pregunta general para los tres para abrir el camp o de las preguntas de todos ustedes. Queda claro que las dos investigaciones fueron pecables en cuanto pudieron desentrañar mucha luz que estaba oculta dentro de muchas operaciones aparentemente legales de tipo financiero y de otra naturaleza.

Muy bien. Yo tengo la impresión de que esas fueron dos investigaciones exitosas, un tercero éxito en esas investigaciones ha sido mostrar la flaqueza de la justicia en América Latina, porque pese a las evidencias contundentes, indiscutibles, de implicación de funcionarios o políticos en operaciones y transacciones dudosas. Todavía las cárceles están vacías como recibir a todos los que están acusados e implicados, salvo en Brasil que la justicia es un oficio impecable.

Eso por un lado. O sea, la investigación demuestra que la justicia funciona y al mismo tiempo también demuestra que pese a las implicaciones de dirigentes políticos y empresarios los sistemas de partido en esos países a pesar de que en su núcleo están corrompidos siguen funcionando.

¿Cómo se sienten ustedes después de haber hecho un esfuerzo incluso exponer su vida y la tranquilidad de su familia y su propia seguridad metiéndose en estas investigaciones? ¿Cómo se sienten finalmente al ver sus resultados?

Sr. Reyes: Antes de responderte quisiera dar una pequeña explicación de este hall of shame que están viendo ustedes con los estragos que ha hecho este escándalo en América Latina, un presidente encausado en Brasil, otro arrestado en Perú, otro fugitivo de su país, otro arrestado en El Ecuador. ¿A qué parece la figura de Martinelli como él directamente hasta ahora no hay investigación oficial pero sus hijos están bajo investigación, y Nicolás Maduro acusado por la propia Fiscal de Venezuela de recibir dineros, y las campañas que ya se mencionó la de Varela, pero campañas también del presidente de México, del Presidente Juan Manuel Santos de Colombia, los mismos que de Alvaro Uribe.

A mí la pregunta de la justicia, de lo que me preocupa ahora, lo más nuevo que ha pasado en todo esto cuando estuve en Brasilia nos enteramos de que de ahora en adelante la negociación entre el gobierno y la Fiscalía de Brasil para entregar información se va a ser con la intervención directa de Odebrecht. Es decir, Odebrecht es el que va a decidir qué nombres va a entregar a las justicias locales para que empiecen los procesos.

Se imaginarán ustedes que en ese sistema lo más que Odebrecht busca es sobrevivir y seguir ganándose contratos en esos países, la información que va a entregar no va a ser perjudicial para el gobierno de turno, como pudo haber pasado en la República Dominicana.

Entonces, ya hay una manipulación privada de Odebrecht admitida por el gobierno de Brasil bajo el mismo esquema que se perdonó a los bancos en Estados Unidos –too big to fail, muy grande para fracasa. Y entonces ahora viene una recuperación de la firma para que además de ser culpable ahora manejar las pruebas que las pueden perjudicar. Eso es realmente inaudito.

Sra. de Obaldía: Quiero resumir esto en una sola palabra, y es frustrante. Creo que es frustrante porque como bien lo explica Gerardo al final Odebrecht va a quedar con vida. Muy pocos en nuestros países van a pagar. El caso de Panamá es muy complicado porque además Panamá no tenía sistema penal acusatorio cuando esto sucedió, entonces estamos con viejo sistema y los abogados, la defensa interponen, interponen, interponen

recursos y en larga un sistema judicial totalmente corrupto, y la verdad es que estamos desesperanzados en Panamá de que podamos realmente ver que haya justicia en ese caso.

Pero yo quiero traer una similitud, es un caso que quizás no sea muy conocido para ustedes, pero para nosotros es muy significativo. Panamá tuvo un caso de corrupción en el gobierno anterior gigantesco con la empresa Finmeccanica italiana y se logró un acuerdo con esa empresa por los sobre costos que se habían pagado y Finmeccanica acordó pagar ciertos intereses que quedaban pendientes, que Panamá recibiera a cambio tres helicópteros nuevos, bueno, una cantidad de cosas. Y luego de esto ¿Finmeccanica qué hace? Se reestructura. Entonces sale victoriosa. Ahora, Finmeccanica también tenía todo esto escándalo en otros países, pero Panamá logra esto finalmente, pero afuera, adentro el caso de Finmeccanica no le va a pasar nada. Yo lo comparo mucho con Odebrecht porque Odebrecht está en esto, en esta reestructuración, y está reiniciando su lobby, y como son grandes constructoras entonces no hay mayoría de ciudadanos que logren el poderse para acabar con esto.

Entonces, yo realmente creo que es mucho de esperar de la ciudadanía, de que vamos a hacer los ciudadanos en nuestros países para que esto no siga sucediendo.

Sr. Sales: No tengo mucho para hablar sobre esto. La impresión que nos da en Brasil es que aunque hubo un esfuerzo muy gran de los periodistas que participaron de la comisión de investigación de *Panama Papers*, la justicia hace mucho poco para condenar los que están siendo buscados. Y esto para Brasil es muy malo porque en caso de Lava-Jato es la primera vez que se hace una investigación de corrupción grande y que involucra muchos actores, políticos y empresarios, pero el gobierno y la justicia siempre están haciendo cosas para limitar un poco el trabajo de Lava-Jato y esto para nosotros es un poco malo.

Sr. Franjul: Esta realidad no podría desalentar a la prensa para emprender nuevas investigaciones profundas en el futuro, dicen bueno, ¿de qué vale la pena el comprometer tanto, dedicar tanto tiempo o algún recurso en ponerse a amenazas y presiones para que finalmente todo termine en complacencias y de argumentos jurídicos.

Sr. Reyes: Bueno, yo siempre he dicho que nuestro labor tiene que ver más con la realidad que con la justicia, con la verdad que con la justicia. Nosotros estamos en esta profesión para ser testigos algunas veces privilegiados de acontecimientos como este. Los efectos que eso tenga hay que evaluarlos pero no deben desanimar porque yo creo que nuestra principal motivación es que la gente se entere de lo que está pasando.

Sra. de Obaldía: Desde mi punto de vista cada fracaso debe dar a nosotros más ímpetu para seguir con esta investigación porque en el momento que la prensa se calle entonces allí no podemos esperar nada. Somos nosotros los que tenemos el deber como periodistas de seguir, además siendo testigos contar estas realidades, darlas a conocer. Yo creo que eso es lo fundamental ¿no?

Sr. Franjul: Bien. Vamos a abrir un espacio a ustedes para que puedan hacer las preguntas a Gerardo, a Lourdes y a Fabio. Ah, una persona allá.

Sr. Hassan Nassar (RCN Radio, Bogotá, Colombia): Esta pregunta es para los tres. Maravillosa la presentación. Gerardo, en el caso de Colombia ha pasado algo muy curioso, se ponen la gráfica, la fotos de la campaña del presidente Santos y también lo que ha pasado con el ex presidente Álvaro Uribe. Pero hay un tema y es que la Procuraduría en Colombia y la Fiscalía están diciendo que hay pruebas contundentes, digamos, a partir de las investigaciones que se hicieron por los Panama Papers para determinar incluso que dinero de Odebrecht sí entró a las campañas políticas. O sea, aquí hay una ramificación muy grande. Pero tenemos una justicia con un Consejo Nacional Electoral que pareciera desconocer todo ese material periodístico, parece desconocer también todas esas pruebas que aportan los diferentes testigos en distintos lugares del mundo que han compartido esta información. Y frente a eso ¿qué dicen ustedes, no es al mismo tiempo muy frustrante sentir que todo ese trabajo mancomunado de tantas personas no tiene los efectos reales que debería tener?

Sr. Reyes: Sí, muy interesante. A ese panorama hay que agregar que hay un fiscal que está tratando de darle gusto a los presidentes para dejar las cosas tranquilas, absolviendo a los que resultaron comprometidos con el recibo de ese dinero.

La última excusa que han dado en Colombia para explicar por que no continúen con la investigación es porque no han recibido las pruebas de Brasil, que son los testimonios de consultores políticos que dijeron que ese dinero sí entró.

Y eso me recuerda que en Ecuador cuando estaba Correa el presidente las excusa por la cual no se abrió investigación al actual vicepresidente que está preso es porque no tenían traductores oficiales del portugués. Es una excusa tan parecida como a la que está dando Colombia diciendo “No nos llegaron las pruebas, ¿dónde están las pruebas?”. Es una situación realmente frustrante de impotencia ante semejante impunidad.

Sra. Rita Vásquez (*La Prensa*, Ciudad de Panamá, Panamá): Yo también participé en la investigación Panama Papers con Gerardo, y mis preguntas son dos básicamente. Una: ¿si no consideras que dentro que los que participamos hubo intereses un poco contrarios? Por ejemplo, había un personaje norteamericano y hubo muy poco interés por parte de los medios norteamericanos de cubrir a este personaje. Nosotros le cubrimos ampliamente porque allí había una evidente y probada instrucción de los abogados para evadir impuestos en Estados Unidos.

Y la segunda es ¿si no consideran que de esta investigación tal vez nos faltó un debate global de cómo resolver el problema de la mala práctica dentro de la industria?

Sr. Reyes: Bueno. Por eso comentaba en mi explicación inicial que el proceso de selección de nombres e instituciones involucradas en estos escándalos, sobre todo del Panama Papers, puede resultar arbitrario, puede crear polémica e incluso desconfianza. Porque este y porque aquel. ¿Por qué el *New York Times* no mencionó a Carlos Slim en ese escándalo que parecía en los Panama Papers? Entonces, la gente puede decir no porque Carlos Slim es uno de mayores inversionistas, accionistas individuales del *New York Times*. Yo no estoy seguro de eso, creo, pues, que el *New York Times* no participó en esa investigación, pero sí puedo serle un seguimiento, si se puede prestar para eso. Y el final feliz de eso, es que ustedes en la prensa lo pudieron hacer, y ya está allí en las redes y ya se conoce.

Quiero además hacer aquí un paréntesis que de esa ignorancia que yo hablaba de los periodistas tengo que poner como excepción a Rita, porque ella en las primeras reuniones en Munich nos sacó de esas No, en gran parte porque ella tiene experiencia en ese mundo y ilustró muy bien lo que ha pasado. Y no sé si es de mucho uso que cuando ustedes los periodistas tengan preguntas sobre eso creo que la primera llamada debe ser que Rita lo tiene muy claro.

En cuanto al debate, yo creo que el debate de cómo se debe comportar las offshores no es un debate periodístico, es un debate de esa industria y nuestro debate es cómo vamos a mejorar los mecanismos de vigilancia del sector privado. El periodismo investigativo en América Latina está concentrado en la corrupción pública, en la corrupción de los funcionarios públicos, y el sector privado está completamente ignorado cuando muchas veces en ese sector privado ocurren, como se demuestra acá, irregularidades mucho más deshonrosas que en el propio sector público.

Así que creo que la llamada es para poner la lupa más en el sector privado y vigilar más es actividad.

Sr. Fernando Quijano (*La República*, Bogotá, Colombia): Sin lugar a dudas el tema de los Panama Papers y Odebrecht rompieron o partieron en la historia de corrupción en todos los países de América Latina, pero no deja uno sin saber que el origen de las dos tramas todo tenga que ver con autoridades de vigilancia y control en Estados Unidos, que tengamos que estar pegados a la rueda de las instituciones de vigilancia y control de Estados Unidos. ¿Cómo hacer o qué enseñanza nos han dejado a los países latinoamericanos a las entidades de vigilancia y control de América Latina para nuevos casos? Pero seguro, pues, el tema no termina allí sino continúa. ¿Qué enseñanzas, qué podemos aprender en esto después de los Panama Papers y después de Odebrecht?

Sra. de Obaldía: Yo quisiera referirme principalmente al tema de Odebrecht, primero porque sí tengo que ser muy sincero Odebrecht desde el 2008 siendo yo su directora de la prensa se convirtió desde entonces en una obsesión, y yo creo que es una obsesión compartida por la gran parte de la redacción de *El Diario*. Yo diría que eso es investigar, para nosotros no fue una sorpresa lo que dijo Estados Unidos, no lo fue. Fue una confirmación de lo que habíamos dicho desde el 2008 y siempre lo decimos y siempre fue mutilado por los diferentes gobiernos, incluso con la actual, de falta de decisión, de negativismo.

Nosotros sí tenemos la película clara y creo que eso también ayudó un poco a fortalecer la credibilidad del diario, que durante más de diez años, o casi diez años, veníamos con esta cantaleta de la corrupción de Odebrecht. De hecho, quiero decirles que *La Prensa* (no se entiende) muchas veces de comprar proyectos y

editoriales nuestro *La Prensa* nunca lo permitió. El diario *La Prensa* en su convencimiento de la corrupción tan gigantesca que Odebrecht estaba patrocinando en Panamá.

Así que para nosotros eso no fue ninguna sorpresa y yo creo que ese es papel nuestro, seguir y seguir y seguir, aunque tengamos voces en contra, a la ciudadanía en contra, de porque si Panamá está progresando ahora tiene metro y la prensa sí es cuestionando Odebrecht, si Panamá tiene metro, me dijeron colegas en Colombia, “Pero, Lourdes, en Bogotá queremos un metro, no lo tenemos y ustedes lo tienen, ¿cómo ustedes están todavía criticando Odebrecht?” Hace años me lo dijeron, ejercer convencimiento y seguir en la investigación porque al final da frutos.

Sr. Ricardo Chanis (*Panamá América, Ciudad de Panamá, Panamá*): Primero que nada, agradecer a los panelistas por una presentación muy completa y sumamente interesante. Mi pregunta va un poquito por lo que preguntó Rita, que es del diario *La Prensa* y aprovecho para felicitar a *La Prensa* porque como se mencionó fue un trabajo titánico con muchos compromisos para hacer Panamá un país tan pequeño, es una labor sumamente encomiable. Pero referente a la pregunta que preguntó Rita con respecto a la industria mundial y qué se puede aprender de esto, enfocándolo en particular por el nombre que se le dio.

Mi pregunta principalmente para el señor Gerardo es ¿consideran que fue bien poner el nombre Panama Papers o haber tenido eso el nombre de Panamá pudo haberlo convertido, bueno que es un problema de Panamá, eso es un problema mundial, en retrospectiva para poder aprender hacia el futuro y sin desmeritar nada el nombre, porque sin duda un nombre que también lo hizo que se difundiera fácil para que todo el mundo lo conoce alrededor del mundo?

Pero sí quiero saber su interés, o su opinión, si le parece bien.

Sr. Reyes: Bueno, ayer me dieron una explicación realmente lógica de ese nombre ¿no? Sí tenemos documentos y tenemos Panama Papers. El periodismo necesita títulos cortos que sean atractivos y desde los Pentagon Papers de hace treinta años se viene formulando esas etiquetas, como tú dices, para hacerlos más atractivos. Sí hay sacrificios en el camino porque hay muchos otros paraísos financieros, incluyendo Estados Unidos. Pero estoy seguro que si hay algo en Delaware el periódico local podría también llamarlo los Delaware Papers. Si se tiende a algo genérico y global de pronto se pierde el mensaje inicial de atracción al lector.

Sr. Franjul: Voy a seguir con el mismo tema, pero incluyéndolo con la otra etiqueta, que es la del caso de Odebrecht, porque también en ese caso hay otras empresas, varias de ellas brasileñas también, que algunas se habían catalizado y que revisaban licitaciones amañadas unas con otras y una empresa ha ganado y la otra ejecutaba.

Digo sí eso también necesita un debate más profundo sobre los mecanismos de contratación, sobre los mecanismos en que los estados realizan licitaciones y cómo se concreta.

El segundo punto vinculado con lo que se hablaba de los países involucrados. Argentina es uno de los países donde recién ahora empieza el caso Odebrecht a tener una presencia. Acaba de ser detenido el ex Ministro de Obras Públicas de Argentina que está involucrado en esta causa.

La pregunta es si las justicias nacionales son capaces de investigar y llevar adelante este tipo de casos o si sería necesario tal vez en un marco de una economía tan globalizada alguna otra instancia judicial supranacional que pudiera cruzar datos y realizar una investigación más a fondo.

Sr. Reyes: Si sacamos un común denominador de esta pregunta y la del colega de Colombia la respuesta va a ser tenemos que tener nosotros nuestra propia justicia. El proceso por ejemplo de extradición es una declaración implícita de que los mecanismos legales, por lo menos en Colombia, que a través (no se entiende) más de dos mil personas. Es un desconocimiento internacional de que parece que el sistema de justicia no funciona nada y estuviera tan dependiente de Estados Unidos, como en este caso de Odebrecht. Que si ustedes leen la acusación criminal que hizo Estados Unidos en Odebrecht es una fotocopia de lo que tenía la justicia brasileira, en donde es claro que lo que interesaba era la multa a Odebrecht. ¿Por qué? Porque ellos no continuaron encausando o cuestionando a los funcionarios que ni siquiera se atreven a mencionar la cosa.

Ustedes saben que esa acusación no tiene ni un solo nombre, pero sí tiene una cifra altísima que paga Odebrecht. Entonces, aún así el trabajo de Estados Unidos es mediocre, pero nosotros seguimos dependiendo de lo que se diga y lo que se haga ya.

Sr. Luis Álvarez (Blue Marketing, Salt Lake City, Utah): Muy buenos días. Primero que nada, felicidades, han hecho una labor periodística admirable a nivel mundial. Espero que esto siga y que esta investigación realmente genere cambios en América Latina.

A mí me interesa mucho el aspecto a nivel de manejo de crisis en empresa, cómo manejarlo en esa comunicación con los periodistas, la bloquearon, fueron transparentes, hubo contactos de parte de la empresa directamente más allá de intentar comprar espacios. ¿Ustedes cómo caracterizan ese manejo de crisis de parte de la empresa?

Sra. de Obaldía: ¿Te refieres a Odebrecht? Odebrecht a *La Prensa* nunca le habló. Yo creo que en los casi nueve años de investigación nunca le habló a *La Prensa*. Mandamos comunicados, las pocas veces que contestaron ellos mandaron comunicados generales a todos los medios basados ya en una pregunta que la prensa le había hecho. Pero sí no hubo ningún acercamiento a nosotros.

Después del escándalo sí recibimos, sin solicitud de cita, a un grupo de empleados de Odebrecht, y los recibimos y hablamos con ellos casi dos horas, y ellos llegaron muy disgustados. Y al final se fueron bien, se dieron cuenta que el tema no era querer perjudicarlos a ellos, ellos aceptaban los escándalos de corrupción de la empresa, pero temían perder sus trabajos.

Eso fue el único contacto, que no fue con la empresa sino con los empleados, y sé que lo hicieron por diferentes medios panameños. Pero la política de Odebrecht era un silencio total con el diario *La Prensa*, porque fuimos nosotros el primero que iniciamos las investigaciones cuando ellos eran, ya te digo, los más queridos, Festivales de Niños patrocinaban, entonces compraron mucho ¿no?

Sr. Álvarez: Pero tengo entendido que Odebrecht representaba otros medios en Panamá, presentando esto como un ataque a Panamá, un ataque internacional a Panamá para darle prelación, prioridad a otros mercados de offshore. Yo tuve el honor de ir con el grupo de periodistas. En Fonseca, sí. Pero preguntaba de manejo de crisis en el caso de Fonseca fue sí.

Sr. Franjul: Bien. Vamos a las dos últimas Sí, como no, Lourdes.

Sra. de Obaldía: En el caso de Fonseca antes de que Panama Papers se conociera, como un mes antes de la publicación, uno de sus accionistas sí fue a hablar con nosotros y con tres asociados más de la firma, y fueron muy altaneros, y allí fue la primera amenaza. Ellos lo describieron a nosotros y nos dijeron “Aquí hay un grupo de periodistas internacionales y sabemos que quien lo está organizando y lo está asesorando es una persona...” así, así, así y nos describieron a Rita. No sabía el nombre. Y la manera como lo dijeron fue una manera tendenciosa, una amenaza velada, y en ese caso de Odebrecht fue la primera persona que *La Prensa* tuvo que ponerle alguien a que estuviera con ella, porque era, ya les dijo, una amenaza.

Sr. Franjul: ¿Ustedes denunciaron eso en ese momento públicamente, el periódico?

Sra. de Obaldía: No, primero porque Panama Papers no era público todavía ... (Sr. Franjul dice algo fuera del micrófono) Fue una conversación off the record y nosotros decimos por precaución porque no sabíamos también, y como le decíamos, no sabíamos ni siquiera la directiva, no se sabía esto. La reacción de *La Prensa* no sabía la investigación que estábamos haciendo. La reacción de *La Prensa*, se enteró que habían siete periodistas nuestros en la investigación una vez que hace público, porque esto sea compromiso que se tenía con ICIJ. Entonces, no queríamos hacer el ruido de esto y lo que nosotros decidimos fue, bueno, no sabemos si es que por todo lo que ya sabemos estamos pre dispuestos pero era mejor prevenir.

Sr. Franjul: OK. Vamos a dos últimas preguntas del panel.

Sr. Ulilo Acevedo (Hoy Diario de Magdalena, Santa Marta, Colombia): El sistema financiero internacional está muy estrechamente ligado con el sistema financiero de los Estados Unidos. Odebrecht para poder consumir el pago de estas cosas debió utilizarlo. Ya escuchamos, por ejemplo, lo que pasó en el país cuando de Brasil no llegaron las pruebas al Consejo Nacional Electoral y en Ecuador no había un traductor portugués para poder acopiar toda la información del laboratorio con el cual se pudiesen procesar a quien aparece sin pecados (?).

La Justicia americana de una u otra manera además de haberse quedado con la plata de la multa también se ha quedado con muchas verdades de muchos nombres a lo cuales nuestros países no han podido acceder para poder configurar las pruebas con la cuales se puedan encausar a los indicados.

Frente a esta velada negativa de la Justicia americana que pueden hacer nuestros países a fin de que no prospere la impunidad y no pase nada como finalmente y de manera triste lo vamos a observar, ¿qué opinión tienen ustedes de eso, por favor?

Sr. Reyes: Yo creo que con Estados Unidos vale la pena insistir. Cuando hay una presión diplomática, cuando hay una presión oficial, hay posibilidades de que el Departamento de Justicia empiece a entregar, así por debajo de la mesa hay investigadores locales de la información. Así que creo que eso no se ha hecho, porque volvemos al mismo punto, porque no hay interés, porque no aparece el traductor, o cualquier otra excusa supuestamente logística. O sea, pero allí hay que insistir.

Sra. Obaldía: Yo quisiera decirles que entiendo que el Departamento de Justicia no ha negado la información, es más un poco de lo que dice Gerardo, en nuestros países es solicitarla.

Sr. Franjul: La última pregunta.

Sr. Mario Gusmão (*Jornal NH, Novo Hamburgo, Brasil*): Mi pregunta es para compatriota Sales. En ese rumoroso caso, ¿cuál es su opinión, ¿cómo usted analiza el trabajo de la Policía Federal, de los fiscales, y de la justicia que ya mencionó? Pero me gustaría más que se refiera al trabajo de la Policía Federal, de los promotores que trabajaron en ese caso.

Sr. Sales: El trabajo de la Policía Federal en este caso, yo digo que fue bueno, pero hubo algunos excesos, sin duda, pero se avanzó mucho en la investigación gracias al esfuerzo que la Policía Federal hizo. Pero, como yo dice, la Justicia se utilizó de muchas manobras para blindar algunos de los políticos porque la propia justicia es nombrada por los políticos brasileños, entonces creo que fue muy importante, pero mismo con los excesos lo que la policía federal hice en Brasil.

Sr. Franjul: Queremos dar las gracias de manera muy calurosa a Gerardo Reyes, a Lourdes de Obaldía y a Fabio Sales por haber compartido su tiempo con nosotros, especialmente sus experiencias en el manejo de las investigaciones de Panama Papers y Odebrecht.

Queremos informarles que luego de este panel está programado otro panel compartido de Ciberseguridad, una perspectiva nacional, para que todos estén informados y puedan participar de inmediato.

Además, tengo que comunicarles que las exposiciones que se han hecho en el diario de hoy en este panel están a su disposición registradas en el sitio Web de la Sociedad Interamericana de Prensa, la cual ustedes pueden acceder.

Quiero pedir un aplauso para los panelistas.

(Aplausos).

Panel 2: Cybersecurity 1 – A national perspective **Panel 2: Ciberseguridad 1 – Una perspectiva nacional**

Mr. Michael Kaiser (*National Cybersecurity Alliance, Washington, DC*): Good afternoon, everyone. I'm Executive Director of the National Cybersecurity Alliance and I'm the moderator of this panel on a national perspective on cyber security. NCSA is a non-profit organization. I'm thrilled to be here at the IAPA conference and thrilled to be invited in part because October is Cybersecurity Awareness Month and so a really appropriate topic and an appropriate time of the year. I'm thrilled also that we launched Cybersecurity Awareness Month at the Organization of American States on October 3 in a truly international event, which is really what cyber security is these days.

So I'm just going to first ask my two panelists to do a quick introduction and then we'll dive right in.

Ms. Alison Treppel (*Organization of American States, Washington, DC*): Hi, good morning, good afternoon. I'm the Executive Secretary of the Inter-American Committee Against Terrorism of the Organization of American States. It's a very long title I know, but basically for those of you who may not be aware of the

work of my Committee we undertake a number of different efforts to prevent and mitigate the impact of terrorism throughout the hemisphere, cyber security being one of those files, effective border controls and all other sorts of efforts against terrorism, terrorist finance, weapons of mass destruction and what have you are all under my purview. But today I'm very pleased to be here today to tell you a little bit about some of the OAS efforts with regards to cybersecurity.

Mr. John McClurg (Cylance, Irvine, California): Bon dia. I actually had the pleasure of living in Brazil for a couple of years so I feel quite at home in the Americas and it's great to be able to be with you today. Until just a year ago I was Michael Dell's chief security officer. That was a position I held after having completed law school – I was an attorney by training and actually headed off to academia, pursued a PhD at a prestigious university, Chapel Hill, North Carolina, in the critical field of study of a hodgepodge of psychology, sociology, anthropology, philosophy and linguistics that looks at the variables around which human beings interpret meaning in their world. The FBI thought they needed one of those and they stole me away. And so that's how I ended up with a decade of service in the intelligence community. I was one of the FBI's first counter-terrorism joint terrorism task force. I also was one of the early cyber warriors that the Bureau had, I went up against the Dark Dante in the early days of cyber warfare, and then actually got inserted under cover at the CIA, went after the Ames case. President Clinton gave responsibility for the CIA's espionage program to the FBI, and they actually put two of us under cover there.

So I had a broad mix of government service and eventually landed in the corporate world, where I combined physical and cyber security under one umbrella at Bell Labs, Honeywell and Lucent, because of the growing interdependencies we saw between the physical and cyber worlds. And that model has continued to grow in a lot of the Fortune 500, 100 but in various countries around the world because of that growing interdependency.

And then after five years with Michael Dell I actually came across a young startup that had some new power and strength that I'll share a little bit later with you, and have been in the startup world for the last year and a half with a little company called Silence.

Mr. Kaiser: Great. Well, thank you both. We have a really interesting discussion ahead of us. I also want to start with you. OAS works to encourage cyber security in some really strategic, in the ways that you work with government and the ways that you work in certain areas. And I think it would be really interesting if you would discuss a little bit how you see OAS's role in cyber security and maybe some of the initiatives that you have underway to encourage increased cyber security.

Ms. Trepel: Absolutely. First, I was negligent, let me just begin these remarks by thanking the Inter American Press Association for the opportunity to be here today, very interesting conversations and again I'm glad to be able to share some of these perspectives.

So yes, the Organization of American States we have been looking at the issue of cyber security since about 2004. We have 34 currently active member states that look at a number of different issues, as you may know human rights, democracy, development and security, cyber security being one those many mandates that we get. The member states actually had the foresight to realize back in 2004 that a regional perspective to cyber security was needed. And so an Inter-American cyber security strategy was the outcome document of that process, and today still serves as our framework document, if you will, for the work that we do throughout the hemisphere.

Since 2004, however, we know the world has changed quite a bit in terms of our cyber capacities and cyber infrastructure. Just within this region, Latin America and the Caribbean, do we know that the number of Internet users has increased by about 2000%, which has opened the doors to incredible opportunities but at the same time incredible risks. So the role of the Organization of American States and CICTE, my committee, in particular has had to adapt and adjust over the past decades to see how we can best meet the needs and priorities of our member states.

Today we work primarily in three key areas in terms of cybersecurity: policy and strategy, capacity building and research and outreach. And I'll just touch briefly on each of those.

Within our security and policy shop we work primarily to help member states develop a national cyber security strategy, which I can go into more detail later but today seven countries of the region have cyber security strategy in place – Jamaica, Trinidad and Tobago, Costa Rica, Panama, Chile, Paraguay and Colombia. And actually, Colombia is already on their second round, they were one of the first to have a strategy in place in 2011 and in 2016 they've already come around and drafted their second version. And I hope that in very short

order we may be able to add three more countries to that list – Mexico, Guatemala and the Dominican Republic are working actively to have a cyber security strategy in place.

We also have intense efforts to help develop capacities at the national level, primarily through the establishment or strengthening of national incidents response teams, or CERTS. When our program started back in 2004 there were only five CERTS in the region and today there are 21. We also have a network, our CERTSAmerican.org network, where we bring almost all of those CERTS together in a common platform to share information, threats, active IP addresses, anything that may help to mitigate the impact of any incident or attack on our region's infrastructure.

We have trained over 10,000 representatives of governments, industries, civil society, alike in a number of different areas through workshops, seminars, use of Internet for terrorist purposes, cyber boot camps, a number of different areas. And then third we work on research and outreach. We have partnered with a number of different private sector organizations to publish technical studies and white papers to help us better determine trends that ultimately should help impact the development of policies and strategies at the national level. And then we partner in terms of outreach, we partner with great partners like the Cybersecurity Alliance. And like Michael already mentioned we have Worked together to support Cybersecurity Awareness Month and really just undertake a number of different efforts to make sure that organizations and individuals together are well aware of their roles and responsibilities in promoting a safe and secure digital space.

Mr. McClurg: Thanks. You know, I actually had the honor of speaking recently at Cybersecurity in the Americas in Montevideo right before October, late September, and they had a lot of CERT representatives on those panels, it was really impressive actually the amount of work that's being done down there. Some of us who have been around cyber for a long time we've been craving the building of this infrastructure to support all this that has to happen in every state, every country in the world. There were just some really very, very robust activities, I think you also deserve a lot of credit how you sparked a fire in that area, it was really impressive.

Mr. Kaiser: And they're communicating with each other. And OAS I think plays a huge role in making sure that communication happens. But, John, you're on the other side, we don't take sides in cyber space, on the other side that's an all different issue in cyber space, on the dark side. But you're on the light side too. But, you know, you come from the industry side, you come from an organization that has a specific approach to cyber security and I think it would be sort of interesting to balance out a little bit and hear what at Cylance is your approach to cyber security, let's hear a little bit about that.

Mr. McClurg: Sure. I came to Cylance after actually, you know, a career in large organizations like Bell Labs, Honeywell and Lucent, very much like a lot of the companies that make up your countries. So the life experiences I've had in the profession of security will not be too different from those with whom you might interact or interview at some time. The experiences I'll share with you are similar to the ones that they had. And even though when I got pulled into law enforcement I desired to be proactively preventative.

The fact of the matter is most of our community has for the last two decades been very much in the world stymied, I should say – stymied in the world of reactive detection. We wanted to be out there ahead of the threat and ahead of the risk, but we always found ourselves paying catch-up. That was the case when I was working terrorism, I worked the Lockerbie bombing, the Oklahoma City bombing, the Unibomber. We wanted to be out there before the bad guys, we always found ourselves catching up catching up after the fact, playing catch-up.

In cyber space it proved no different and in chasing spies, I was always chasing a spy after he'd already hurt us. And as I sat in the quiet of my study I thought why is it we're still playing catch-up? In large part it's because of these criminal activities were so rich in data we couldn't wrap our arms around all the possible indicators to get out ahead of that.

It was a big data problem essentially. And then with the evolution of technology as our companies were being able to gather more and more of that we've been able to actually start moving towards a new paradigm of proactive prevention. And that's critical and that'll be important among those individuals and those organizations you're speaking to, because historically that reactive posture was a problem tied to the anemia, or the anemic performance, of our anti-virus partners. And that's critical because anti-virus when you talk about the world of security it sits at the top of the pyramid, or what we call the kill chain.

So if you can stop your adversary way up high on that kill chain with a really robust anti-virus a lot of the downstream stuff that we've put in place called that defense and depth wouldn't be necessary, but it has been necessary because using signatures our anti-virus partners have at times caught as little as 19% and on a good day sometimes 50% of these viruses and malware that are coming at us that are based on a signature. That's the

old paradigm, sort of like in the physical world when our people at the centers for disease control and our anti-virus folks always want to get a patient zero or to get an anti-virus from. In the cyber world there hasn't been too much different, you always had to get a patient zero or that first signature in order to get a counter measure to that. And then you had to have everybody go out and get a patch. And that's been problematic, not just in North America but in South America the institutions have been just as challenged in managing those complexities.

That's what sort of doomed us to a reactive mold, but also to a commitment in the way of infrastructure that was costly, resource intensive and ultimately quite ineffective. In fact that's the world I lived in as both the CSO of Bell Labs, Honeywell and Lucent. In fact, when I got there it was really galling that one of the first things I had to do was go up to the leadership and tell them "Look, I need you to understand" – this is something I learned in my MBA program – "you need to under-promise and over-deliver, so I want you to now it's not if we're going to get compromised, it's when." That galls me professionally, I didn't like to have to say that but I thought if I don't say that they're going to summarily fire me when we're compromised. I know my anti-virus partners are going to, and then what are we going to do?

So I had to start off with that mantra and now the whole community, I think that's true across the Americas, this notion of not if but when now dominates the community. And again, it was tied back to my experiences, to the failings of my anti-virus partners. I was compromised usually by the Chinese at all three of my companies, at Bell Labs, Honeywell and Lucent. In fact, at Lucent I was busily battling the Chinese one month when I got word that our Dell CTO had reached his patience in terms of these anti-virus partners. He went out and surveyed the entire community and came up with some 60 different companies that claimed to be advanced in point protection, and he asked one of our companies, Secureworks, to pull together 4100 instances of evil. This includes zero days, malware, ransom ware. He bundled that together and threw it at each of these 61, 62 different solutions, and out of that bunch one little company emerged ahead of all the others with a 99.7% conviction rate. That was incredible. Michael Dell was so excited he tried to buy the company, when that didn't work he created an OEM and embedded them in there. I heard about this and I didn't believe it, I said "Go get the solution and test it against what the Chinese just defeated us with, and when it fails then I'll tell Michael to stand down." Because I'd always promised Michael that I would deploy whatever he was using, with our external customers I'd use that internally. So I sent them off to go prove this thing didn't work and when they came back and said "We don't know what to tell your boss, but if we'd had this deployed the Chinese would not have defeated us, we would not be spending all these late night hours just deploying and building out more of that robust defense in-depth structure." But everybody in the Americas thinks they have to build out, because of that anemic performance way up high of the anti-virus solution.

I think Verizon issued a report this last year that said 90% of all the compromises that you're reading in your own work, your own press, and out there in the community are ultimately tied back to some form of malware. If we can start defeating 99.7% of what's causing 90% of the problem that really changes the battle space significantly, and that's what we're offering at Cylance. We basically have used artificial intelligence, machine learning and math models to defeat a virus before it even launches pre-execution to the tune of 99.7%.

So that's why something that exciting is what pulled me out of Dell to basically align myself with a new young startup.

Mr. Kaiser: That's really interesting and I think you've sort of talked a little bit at kind of the technical level here about some of those things, but I think we don't necessarily have a technical audience here so I think we should try to understand that at some level. So I think about a lot of organizations, I know we have a lot of publishers here, we have a lot of folks that are running bigger organizations and they really have this responsibility for not only the networks that they operate, they have to do their daily job, they have their networks that they're running, they have the people that they have to protect too, especially journalists who are operating in the field. And later today, this afternoon, we're going to talk a little bit more specifically about how to protect journalists themselves, sort of the personal protection part of that. And that'll be the afternoon panel.

I don't know the level of folks here, how much they know about cyber security, I think it could be various different levels, so let's assume a level where people might be confused about cyber security. There's this continuous haze of threat, the threat of the day, the threat of the week, the threat of the month. I think that becomes actually fatiguing in a way. Maybe not the best way to look at cyber security is based on the threat, for a second let's just take that for a moment. And let's think about organizations that need to start thinking about cyber security.

So where do you start? I mean, even if you're doing some things now, let's just assume where is the way that you kind of get this kind of holistic approach to it?

That's a long-winded way of getting to the question, but I think it's sort of important to have some context. I don't know if you want to go first. Go ahead.

Ms. Treppel: This is the great question, thank you for bringing this to everyone's attention. Like I mentioned in my opening remarks we worked on a number of different technical studies and white papers that helped us determine better what's happening in this hemisphere, how prepared are we as governments, as industry, as individual citizens.

We did one study with Trend Micro about two years ago where we interviewed about 600 different organizations, mostly representing different critical infrastructure. At that time 55% of those organizations acknowledged that they were experiencing an increase in incidents or attacks and that 76% of those attacks were getting more sophisticated.

Perhaps more concerning, however, is that that same survey, or collection tool showed us that 33% of those organizations that we surveyed were actually not even sure if they had been attacked by an incident or not.

So, this is what we have to take as our starting point. If we were to throw out this from the OAS perspective what are some areas that any organization could look at? Just to begin there's cyber security strategy or policy. We would encourage you first just take stock of the situation – where are you, where are you going, what is it that you're protecting, is it data infrastructure services, for what purpose and against what or against who?

Secondly, whatever strategy or policy you introduce we always encourage everything to be from an olive government or an olive organization approach. This is not just your IT department's responsibility, assuming you even have an IT department, this is every user, every individual who is connected to the Internet. Everyone needs to know what role, what responsibility they have within your organization for maintaining a safe and stable network.

And thirdly – and this is always the kicker – organizations absolutely have to invest the resources, both human and financial resources.

Sorry I keep spouting out facts from our studies and technical reports, but we actually have gotten some good information out of them, and so in fact just earlier this month we did launch another study that looked at the impact of cyber incidents in Colombia. Here we looked at a thousand different organizations both small, medium and large size organizations across the board throughout Colombia; 55% of them indicated that they only have one or two people assigned to their IT department. Pretty much across the board the figures showed that 1% of their resources, again regardless of the organizations' size, are being assigned for cyber security efforts, and that only 10% of that 1% is being applied to education or training their staff.

While this is just one country's response, Colombia in this case, we feel pretty strongly that it's indicative of what's happening throughout the region.

So, again, take stock, everybody needs to know their part in ensuring a secure cyber platform, an, again, invest the resources both human and financial.

Mr. Kaiser: On starting points?

Mr. McClurg: That way I approach starting points is largely influenced by Tom Friedman's book, it's been already 10 years since he wrote the book "The World Is Flat." I always liked that book in part because he had a chapter on Dell's supply chain, we always took a lot of pleasure in that. I also liked his book because he was one of the first ones to point out that what would characterize the age in which we now live is the fact that traditional boundaries were going to grow more porous, whether it's the boundary between north and south, domestic and international, business, private, home, work, all those traditional boundaries are growing more and more porous, and that is being exasperated by the growth of the Internet of everything. I say everything because we even know humans are connecting their brains now to the Internet and we don't like to think of humans as things, so we say the Internet of everything.

But through that increased porosity of course the number of threats that could come at us at any one moment is exacerbating and growing. Which means pragmatically speaking for even the small mom-and-pop shops, where the littlest company, and let's say the tip of Argentina, you can no longer bank on a strategy that we used to call security by obscurity. In a connected world even the most obscure part of the whole connected world can be that conduit or portal through which an adversary might choose to come at you.

We saw that at Dell. In the five years that I was at Dell we bought 15 different companies, usually little small guys who had tried to get some IP that would attract our attention and that we would buy. They never had time to spend focused on security, they had neglected that. Once we bought them of course we pulled them under my umbrella and we'd start to work on that. But the bad guys know that and they know it's going to take

me some time to bring those little companies in, so they'll strike at the periphery – the outer edges – when we brought in or bought these companies they'll strike there as the conduit or avenue by which to get at the greater Dell interest.

So, again, in terms of where do you begin, especially if you know that some of the players in this human chain of connection are these little shops that really don't have the money or the resources to build and indigenous team, don't have the time, energy or resources, where would they start? And, again, I'm a pragmatist, I bear wounds still that were inflicted, after 25 years of battling the Chinese these wounds still haven't healed. So, when you ask me a question like that I get very pragmatic and I say, "Well, if you've only got limited funding, almost no resources or limited resources, and you got to think where do I start?" Well, start where you're going to get the biggest bang for your peso or your dollar or your cruzeiro, or what do they use in Brazil, not cruzeiros any more?" reales. Start where you're going to get the biggest bang for that expenditure. And that, again, goes back to my earlier comment: If we know that most of the attacks, 90% of them, are tracked back to malware then I'm going to star and spend my dollar on something that's going to take out 99.7% of that threat, especially if I can apply it at the end point. And that's where the solution can be deployed with very little internal administration or challenges in getting it deployed.

So it's easy to deploy and it doesn't take much management after you deploy it. That's going to appeal to the values and needs of your smallest, not to mention even your largest, organizations. As the CSO of a multi-billion-dollar company that value proposition resonated even with me. I'd much rather be able to deploy something on the end point that was small but effective than spend all the time, energy and money on elaborate teams to update the virus files every week, and you have people who go on vacation and they forget to do it on that whole problem associated with that.

So, again, that's where strategically and tactically I would start. You let it filter out and show you how much of that threat environment that we go chasing and spend so much time, energy and effort on, see how much of that dissipates. Then you can figure out the next step is how do we then grapple with problems that aren't part of that 90%, the insider threat problem, some of those that maybe are tied to physical security deficiencies?

When I was chasing the spy at the CIA he looked at both the cyber and the physical worlds, they were both very strong, he ultimately decided that the physical security was a little weaker than the cyber security and he chose to go down that path. I've already seen the Chinese in some instances play off that strength. When they saw we were bolstering our strength in the cyber space they moved and exploited an avenue of attack through a physical conduit.

So you have to be an even-handed player as we try and decide where first to start. Take your best bet in terms of cyber but don't forget that on the physical side you need to have your act together as well.

Mr. Kaiser: Right. So, security I mean can often be sector specific, right? So not every business faces the same security issues or the same risk issues, meaning that, you know, the result of an incident has different impact depending on what kind of organization you're running. Now for example if you're running a retail outlet and credit card numbers get stolen that might be your biggest risk. Or if you have intellectual property because you're manufacturing that may be your biggest risk. If I use my profit to creating this widget then that's going to be a huge loss.

Here we have a lot of people involved in journalism, the news. You can talk about the generic risks, as you were talking about, like malware being a generic risk, that's fine and then I think that is a general risk in the ecosystem. But organizations face specific risk because of the business they're in.

So, any thoughts about sort of the journalism industry, whether you're a publisher or in some other ways related that there's a risk that they should be thinking about or who might be out to get them?

Mr. McClurg: Social media I think is one of your soft spots where you need to really be aware that as a journalist you could be exploited and become vulnerable. And of course, we've seen this in other areas besides the area of the press. That the collection of information and gathering and network of individuals through whom you can associate with.

The details that an adversary might need in order to exploit or come after you in what we call a spear fishing attack, the specificity that was needed for that used to be something that was hard to acquire. If they're going after a particular sign that says Bell Labs they had to do a lot of work to come up with the details that they could weave into this unique e-mail that would be so loaded with specificity about your life and your likes and your dislikes, maybe where you went to school. It was hard to gather all that information, to put it into an e-mail that they could send to you, that would get you to click on it.

In a world where we're so much out there now in social media, where it's something upon which your network of connections maybe depend on you put a lot of the information about yourself out there, even the association with this General Assembly of the IAPA, that you have that connection and that's out there, that can be harvested and used and put into an e-mail that they can then send to you under some ruse and will entice you to click. And then once they click the repercussions for you as a member of the press means that they then get into your machine, and then when you get into your paper, your news organization's network, they then spread like we always see them do, they go for the super user. You may not be a super user in your news organization but they'll go after whoever in your company is that super user and they'll use you as that conduit.

So I think it's being aware of what we're putting out there, not just what we're putting there. Tom Friedman had it right, what we used to think of the boundaries around us as people has grown for us. You're not the individual you think you are, you're that network, it includes your spouse, your children, what they're putting out there on the Internet. Maybe you're exercising great care and not putting too much in the way of specificity out there, but your little daughter kicks the winning goal at the soccer match that Saturday, your wife comes home and she posts that on the Internet, that gets harvested and that gets used against you in the office the next Monday because you're feeling guilty because you missed her game, and they say "Hey, thought you might like to see this picture of your daughter kicking the winning goal." Even though you may be savvy and you may not have put any of that kind of information out there your wife or your spouse did, and dang it you're going to click because you're what? you're a guilt-ridden human that the adversary knows is guilt-ridden and is going to click on it. That's why we say it's not if but when you're going to get compromised.

Mr. Kaiser: Any thoughts on that, on the nature of the news business and the risk?

Ms. Treppel: It's hard to follow that one, but yes, at the end of the day our clients are governments for the most part, but a lot of the lessons that we share with governments can be applied to any industry. Gain, We work with critical infrastructures so whether you're looking at what are electric companies' nuclear power plants or the banking sector of finance a lot of the things that we have found in terms of our strategy and policy development can be applied really to any industry.

Again, we bring it back and I'm just going to take advantage here of Cybersecurity Awareness Month to plug that. Really the responsibility begins with each individual user to get informed and to stay informed about phishing, opening that one e-mail from the person whose name looks kind of familiar and you think maybe you might have missed him at the conference the month before but you're not sure, so you open it up and you click the link and then you've infected your entire network with an e-mail.

So, again, nothing specific for the press or the journalism industry, but things to be learned the board.

Mr. Kaiser: I agree with that. I guess we have time for one or two questions. I see that when you look at a sector like journalism or publishing or information and news it is a part of the critical operations of any community and the risk is that these are such reliable information sources. So it's not just the risk of cyber like someone phishes you and gets into your network, it's the risk of your network being misused in a way that could influence the public.

This was an incident that happened a few years ago, and some of you may have heard of this but I'll give it because I think it's a clear, crisp example. The AP's news Twitter feed got hacked and someone posted that there was a shooting in the White House and that injuries had occurred. Because of the power of that brand in journalism, the power of breaking news in our lives, the stock market dropped like 200 points in like 25 seconds. And now there was disabuse, the stock market came up. But when I think of this group I think of that kind of risk, the legitimacy of what you all do. And so that's kind of what I think about in terms of protection and I don't know if you have any thoughts about how do you protect that sacred space in the community that all these folks hold with their readers or their society.

Mr. McClurg: Well again, in an instance like that it's always interesting to see as to whether or not they got at the crown jewel by going through the weak link, if it may have an individual reporter out in some place in Africa or something

Mr. Kaiser: I think it was just a weak password, so I didn't want to go there. (Laughter.)

Mr. McClurg: In the compromises I've dealt with personally the bad guys always tend to seem go for to get in. In fact, one of the cases that I most recently dealt with they exploited the fact that I hadn't robustly

deployed two factors on an occasion, so single passwords and things like that were being exploited. But the fact was that as soon they got in what they then almost always went for was what we call the super user, the systems administrator, and then through that effecting a compromise.

Again, that suggests the importance of not only protecting that end point that could be weak link but then also the infrastructure generally in the system, so we know the bad guys are going to continue to go after.

Ms. Treppel: I would just add across the board again, I'm not sector specific here to the journalism industry but just a basic public service announcement, if you will, to just update your software, to download those patches from the service provider.

I'm not going to throw out any numbers here, but as a region Latin America unfortunately is still quite vulnerable to different cyber incidents because software, Windows in particular, is not being updated. We know 98% of the affected computers is because they have a Windows 7 installed, and almost 100,000s of computers throughout Latin America were affected.

So, again, just take simple steps to update software.

Mr. McClurg: We don't mention who our customers are, but I can say that in Latin America one of your largest banks has already availed itself of the power of AI machine language when it comes to protecting their network. That's a gratifying and encouraging trend that we've seen in the region that sometimes is thought of as maybe trailing in terms of best practices in cyber. At least some of your major players in your infrastructure have got the message and they're taking actions to surround themselves with the strongest power that's known out there, that I've seen in the last 25 years. So that's a good message for the region.

Mr. Kaiser: Do we have time for a question? If somebody has a question I think we could take a question. We have a question from over here. OK, use your privilege to ask a question.

(Unidentified questioner): This is for all three of you: Is cyber space secure absolutely and relatively and perhaps more so than before or less so than before, and is it possible to get ahead and stay ahead and taking into account that threats are probably tremendously sophisticated and indirect in going after targets?

Mr. Kaiser: If you ask me, yes it is cost-effective, it's sort of like \$100,000 going against a \$30 million claim, it's worth it to spend the money because it's to avoid an attack that's worth a lot more. For any one of you would it be a good first answer.

Mr. McClurg: My wife has her own business, it has one end point and I call that a very small business, but she had the financial wherewithal to wrap a solution around that. The cost of entry with that kind of prowess and strength is something anybody can get into.

I think that's the good news. Again, one thing that I would stress even though I can see like I'm enamored with AI and machine learning I would say look, we always know that the bad guys are out there monitoring, they're not going to stand flatfooted while we defeat them in a world where they have so much to gain financially. So they're going to start thinking about how they can use AI and machine learning, and we're watching and moderating that too.

The idea that we're ever secure it's always going to be a perpetual dance, there's always going to be that challenge. I think we shouldn't be afraid of this new technology, we've got several issuing clearing calls of caution about AI. I think with any new technology you're going to have some things we need to think about as we figure out how to deploy that. But I think it bodes very well for the future, in fact there's that old saying that you live in interesting times. When I say that to all of you I don't want you to think I've just pronounced a Chinese curse upon you, I'd rather think of it as actually a benediction, because I think that's truly what it will be if we thoughtfully deploy what technology is now affording us.

Ms. Treppel: I'm curious to hear Michael's response to this. I certainly think that good and significant efforts have been made in terms of securing our cyber space. However, there is still much work to be done and we've highlighted some of those things here today. But as John just rightly pointed out it's changing every day, new threats are available every single day. So, again, the best thing that we can do as individuals, as organizations, as governments is just to get informed.

If you're personally not the one doing it designate someone within your organization to stay abreast of the trends. There are tons of threat reports that are published, Semantic and others. It's really your duty, it's your responsibility, to know what are some of the threats that are happening.

Is full protection possible? I don't know., I'm not going to go on record saying that. But certainly there are good and solid efforts that can and must be put into place.

Mr. McClurg: I'm actually pretty hopeful. First of all my definition of cyber screening might be a little different than some others. I believe that at the end of the day you have cyber security. I know from the technical people it's about keeping the bad guys out, but you really have cyber security in the day to enable you to do more. You put in security so that you can do more, so that you can have more communications with your customers, so that you can produce more content that gets out there and is not corrupted, so that you can engage in commerce if that's part of your platform. That's why you have security, to build trust.

So I'm encouraged because I feel like those processes are really underway in a lot of places. Think of the work that you're doing, building the capacity of governments to be more secure, building the capacity of businesses to be more secure.

I started at the National Cybersecurity Alliance in 2008, which doesn't really seem that long ago but in cyber security it was like the dark ages. I mean, that was a word that was still pretty much inside what say the Beltway in Washington, DC, and now it's become part of the culture, it's a word that many, many people know or have been unfortunately impacted by.

At the same time you can see the commitment of people in this room to think about their cyber security, about governments that are putting in strategies, about in the United States that are establishing strategies, about the significant measures that have been taken for example in the financial services sector, and others that have really led the way because they understand that, in that sector particularly, trust is elemental., if I'm going to give you my money I trust you to protect it.

I'm encouraged. That said, the goalpost is still pretty far down the field. And I'm concerned actually, where my biggest concern – and I think you raised this a little bit – is that we start to have a new kind of digital divide, not just a digital divide about people who are on the Internet or not on the Internet, then we start to have a digital divide between people who have the greatest and latest technologies and those that don't have the resources to invest in modernization. And I think that's going to be the new digital divide and I'm worried about that across the globe, not just in any one particular area.

I would like to end on a positive note, but I'm sorry.

Mr. Kaiser: Thank you very much, John and Alison.
(Applause.)

I encourage everybody to reach out, for example anyone as we progress into lunch you might want to sit with Alison and John to answer your questions. Thank you.

(Session breaks for lunch.)

Panel 3: Cybersecurity 2 – A national perspective **Panel 3: Ciberseguridad 2 – Una perspectiva nacional**

(Recording starts late and person speaking is unidentified, as are others)

Mr. (?): ... start addressing it and then you'll bring in somebody else, but as was mentioned by Stephen there are a lot of regulatory requirements that require that kind of audit, but I don't think that should be the main driver, I think security itself should be what you're looking for, and those are just the tools that make sure you're getting there.

(Another unidentified speaker): I'm going to be even more blunt and say regulatory compliance is your minimum bar because without that your regulator is going to shut down your business. So yes, absolutely, do what you need to do to achieve regulatory compliance. Do not labor under the allusion that that gives you security, all that does is give you regulatory compliance so that your regulator doesn't shut you down, that's all you're getting, that is the quid pro quo in that particular value exchange such as it is.

If you really want security find the people who care about security, whether they're external or internal, and get them engaged and figure out what it is that you're actually trying to achieve, because here in the U.S. there's

a hugely broad range of how retail banks deal with authentication. Today I have better authentication in most massively multi-player online games than I do with most retail banks in the United States.

This is common and this has been the case for the better part of the last decade because these big gaming companies understand very, very well how easily their customers can go some place else and they understand the time investment in playing so there's great value to the customer to playing this game. They had some very, shall we say, startling experiences with user churn in the late 90s, which was got them on to this. But today there's no regulator telling banks what they need to do in order to be in best practices for authentication and it's up to the banks to decide how much loss they're willing to eat in order to prevent churn.

What you need to decide as part of your organization is do you want to differentiate yourself on security and if so what are the best practices. If not, maybe regulatory compliance is OK, but then we get back to hurt immunity, then something that suddenly is just an increment above minimal compliance and you have reaches in a whole bunch of different banks and then FDIC isn't going to help you.

Mr. Michael Kaiser (National Cybersecurity Alliance, Washington, DC): I have some follow-ups for you. I'll wait on this other question I was about to ask, but I do have this question, I can't remember who raised it here but I want to get back to sort of the individuals at some point and protecting them, but I think, you know, there's an interesting thing that's gone on in the US and, I don't know if this is true, among publishers across Latin America, industries have banded together because maybe some simple things, maybe they're running similar software, maybe as an industry they're doing certain things that they're doing in common and they're sharing information about threats and risks and also best practices within their sectors.

I don't know if that's something that happens among publishers in Latin America but I'm not someone to comment on that. Part of the herd immunity is also creating a new herd, right? In the United States – I'll just give a quick example – after the Target data breach, which was gigantic, the retail industry, which is an incredibly competitive industry, came together to create their own what they call the risk, but it's basically an information sharing center where as an industry they share the risks that they all have. They can compete for customers, "Come my store versus your store" but on security they decided that they needed to share that information. I don't know if that's something that's happening or that the IAPA is looking at in terms of cyber security, in terms of that collective maybe.

I don't know if anyone wants to comment on that kind of notion of information sharing.

(Yet another unidentified speaker): I certainly don't know if there is something like that. Typically, in America we call it an eye-sack, and he have them for different, as you said, sectors. But that would be a great thing to do in journalism. I'm not aware of anybody doing that. I tend to think of IT security, cyber security, as being the health care of technology. So, it's an area where it's possible to come together even though you're competing with people and help each other, because when there was Target hack Target shares took a hit, but the industry got soiled as well. We have three credit reporting bureaus in America and Equifax got hit, it was one of them. The other two aren't going hurray! because all three of them are really under the spotlight now.

Yes, I think that's a very good idea.

(Unidentified speaker): I know that information sharing happens informally, just so you know, but there's nothing as consistent, also because the environments are very different country to country, it's very difficult, it's straightforward to do an eye-sack for a given industry sector in one country because at least the base line is the jurisdiction, it starts getting really, really hairy when you do globally.

(Someone else): I locked into something you said, Stephen, that you were a security humanist. Can you elaborate a little bit more on that, because I thought that was a startling concept and there's a lot more to it evidently behind your comment.

Mr. Stephan Somogyi (Google, Mountainview, California): Well, I'm going to rely on the moderator to whack me on the side of the head if I talk too long because I can spend a long time on this. Ultimately security is a function of people, it was nothing to do with this technology stuff. We can build better technology, the difference today if you buy a new device, whether it's Android or IOS or Windows or Mac it doesn't matter. Out of the box today these devices are much more secure than they were even five years ago.

The likelihood of you easily succumbing to a compromise is very small. And so because we're all economists at heart we look at where do the attacks come from? And we can fix the technology, we can do softer updates, we can do all the stuff and that sort of becomes the baseline.

The thing that we cannot protect as well are the people. And the problem is criminals know this and criminals for hundreds of years have been extremely capable at tricking people. So most of the tacks that we see right now, both at large scale and at small scale, are tricking people, it's cheating, it's getting somebody to do something that is not in their own interest by tricking them into thinking that it is.

And so malware over time is less of a concern per person, per hundred people, per thousand people. But phishing is not going away. Phishing is tricking somebody into disclosing their account credentials.

We're in a somewhat unique position because we have a couple of users, they're all over the world and they send and receive a lot of e-mail, so we have a perspective on what this looks like when you have multiple billions of human beings using all these devices and using all these services. So we're able to take a lot of these resources that we have and secure people at a massive scale. But the problem is what do you do to protect the individual human being for whom if their account is compromised? Maybe they're a journalist working on something and they have evidence that's electronic about some profound corruption somewhere that people are quite happy to kill to prevent from getting out, and they're not ready to kill this journalist until they can get the evidence that this journalist has this information, so they compromise that account.

So we start looking into not the billion-scale stuff but what happens to the individual, how do we protect the individual in a way that doesn't require them to become an expert? Within the last two weeks we've released a thing, it's both hardware and software and some philosophy called Advanced Protection. I have a colleague just outside that's handing out these little white boxes with these kits in them.

This is our current answer to how to make people less phishable. But in order to secure yourself we are also giving you the opportunity to create a great deal of difficulty for yourself, because the attackers when they're phishing you they're trying to get into your account, right? and they will always use the easiest method that they can to get into your account. With what we've done now we make it very difficult for somebody outside to get into it. But we also make it equally difficult for you to get back into it if you are careless.

See, there's no such thing as a free lunch!

If we create a system that is highly protective of the individual person with that comes the responsibility to not be goofy about it. You can only lose so many instances of your car keys before it kind of turns into a problem, because then you can't get into your car any more. And so that's why we these kits we have two of these keys in there. My colleague will explain it all to you, it's really kind of cool.

But fundamentally we had to make a decision that we could not have made five years ago, because five years ago our thinking about users is you must never prevent the user from getting at their account. Yes, so this is what it looks like, and there's boxes of them out there. The number one thing is always have a way for the user to get at their data, because that's the most precious thing. We are the stewards of this data. But we've not come to the point where we need to provide the tools so that the users can protect their data so well that if the user is careless not even they can get at it. And that is a profound change that has just happened recently.

(Unidentified): This is not for everybody, right? So who is this for?

Mr. Somogyi: Absolutely not. It is for anybody who is at risk. Journalists would fall into that bucket, but there are lots of people, for instance, who have entire organizations dedicated to protecting their information security at work. But these are people who actually have human relationships outside of work, they have families, they might even have children and grandchildren, and they need electronic mechanisms to communicate with them. All these people, all these highly protected, expensively protected, people have personal accounts and this for those people, because we know that the adversary is going to take a look at this really hardened work account and say "I'm not going to bother, because worst case there are people with gun who will come and visit me if I try and attack this account too hard, because it's a work account perhaps of a government official." So the risk to somebody attacking that is relatively high, the risk to them attacking that person's personal account much lower.

So what tools can we provide? But these don't scale because we don't want to give this opportunity for people to shoot themselves in the foot to everybody, because it's not necessary. Our goal is to have the highest common denominator account protections for all of our accounts, and this is the billion scale stuff. But for those people who really have a need because they are at risk for whatever reason that's why we built that.

(Unidentified): I would second that, it does add some labor. My wife has been playing around with keys and authentication, but if you look at how our company approaches security, I've got my company computer back here, if you took it off me it would be very, very hard to do anything with it because the thing is locked down very, very tight, I don't get to put new programs on that and there are certain Web sites I can't go to, I can't put

in a USD key that's not been properly authorized, and so on. Which makes life tougher but that's kind of the tradeoff and I think getting it at the right scale is key, because if you lock down too much, too tight, too many people, then you have a high overhead. We also found in things like anti-viruses if your anti-virus is too slow then people turn it off and get around it. I applaud this approach.

Mr. Kaiser (: I just want to re-emphasize because I think maybe it wasn't 100% clear, this is not for enterprise-level accounts, this is for like individual g-mail accounts. So you have your corporate account, whatever.com, but this is for Michael@gmail.com. This is my personal account, I think that's important to know.

(Unidentified): Great. The features that we provide in here are already features that are available to enterprise customers, but our enterprise customers have staff, they have people who do stuff and whose job it is to wrangle this stuff. What we struggled with – and this was an extended period of time to figure out – what is this right balance, it's a double-edge sword, you can cut yourself real easily, it's what are the necessary features to prevent people from getting compromised without putting too much burden on them, but also while acknowledging that some amount of burden is necessary today in 2017.

Mr. Kaiser: OK, we have a question here.

Sr. Alberto Puertas (International Institute of Human Rights, Brigham Young University, Salt Lake City, Utah): It's more a comment than a question: When you talk about human relationships and bottom line I see families and people, I'm the father of three wonderful teenagers who have everything open, I also belong to an organization that finds human trafficking and child trafficking around the globe, so I welcome what you're doing and how important security is, especially saving children with all these evils that we have around the globe, Thank you.

Mr. Kaiser: Thank you. I'm just going to go back, another question about Google also. So you have the advance protection like this, that's really important, and I think this doesn't only happen on Google, people want to add other sites. I think sometimes you would not even know the other tools that might even be out there, for example there's a thing called SecurityCheck, which I think you just also upgraded that in the last couple of weeks at the same time. I also just want to say thank you because you did them during National Cybersecurity Awareness Month, which is near to our heart.

Mr. Somogyi: Coincidence? We think not!

Mr. Kaiser: So, you know, maybe people don't need all of this, but they might not actually know what they're currently doing at all. So you might talk a little bit about SecurityCheck, I think that's a really important tool.

Mr. Somogyi: We have both SecurityCheck and a privacy check, and SecurityCheck was recently updated. But I don't want necessarily focus exclusively on the wonderful things that we do, but for instance Facebook, a direct competitor, not a whole lot of love lost between us and them on the business level. But we are absolutely peers on the security side. Facebook also has a privacy check list and I believe they have a smaller version of a SecurityCheck list as well.

The important thing to really think about is understand the services that you use and absolutely maximize your use of the security features that they offer, because in a lot of instances people – as you say, Michael – don't know what's there.

I'm sorry if it's inconvenient, I'm sorry if it takes a little time, but educate yourself, because if you educate yourself you can teach others, you can teach family members, you can teach colleagues, you can teach peers, in whatever set of social structures you have. A little education and then spreading out goes a very, very long way.

So yes, we have a SecurityCheck, it's part of our account management system, there's also a separate and distinct privacy check. I think that we are going to start reminding you every so often to do that, because it's a good idea not because it's a collection of checkboxes, because as much as I like The Checklist Manifesto and as much as I think everybody should read that book because there's a lot of really good useful stuff in it, it can sometimes read complacency, which is why we change things around in the security checkup to make sure that you do not become complacent. And that's ultimately the goal, it's keep thinking, because I can assure you,

very much as Robert was talking about your unpaid external security auditors, there are people out there who are thinking very deliberately and very concertedly about how to compromise your accounts, how to get into your stuff. Best case scenario: It's organized crime and they want access to your contact list so they can send e-mails with your name on them, which some percentage of your regular correspondents in your contact list are going to just open without thinking and they're going to open that enclosure and then they're going to get compromised. And so the chain continues. That's the nicest possible thing that can happen. And it goes downhill from there.

I want to talk about business compromise, but let's do the questions first.

Mr. Kaiser: We'll go to questions, we can come back because I think we should talk about some other sites as well. Go ahead.

Sr. Gerado Reyes (*Univisión*, Miami, Florida): I am the director of the investigative team of the *Univisión* network. I have a direct question: What Google as a company can know about me beyond a Google search?

Mr. Somogyi: That's almost a metaphysical question. (Laughter.) I mean I would like to answer it, it's just genuinely I don't know where to start. I mean, do you have something specific in mind, could you make your question a little more precise so I can try and answer it, because I can sit here and talk about all sorts of things?

Sr. Reyes: Do you have access to some databases and some other materials beyond what you can know about me when you do a Google search?

Mr. Somogyi: Based on the way you ask that question no. But I'm still not sure that I'm understanding your question and I'm not sure I'm giving you a useful answer.

Mr. Kaiser: So Google builds profiles for people to go and look at your profile, saying that oh, I'm a 40-something-year-old male who's into whatever.

Mr. Somogyi: Sure, we have these things called Ad Preferences, you can go

Mr. Kaiser: Exactly, so I wonder if the question is about that kind of information? You can obviously speak more about Google collects a lot of demographic and other advertising type information, where they can guess things about you and something hard to guess. I guess that's really the question, that's what Google does.

Mr. Somogyi: Actually I resist that last statement. We do a lot of different things. I am not in the ad side of things at all, I'm in the protect the user side of things. We do a lot of stuff to protect our users and so that's kind of why I'm in this part of the business. I am very appreciative of the fact that our business works really well because it gives me the resources to do this, and I acknowledge this.

Mr. Kaiser: I didn't want imply that that's all Google does, but I mean that's one of Google's main products. You do other great things as well.

Mr. Somogyi: But that said this goes actually back to the last question about user tools, because I know that Facebook has this, Twitter has it at a different level, but you actually can go into your account and see what Google knows about you and you can sometimes change preferences. I know Twitter just upgrade their – what is it they call security check? I think it's in the settings. You can see what they think you're interested in and you can take them off or change them. Those controls are getting more granular and in fact on Facebook you can archive every post you've ever had and put it in a file and save it.

I don't think people are aware of the ways you can actually interact. I mean, that was your point earlier, but I think there's some pretty granular places that you can do this, right? and see and understand. And I think that's a good thing. We're very strong advocates of consumers sort of owning their online presence to the degree that they can change these things or correct them or say "Yeah, I was interested in cars six months ago but I bought a car and I'm no longer interested in cars, I am interested in something else."

Mr. Somogyi: Sure, one of the things we did first many, many years ago was allow you to take all your data out, because we believe your data is yours. But I also think it's important to look at the evolution of where they

went. I don't know how many of you heard recently there's a problem with a production run of Google home main devices, where you were constantly pushing on the top and it was sending an awful lot of audio back into the cloud and a journalist discovered this. The tool that the journalist used to discover this was one of our own transparency tools. He used a tool that we had designed to give our users the best possible understanding of what we believed and knew about them and he saw this and said there's no way that this device should be sending all this stuff to Google. And he reported it to us, this was on a Friday afternoon at 4:00 p.m. It's an entertainingly written article and if you're interested in this stuff I encourage to read it. It's like "You know, I sent this late Friday afternoon, I was expecting a response by Monday maybe." Ten minutes later he had the first e-mail response. That evening after he had had his dinner party one of our team actually drove over to his home to pick up the device so we could actually assess what was going on with the device. A whole lot of people lost their weekend because of the importance of not merely the transparency but the privacy sensitivity of something like this.

This is not something that is trivial to us in any possible way. If you don't trust our services you're not going to trust anything about this company. And so that's why we build these tools. If you want to close your Google account we have entire systems that are stashed. Engineers cost money to us to allow you to take all your data and go and take your data where you want to take it, and we've had those for years, precisely because that is a cornerstone belief of what we do.

Absolutely, there's a lot of information about you but we expose it. We will tell you if you see an ad with that little blue triangle and you click on that that will bring you to ad preferences and that will say "This is what we've intuited about you." What's interesting is we've done user studies with that user interface, with ad preferences, and more often than not when people go and visit that they will actually give us more information to provide a more effective advertising.

This is totally counter intuitive because humans have told us in so many different ways that they don't like this stuff, but if you can give them a way to communicate and say "You know what, I am buying a blender" and they will tell us and suddenly they start seeing blender ads and then they know, "Hey, I told them that I am buying a blender so it makes sense to get blender ads."

So if you provide the right kind of tools, whether it's security check or ad preferences, all these things, it also becomes a lot more comprehensible. And that's another part of security. You need to get people to understand it, which is why I need to educate folks.

None of this is magic. I have an entirely separate rant about nation state actors that maybe we'll get to, but they're not magical either.

Did that sort of answer your question? Because I don't want to leave that question unanswered. OK.

Mr. Kaiser: Can I just say to one of your points quickly: Michael Daniel, who used to be the Cybersecurity Coordinator for President Obama, said, and I'm paraphrasing it, it is not an exact quote, one reason for the United States to be better is he would like to get his nights and weekends back! (Laughter.) So maybe that's an argument for good security right there!

(Unidentified): We get this, where somebody thinks there's problem with our product, and it's invariably on 4 o'clock on a Friday afternoon.

Mr. Somogyi: To your point, though, responsible companies take this seriously. So yes, there's no doubt about it we're going to lose that Weekend to fix that problem as quickly as we can. Trust is a key to our benefit from technology; that trust has to be earned and it has to be maintained and companies that are serious about that will do the right thing.

Mr. Kaiser: We have a question over here.

Mr. Dany Bahar (Brookings Institution, Washington, DC): I actually want to follow up a little bit and specify the question in the context of this conversation. I think one example could be if I'm e-mailing with my brother using g-mail, that I need to buy a car will I see like in my next Google search ads for a Toyota or a Honda? But in the context of this conversation the question is we've seen the company, it's like the relation between the company and its users. Where is the line in which you provide the user the security that it needs for data not to be used for profit? Because I think there's a little bit of conflict of interest between the company that wants to make profit, and it's completely legitimate, and the information that it is receiving from the user in a way which is not directly given to the company.

That's my question, I don't know if you answer that.

Mr. Somogyi: I can instantly answer part of it, which is we have announced that we are not going to be running any advertising in g-mail any more. So you will not see ads within g-mail any more. I mean if you do a Google search afterwards, yes.

That's one element and that was very disconcerting to very many people. But there is an interesting challenge, and it's a very interesting security challenge. A lot of people were very unsettled by the fact that Google scans your e-mails. This does not sound good, except that one of the main reasons that people use g-mail is because their anti-spam is really, really good and our anti-malware on e-mail is really, really good. Well, guess what? The only way you get that is because we have machines that have to scan the e-mail.

So part of the problem there is educating that there is nuance between do you scan for key words in order to run ads or do you scan in order to prevent bad stuff from landing in your in-box? Ultimately, it's all machines running software doing the scanning, but there used to be this blanket unease about oh my gosh, e-mail scanning.

So that's one issue. I honestly couldn't tell you right now whether or not at any point in time before I joined Google, while I've been at Google, exactly how that stuff works, because it's constantly changing, because we're also constantly evaluating what constitutes value for the user at any given time. What you see, the behavior that you can reproduce at any given time is a direct relationship to what we currently believe is most beneficial to the user.

I actually don't know right now if you have an e-mail exchange with your brother about cars and you go and you search for something is it going to have a car bias? I honestly don't know, because that's not my thing. What I do know is that when you log in to your g-mail account we're going to make sure it is you and we're going to go to great lengths to make it is not some phisher from halfway across the world trying to get at your contact list, because that is my problem.

Mr. Kaiser: Can I just ask you a quick follow-up? I've learned this just recently and I didn't know this, that actually when you're using your g-mail online and you open up and you preview a document before you open it it's actually better protected. Is that true?

Mr. Somogyi: Yes, absolutely. If you get an attachment that's say an office file we will render it on the server, the only thing that gets pushed down to you is pixels, so you only see graphics. So if there is any bad payload in that office document or whatever that document was and we can render it, same thing with PDFs, you are protected, because if that payload does anything it's going to do it in a sandbox on our hardware, it's not even going to get down to you machine. That's one of the reasons why (word unclear) are so useful in that regard.

Mr. Kaiser: I wasn't aware of that until recently, I think it would be something I'd know but I didn't. I think that is actually something people should know, especially people who are using g-mail and getting documents sent to them, which is a huge attack vector, that there's some protection of not downloading it but just viewing it.

Mr. Stephen Cobb: No, it was again to this point of trust. There's been some controversy in the press recently about did a certain anti-virus program look at documents on somebody's computer? First of all there's a tremendous amount of ignorance and misinformation being circulated around that. But the bottom line is, to Stephan's point, if you want somebody to secure you you're going to have to trust that. I mean, if you have a secret service agent assigned to you they're going to know an awful lot about your life. And so it's a question of trust and really as you evolve your strategy around security and IT in general you have to look at the company that's doing the work – are they trustworthy, what's their reputation? Yes, if you take out a security product and put it on your system we're going to have a lot of access to your system.

We have zero interest in abusing that access or anything other than security because that's just not a sustainable model. But yes, as you go out there, and we've been talking about putting security programs together, it's not just looking at product review and how the product scores but how's the company that's selling you the product scores, what's their reputation, are they trustworthy?

Mr. Somogyi: I just want a quick comment that I kind of fell into when I was mentioning a business compromise earlier: I think this is something that is a potential threat to journalists in general. Business e-mail

compromises, also known as a CEO fraud, is a really common scam these days and essentially what's happening is somebody is getting access to an e-mail account, usually through phishing, often through malicious documents, that sort of thing you're trying to protect, and what somebody is doing in a lot of these cases is they're gaining access to an e-mail account and they're living in that e-mail account anywhere from days to weeks to months, harvesting information and looking for the right time to strike. Now, it's against most companies with this. They're usually looking for some kind of business deal, somebody has just closed a deal with a contractor to do renovation and at this point the attacker impersonates the CEO and says, "Hey look, we need to change this lender quickly, we need to wire \$10,000 over to their account immediately, I'm going to be on a plane for the next three hours, can you make sure it's been wired by the time I land?" The e-mail looks like it came from the CEO and the person in accounts payable sends it out and the money's gone.

This is one of the things where I think that with journalists you still have that same kind of thing, that you have the phishing e-mails, you have the malicious documents and you even have sources that could be compromised if somebody gets into your e-mail through one of these methods and just hangs out in there.

I think one thing to keep in mind is that when we're talking about these things, even the inconvenience of some of them, it's to make it harder for the attacker. Just this concept that somebody can live in your e-mail for months looking for the right time to strike is pretty scary.

Mr. Kaiser: And this is when monitoring is a good thing to the gentleman earlier who was asking about compliance. This is the kind of stuff you look for and if you have both the tooling and the people who have the instincts to find this kind of stuff that's real security, that's my compliance.

I've also heard in this particular kind of cases too that people sometimes add yet another process. It's like yeah, OK, you can e-mail me an invoice, you can send me an invoice and tell me to pay it, but we're going to have an offline process if it's over a certain amount, you have to call. Pretty simple security measure. There have been a lot of scams around this in people that do lending for buying housing and mortgages and stuff because there's always big wire transfers that are occurring right before someone buys a house, really the bad guys try to get in there, saying "The closing's happening, send me the money."

Let's go back to the questions.

(Unidentified questioner): Could Stephan talk again about why previewing an attachment is a good idea and is the security aspect you were talking about does that relate to the e-mail account or does that relate to the browser and are some e-mail accounts better than others and some browsers better than others or generally they're all more or less the same?

Mr. Somogyi: Can I just say I have no personal business relationship with Google. I would say that Google Chrome in my objective research is the most secure browser and there's been a number of studies recently that the Consumer Reports organization in the United States has sponsored looking at how security is handled in different browsers. I would say everybody should do their due diligence on what they think and look at independent tests of security to decide. I would say that as an organization we recently put everybody on to Chrome versus other things that we've been using.

As somebody on the Chrome team that of course pleases me to no end, but also, we don't make money off of Chrome. I have no profit motive. What I do have is a very strong protection motive. In addition to my humanism leanings I also have strong economic leanings. We're all economists at heart and one of the things that Chrome did very early on which at the time was quite unpopular was we started a vulnerability awards program – you show up on our doorstep with a security vulnerability in our stuff and we give you money, that's the deal. And we've been running these programs, and there are many of them, since 2010 and they're very successful because it helps us, I mean we're fairly good at finding problems of our own but of course having the world find problems and be able to be remunerated for these is even better.

During the course of the year there are different security conferences and there are occasionally also security competitions. One is called Pwn2Own, which is specifically about compromising browsers, and this year for the second year running Chrome was not compromised, all the others were.

That's kind of cool. We like hearing that because it means that we're doing the right thing and we're actually moderately good at our jobs because we're preventing people from exploiting our browser for money. So are all browsers created equal? Absolutely not, that's not the case. Have browsers all been getting better over the years? Absolutely so. If you're using a modern browser in most cases you are protected, you are in better shape. The browsers differ in certain respects and some of these vulnerabilities that get exploited in these particular competitions tend to be the kind of things that only very, very high end attackers would be using in the first

place. So if you feel that your potentially in the crosshairs of somebody on the high end side then yes, that really should matter.

We also like to think that from a Chrome perspective we have more features that are more useful to more people. So in the case of the document preview that Michael described that works in you're in g-mail regardless of the browser.

Mr. Kaiser: But you have to be in the online g-mail inbox, that thing in your g-mail you preview it and it's protected?

Mr. Somogyi: As opposed to it running throughout, absolutely.

(Unidentified): Just to the point of secure browsers we think Chrome is very good, however with our security software we include a special browser for doing financial transactions. It's a totally limited browser, so if you are using our product and you go to BankOfAmerica.com it will pop up and say Do you want to use the ISIR financial files to do that?

But I think to get your users to the level where they understand things like downloading a document, what does that mean to the system? Opening a document, what are the risks around that, what should people be looking for in terms of identifying the documents that come attached that they shouldn't open? Because if it isn't in fact your document and you open it on your system you're probably going to see the document but in the background then the malicious code is popping on to your computer and you don't see it, it just goes there and does its thing.

Mr. Kaiser: Right, so we're basically out of time but I do want to ask one more question, I think it's important. We've sort of been talking about security as happening on a certain environment, but journalists are on the go, I mean they're sometimes at their desks I hope but often they're not, they're on the go and they're either out reporting in the field, they're interviewing people, maybe they're filing stories from wherever. I just think – and this will be our last question – just a quick thought on like mobile, like is there something else? We've talked about a lot of different things, is there something we've left out about mobile that they should know about or think about for that environment which is so critical to this industry?

(Unidentified): I bought Show and Tell, so that's a 4g hotspot. I haven't used the hotel's WiFi or the conference WiFi because I'm paranoid, and I also used to work with a company actually based in Salt Lake City that did hotel networks, and there's some scary stuff out there. But no, use your own connectivity, use a virtual private network, there's some good virtual private networks software out there so that you're tunneling from your remote system across the Internet encrypted. And make sure there's a password on this, it's a very important point. Some of it's really simple, you still see people and they pick up their phone. Well, if you left that on the plane I would then own that, no I wouldn't, I would turn it in.

Mr. Kaiser: Any other thoughts on that?

Mr. Robert Jorgensen (Utah Valley University, Salt Lake City, Utah): I think part of when we talk about mobile and we talk about security in general is this concept of trust. You're mentioning that you don't trust the hotel WiFi, and think about that. You go to a coffee shop in Bogotá, in Mexico City, in Provo, in Washington, DC, in Toronto, do you trust the person running that network and they're going to do the right thing with your data? The answer hopefully is no. So you've options like this, you can use an EPM, obviously if you're attaching to g-mail it's encrypt in TLS and it should be OK but I mean there are still levels over this. So you really need to figure out which level of trust you're comfortable with and then come up with a working paradigm that enables you to get what you need done but in a manner that you believe is safe and effective no matter where you are.

I know it's tempting to sometimes just jump on that open WiFi and do something really quickly, but depending on how your system's configured and what you're doing that could be a pretty costly mistake.

Mr. Sonogyi: This I think is the first time I'm going to disagree with my fellow panelists here because I think with the VPN you're just shifting your trust to the VPN provider and unless you really know your VPN provider all you're doing is moving risk around. This is why this stuff is actually not easy. In my case I have a

phone that is fully patched up, it's up-to-date, I am connected to the social network because I am both lazy and I trust my colleagues that the device in my pocket is up-to-date and is not susceptible to typical attacks.

We can spend hours on this notion, different enterprises also handle their risk very differently. We have a philosophy basically called Beyond Corp where we decided many years ago that there is no perimeter, there are no firewalls, it makes no sense, because people are so mobile we need to support mobile devices from phones to laptops, but we also want to make sure that the user experience for the employee is very consistent. Yet at the same time we have so much data from our users we must be good stewards of this data.

How do we make sure that we can have a mobile force but we can also protect our users' data? There's a ton of information out there that we've made available about how we think about this. Robert's point was absolutely on point, when I connect to Google Services I know that connection is encrypted, so between my end point device and Google that's an encrypted pipe, which is one of the reasons why I don't really have a problem with the hotel network or many airport networks. I have some issues with some other airport networks but for other reasons.

So you need to evaluate for yourself what your risks are and what the right mitigations are and what the right cost benefit is, how much hassle is appropriate, because if you crank hassle up too far people will work around it, and there have been some very noticeable breaches. I'm thinking of a particular North American government, one of their financially oriented ministries had a very serious breach because their security policy was far too stringent, which meant that the employees figured out a way around this policy and they basically violated the policy because they couldn't get any work done. And as a direct result of forcing the employees into violating the policy sure enough the adversary came in and that particular department was off the Internet according to public reports for almost a year, because that's how long it took to clean up that mess.

So you can totally overdo it. If you piss off your users they will find a way to do what they want to do. So there is absolutely no place also for just being overly abject.

Mr. Kaiser: Before I hand it back over I just want to give my thanks to this panel, you guys are fantastic. I hope this advice was helpful to people, we can probably still answer some questions on some specific stuff.

Mr. Somogyi: My colleague Dario is at a table right outside those doors with the Advance Protection kits and you can pick one up and he will in fact register, there's at least one if not two computers out there right now and he can teach you how to register and how to get it set up. So before you even leave here you can have your Google accounts much, much better protected.

Mr. Kaiser: Hands-on help from Google doesn't happen live, in-person all the time, so that's a very special thing to have.

Let's give the panel a big hand.

(Applause.)

And I'll hand it back over.

Mr. Sanders: Right after this will be our last panel of the day, Venezuela and Latin Issues, with experts from the Brookings Institution and the Center for Strategic & International Studies, and the moderator will be Miguel Henrique Otero of *El Nacional* of Venezuela.

Panel 4: Democracy, Venezuela: Latam Issues **Panel 4: Democracia y Venezuela: Temas Latinoamericanos**

Mr. Sanders: Estamos por comenzar con el último panel de la tarde. We're about to begin the last panel of the afternoon, it's on Venezuela, and Idania Chirinos will moderate the conversation and introduce the panelists. Thank you.

Sra. Idania Chirinos (NTN24.com, Bogotá, Colombia): Bueno, en este panel vamos a hablar de Venezuela y vamos a hablar de democracia. Vamos a seguir hablando de lo que comenzamos ayer, aunque Venezuela y democracia son dos palabras que para muchos de nosotros no pueden escribir en la misma línea. Son hoy en día unas palabras antagónicas, no tienen conexión, no tienen vínculo alguno y si vamos al significado de cada una de ellas lo que encontramos es una distancia pronunciada entre ambas. Si hablamos de democracia no podemos hablar de Venezuela, si hablamos de Venezuela por supuesto no podemos hablar de democracia.

Más allá de lo que les diga quiero compartir con ustedes un video que precisamente hace referencia a esto. (Se pone el video).

Evidentemente en Venezuela hay una crisis general. Hay una crisis política que se agudizó ante el fracaso electoral de la oposición en las recientes elecciones a gobernadores. Hay una crisis social humanitaria que trágicamente pareciera llevarnos a ver imágenes que hemos visto en otros continentes, imágenes de hambruna que nunca podíamos imaginar. Hay una crisis económica por la mala

implementación de políticas públicas, un pésimo manejo de la economía nacional, pero a su vez la crisis económica sirve de excusa para acusar y manipular o ir contra de la libertad de expresión, por ejemplo.

Eso es lo que vamos a ver en el panel de hoy y para compartir con nosotros están Moisés Rendón, que es investigador asociado y director asociado de programas para las Américas del Centro de Estrategia y Estudios Internacionales en Washington. Está Dany Bahar, que es columnista israelí-venezolano, becario del programa de Economía Global y Desarrollo Asociado del Centro de Desarrollo Internacional de Harvard. Es consultor para organizaciones multilaterales de desarrollo. Tiene un BA en Ingeniería en Sistemas de la Universidad Metropolitana en Caracas y una Maestría en Economía de la Universidad Hebrea de Jerusalén. Miguel Henrique Otero es director de Editora El Nacional que publica el diario del mismo nombre en Caracas, Venezuela. Es miembro de la Junta de Directores de la Sociedad Interamericana de Prensa. Tiene un grado en Matemática con estudios posgrados en Administración de Empresas en la Universidad Central de Venezuela, y un Maestría en Economía de Churchill College en la Universidad de Cambridge en Inglaterra.

Cada uno de ellos haran una intervención de aproximadamente quince minutos, seguramente tendremos una ronda más para concretar algún punto y las preguntas del público.

Dany Bahar comienza.

Sr. Dany Bahar (Brookings Institution, Washington, DC): Muy buenas tardes, gracias por la invitación. Bueno, creo que mi rol aquí es un poquito con el contexto de la crisis venezolana, yo soy economista y un poco voy a usar bastante data reciente para un poco explicarles como Venezuela llegó a esta crisis humanitaria que hoy estamos viendo y como realmente están usando esta crisis para ejercer control sobre la población y reafirma la dictadura que estamos viendo.

Quiero presentar una gráfica que mide el producto interno bruto de Venezuela, que es básicamente todo lo que se produce en Venezuela y eso está normalizado de tal forma que el producto interno bruto si es en el año 1950, lo que ven ustedes hacia el final del gráfico, en la parte a su derecha, es una caída dramática del 30 por ciento del producto interno bruto venezolano. Eso significa que Venezuela está en niveles de ingreso que son similar de lo que tenía hace cuarenta, cincuenta años. Estas caídas de 30 por ciento en el producto interno bruto no son comunes, es una caída masiva. Entonces, otros países en la región que tenían ese tipo de caída en un período de tres digamos que la caída de Venezuela empezó en el 2014 y el más del 30 por ciento porque esto no tiene ni siquiera hasta el 2007. Son Cuba durante el período especial y Nicaragua donde durante la revolución sandinista.

Hoy tan venezolano no hay guerra. Ni ningún tipo de (no se entiende la palabra) que americe este tipo de problema principalmente porque Venezuela es un país exportador de petróleo y cuando uno ve los datos y busca entre los países, porque ahora es el petróleo, cuáles de ellos han tenido una caída tan dramática en la producción, sólo uno encuentra países que están en guerra civil como Irak, Libia etc.

Yo creo que una forma de escribir toda la crisis venezolana, si tuvieses si tuvieses un solo gráfico, afortunadamente tenemos más de uno, es con este gráfico de un reporte que salió en (no se entiende el nombre),

Ustedes pueden ver aquí en la línea azules la deuda acumulada, la deuda externa acumulada de Venezuela, básicamente en Bon soberano, vemos préstamos al gobierno y préstamos de la empresa total de petróleo. Estas subidas que ustedes ven entre el año 2007 y 2011 paso en el mismo tiempo que si ustedes ven la línea abajo es con los precios del petróleo están en su mejor auge.

Este gobierno de Chávez y Maduro, vivió el buen petrolero más largo e importante de la historia moderna venezolana donde el petróleo estuvo por más tiempo a un nivel sumamente alto. Y lo que hizo ese gobierno y el gobierno anterior, los ponemos en la misma bolsa, es exactamente lo contrario de lo que cualquier estudiante de primer año de economía estudia en su primer curso metro-economía. H asta en el momento en que había

suficiente migreto para poder ahorrar, para tener suficiente dinero para suavizar el consumo, se endeudaron más.

O sea, el mundo viendo que el precio del petróleo estaba alto, fue generoso permitiendo endeudar a Venezuela, pero ellos hicieron exactamente lo contrario a lo que tenían que haber hecho, o sea en el momento cuando más hubieran podido hacer, aumentaron la deuda dramáticamente.

Esto es un petrolero, bueno tal vez lo usaron para infra estructura o para inversión. Ahorita este gráfico aquí lo que está mostrando es que esto era un petrolero vino con un bum del consumo en Venezuela, el consumo privado y público y esas son las dos líneas que verán, la línea azul y la línea roja. El consumo aumento dramáticamente. Por eso posiblemente ustedes vieron que Venezuela en esta época bajo los niveles de pobreza y varias medidas que el gobierno se autodenominaba como un éxito social pero la línea de abajo que ven, la línea negra, es la producción. Entonces el consumo aumenta, pero la producción no cambia. Que fines da esto, que este consumo estuvo solamente basado en importaciones.

A ese tiempo en que el precio del petróleo estaba arriba, el gobierno, como controla importaciones, por el tema de controles de cambios que existen, aumentaron el consumo sin aumentar la producción, solamente basándose en importaciones, endeudándose la deuda externa venezolana, creció por un factor de 5 en estos años del bum petrolero.

Entonces para darles una idea, si en el 2006 Venezuela necesitaba como cinco meses para poder pagar todas estas deudas externas y que en realidad hoy en día necesitan tres, cuatro y cinco años. Y esto pone a Venezuela como el país más endeudado del mundo en determinar sus exportaciones. Cerca de países como Sudan, Jemen, Mongolia y Burundy. Estos son los países que se parecen a Venezuela en término de la deuda.

Por cierto, muchos estos datos vienen de Miguel Angel Santos que es un economista fabuloso venezolano y quienes no lo siguen por voz que llamen a Twitter donde tiene excelentes conclusiones.

Bueno no solamente es el precio del petróleo que bajo que bajó porque parte de la reciba es que todo esto empieza porque en el 2014 están los precios del petróleo y efectivamente son parte de. La historia. O sea Venezuela llega a un punto en que está sumamente endeudada y los precios del petróleo bajan y de repente se encuentran sin la posibilidad de poder seguir importando y mantener el consumo. No solamente son los precios del petróleo, la producción petrolera ha caído dramáticamente por culpa de la mala administración de la empresa estatal. Venezuela en su mejor época exportaba, producía alrededor de tres millones de barriles por día y hoy se estima que está por debajo de 2 millones de barriles por día, a pesar que PDS ha aumentado sus empleados de 30 mil hasta 120 mil.

Imagínense que los ingresos que tiene el país se redujeron dramáticamente porque de estos millones que producen, bueno 500 mil o 100 mil van a consumo. Interno, otros 100 mil van a Cuba, por lo cual el país no recibe dinero. Otros 100, 200 o 300 mil van para deudores como China y Rusia y de más o menos el millón que queda eso es lo único de lo que el gobierno puede recibir Dólares o sea la capacidad del gobierno de recibir ingresos se ha disminuido radicalmente.

En su momento Venezuela cuando se estaba endeudando, todo funcionaba, pero llegó a un unto cuando los precios de petróleo bajan, es que Venezuela se convierte en un actor que nadie le quiere prestar Este es el rico país de Venezuela. Venezuela se ha convertido en un mercado que es tan riesgoso que básicamente está aislado de los mercados globales financieros.

Entonces la ausencia de finanzas externas para poder seguir con su consumo, el gobierno fue a la imprenta también conocida como el Banco Central de Venezuela y empezaron a imprimir dinero para poder cubrir su gasto fiscal, pero hoy en día la expansión monetaria que tiene Venezuela es tan mala que, por no molestar internacionales, que la inflación en Venezuela es del dos mil por ciento. Eso significa qué, si usted compra una Coca Cola hoy por un Dólar, el año que viene ahora es de veinte Dólares. La moneda se ha depreciado tanto, que al Bolívar lo llaman el Bolívar fuerte y este es un dato muy interesante. Hace 35 años antes del Viernes Negro, uno podía comprar con 4.3 millones de Bolívares un millón de Dólares. Con esa cantidad, hoy en día, se puede comprar un décimo de un dólar.

Algo tiene que pasar en esta situación, porque el gobierno cuando se le acaban los ingresos necesita decidir con los pocos Dólares que le entran cada día, tienen que decidir bueno tenemos una deuda que pagar, pero también tenemos que seguir importando para poder consumir. Como verán esta mañana, o comemos o pagamos y el gobierno ha hecho una decisión muy clara que es pagamos. No comemos y eso es lo que ustedes ven en este gráfico es la caída dramática de las importaciones en el país. Han caído por más del 70 por ciento. Por eso es que ustedes ven que ustedes ven que hay escasez de productos, hay escasez de medicamentos y demás, porque simplemente el gobierno que ha venido controlando desde el año 2013 el flujo de Dólares hacia el sector privado ha simplemente reducido este flujo a un nivel casi nulo para poder seguir pagando irónicamente a sus deudores en Wall Street.

¿Cómo lo han hecho? Bueno han conseguido todas las formas posibles de seguir pagando. Por ejemplo, vaciar las reservas internacionales del país que en su momento eran 40 millones de Dólares, hoy en día son alrededor de 10 millones de Dólares de los cuales muchos están en oro. Han vendido propiedades en el exterior, o han puesto propiedades muy importantes de la república como garantía de sus deudas. Por ejemplo Sipco han hecho cualquier tipo de negocios para decir en vez de pagarte mañana te pago el año que viene y te doy el 30% más de interés en condiciones sumamente favorables y muy no favorables para el país para el futuro, han renegociado con China y Rusia, a cambio de darles propiedades en la industria petrolera y otras cosas. ¿Quién sabe qué otras cosas?

Porque no tenemos conocimiento de todo lo que está pasando.

Algo tiene que pasar porque si la decisión es entre no comemos o pagamos, al final, aparentemente lo que los mercados sienten al menos, es que pasarán varias cosas. No comemos y tampoco pagamos.

Este gráfico, por ejemplo, es el precio, el bono en la línea blanca, es el precio del bono que Venezuela tiene que pagar este martes o miércoles. El segundo es en noviembre. O sea, es un bono Pedvesa de la empresa estatal, que el día viernes estaba vendiendo en los mercados por 90 centavos de Dólar. ¿Qué significa esto? Eso significa que esto es gran riesgo porque si ustedes compran o no compran, yo no les recomiendo, en tres días harán 10 porciento con su dinero que básicamente es tres o cuatro veces lo que harían en un año con bonos seguros.

Los mercados entienden, que Venezuela está sumamente cerca del riesgo de hacer defol y la pregunta ya no es si lo harán, pero cuando lo harán. El Reporte Provinchi explica esto fabulosamente porque entre el año 2018 y 2019 Venezuela tendrá que pagar alrededor de más de 15 millones de Dólares en deuda, tanto en principal como en intereses.

Los números no dan. Si tienen 10 millones en reserva, los ingresos petroleros siguen disminuyendo porque la producción petrolera sigue disminuyendo, los números no dan. ¿Qué significa esto para nuestro (no se entiende lo que dice)? Que es peor que peor porque este gobierno ha demostrado que están haciendo cualquier cosa para poder seguir en el poder, lo que implica seguir pagando a sus deudores, lo que significa que las importaciones pueden bajar aún más, lo que significa que seguirán hipotecando o regalando el país, aún más. Que para las personas comunes que habrá más escasez de bienes básicos que por cierto se crean mercados negros porque cada vez que algún tipo de control, un tipo de regulación, un mercado negro emerge.

¿Qué significa esto? Qué los más pobres de la ciudadanía son los que menos tienen acceso a estos recursos porque la poca comida que queda, que se vende en el mercado negro, no es accesible para la mayoría de los venezolanos. Pero no solamente se trata si se puede comer o no, es una cuestión de vida o muerte. La mortalidad infantil hoy en día en Venezuela es del 2% donde cada 100 niños que nacen en Venezuela mueren y esto es un aumento de hace cinco años cuando esto era 2 de cada 10 mil niños. Esto es, más o menos, cuatro veces del promedio en la región. La mortalidad materna, es también una de cada 10 mil madres mueren en el país. Es dos veces el promedio en la región.

Enfermedades que ya no deberían existir, han vuelto y este punto lo menciono porque según la narrativa del gobierno todo esto sucede porque hay una guerra económica, y el imperio, y los yanquis, y toda esa historia. Venezuela declarada libre de malaria. Uno de los primeros países. Hoy en día hay 125 mil casos de malaria en Venezuela. Ellos anunciaron que la CIA mandó mosquitos a Venezuela para picar la mente. No esto es cuestión de una terrible administración pública que ha destruido la economía del país y ha destruido la capacidad social, el capital social del país.

Los niveles de poderes en Venezuela son, según encuestas hechas el año anterior, están por encima del 80 por ciento que si ven hacia atrás, es mucho más de lo era cuando Chávez, el presidente Chávez estaba en el gobierno. La bandera de la revolución bolivariana era la pobreza, el sistema social, y es básicamente a los pobres a los que más ha golpeado esta crisis.

Para finalizar el contexto del panel de hoy, yo creo que es importante reconocer una hipótesis que me encantaría que la discutamos después que yo creo que es muy válida, que este gobierno en vista de su situación ha usado esta crisis económica para ejercer más control y para afianzar su dictadura.

Primero ellos, digamos, ni siquiera aceptan que hay una crisis humanitaria, no aceptan que la solución de la crisis es tener sus políticas y por ende también rechazan cualquier ayuda humanitaria. La mayoría de la población se muere de hambre. Hay unos datos que muestran que (no se entiende el número) por ciento de la población en Venezuela perdió hasta 10 kilos en promedio, mientras que el círculo interno, el gobierno, se sigue enriqueciendo de todas estas distorsiones en la economía. Porque el negocio es más válido en Venezuela, el negocio es más lucrativo en Venezuela es comprar Dólares al mercado oficial por 10 bolívares por un Dólar y venderlo en el mercado negro por 45 mil bolívares el Dólar. Hagan la cuenta.

Entonces esto es inhumano y esto viene a dificultar o a destruir la democracia porque usan esta crisis para chantajear al venezolano a pie, en las elecciones hacía dos semanas, bueno si botas puedes cambiar todo y tendrás comida. O en el caso, por ejemplo, de *El Nacional*, un periódico que está contra toda la corriente, sigue de pie a pesar de que no tienen posibilidad de importar papel para imprimir. Hoy día *El Nacional*, es un periódico de 16 páginas cuando hace años, mucho antes de esto tenía 50 o 100 páginas al día. O sea, toda esta crisis económica ellos han conseguido la forma de impulsarla para ejercer control y para afianzar el régimen de manera que realmente es inhumana y rompe los derechos humanos y rompe la libertad de expresión.

Eso es así. Luego haremos preguntas. Gracias. (Aplausos)

Sra. Chirinos: Tenemos varias cosas pendientes. Las vemos después. Moisés Rendón hablará ahora y nos dirá el porqué de esta crisis tiene que interesar no solamente a los venezolanos, pero a la región y a los Estados Unidos, por ejemplo.

Mr. Moisés Rendón, Center for Strategic & International Studies Washington D.C: Muchas gracias a la sociedad Interamericana de Prensa por la invitación.

El papel de todos ustedes como periodistas juegan con respecto a la libertad de expresión fundamentales para el desarrollo y la prosperidad de los países es un gran honor para mí estar aquí.

Esta crisis que hoy vive Venezuela como bien lo dicen los números es la más profunda que hemos visto en nuestros tiempos de vida. Esto será un caso de estudio para la historia en el futuro.

El caso de Venezuela es único además porque no es solamente una dictadura que está aferrada en el poder, pero es una elite que está involucrada con grupos del narcotráfico, del terrorismo, corrupción, lavado de dinero. Las varias sanciones que ha implementado el departamento del tesoro en Washington, no es una casualidad. No es en vano. Hay pruebas fehacientes que vinculan el régimen con todos estos grupos criminales.

La crisis en Venezuela se agrava, además por cuando se entiende que no hay una salida interna, no hay una salida constitucional. La prueba más reciente la vimos el 15 de octubre con las elecciones de los gobernadores. Es decir, Venezuela no puede salir sola de esta crisis y necesitará la ayuda internacional.

Es aquí donde enfocare mi presentación. ¿Cuál es el rol que debe jugar la comunidad internacional para ayudar a resolver la crisis en Venezuela, y cual son los factores internos y externos que agravan esta crisis o que de alguna manera se pueda detener? ¿No? Cual son esos factores.

Mas esta premisa (no se entiende lo que dice) en Washington hicimos un ejercicio analítico, convenios a varios expertos, los sentamos en una mesa y analizamos cual son esos factores que juegan un papel fundamental en esta crisis. Factores internos y externos en la crisis. Les quiero mostrar el gráfico que es uno de los productos que salió de este ejercicio analítico.

El ejercicio concluyo que hay dos premisas fundamentales. Hay dos motores principales que influyen en el resultado de la crisis y esos son los grados internos que el régimen pueda sostener y el grado de presión y asistencia externa que el régimen reciba de actores internacionales.

La situación se agrava cuando estos dos factores que ustedes ven en el gráfico, los factores internos y los factores externos no están alineados ni en el tiempo ni en la intensidad, lo importante es eso, entender que no hay un solo factor, que pueden ver en este gráfico, suficiente para llevar a una resolución en esta crisis. Es decir, meramente, sanciones no terminarán de colapchar al régimen. Una posición unida que no la tenemos hoy en día y tampoco es suficiente. Es importante entender que esta crisis es muy compleja y que necesita una manera comprensiva de verla para poder solucionarla, ¿no?

Igual, tocare brevemente esos puntos y voy primero por la alera interna. En el aspecto económico, para no repetir mucho lo que mi colega ya dijo, solo quiero afincar en dos puntos. El enemigo número uno del régimen sigue siendo la economía. El Fondo Monetario Internacional, proyecta una inflación del 2 mil por ciento en el 2018, esta es una inflación que está produciendo, además de otros factores económicos, una de las tres humanitarias más graves que hemos visto. En número reciente de esta organización de las pocas organizaciones ONGT en Venezuela, CARITAS hay alrededor de .45 millones de personas que comen una vez al día. Alrededor de 300 mil niños podrán morir de hambre, alrededor del 70 por ciento de la población acuden al CLAT que es el sistema de subsidios del gobierno. Entregan una bolsa de comida a las personas, sobre todo a las personas más vulnerables y bueno obviamente esto es un mecanismo que se usa para controlar a la sociedad y como bien se dijo, el régimen se está aprovechando de esta crisis humanitaria para aumentar los controles en la sociedad.

Ahora el segundo factor económico es la de la pública ¿no? Incumple el pago, como lo vieron en los números, en los gráficos y régimen enfrentará múltiples consecuencias por parte de los actores financieros que

tienen algún state holder en esta deuda. Este escenario puede tener el potencial de colapchar al régimen, pero no es suficiente. Todos los demás factores que vieron en gráfico tienen que estar al mismo tiempo.

Voy a lo segundo, la oposición. La fragmentación de la oposición venezolana solo ayuda al régimen. Una oposición transparente, unida y consistente se necesita con urgencia. Hoy y en el escenario de un día después de una transición en Venezuela para reconstruir a un país y canalizar toda esta ayuda internacional que será fundamental. Esta unidad interna y además es crucial para poder garantizar a los actores internacionales, tanto a los que ejercen presión, como los Estados Unidos como los que ejercen asistencia al régimen como la China. Una oposición coherente que está dispuesta a implementar las reformas necesarias que acepten ayuda humanitaria, que entiendan como reestructurar la deuda externa, y ejerzan otras reformas en la reconstrucción de instituciones y otras, es vital para garantizar esos actores internacionales y demostrarles que hay una alternativa seria que puede llevar esas reformas al cabo.

Haré una nota muy importante aquí en el tema de la oposición porque en Washington se habla mucho del fenómeno de Libia. La comunidad internacional, sobre todo los americanos, tienen el temor que al promover una transición en un país, ocurra lo que sucedió en Libia cuando Gzafi, por ejemplo, puede neutralizarlo y al final fue ejecutado. El día después de Libia fue mucho peor de lo que era antes cuando Gadafi estaba y esto es fenómeno de Libia está en la mente de muchos americanos en Washington y muchos de ellos usan ese argumento para decir que en Venezuela como no hay una alternativa coherente, como no hay una posición seria en Venezuela pues tienen temor de que el día después de Maduro sea peor del status quo.

El tercer punto interno que son los militares. La presión militar es fundamental porque para incrementar esa presión necesaria al régimen. A nivel de frustración dentro de las fuerzas militares se aumenta mientras aumenta la presión humanitaria, la presión económica pero nunca llegar a ser suficiente. La posibilidad de que las fuerzas más alejen su lealtad del régimen dependerá del grado de estabilidad que mantenga Maduro internamente pero también de las que estén afuera y la presión que venga de afuera.

Y voy a los factores externos ahora. La presión diplomática, la comunidad internacional juega un papel muy importante. Ustedes bien saben en grupo de Lima, un grupo de 12 países en la región que habrá países que se unirán a ese grupo bien importante está trabajando para unificar pues un mensaje. Eso es muy importante, pero otra vez, no es suficiente.

El secretario Almagro, como lo vieron ayer está jugando un papel muy importante en la OEA y en las Naciones Unidas de que deben seguir tratando de ofrecer una plataforma internacional para poder ayudar a Venezuela.

También se necesita una presión bilateral, vemos países en la región que ejercen esa función. Incluso países como Japón, como Corea del Sur que ya ha tenido los stigmenst oficiales en contra del régimen y es muy bien venido, es muy importante ero al final vamos a misma teoría del ejercicio analítico, que no será suficiente ese factor para poder hacer la operación necesaria.

El segundo punto son las sanciones. Las sanciones actuales y otras que vengan, siguen siendo necesarias ya que limitan aún más el acceso de asistencia financiera que al final y al cabo lo que hace es respaldar sus ideas ilícitas.

Las sanciones más recientes del Departamento del Tesoro, limitan al régimen de acceder a emitir bonos de obras públicas en Venezuela, cosa que ayuda a aumentar esa presión necesaria. Pero esas sanciones necesitan ser replicadas y ahí es cuando los países en la región tienen que ejercer presión para traer sanciones también.

Canadá ya lo hizo, Colombia, México lo está evaluando, la Unión Europea en los próximos diez días ya decidir qué tipo de sanciones. El debate ya no está en sí sancionar o no al régimen, pero qué tipo de sanciones deben implementarse en Venezuela. Las sanciones son esenciales pero los factores deben alinearse.

Por último, la asistencia de China y de Cuba. Cuando se trata de resolver la crisis venezolana, debemos considerar los intereses económicos geopolíticos de China y Rusia. China, por ejemplo ha otorgado más de 72 mil millones de Dólares al régimen de Maduro en los últimos diez años aunque China podría tener un interés estratégico de mantener y sostener un régimen que tenga una retórica anti imperialista o ante americana como lo ha hecho Venezuela a China no le interesa pues, estar sosteniendo un país que está colapsado, está en deudas, que está al borde de ser un país fallido, eso no está en los intereses de China, (no se entiende lo que dice) Venezuela y con un nuevo gobierno, una alternativa seria y con una oposición unida puede ofrecerle a los chinos que habrá un estado de vida económico, que habrá un estado de derecho, y que bueno además que respete los tratados bilaterales que ha tenido China y en Venezuela en los últimos años.

Rusia, por el otro lado también es importante ring de Rusia y Venezuela porque ya va de dimensión. No solamente hay tratados bilaterales de compras y ventas de armas rusas, pero además, por ejemplo, los venezolanos pueden ir a Rusia sin visa.

Hay distintos tipos de acuerdos bilaterales. Un caso muy concreto y reciente, esta Perrosnat que es una empresa rusa que está basada en Estados Unidos y ha comprado el 49 por ciento de las acciones de SIPCO, que es la filial de Pdbeta (¿) en Estados Unidos. SIPCO tiene refinerías muy importantes aquí en el territorio americano. Entonces, claro, en el caso de un default, Rosssnar podría dañarse en las refinerías que SIPCO ya posee y eso le afecta los intereses nacionales a Estados Unidos un interés de seguridad nacional, sobre todo porque las relaciones entre Estados Unidos y Rusia no es la mejor. Entonces, claro, hay que entender, hay que adentrarse en cuáles son los actores internacionales que están jugando un papel importante en Venezuela y entender todas las políticas que son muy importantes.

El caso de Cuba lo conocen, ha sido el mentor político del régimen por muchos años, es el aliado más cercano de Venezuela y bueno hay miles de cubanos residiendo en Venezuela, ya sea por programas de medicina, programas de militares o por inteligencia. El hecho es que tenemos una influencia cubana muy, muy importante.

El factor que es importante de entender es que la eliminación de la asistencia de esos tres países, Rusia, China y Cuba, es fundamental para que las presiones externa y bueno, que además la presión interna tenga algún aspecto.

Para concluir, quiero subrayar dos puntos que creo que son los dos puntos más importantes que quiero subrayar son. Las elecciones de los gobernadores este octubre reconfirmaron una vez más en que la ciudadanía venezolana no puede tener una salida interna constitucional dadas las circunstancias actuales. Este es un grupo corrupto que goza control absoluto controlando todas las instituciones incluyendo el tene (¿) que es el anti regulador de las elecciones. Venezuela no puede salir sola de esta crisis. Necesitará de la ayuda internacional, pero la comunidad internacional tampoco puede sola para resolver la crisis de Venezuela necesitará de la ayuda interna. O sea, es necesario que todos los elementos, todos los factores estén unidos.

Por último, quiero y creo que es lo más importante, quiero hacer énfasis que una transición política en Venezuela no garantizará una prosperidad devuelta en el país. La magnitud de esta crisis nos debe llevar a pensar en el día después que pasará cuando haya una transición política. Los desafíos que Venezuela tendrá que enfrentarse son inmensos. Unir algo interno y una comunidad internacional lista para ayudar será fundamental para salir de esta crisis.

Por ejemplo, abrir un canal humanitario hoy es urgente. Re estructurar la vía pública es urgente. El tema de seguridad es crucial. Tenemos grupos armados tomando control de varios territorios a nivel nacional. Una justicia transicional será necesaria y debe estar soportada por la comunidad internacional de llevar a la justicia aquellos que hayan cometido crímenes, pero tampoco llevar al extremo de, como dicen, de hacer una cacería de brujas. El objetivo principal de una justicia transicional es seguir avanzando y seguir ir avanzando en lo mejor de los detalles.

Bueno gracias por atención y podemos llegar a unas preguntas después. (Aplausos)

Sra. Chirinos: ¿Sr. Henrique Otero? Vamos con el primer vídeo que tenemos ahora. Ponen el Vídeo.

Sr. Henrique Otero: Yo lo quería hacer es hacer una descripción de cuáles son las características del régimen como dictadura. Porque este régimen, van a obtener todas las consecuencias del régimen, lo ven, de manera gráfica, algo verdaderamente terrible, criminal. Además estos millones de venezolanos que están fuera del país, que se han ido de Venezuela una parte pero fundamental de la gente pensante, de la gente trabajadora, de la gente, bueno aquí tienen un ejemplo, tanto Dany como Moisés, como Idania son venezolanos y quizás si no estuviera este régimen ellos estarían allá trabajando. Bueno yo mismo. O sea, esto que ustedes ven es lo que está pasando con los venezolanos de la clase media pensante que el gobierno ha creado un sistema para que esa gente se marche del país.

Bueno yo tengo 5 características sobre la dictadura venezolana que la hacen distinta a las dictaduras normales latinoamericanas, ya sean las bananeras o las comunistas o las del cono sur, la dictadura de Chávez y Maduro es una dictadura, ya le digo, pues moderna porque tiene muchas características distintas al resto de las dictaduras y tiene mecanismos sofisticados de control social y de dominación que en el fondo se parece a una historia de literatura negra.

Primero ellos han, cómo primera característica, es la legítima mediación fraudulenta a través de las elecciones. En Venezuela se hacen muchas elecciones. Al principio las ganaron, pero después crearon un mecanismo para seguir las ganando fraudulentamente y hoy en día solamente las pueden ganar fraudulentamente. La última es algo insólito, 80 por ciento de rechazo a un gobierno, y ganan el 80 por ciento de las gobernaciones. Eso no ha sucedido nunca en la historia de la humanidad. El nivel de rechazo, ver solo los resultados.

Ellos solamente perdieron dos elecciones. Perdieron una reforma constitucional que hizo Chávez pero no importó, se descuidaron, la perdieron y después él la hizo igual. O sea, todos los puntos de la reforma constitucional, que la gente votó que no, él las ejecuto igualmente.

Y la otra fue la Asamblea Nacional, que también se descuidaron un poco, la perdieron y la perdieron de manera calificada, pero previamente ellos habían reestructurado o (no se entiende la palabra) el Tribunal Supremo de Justicia y el Tribunal Supremo de Justicia fue anulando, o anuló todas las decisiones que tomaba la Asamblea Nacional. Todas las decisiones tomadas por la Asamblea Nacional fueron declaradas inconstitucionales o ilegales hasta que eligieron la Asamblea Nacional Constituyente que es un instrumento absolutamente ilegítimo, que es el que está utilizando el gobierno para todas sus decisiones.

Entonces el régimen lo justifica cómo un régimen democrático por todas estas elecciones fraudulentas que van haciendo y todas se ganan con unos mecanismos gigantescos de trampa y de fraude.

El último el de las Gobernaciones. Las actas todas dicen que ganaron ellos. Entonces la trampa ya no está en las actas. Ya ellos han llegado a un nivel sofisticación donde la trampa está en otra parte.

La segunda característica es que ellos tratan de hacer todo legalmente. Todas las arbitrariedades tienen una justificación legal. Un tribunal que dictó una sentencia, una ley que ellos aprobaron que justifica las decisiones. Ellos cambiaron leyes, ellos reformaron todo el sistema legal. La transmisión en Venezuela será un problema con el sistema de justicia, porque si tomamos otras dictaduras de América Latina, tomaremos la de Pérez Giménez, por ejemplo. Pérez Giménez que fue otro dictador hasta el año 57, había un sistema judicial que lo dirigía gente honorable. Las irregularidades políticas o la represión política lo hacían a través de una estructura que llamaban seguridad nacional que era paralegales. Las dictaduras tienen un sistema legal en unos sitios mejor y en otros peor, pero un sistema legal que se mantiene cuando cae la dictadura y entonces tiene una estructura paralegal que con la que hacen todos los atropellos Aquí no, aquí el sistema judicial, los 6 mil jueces que hay en Venezuela, yo no sé si se salvan 10.

Un proceso de transición en Venezuela, tendrá tremendo paquete con el sistema judicial. Entonces ellos tratan de hacer las cosas legalmente. Todo tiene un juez que... los presos políticos todos tienen juicios. No son presos arbitrarios como hacen las dictaduras tradicionales. Todos tienen un juicio y la mayoría están detenidos por medidas cautelares, ni siquiera tienen sentencias. De los 400 presos políticos que hay en Venezuela o 500, por lo menos el 80 o 90 por ciento están presos por medidas cautelares. Hay gente que tiene dos, tres o cinco años, presos por medidas cautelares y un juicio que no avanza. Pero es la utilización del sistema judicial.

La tercera característica es lo destructivo corrupto que es la dictadura. Bueno todas las dictaduras son bastante corruptas porque no tienen cortapisas, no hay contaduría, no hay sistemas de control, pero en este caso, esa corrupción que es una cosa masiva, que además la corrupción es una política de estado para controlar a los militares, controlar una cantidad de elementos de la sociedad, pero además es una dictadura totalmente destructiva. O sea, todas las dictaduras de América Latina tienen una gestión. Ortega tiene una gestión. Pinochet tenía una gestión. Correa, si lo queremos meter en el mismo saco, tiene una gestión. Estos no tienen una gestión. Se gastaron un trillón de Dólares y no hicieron un puente, un hospital, una escuela, nada. El trillón de Dólares se fue por albañar. No hay ninguna obra de ningún tipo que ellos puedan decir que es construido por ellos, pero solamente destrucción. Es una dictadura que lo que ha hecho es destruir.

La cuarta característica es el tema del tutelaje cubano, que es una película sub realística. Nosotros somos un protectorado cubano sin haber perdido una guerra. Eso es algo incomprensible. Los cubanos son dueños de la inteligencia militar. Ningún país del mundo en la historia, y ha entregado la inteligencia militar a otro país, y no es porque perdió una guerra. Pero además todas las áreas estratégicas, identificación, notaría y registros, aduanas, aeropuerto, todo está en manos de los cubanos. Y los cubanos tienen un equipo político que participa en todas las grandes decisiones del estado venezolano, incluyendo el nombramiento de Maduro como candidato presidencial para substituir a Chávez que se produjo en Cuba.

Además, les enviamos entre 80 mil y 100 mil barriles diarios de petróleo de donación, prácticamente, que los cubanos parte de eso lo consumen internamente y parte de eso lo re negocian. O sea, la relación de Venezuela con Cuba, es una cosa única en la historia, un protectorado sin haber perdido una guerra, voluntario.

La última característica que es la más grave, que es que Venezuela no es una dictadura solamente es un narco dictadura.

Chávez generó una alianza con la FARC y el ELM dentro de todas sus locuras geopolíticas para desarrollar mecanismos de poder con irregulares y con movimientos sociales, pero al hacer una alianza con la FARC y la ELM estaba haciendo una alianza con el narcotráfico. Al principio, esa alianza pasaba porque los cargamentos de drogas, pues simplemente se permitían. La FARC mandaba unas drogas al ELM y entonces, bueno déjenlos pasar porque ellos son nuestros aliados. Pero en ese negocio tan bueno, algunos de esta gente que no

tienen ninguno de los elementos, digamos ideológicos o morales muy importantes, dijeron bueno pues ese negocio se lo damos a estos colombianos. No nos metemos en el negocio.

Según el departamento de justicia norteamericano, según todos los organismos que hay, han investigado que están dentro del negocio los familiares de Maduro, el vicepresidente y entonces ya no es narcotráfico es narcoterrorismo. El hermano Chávez, el ministro del Interior, y los generales de la guardia nacional que son parte de ellos, de una cosa que llaman El cartel de los Soles. El cartel de los Soles es generales activos. O sea, cuando se intervino Panamá, este señor Noriega lo que hacía era cobrar peajes. Estos no, estos están metidos en el negocio. Es un peligro para el mundo entero.

Entonces el caso de Venezuela tiene unas características, pero de una gravedad que mucha gente no lo entiende. Mucha gente cree que son exageraciones de los organismos de los organismos de inteligencia norteamericana o de los venezolanos que siempre están criticando todo. No es una realidad que se puede documentar perfectamente con todo lo que han investigado los organismos de inteligencia norteamericanos y europeos y que además con cifras que están todas mostradas por todos los organismos que analizan la situación social, económica de Venezuela.

Sra. Chirinos: Antes de eso, de pasar a la ronda de preguntas de quién tenga a bien hacerlas o hay un par de cosas que me gustaría puntualizar con cada uno.

Por ejemplo, Dany Bahar, hablo de la decisión de Maduro de pagar la deuda. Cuando uno revisa las cifras que ambos expusieron, cuando uno ve por ejemplo, creo que fue Moises que mencionó a Caritas que acaba de ofrecer la semana pasada una cifra, hay una que me impactó sobre manera, entre 5 y 6 niños se están muriendo semanalmente por desnutrición. Cuando uno ve la dureza de esto, la pregunta es ¿Por qué el gobierno prefiere pagar la deuda en lugar de usar estos recursos para aminorar la necesidad del pueblo para que tengan más comida y medicamentos? ¿por qué, contra esta terrible cifra, el gobierno toma la decisión de pagar?

Sr. Bahar: es una buena pregunta. Yo creo que la historia y el mismo gobierno tienen que responder, pero mi entendimiento es que el costo... esta gente está aferrada al poder de manera de que ellos entienden que el costo salir del poder es sumamente algo. Un reporte financiero ofrece una presión adicional muy importante de poder seguir manteniéndose en el poder y como cuento Miguel Henrique, salir del poder puede implicar que, esta gente, son criminales y en el peor de los casos, prisión por mucho tiempo. Entonces yo creo que esa decisión moral y ética de seguir pagando al imperio del que ellos tanto se quejan, a la expensa del hambre de su propia gente, es por el miedo terrible que tienen de que algún día pagarán la subida al poder.

Sra. Chirinos: La otra pregunta de forma inmediata es, ¿qué pasará cuando no tengan más dinero para pagar? O sea, tratan de mantener con represión el descontento interno pero ¿qué pasará cuando ya nadie preste y no puedan vender nada más, ya no tengan absolutamente en ningún fondo que tocar?

Sr. Bahar: Bueno, hay quienes piensan que esta situación está muy cerca y quienes piensan que puede ser que no lo esté. Puede ser que países como Rusia, sigan extendiéndoles límites de créditos indefinidos. Venezuela tiene muchas propiedades, esta gente creo que es capaz de venderlas todas. Por ejemplo, la constitución creo que establece que todas las actividades petroleras tienen que estar en 51 por ciento en manos del estado en términos de propiedad. Yo no pienso que sería una locura, pero pienso que es posiblemente factible que esta asamblea constituyente decida cambiar esa ley y decir, bueno necesitamos solo un diez por ciento y terminen de vender el petróleo venezolano. Creo que podría pasar. No les quiero dar la idea, pero puede pasar.

Entonces la pregunta es si los mercados si el defold es inminente de aquí a un año o algo así y eso se traducirá en teoría para los venezolanos porque en el momento de que si hay un defold, eso significará que las propiedades que tienen los venezolanos en el exterior o que las pocas exportaciones que tienen dejen de traer el poco ingreso que se está recibiendo hoy en día. El que sufre eso es el venezolano a pie.

Sr. Otero: El tema del difold, y la argumentación que tienen algunas personas del gobierno, es que ellos están pagando 10 mil millones de Dólares al año con la producción petrolera, y tendrán que pagar 15 mil y no los tienen. No se las cifras exactas. Entonces si ellos van a defold, ellos asumen que pueden tomar todo el dinero del petróleo y gastarlo internamente para cumplir los compromisos y alimentar a la gente y que el mundo entero tendrá que calárselo, como nosotros decimos. Entonces le dirán al mundo entero, como los americanos aplicaron las sanciones, el imperialismo llevo y entonces nos hizo todas estas sanciones y nosotros tuvimos que reaccionar no pagando las deudas.

Ese puede ser el racional del mecanismo. Sin embargo, si tu entras en defold, y tus ingresos son venta de petróleo, tu tendrás que soportar que te empezarán a embargar cargamentos de petróleo que no podrás importarle a los Estados Unidos ni a México, y entonces Brasil se pondrá de acuerdo con los americanos y entonces tendrás que importar de Rusia, de países donde todo será más caro.

La perspectiva de que eso suceda es una perspectiva de mayor y mayor crisis para Venezuela porque Venezuela con el nivel de destrucción que ellos hicieron, porque no es solamente no tener gestión pero que además destruyeron todo el sector privado. Todo es importado y tienen que importarlo con unos Dólares de un petróleo, pero si están en defold, no es seguro que ellos puedan utilizar ese dinero.

Sra. Chirinos: Bueno Moisés Estados Unidos, hasta ahora ha sancionado individualidades. Lo que ha estado sobre la mesa, hasta ahora, ha sido la posibilidad de sancionar y ligado al petróleo, Sancionar el petróleo venezolano. ¿Estamos cerca de que eso pueda pasar?

Sr. Moisés: De hecho, es uno de los principales temas de debate en Washington, de que si es factible primero sancionar, o tener una especie de embargo petrolero pero hay más que ver. Y la conclusión que estamos viendo mientras más acelerada está la crisis, mientras vemos los resultados de estas elecciones, es que para allá irán las acciones internacionales si no hay un cambio interno en Venezuela.

Ahora, las consecuencias que puedo traer ello, puede afectar bien a una población, pero vemos también una población que ya está sufriendo una crisis humanitaria, y ¿qué tan peor puede un embargo petrolero a esta crítica? Ese es el tema de debate en Washington y ahí es donde hay distintas opiniones tanto del sector público como del sector privado.

Las sanciones individuales si tienen algún aspecto importante en el régimen, pero es importante extender esas sanciones a los familiares de los que están sancionados. Cuando uno sanciona a un individuo como lo es Nicolás Maduro que por cierto forma parte de la lista del tesoro. De los cuatro presidentes que han sido sancionados por el tesoro y Maduro forma parte de esa lista. Los otros son Mugabe, Kin Deconjunde, (¿) Corea del Norte, estamos hablando de dictadores históricos.

Sanciones individuales deben ser replicadas por más países en la región si quieres que tengan algún efecto.

No se identifica: Yo pienso que si en ese debate esta de establecer sanciones al petróleo venezolano sería un error garrafal. Primero porque le daría toda la munición que el régimen necesita para echar la culpa a otra persona que no sean ellos en términos de la crisis que está pasando, pero tendría una consecuencia muy importante para el futuro, para los siguientes del país, porque los costos de esta unión es un importador muy importante del petróleo venezolano y el petróleo venezolano, como ustedes saben es un petróleo pesado y requiere las refinerías en Estados Unidos don lo refinan. Si este flujo deja (no se entiende la palabra) y Venezuela deja de usar esas refinerías por varios años, el costo de volver a entrar en ese mercado es muy alto y realmente podría afectar, estamos hablando de no solamente afectar al este gobierno, estamos hablando de afectar a Venezuela en las siguientes décadas, sea o no un gobierno Chavista.

Sra. Chirinos: Se sanción a individualidades. ¿Por qué no se sanciona a los familiares, a las familias directas?

Sr. Moisés: Buena pregunta. El Departamento del Tesoro por ahora no ha extendido esas sanciones a familiares. Sé que lo han estudiado, lo han analizado. Es muy probable que también vengan. Es cuestión de tiempo que se extienda a la familia, pero bien tu dice, es necesario, porque las sanciones individuales no surten ese efecto. Las sanciones no llevarán a resolver esta crisis en Venezuela es necesario que otros factores tanto internos como externos se coliden en el tiempo e intensidad. Eso es muy importante entender. Las sanciones no resolverán esta crisis en Venezuela, lo resolverá si todos esos factores emergen en una sola.

No se Identifica: Y hay una zona gris que no quiero dejar pasar y la mencionó Miguel, cuando decía que hay 2 millones de venezolanos fuera. No señor hace dos años atrás yo hacía una entrevista a un especialista de la Universidad Simón Bolívar en Venezuela que estudia la emigración. Hace dos años atrás ese señor decía que había 2 millones 500 mil venezolanos fuera hace dos años. ¿Cómo es que seguimos hablando dos años después de 2 millones 50? Hay éxodo yo creo que hay una fuga masiva de venezolanos. Eso es como cuando en Colombia nos dicen que hay 3 cientos 50 mil venezolanos y uno no puede salir a una calle o cualquier esquina que no le pasen dos o tres venezolanos por el lado.

¿Cuándo vamos a sincerar la cifra de los venezolanos si hace dos años eran 2 millones, lo mínimo deben de haber 4 millones, o 4 millones y medio?

Sr. Moises: No hay manera de ubicar esas cifras por varias razones. Primero. ¿Cuántos venezolanos españoles hay? ¿Cuántos venezolanos portugueses hay? Cuando un venezolano portugués que es parte de familiares o dependientes de la emigración portuguesa de los años 50, regresa a Madeira, y deben estar cómo portugués y entonces no es fácil hacer una contabilidad, y además, una cosa. (es interrumpido por la señora y no entiende lo que dice) El sr. Moises continua, por lo menos en Colombia menos porque en Colombia pasan caminando. Los que han ido a Colombia van caminando y ahí ven cómo se las arreglan. También van a Panamá, en fin, pero no hay manera moderna de poder saber si son 2 millones o más.

No se identifica: No hay una estadística que soporte ahora. La pregunta también es o el planteamiento es que habría que buscar una manera de sincerar la cifra o de aumentarla porque lo que no puede ser es que sigamos manejando 2 millones y medio desde hace dos años atrás.

Sr. Moises: Mientras no tengamos un gobierno al que le interese saber esas cifras es muy difícil porque tu le preguntas al gobierno venezolano y te dice que no, se han ido 20 mil personas.

No se identifica: Pero yo creo que habría que asumir el riesgo y empezar a hablar de más de 2 millones y más de 2 millones y medio. Si hay alguien que... no sigue hablando y no se escucha más de ella.

Sr. Francisco Rocha, Ecuador: Los dos millones o 5 o 6 millones la cantidad que quieras no es un mayor problema. Si puede ser una cifra para reflexionar. El tema es que hay muchos, muchos venezolanos fuera de Venezuela no porque quieran. Han tenido que irse. Los vemos en Uruguay, los vemos en Quito, los vemos en Guayaquil, en Cuenca, están.

A mí me preocupa esto de los militares y quisiera que reflexionemos un poco. ¿Están todos contentos, hay un control base, se logra saber algo de cómo está funcionando los militares? La otra cosa es una sanción más. Tenemos Cuba. Las sanciones han servido de escudo para todo. El petróleo da y para que las economías de estos grupos que han estructurado todo, en Ecuador, no cuanto tiempo nos cueste intentar desmontar y espero que podamos. Lo van controlando todo. Es un grupo que no está dispuesto a dejar poder, porque si dejan el poder tienen que ir a la cárcel. Entonces la racionalidad que algunas ves es con la que tratamos de estos temas, no va con un grupo que no actúa racionalmente porque si actuaran así no estaríamos discutiendo sobre ello. Una salida que ustedes vean económica, yo no tengo problema en plantear si es que los militares lo hacen, podría hacer una para que la oposición pueda unirse, pero una oposición incluso que se somete a las normas de quienes los revientan y eso es una cosa real, los venezolanos 2 o 4 millones de afuera podemos, más los otros que nos declaremos venezolanos, ¿podemos hacer algo más que no ser esperar con paciencia de la diplomacia?

Sr. Moises: Yo le puedo contestar un poco sobre lo de los militares, pero es un análisis muy, porque son muy totalmente cerrados. Pero yo puedo dividir eso, los militares venezolanos en cuatro grupos. Un grupo es del Alto Mando, que se supone que estos son muy fieles al régimen como era Pinochet y era Ayende. El alto mando es el más fiel pero el alto mando siempre, cuando Pérez Jiménez, el Arazabal que fue el que terminó siendo presidente. Era el que organizaba los festejos a Pérez Jiménez. Después está lo que llaman los enchufados. Venezuela en los años, cuando hubo el vacío poder, que los chavistas llaman el golpe, del 2002, Venezuela tenía 70 generales, hoy tiene 1200. Tiene más generales que la OTAN. Toda la OTAN. Es el país de los generales sin tropa, pero tiene generales.

Entonces hay un grupo muy grande que son los enchufados. ¿Quién son los enchufados? Los enchufados, en Venezuela la corrupción es una política de estado, entonces hay unos militares que los ponen en cargos públicos, la aduana, los bancos, reparten la comida, todos eso son militares que lo manejan. Y además la corrupción es política de estado. Bueno esos militares no tienen tropa, tienen empleados.

Después están los narcotraficantes. El cartel de Los Soles, son generales de la guardia nacional los que reprimen los grupos, porque la represión básicamente la hizo la guardia nacional, ahí no estaba ni la aviación ni el ejército ni la marina. Y la gran. Pregunta es ¿Quién tiene la tropa? La tropa la maneja un teniente coronel que gana \$150.00 Dólares al mes. Ese coronel hace 30 años era el mejor pagado de América Latina después de los americanos. Hoy es el peor pagado. Gana más un oficial de Haití que un venezolano.

(No se entiende lo que dice) militar ya no existe. Vivían en organizaciones de clase media pero ahora son arrojados. Las esposas tienen que hacer unas colas en los mercados. Antes podían comprar un coche todos los años

ahora no les da ni para una bicicleta. Entonces hay está la pregunta ¿no? Claro eso es en un ambiente donde la inteligencia militar está en manos de los cubanos, donde esta atomizado con esa especie de multitud de oficiales, generales, almirantes y que bueno esa es la situación.

Usted haga su propio análisis.

Muy brevemente el tema de la salida que usted mencionó. Ese es un tema también que en el gobierno de Estados Unidos han estado analizando.

La salida de este régimen ya dio presentes históricos. Podrían involucrarse la comunidad internacional asistiendo a este grupo en la élite de este régimen en Venezuela, sacarlos y tenerlos exilados en algún país, pero para llegar a ese punto, para llegar a esa mesa negociación porque al final un acuerdo, deben existir las condiciones para que ellos pues se quieran sentar en la mesa. Hoy esas condiciones no las tenemos, y por ello estos factores externos, como las sanciones, como la presión diplomática, como la falta existencia de China y Rusia y Cuba es fundamental para llegar a ese caso.

Sra. Chirinos: Con el corto tiempo, por favor preguntas cosas y contestaciones cortas.

No se identifica: Escuchando las exposiciones tan interesantes sobre las posibles soluciones al problema de Venezuela, se ha hablado de las sanciones internacionales, hay opiniones muy divididas, se habla del default. Yo no creo que es posible, yo creo que Venezuela tiene recursos que exceden en 100 veces los 150 mil millones de Dólares que Venezuela debe.

Es imposible que se plantee una situación de insolvencia en el caso de Venezuela. Entonces la pregunta viene a ¿Cuál es el verdadero problema? Y les avanzo brevemente esta tesis y si quieren la conversamos después. Yo creo que el gran triunfo de Hugo Chávez, fue convencer a sus a sus compañeros de golpe militares de que Venezuela es un botín y al convencer a los militares de que Venezuela es un botín, al cual ellos tenían derecho, porque ellos son los herederos del ejercito de Simón Bolívar que lideró a media América Latina, logro ponerlos de su lado y por eso hoy en día en vez de 70 generales como decía Miguel tenemos más de 1500 generales. Tenemos más generales que en los Estados Unidos. Pero no solamente convenció a los militares de que Venezuela es un botín, el convenció también a los banqueros de que Venezuela es un botín, y por eso Venezuela que debía 26 mil millones de Dólares con los cuales había tenido muchos problemas, y muchos de los problemas que vivimos hoy en día vienen de esa deuda que crearon los gobiernos de la opulencia petrolera, de Pérez Uno y Luis Herrera.

Eso, los banqueros, a pesar de que tenían toda esa historia y de que sabían todo lo que había pasado con esa deuda, le prestaron a Venezuela 50 mil millones de Dólares más.

Después de que convencieron a los banqueros de que ese era un gran negocio. convencieron a los chinos de que ese era un gran negocio y por eso los chinos han prestado más de 50 mil millones de Dólares. Después que convencieron a los chinos, convencieron a los rusos y Rusia nos llenó de chatarra militar, toda la chatarra militar de la Unión Soviética, el gobierno ruso se lo vendió a Venezuela.

Hay más de 30 mil millones de Dólares, ahí. Y después le siguió prestando porque se dieron cuenta de que como Venezuela es un botín, ellos también podían participar en el botín con concesiones de petróleo, de oro, de uranio, de coltan, de bauxita, de diamantes, de cualquier cosa que se les ocurra porque en el subsuelo venezolano hay de todo.

El siguiente convencimiento era, bueno se agotó el crédito de la banca, bueno podemos convencer a otros agentes financieros y ustedes habrán leído hace pocos meses cómo Golmand Sacks el banco de inversión probablemente más importante de los Estados Unidos y con más funcionarios dentro del gobierno americano, compró 900 millones de Dólares de deuda con un descuento del 70 por ciento.

Yo creo que ahora han convencido al tesoro americano de que Venezuela es un botín porque cada bandido de eso que ellos agarran, luego quiere una vista americana y está dispuesto a ceder la mitad o el 70 por ciento de lo que se robó a cambio de que le dejen una parte y pueda disfrutar de ello.

Tenemos muchos ejemplos. Citaré los más evidentes porque están en toda la prensa del mundo. Los protagonistas del famoso Maletín de Antonini Wilson, los no sé, cuantos mil Dólares que les daban a los Kisners ¿? Para su campaña electoral, viven todos en los Estados Unidos y todos legalizaron la plata que tenían allá, y ahora son miembros activos de la sociedad. Esos niños van a los mejores colegios (es interrumpido y alguien le dice que hay falta de tiempo y que los autobuses salen con tiempo del hotel, y hay otras personas que quieren hacer preguntas)

Perdona, pero no entendí nada de lo que me dijiste. (La persona repite que los autobuses saldrán en media hora y que hay tres personas que quieren hacer preguntas).

Me hiciste perder el hilo de lo que estaba diciendo. Entonces estos tipos han legalizado sus fortunas allá y hay está el caso del famoso Tesorero de la Nación a quien se le encontraron 12 mil millones de Dólares en una cuenta de banco y sigue viviendo en los Estados Unidos. Ahora es un miembro prominente de la sociedad.

Entonces estudiando un poco el tema veo, he leído que a los bandidos cuando los agarran en los Estados Unidos le quitan no el 100% de la fortuna, pero que llegan a un acuerdo para que delaten a otros y les legalizan parte de la fortuna. Entonces es un gran negocio para el tesoro americano agarrar bandidos de eso, les legalizan, 10,20,30% de su fortuna y el resto se queda allá, El resto no ira a Venezuela para resolver el problema de la deuda externa, entonces el hecho de que Venezuela sea un botín, es el principal problema que nosotros tenemos. Estamos buscando soluciones que no atienden a ese tema, ¿cómo hacer que Venezuela deje de ser un botín y cómo hacer que el resto del mundo, no siga viendo a Venezuela como un botín. ¿No sé si me explico?

No se identifica: Mi pregunta muy concreta es para Miguel Henrique sobre algo que ha dicho Moisés en relación con la fragmentación de la oposición en Venezuela. ¿Es tan honda esa ruptura entre la oposición? ¿Cuál sería el factor fundamental para recomponerla? Porque si hay algo peor al régimen, es que la alternativa al régimen esté tan fermentada como se ve desde afuera.

Sr. Henrique Otero: Bueno la verdad es que la oposición a logrado unirse en plataformas electorales, todas las elecciones donde participa la oposición, la oposición se une. Hace primaria, escoge candidatos, no hay fractura. Ellos logran unirse. Pero a la oposición le falta un objetivo estratégico. Nunca tiene el plan B. La Asamblea Nacional la anula, pon el plan B. No hay el plan B. Hagamos un referéndum revocatorio, se lo sabotea el gobierno, no hay plan B. Entonces el tema está en que no hay un objetivo, una misión estratégica, un foco.

Entonces se vuelven a fracturar. Se unirán más adelante, pero mientras la unión sea electoral en un régimen que es un narco régimen que es Alivava y los Cuarenta Ladrones, ese camino solo no les llevará para ninguna parte.

No se identifica: Aquí hay un elemento de juicio que incluso lo dejo a título de reflexión. Sería para Rondón porque fue el que toco el tema de la unidad en la oposición.

Les hago una confesión, una revelación. En el día previo a la decisión de la oposición de ir a las elecciones de gobernadores, A Leopoldo López que está preso en su casa y Antonio Ledesma que está preso en su casa, el alcalde metropolitano, los regresan a las mazmorras en donde habían estado durante el tiempo anterior. Se toman las decisiones y ellos regresan de nuevo a su casa, y yo pregunto a Antonio Ledesma ¿Qué paso Antonio, porque se los llevaron a la cárcel? Y me contesto, para quebrarnos. Para obligarnos a participar en las elecciones de gobernadores.

Miguel ha hecho una caracterización, régimen en Cuba, régimen dictatorial, régimen militarizado, pero señalaba un último elemento que es el que yo comentaba después de la oposición de ayer en Venezuela. Una estructura secuestrada por el narco terrorismo. Entonces las operaciones de riesgo, el chantaje, la grabación a los hijos, las grabaciones a las esposas, la amenaza a las madres, las amenazas a los padres, generan unas condiciones (no se entiende la palabra) para la lucha opositora en donde no todo el mundo tiene el coraje y la fuerza para mantener una línea estratégica como bien dice Miguel, en la lucha contra la dictadura.

¿Por qué no le preguntan a la oposición cubana, la comunidad internacional, ¿Qué le pasa que no se une para luchar por la calle a la dictadura? Eso se lo preguntaban a la oposición durante los regímenes comunistas de Europa Oriental. ¿Qué les pasa a ustedes que no están organizados como partido, como un programa bien definido, para poder ser alternativa de poder? Ese es un planteamiento cuanto está funcionando bien o mal o con cierto pulmón la vida democrática, pero no en estas condiciones.

Es hay, donde la comunidad internacional, no sé si tu compartes esto, ienen la obligación también de ayudar a la oposición a que supere su condición de minusvalía, un individuo que está preso no tiene posibilidad ni autonomía suficiente para negociar una justicia transicional. Entonces ese vacío hay que tratar de complementarlo. Si yo puedo dar un aporte de mi experiencia, recuerdo la experiencia de Chile. La iglesia católica trató en muchas oportunidades de que la oposición negociase con el gobierno de Pinochet. Fracasaron. Al final la iglesia católica se dio cuenta de que la única tarea que tenía que llevar adelante y que era la prioritaria, era ser negociadora entre todos los actores de la oposición que sufrían a la dictadura para que mantuviesen un mínimo de coherencia. Porque ciertamente se vive para un régimen de terror.

Yo he criticado a mis compañeros de la oposición, pongo también sobre la mesa esto porque las comunidades internacionales hacen unos vicios de valor, como si en Venezuela estuviese funcionando adecuadamente una democracia.

No se identifica: Mi pregunta es para Dany Bahar. Ustedes los economistas que permanentemente están haciendo el diagnóstico, el monitoreo de la economía y la macro economía de Venezuela, están también pensando o estudiando el futuro en caso de que el futuro de que el régimen caiga y vuelva el sistema democrático, mi pregunta es, ¿cuánto tiempo tomaría a Venezuela recuperarse de esta catástrofe en el manejo de la macro economía que realmente es la que está dando la crisis humanitaria, y teniendo en cuenta el contexto también de los otros países que los hemos vivido cuando un poder o un grupo de poderes se queda ahí durante muchos años y destruye la infraestructura en todos sus aspectos sobre todo la infraestructura social como puede ser la infraestructura de atención hospitalaria, la de educación, en fin. Se demora mucho tiempo al llegar al poder otro grupo que crean otro modelo económico y esa recuperación pues no es fácil.

Ustedes están haciendo ese diagnóstico y tienen calculado más o menos en caso de que nos vaya bien y vuelva la democracia Venezuela ¿Cuánto tiempo se tomará revertir todo este año? Gracias.

Sr. Danny Bahar: Gracias por tu pregunta. Mira honestamente hay un grupo fabuloso en el centro de Terroristas Internacional que están haciendo precisamente ese trabajo que empieza que es el grupo liderado por Miguel Santos pero el trabajo empieza por entender las cifras que ni siquiera las tenemos porque el gobierno tiene años sin dar información. Nadie sabe cuánto es producto interno bruto de Venezuela porque ¿cómo lo conviertes a Dólares? Lo conviertes a la tasa de 10, de 45 mil, entonces son preguntas complejas solamente de entender el diagnóstico. ¿Cuánto tiempo pasara? Para darte tal vez una respuesta no es poco porque parte de la recuperación tiene que ver con otra vez incrementar la producción de petróleo que en su mejor época Venezuela creo que podía aumentar la producción en 300 mil barriles por día por año que a este ritmo faltaría más de 5 años para poder llegar al nivel que tenían hace un tiempo.

Eso es una parte, Lo segundo es que es la lección de siempre, que Venezuela no puede depender solamente del petróleo y tiene que versificar su economía. Yo trabaje en ese tema, en particular en mi investigación académica que es un profesorado que toma décadas para lo cual, por cierto, los emigrantes, las buenas noticias pueden jugar un rol crucial en después de transferir estas tecnologías. Pero no voy a entrar en eso. Pero digamos, son décadas realmente porque es un país que está, como dijeron todos los parlantes destruido y es volver a construir desde el principio y no será nada fácil.

No sé identifica. ¿Cuál es el modelo de salida, un golpe militar, una intervención extranjera, una guerra civil, un proceso democrático en este negocio con el Chavismo? O sea, si tú no tienes modelos de salida no puedes decidir, no puedes investigar nada. Ese modelo de Hardward está en función de una ruptura, hay una transición institucional, se restituyen unas instituciones después de una elección y entonces volvemos a un sistema democrático. ¿Es ese el modelo de salida? No sabemos. Esperemos que sea eso.

Sr. Danny Bahar: No solamente eso pero que la situación se deteriora tanto por cada hora, por cada día, que el análisis que hagas hoy tal vez para mañana ya no sirve. Entonces también es un tema de la gente que está trabajando en esto que como no sabemos cuál puede ser la salida, ni cuando, es imposible saber como serán las conexiones.

Sr. Diego Quijano, La Prensa, Panamá: Yo estoy un poco más interesado en el tema de las elecciones que vamos a aprender en Venezuela sobre todo previo digamos, a la entrada de Chávez, y que bueno ya estamos contra el tiempo, pero si me gustaría escuchar un poco sus opiniones a este caso porque yo creo que muchos lo que advertimos, bueno yo estaba muy joven en ese momento, pero muchos lo que advirtieron la llegada de Chávez. Quizás no fueron escuchados. Pero además sí creo que puedo dar lecciones institucionales de la parte política o de lo que hicieron o no hicieron los propios medios de comunicación en ese período. Gracias.

No se identifica: Bueno por mi edad, yo creo que era el único que estaba allí, (risas). Primero Chávez no cayó en paracaídas. Chávez es producto de un sistema que estaba muy deteriorado y él apareció como una figura cuestionadora, uno.

Dos, Su tesis, digamos su base de programática era la tercera vida de Bleare. El capitalismo humanista. Y ahí, ¿cómo paso a esta cosa? Eso paso en la medida de que tenía poder. En las primeras encuestas que se hicieron después de que gano las elecciones, el 85% del país estaba con él.

El problema es cómo detectar el populismo autoritario con estos individuos que cuando se asoman y toman el poder, ese no es el discurso. El discurso es otro. Son estos individuos que tienen un discurso antes y otro discurso después y que tienen como único deseo en la vida es mantenerse en el poder indefinidamente.

A pesar de que se destruya el país y a pesar del sufrimiento del resto del país. Eso no les importa nada, pero eso no lo ven, hasta después cuando se está produciendo.

Entonces no es fácil detestar este tipo de cosas.

Sra. Gabriela Vivanco, de *La Hora* de Ecuador: El secretario general Almagro, en su intervención sobre Venezuela, hablo de que la Organización de estaría buscando o esperando un momento para que se den las condiciones de encontrar una salida de paz, para la paz o una salida de democracia para la democracia.

A mí parecer, dio a entender que la Organización estaba, básicamente atada de manos más que la posibilidad de hacer un poco más de presión y mi pregunta es ¿qué cosas quizás se esperan de la comunidad internacional que no se estén haciendo ahora y que piensen que puedan ayudar para llegar a una solución?

Sr. Rendón: Gracias por la pregunta. La OEA está bloqueada por parte de su burocracia. El sistema de cómo está estructurada OEA no le permite avanzar en el tema de Venezuela. Solamente el 10% de la población en la región está representada en estas islas del Caribe que son las que bloquean al 90% restante de los países que quieren ver una resolución de la OEA en cuanto a Venezuela. Entonces burocráticamente la OEA está atada de manos y hace falta una reforma integral para avanzar en ese sentido.

El tema de las sanciones creo que es importante. La comunidad Internacional debe replicar las sanciones que ya Estados Unidos impuso. La Unión Europea está por hacerlo, Canadá ya lo hizo y otros países en el mundo, a medida que la Unión Europea y otros países lo hagan seguirán el seguimiento.

Ahora bien, no solamente es presión. Es ejercer que países como Rusia y China, no provean esa asistencia externa que le están mandando al régimen. Si no vemos esos dos países juntos no lo vamos a poder conseguir bien. Entonces es de los dos lados. Presión, pero además falta de asistencia de países estratégicos como Rusia y China.

No se identifica: Esta pregunta se la quiero hacer con un aire un poco provocador y es en esta medida escuchando la presentación de ustedes y compartiendo muchas de las preocupaciones que seguramente tenemos acá.

En el mundo hay muchas dictaduras en este momento. En África, más de 20. En el Medio Oriente la gran mayoría de las monarquías son dictaduras. En Asia hay dictaduras. La pregunta que yo les quiero hacer es ¿son ustedes conscientes de que el tema venezolano para la comunidad internacional en este momento así se ven muchas discusiones en foros? No es una prioridad. ¿Son ustedes conscientes en ese contexto a la hora de tomar las decisiones en el consejo de las Naciones Unidas? ¿Son ustedes conscientes, de qué en la misma OEA, como ustedes lo plantean, hay varios países que se lucran de la situación de Venezuela como está hoy y que a la hora de votar votarían a favor de que se quede el Chavismo en el poder porque les conviene el chavismo en el poder en la Organización de Estados Americanos? ¿Son conscientes que para Rusia y China jamás dejarán de apoyar al régimen de Maduro porque ya no es un juego de intereses, pero un juego geopolítico de poder de ellos tener presencia en América Latina y para Irán también? Y que eso ya no es un juego sencillamente que le conviene a un sector de Venezuela o a una región de América Latina porque el mundo está dividido frente a Venezuela. Hugo Chávez es la figura más reconocida y que más quieren en el mundo árabe. Y hay personas en el Medio Oriente que valoran y quieren al chavismo y que este es un modelo por el cual hay que luchar y solo hay que escuchar al Sr. Pablo Iglesias de Podemos en Venezuela.

¿Entonces realmente son ustedes conscientes de eso? Se lo pregunto con un aire provocador, pero al mismo tiempo para buscar una respuesta concreta a ese punto.

Sr. Rendón: Sí. (risas) Mira Venezuela es un peón de las grandes potencias en el mundo, pero creo que una de las pocas buenas cosas que está teniendo el presidente Trump es este (no se entiende lo que dice) dándole prioridad a la crisis venezolana y si algo está seguro el gobierno de Estados Unidos, lo he escuchado de distintas voces y de distintas formas, es que no descansarán hasta ver la vuelta a la democracia. Este liderazgo de Estados Unidos es fundamental, no es suficiente, pero es fundamental para poder contrarrestar otras potencias como lo son Rusia y China. Pero sí comparto tu preocupación porque es algo que está latente en el juego de ajedrez geopolítico en el mundo.

No se identifica: Por mi parte yo no quise transmitir ningún tipo de optimismo y si lo hice no quiero tomarlo atrás. Esto es una sesión muy triste, pero es que el hambre no tumba dictaduras. Las crisis humanitarias no tumban dictaduras, o sea que yo no veo realmente que esto pueda desencadenar en algo que no sea seguir en este estado por muchos años más.

Sra. Chirinos: La última. Quedan dos.

Ms. Fabiola Mendoza, Venezuela ¿Qué podemos decir al ciudadano de a pie? ¿Qué podemos decir a la madre que no consigue alimentos? ¿Qué podemos decir a 30 mujeres que tienen cáncer de la mama y no tienen medicina? ¿Qué le podemos decir a todos los padres que perdieron a sus hijos a los 155 muertos durante la protesta, a los estudiantes que calentaron la calle? ¿Qué le decimos al ciudadano común que esta semana empezarán a formular candidatos para unas nuevas elecciones?

Sra. Chirinos: hagamos la última pregunta y contestamos las dos al mismo tiempo.

No se identifica: Yo soy venezolano, soy igual que muchos de los que están aquí. Simplemente quiero darle las gracias a la Sociedad Interamericana de Prensa porque yo como venezolano, parte de dos millones o más, nos hemos salido, yo si estoy “contento” de que a nivel internacional se promueva este tipo de conocimiento para el resto del mundo. ¿Por qué? Porque en muchas ocasiones creemos que todo el mundo tiene conocimiento de la realidad venezolana y realmente no es así. Quiero darle la gracias a los panelistas venezolanos que están allí, a la periodista y a todos los que han participado, porque verdaderamente debemos estar en cada rincón del mundo mencionando lo que verdaderamente está sucediendo en Venezuela.

Para finalizar, simplemente quiero textualmente sobre Cajas Muertas de Miguel Otero, que decía, con relación al primer panelista, y es una guerra civil en la cual uno solo pega mientras el otro que somos casi todos los venezolanos hoy en día, hay (no se entiende la cantidad) aproximadamente, es el que recibe los golpes. Y sé que se puede hacer algo, decía miguel. Con eso termino. Gracias a todos ustedes por permitir que mucha gente conozca de nuestra realidad porque como lo decía la compañera, muchos muchachos jóvenes que dejaron la sangre por defender la libertad, eso tiene que conocerse y tiene que tocarnos el corazón a todos los venezolanos o a aquellas personas que de alguna u otra manera sienten algo por Venezuela.

(aplausos)

Sra. Chirinos: ¿Algo que agregar?

Sr. Moisés: Cada uno tiene que hacer lo que pueda donde quiera que esté. Yo creo que si hay algo que tiene la oposición venezolana, que son los que están adentro, y los que están afuera es que a pesar de todo, la falta de unidad estamos luchando contra un régimen absolutamente delincuente. Como dijeron aquí necesitamos ayuda de otras artes, pero la actividad de los opositores venezolanos en el mundo entero es constante, es militante y los que están adentro que han sacrificado sus vidas, que han sacrificado todo, pues hay una lucha permanente. Este

Sra. Chirinos: Gracias a todos los panelistas, gracias a ustedes nos vamos. Creo que el transporte nos dejó. no es un pueblo que se ha entregado, es un pueblo que está luchando para salir del régimen a pesar de todas las circunstancias.

(Aplausos).

(Se termina el panel 4).

Monday, October 30 – Lunes 30 de octubre
Board of Directors – Junta de Directores

(Recording starts late, with IAPA President already speaking)

Mr. Matt Sanders (Deseret Digital Media, Salt Lake City, Utah): ... anoche como presidente, van a tener otro presidente esta noche. Entonces, en inglés decimos tongue-twister. Convocamos la reunión de la Junta de Directores de la SIP. Pido al presidente, Jorge Canahuati que pase la lista, por favor.

Sr. Jorge Canahuati (La Prensa, San Pedro Sula, Honduras): Gracias Presidente, en sustitución de Bartolomé Mitre, estimados todos, tenemos esta mañana la reunión de la Junta de Directores para la cual los Estatutos de nuestra organización nos piden que en toda reunión de la Junta de Directores será necesaria la

presencia de menos de la tercera parte de sus miembros para formar quórum. Ante esto quiero informarles que esta Junta de Directores fue convocada virtualmente como lo permiten los Estatutos el 11 de mayo pasado y aprobó la incorporación de 63 nuevos socios de la organización; 42 miembros de los 60 que integran esta Junta votaron en forma afirmativa.

Pasaré ahora a la lista de asistencia. (Lee los nombres de los asistentes).

Muchas gracias.

Mr. Sanders: Bueno, tenemos quórum. Les digo que ya dí lectura de mi informe general el día viernes, y ahora pido la aprobación de los informes que requiere y solicite el presidente del Comité Ejecutivo, señor Jorge Canahuati, que presente su informe. El presidente Canahuati, si puede leer el informe y los nombres también de los recién fallecidos.

Mr. Canahuati: Gracias, Matt. Buenos días señoras y señores directores y miembros de la SIP. Muchas gracias por estar aquí presentes en esta nueva Asamblea, lo que habla del compromiso con la libertad de prensa y de la SIP de todos ustedes. Gracias por su tiempo, gracias por venir de tan lejos y espero que en esta Asamblea ver a sus amigos en esta hermosa ciudad y discutir sobre libertad de prensa haya pagado su viaje.

Este año continuamos con una tendencia positiva respecto a lo que informé el año pasado en México, como ya habían escuchado estaba en un proceso de cambio estratégico nuestro objetivo de tener más impacto en la sociedad, tener mayor sostenibilidad a futuro y hacer cambios en el liderazgo para tener una SIP más diversa y plural.

Gracias a Dios toda esta ambición es posible porque tenemos una muy buena salud administrativa y financiera. Ahora bien, no quiero parecer como un optimista exagerado, ya que como organización sin fines de lucro y con el contexto de la crisis económica y política en nuestra industria estamos obligados a ser conservadores y cautelosos.

Todos los medios estamos en la etapa de transformación y la difracción tecnológica nos ha sumado a unos nuevos desafíos. Y algunos medios en varios países están sumidos a la suerte de los autoritarios, como el caso de Venezuela y Nicaragua, lo que no permite que nuestros miembros participen como antes y siquiera poder pagar las cuotas de socios, sus prioridades compresivamente son otras. A todos ellos nuestra solidaridad y apoyo.

Hace un año en México les anunciaba que estamos en proceso de reestructurar el alcance de nuestras inversiones. Hoy eso es una realidad. Terminamos de invertir todo el resultado por la venta del edificio, los hicimos con criterio, con una nueva Comisión de Inversiones y la asesoría de la empresa Clark de Nueva York, una de la más confiables en este rubro. En el Comité Ejecutivo se aprobaron los lineamientos de la nueva Comisión y se hicieron ajustes.

Al 30 de junio del 2017 la SIP tiene en tres cuentas de inversión, exceso y becas 8 millones 10 mil dólares. Y al 30 de septiembre de 2017 entre nuevos apostes y dividendos generados el total es de 8 millones 569 mil dólares.

La venta del edificio por 6 millones y medio nos dio una ganancia neta de 5.5 millones aproximadamente tras haber pagado la hipoteca que había en la Fundación McCormick, gastos de trituración, comisiones a los brokers, inmobiliarios y gastos que generaron inspecciones gubernamentales obligatorias para poder vender.

Siempre tuvimos el consenso en la Comité Ejecutivo y en esta Junta que ambas decisiones sobre el edificio – comprarlo y venderlo– fueron muy buenas decisiones en su tiempo y contexto. Ambas fueron ideadas en el 2000 por el ex presidente Jorge Fascetto y en 2015 por Gustavo Mohme.

También tenemos que explicar que este es el segundo año consecutivo que no tuvimos déficit operativo y que desde la oficina en Miami no hemos usado los 150.000 dólares en gastos operativos que estaban autorizados al retirar del retorno de esta inversiones.

A esto se siguió haciendo algunos cambios a la administración y la nómina. Ahora hay un empleado menos, las tareas de esa persona se han distribuido. También se siguieron revisando contratos de proveedores, ajuste de gastos.

Como ya ha sido mencionado la reunión SIPConnect que hacemos en la mitad de año en Miami se ha compartido en una nueva e importante fuente de ingresos. Sin embargo, también debemos mostrar nuestra preocupación de la tendencia de la baja en la asistencia en nuestras Asambleas, Reuniones de Medio Años y seminarios presenciales. Esto mucho se debe a los desafíos que la industria, económicos y políticos que nombraba al principio.

De todos modos nuestros ingresos más importantes este año y el fiscal pasado fueron un total de 1.878.290 dólares, el retorno de inversiones que figuraron que fueron de un 31 por ciento de este valor, las registraciones a

nuestra Asamblea en México y en la Reunión de Medio Año en Antigua, que fueron 25 por ciento de los ingresos, y SIPConnect del 17 por ciento, y las cuotas de membresía 16 por ciento. El resto se produjo por lo recolectado por donaciones, auspicios, publicidad y otros rubros menores.

Uno de nuestros desafíos es poder apuntar con el apoyo de fundaciones que antes representaban una importante cosa en nuestro presupuesto, como en actividades que realizamos. Por ello tratando de recuperar terreno perdido y estudiar posibilidades hemos contratado a tiempo parcial a Ed McCullough que hasta hace poco era gerente regional de América Latina para la agencia de noticias AP y ocupaba la presidencia de la Comisión de Nuevos Socios. Ed estará ahora apoyándonos en desarrollo de nuevos negocios, recolección de fondos y en crear una estrategia para retener y buscar nuevos socios. ¡Bienvenido, Ed!

Por último, quiero mencionar la paja de este año, extendiendo el homenaje que ayer hizo Matt a tres guerreros de nuestra SIP que nos han dejado un gran legado, los tres ex presidentes Horacio Aguirre, Agustín Edwards y Rafael Molina. También quiero reconocer doña Ernestina Herrera de Noble, quien fuera directora del Grupo Clarín de Argentina y se destacara como una importante figura de la industria de la comunicación. Asimismo, como acostumbramos reconocemos aquí la valentía, el coraje de aquellos periodistas en nuestros medios que han sido asesinados en este semestre por el solo hecho de denunciar lo que muchos querían que quedarse oculto. Son ellos mexicanos Edgardo Daniel Esqueda Castro, Juan Carlos Hernández, Cándido Ríos, Salvador Adame Pardo, Luciano Rivera, Javier Valdez, Jonathan Rodríguez, Maximino Rodríguez Palacios y Filiberto Álvarez. Y los periodistas de mi país, Honduras: Carlos Williams Flores y Víctor Fúnez.

No deseo concluir este informe sin reconocer la gran labor que bajo la dirección de Ricardo Trotti la oficina en Miami está realizando. El compromiso de Ricardo, su pasión y su amor por esta organización ha logrado mucho de lo que hoy estamos aquí reportando. Deseo que le brindemos un fuerte aplauso a Ricardo.

(Aplausos).

Presidente, eso es mi informe.

Mr. Sanders: Muchas gracias, presidente Canahuati. Ahora pido al vicepresidente de la Junta de Gobernadores del Fondo de Becas de la SIP, Ernesto Kraiselburd, que presente el informe y convoque a la sesión de la Junta de Gobernadores del Fondo de Becas de la SIP. Por favor, Ernesto.

Sr. Ernesto Kraiselburd (*El Día, La Plata, Argentina*): Doy mi informe en la ausencia de la presidenta del Fondo de Becas, María Catalina Saeih, que no pudo estar con nosotros por otros compromisos.

La SIP tiene actualmente dos becarias en ejercicio. Liliana Michelena, peruana, que está concluyendo el período de la beca por alguna Maestría en Periodismo en la Universidad de Berkeley, California. Se acudió la beca en marzo de 2015 pero postergó su matrícula en busca de un suplemento económico. Liliana recibía la totalidad de monto, \$20.000. La otra becaria es María Elena Camba, periodista argentina que estudia una Maestría en Georgetown University, Washington, DC. Su beca se le otorgó en marzo de 2017. Hasta el momento se le ha cancelado el 50 por ciento conforme a la norma establecida.

En conforme con el sistema acostumbrado a partir de noviembre tendremos que convocar el siguiente período de postulaciones a becas, período que rige hasta el 30 de enero para decidir y otorgar en marzo de 2018.

Se mantiene en forma permanente la correspondencia electrónica con decenas de periodistas del continente que desean informaciones sobre el programa de becas de la SIP.

Ahora está permitido que los postulantes podrán aspirar a un postgrado en cualquier universidad del continente americano, considerando que en muchas ocasiones consultan los interesados la posibilidad de estudiar en algún país de Latinoamérica. Esto permite a los postulantes abaratar los costos del estudiante becario. En algunas ocasiones las becas se han perdido debido al alto valor que cobren universidades estadounidenses o de Canadá. Conforme a esto también la propuesta tiene la intención de dar un mayor valor agregado a las universidades miembros de Claep el sistema de acreditación de escuelas de periodismo en América Latina. En ese sentido los postulantes también podrán cursar sus estudios en cualquiera de las 18 universidades acreditadas por Claep.

Muchas gracias.

Mr. Sanders: Muchas gracias, Ernesto y el Fondo de Becas. Ahora pido al presidente Fabricio Altamirano que presente el informe de la Junta de Gobernadores del Instituto de Prensa de la SIP y convoque a la reunión de la Junta de Gobernadores del Instituto de Prensa de la SIP.

Sr. Fabricio Altamirano (*El Diario de Hoy, San Salvador, El Salvador*): Gracias, presidente Sanders. El Instituto de Prensa de la SIP pasa por un período de cambio, de adaptación a las nuevas realidades y a los

nuevos ajustes de nuestra industria, con éxitos como la Tercera Conferencia SIPConnect realizada en junio en Miami. Pero también con las dificultades propias de ser reflejo de una industria en crisis y por la reorientación de las estrategias de negocios.

SIPConnect ha establecido como un encuesta de referencia que contribuye a la monetización de los medios en Internet. Registró 227 participantes y captó recursos importantes de empresas del ámbito digital, que es uno de los principales del presidente saliente Sanders, el SIPConnect.

El desafío es profundizar más este apoyo y crear nuevas alianzas para SIPConnect y también para otros programas de revenue sharing de la SIP que además nos permiten enterrar a nuevos miembros.

Este año hemos realizado menos seminarios presenciales que en años anteriores, uno en México en enero sobre monetización de revistas y en septiembre el decimoprimer Encuentro de Diarios Populares en Lima. Eso tiene una explicación: Cada vez menos diarios socios ofrecen para ser sede de estos seminarios presenciales y el Instituto de Prensa ha tenido que asumir los costos en base únicamente de las inscripciones. También es notable que los auspicios de empresas relativas a la industria sufren por las dificultades en general.

Evaluaremos mejor la sostenibilidad de esos seminarios y al revés tendemos otras modalidades, como un taller práctico sobre producción, edición y publicación de videos de calidad a través de los positivos móviles, que hemos comenzado a ofrecer en la Sociedad con la empresa Hispano Post de Miami.

El dilema es complejo. Necesitamos dar servicios a nuestros socios pero sin morir en el intento. Necesitamos cubrir nuestros gastos operativos y crecer para aumentar nuestros servicios.

Por otra parte seguimos cultivando el programa de webinars en forma gratuita a los medios socios y no socios de la SIP. No hemos conseguido reponer el patrocinio inicial de la empresa telefónica los webinars, pero confiamos en que estos espacios coinciden con una proyección a futuro con mejores capacidades técnicas y mejores contenidos.

Por otra parte la modalidad de captar ingresos a través de la creación de alianzas con empresas de tecnología de comunicación sigue en marcha. Pero la captación de estos ingresos hasta ahora ha sido lenta.

Sin embargo, el grupo de socios tecnológicos sigue creciendo. En junio se firmó contrato de dos años con la firma Content Engine para agregar contenido de los medios socios de la SIP. Es un sistema de distribución de datos para universidades, centros de investigación y profesionales entre otros posibles clientes.

Un acuerdo similar fue firmado a comienzo del año con la empresa de aceleración y monetización de contenidos digitales Marfil de España. También, como dijimos antes, firmamos un acuerdo con el *Hispano Post* para talleres de la producción de videos de calidad con herramientas móviles.

También se explora la posibilidad de alianzas con otras empresas digitales de poner a exposición toda la enseñanza que hemos recolectado y que está en nuestro canal de YouTube. Otras cuentas de revenue share, con firmas como Insurance for Journalism de Londres, Reino Unido, y LogoPost de Madrid, España, han sido concretados, y en vías de concretarse están acuerdos con Unicorn Games de Montevideo, Uruguay, y Piano Media de Nueva York.

Adicionalmente la SIP mantiene un acuerdo de cooperación con Dos al Cubo, empresa a cargo del desarrollo Web.

Un proyecto de gran importancia es la realización de mayo de 2018 de un curso de alta gerencia que se ha dominado Media Industry Lab –MIL– como parte del Instituto de Empresas de Madrid, un centro de estudios superiores que ha ganado varios reconocimientos a nivel mundial. El curso tendrá una semana de duración y un costo de 10.000 dólares por persona. Varios directivos de la SIP hemos participado en preparativos, me incluyo, mediante entrevistas con sus gerencias sobre el contenido de este programa. Los insto a los colegas a considerarlo para ustedes mismos o para sus ejecutivos más importantes de sus organizaciones.

Sorpresivamente el acuerdo con Jigsaw Google en México, al cual de vez en cuando ofrecíamos el Shield Project, gratuito para todos los socios de la SIP para la protección de ataques cibernéticos de DOS, Denial of Service. No es el interés que esperábamos. Vamos a poner más empeño para revitalizar este programa conjunto con Google porque cada día se habla mal de la importancia de crear una cultura de protección cibernética en nuestras empresas y en todo el ámbito digital. Los ataques DOS son los más peligrosos para nuestros sitios y si no retomamos el de Google cada uno deberíamos tener algún tipo de protección de este tipo.

Sobre el proyecto Quiosco se terminó el branding y se promocionó en SIPConnect. Se está en discusión con inversores para analizar la realidad del proyecto y con editores para su participación. Representantes de Quiosco visitaron medios y editores en Argentina, Chile, Perú, Colombia, México y República Dominicana.

La revista del Instituto de Prensa, *Hora de Cierre*, sigue publicándose en formato de newsletter digital con buen éxito de medios de lectura. También a partir del año pasado comenzó imprimirse dos veces al año en coincidencia la Reunión de Medio Año y la Asamblea General.

Y en cuanto a las actividades del Consejo Latinoamericano para la Acreditación del Programa de Periodismo, Claep, se realizaron la visita de acreditación en dos nuevas universidades, Minuto de Dios y El Rosario en Colombia, con miras a la acreditación 2017-2027. Esta acreditación tiene diez años de duración.

Por otra parte se realizó la visita de re-acreditación de la Universidad Autónoma de Occidente y la visita de acreditación provisional a la Universidad de Santiago en Cali, Colombia.

También se está organizando el octavo encuentro de acreditados por la Claep, cuya sede será en Quito. Las fechas serán del 15 al 17 de abril de 2018. SE espera la participación activa de la SIP, al igual que lo hizo en México en el 2017.

Quiero agregar aquí fuera del reporte oficial que hemos tenido una serie de charlas para retomar las posibilidades de un acercamiento con Claep. Creemos que es un campo fértil para explorar. Lo fundó don Raúl, el ex presidente de la SIP, Silvia que está involucrada, y estamos en conversaciones para germinar cruzadamente los miembros del Instituto y la mirada académica de Claep. Así que hay conversaciones con mucho entusiasmo en esta Asamblea.

Finalmente queremos destacar y agradecer la presidenta del Instituto de Prensa Silvia Miró Quesada de *El Comercio*, quien prestó una asistencia invaluable en el 11 Congreso de Diarios Populares que se realizó el 14 y 15 de septiembre en Lima. SIP acudió en respaldo de las actividades, pero SIP siguió con dificultades logísticas debido a la cancelación de vuelos de Miami por el Huracán Irma.

Y con esto sólo creo que todo el mérito del Instituto de Prensa se lo merece Ricardo y el staff de la SIP. Así que muchas gracias Presidente.

Mr. Sanders: Gracias, Fabricio. Ahora pido al presidente de la Comisión de Finanzas y Auditoría Hugo Holmann que presente el informe financiero, por favor.

Sr. Hugo Holmann (La Prensa, Managua, Nicaragua): Muchas gracias, Matt. Buenos días a todos. Quiero darles algunos detalles más de lo que comentaba Jorge para complementar este informe financiero a la Junta de Directores.

El dato más importante es que por segundo año consecutivo terminamos el año fiscal con superávit operativo. Estos datos fueron verificados por la auditoría que nos realizó al cierre del año fiscal la firma Verdeja, De Armas & Trujillo, Certified Public Accountants, de Coral Gables, Florida.

Informe que envió esta comisión el jueves pasado y que muy pronto estará a su disposición: El 30 de junio de 2017 al cierre de nuestro año fiscal el patrimonio de la SIP alcanzó a 9.800.000 dólares, lo que representa un 6 por ciento de incremento en comparación al ejercicio anterior.

El superávit operativo por segundo año consecutivo fue de 38.000 dólares, según datos dictados por la firma Verdeja, con una contribución neta en el año de 550.000 si incluimos el retorno a las inversiones de este año que alcanzaron 511.000 dólares.

Complicando a lo que dio hace un rato no quiero mostrarles exageradamente optimista, porque sabemos que el retorno de las inversión no siempre casará el 5 por ciento y no es fácil hacer predicciones ciertas en época en que los mercados son tan volátiles. Somos testigos que tuvimos (no se entiende) con nuestras inversiones. Pero más allá del buen retorno de las inversiones el superávit de la operación de la SIP de este año se debió a otros factores, un aumento en la recolección de cuotas de membresía, la reducción de la nómina, la reducción de gastos administrativos y control de gastos en las Asambleas y Reuniones de Medio Año.

En membresía se recaudó 38.135 dólares adicionales. La nómina se redujo en 90.000 dólares por el porcentaje del sueldo de empleados menos y porque se terminó de pagar un bono de retiro, la reducción de gastos administrativos en 60.000 dólares y de gastos en asambleas por 165.000 dólares, en comparación al ejercicio anterior.

El presupuesto del año fiscal 2017-2018 indica que terminaremos con equilibrio entre ingresos y gastos, con presupuesto estimado de 1.300.000 dólares. En este presupuesto no se ha contemplado ningún aporte de rendimiento de inversiones, como así tampoco lo que pudiera generar algunos proyectos que se podrían concretar este año, como el caso de Quiosco, alguna alianza con empresas que pudiera generar algo tipo de revenue share o comisión por intercambio de servicio y recaudación de fondos en fundaciones y empresas privadas. Sobre esto probablemente podemos ofrecer algunas novedades en Medellín, la reunión de abril de 2018.

Muchas gracias.

Mr. Sanders: Gracias, Hugo. Ahora pido al presidente de la Comisión de Recaudación y Recursos, Miguel Henríque Otero, que presente su informe, por favor.

Sr. Miguel Henrique Otero (*El Nacional*, Caracas, Venezuela): Como todos ustedes saben estamos en época de crisis económica en la industria y como institución nos somos ajenos a la misma, porque cada vez tratamos de hacer mayor esfuerzo para conseguir fondos y así seguir brindando nuestro servicio y mantener nuestra misión.

Como ya se dijo anteriormente esta mañana estamos resignados a cobrar mayor ayuda de las fundaciones, que como ustedes recordarán hacían un aporte más generoso en la década pasada que nos permitieron mantener nuestros programas Libertad de Prensa, Impunidad y Chapultepec. Actualmente varias de ellas nos siguen apoyando, por lo que extendemos, nuestros profundos agradecimiento a la Fundación Knight que apoyó SIPConnect en sus primeros tres años y nos permitió seguir con el Plan Estratégico, a Susan McClatchy con su aporte sostenido por años al proyecto Chapultepec, y a la Fundación Scripps que siempre apoya al Fondo de Becas.

Como ustedes saben nuestras Asambleas, Reuniones de Medio Año y SIPConnect son tres fuentes importantes de ingresos. Esto no sería así si no fuera por los comités anfitriones y el liderazgo que ayuda no hicieron, como por ejemplo Juan Francisco Ealy Ortiz en México, Rolando Archila en Antigua y nuestro presidente, Matt Sanders, aquí en Salt Lake City.

Este es el nombre de todas estas compañías y algunas adentro de nuestra industria y otras de afuera que nos apoyaron en todas estas reuniones. Sus nombres les pueden dar una idea de que la SIP convoca más que a medios de periodistas, convoca empresas cuya responsabilidad social invita a pensar que somos un buen vehículo para fomentar y promover libertad de prensa y democracia.

Gracias a todas estas empresas y fundaciones hemos podido recaudar más de 900.000 dólares para actividades que realizamos en los últimos doce meses, estas empresas ligadas a la reunión de Salt Lake City: Deseret Media Corporation, la Iglesia Latter Day Saints, Protecmedia, Google, The Washington Post Publishing, World Trade Center y IE Business School, Reliable Controls Corporation, Western University, Family Search y Branforch, a estas empresas en nuestra asamblea de México: Organización Editorial Mexicana, IDM, Telefónica, *El Universal*, Google, Protecmedia, *TV Azteca*, Sinsuar y la Agencia de Noticias El Universal. Estas empresas de Guatemala: Grupo Financiero Mantral, Cervezería Centroamericana, Corporación Multi-inversiones, Instituto Guatemalteco de Turismo, Inguat, Tico, Google y Protecmedia. A estas empresas ligadas a SIPConnect, así como presente en nuestra *Hora de Cierre* y en *Notisip: Indicia, El Comercio de Quito, La Nación, Clarín* y *Crónica* de Buenos Aires, Google, Protecmedia, Excens, *Law Post, Press Reader*, Carta Paper, Simacast, Clicklogic, Ats Móvil, *TV Venezuela, Washington Post, Hispano Post*, Sales, Protecmedia, *TV Azteca* y *El Debate* de México, *Globovisión* de Venezuela, La Máquina de Ideas. Y también agradecemos a nuestros socios tecnológicos, otra de las nuevas formas que nos acercamos a las empresas, entre ellas Marfil, Quisco y Protecmedia de España, Enfil Content, Istam de Miami, Dos al Cubo de Argentina.

Por último, aunque es lo más importante, quiero expresar nuestro especial y profundo agradecimiento a nuestros socios que han hecho aporte específico más allá de su contribución a la membresía como sponsors de nuestro programa de premios a participantes en misiones de la SIP. Ellos son Scott Schurz, Matthew and Jennifer Sanders, Rolando Archila, Edward Seaton, Juan Francisco Daly Ortiz y Elizabeth Ballantine.

Este es el informe.

Mr. Sanders: Fantástico. Gracias, Miguel. Ahora pido a la presidenta de la Comisión de Desarrollo Estratégico, María Elvira Domínguez, que presente su informe.

Sra. María Elvira Domínguez (*El País*, Cali, Colombia): Gracias Presidente, muy buenos días. El informe de la Comisión de Desarrollo Estratégico y Comunicaciones a la Junta de Directores, a continuación, el informe del trabajo adelantado por la Comisión en los últimos meses.

En la reunión de la Comisión llevada a cabo en Antigua el domingo 2 de abril se realizó un recuento del trabajo adelantado por la Comisión y se definió como herramienta para la toma de decisiones estratégicas relacionadas con el Plan, la necesidad de implementar una encuesta a los socios de la organización para conocer su percepción sobre diversos temas.

La primera encuesta se hizo para entender la perspectiva de los miembros sobre las actividades y programas de la SIP. Y la segunda hizo referencia al conocimiento sobre la estructura de gobierno, sus funciones y sus roles. El resultado de ambas encuestas, fueron entregados a los miembros de la Comisión para su análisis. Si bien los resultados de las encuestas mostraron un cierto nivel de satisfacción con las actividades y programas y un conocimiento general sobre los órganos de gobierno también reflejó una serie de oportunidades de

mejoramiento en aspectos como la comunicación de información hacia los miembros y en el planteamiento de la agenda temática en reuniones y de las asambleas.

Asimismo, la encuesta también concluyó que hay oportunidades en la generación de una mayor oferta de valor para los miembros. Los hallazgos de las encuestas realizadas serán de gran utilidad para el diseño de actividades y planes de acción de cara al mejoramiento continuo en la relación de la organización con sus asociados.

Posterior a la reunión realizada en el seno de la Asamblea de Medio Año los miembros de la Comisión se reunieron en las oficinas de la SIP en la ciudad de Miami los días 20 y 21 de julio para revisar las acciones definidas en cada uno de los tres ejes del Plan Estratégico.

Respecto a las acciones relacionadas con el eje estratégico Impacto se decidió sobre la necesidad construir tres proyectos específicos que buscan incrementar el impacto de la SIP ante nivel externo como interno, siendo estos: Primero, un plan de mercadeo de comunicaciones; segundo, la construcción de una plataforma de intercambio de información para los socios de la organización; y tercero, el diseño e implementación de un plan maestro de comunicación interna.

Respecto al plan de mercado de comunicaciones se acordó la elaboración de un brief que incluyera aspectos como los objetivos del plan, las audiencias a las cuales se pretende llegar, y los resultados esperados. Se convenció al director ejecutivo para buscar alternativas de firmas locales de marketing y/o otras opciones, que presente sus propuestas de cada al diseño del plan y a la construcción del mismo.

De otra parte la creación de una plataforma de información que como valor agregado para los socios permite intercambio ágil de información sobre diversos temas. Se definió que se deben precisar las necesidades tecnológicas que requiere este proyecto. Asimismo que discutió sobre la posibilidad de que este proyecto pudiera contar con el auspicio económico de forma parcial o total.

En cuanto a comunicaciones internas se plantearon tres grandes temas de comunicar. Primero, los temas relacionados con libertad de prensa, noticias, pronunciamientos, informes de misiones; segundo, temáticas sobre investigación del estado de la industria; y por último los temas relacionados con membresía y actividades de la Asociación.

El portal y al app tienen gran parte de esta información, se pretende incorporar otros medios de información que permitan mayor cobertura, para lo cual se realizó un análisis de los canales de información que actualmente se utilizan detallando el tipo de información que se reporta en los distintos niveles.

Respecto al eje estratégico de sostenibilidad y lo que corresponde al tema de membresía se realizó un análisis del proceso de ingreso de nuevos socios a la SIP y las categorías existentes. Se acordó que algunas de las acciones que se deben implementar para traer y retener nuevos socios son facilitar el proceso de aceptación de nuevos socios, implementar un plan de integración para los nuevos socios en el marco de la primera asamblea a la que asisten, diseñar un manual de actividades de la organización para nuevos socios, y revisar la estructura de cuotas anuales, partiendo de la base de que el objetivo debe estar orientado a vincular un mayor número de miembros a la organización. En este sentido se acordó que si bien las cuotas de afiliación son un rubro importante los ingresos para la operación de la Asociación para su sostenibilidad a mediano o largo plazo es un importante crecimiento en el número de socios activos y corporativos.

En cuanto al enfoque de las asambleas se estudió las posibilidades de tener un programa temático diferente para cada uno de las reuniones anuales que realiza la SIP. Se continuó evaluando la posibilidad de que las Reuniones de Medio Año se enfoquen en temas relacionados con la industria, paneles de conferencistas y exposiciones de casos exitosos, mientras que las Asamblea General del mes de octubre se sienta exclusivamente en temas relacionados con libertad de expresión y periodismo, análisis de casos, exposiciones de personales destacados.

Asimismo, se encuentran en estudio distintas posibilidades e incentivos para los socios con el fin de incrementar su participación principalmente en las asambleas y en SIPConnect.

Respecto al gobierno y liderazgo se realizó una revisión del cronograma actual de la administración y staff de la SIP y las necesidades para su funcionamiento, y en las cuatro áreas estratégicas de trabajo, development, membresía, operaciones logísticas y mercadeo de comunicaciones. El análisis anterior arrojó la conveniencia de contar con un nuevo recurso que apoya al director ejecutivo en la implementación de acciones de cara a las membresías y a la recaudación de fondos. Y el presidente del Comité Ejecutivo contó sobre el ingreso de Ed.

Por otra parte, como aspecto fundamental para el futuro de la SIP se concluyó que la organización requiere, o sería muy bueno, que tuviera un nuevo proyecto de alto impacto como lo han sido Chapultepec e Impunidad, que logre el apoyo de fundaciones y/o organizaciones y que giren en torno a la misión de la SIP, al corazón de la SIP.

Se buscará el mecanismo de generación de ideas y propuestas, buscando una amplia participación de los miembros de la SIP en el planteamiento de lo que podría llegar a ser el gran proyecto de la SIP hace el futuro. Una vez definido el proyecto es contar con un equipo de trabajo específico para su diseño, desarrollo y para ser presentado a potenciales auspiciadores.

Es importante notar que los proyectos aquí planteados, o los planes, deberán diseñados y estructurados de tal forma que permita el establecimiento indicado y el cumplimiento de los objetivos que se establezcan para cada uno de estos, y realizando todas las gestiones necesarias conseguir el apoyo económico que requiera cada proyecto, no obstante, en la medida que las finanzas de la Asociación lo permitan y que continúe generando un superávit operacional que, es cierto como lo planteó Hugo Holmann, se sugiere sin embargo establecer una política de inversiones que permita desarrollar los proyectos estratégicos de mediano y largo plazo que sean aprobados.

La Comisión continuará trabajando en concretar las acciones y estrategias que le permitan al SIP garantizar su pacto, su sostenibilidad y su futuro de liderazgo de cada altura de la organización.

No quiero terminar el informe sin antes agradecer al director ejecutivo Ricardo Trotti por su compromiso, por su invaluable participación y plena colaboración con el trabajo de esta Comisión de Desarrollo Estratégico. Muchas gracias, Ricardo.

(Aplausos).

Mr. Sanders: Quiero agradecer específicamente María Elvira y el trabajo de su comité por el análisis, el trabajo y la energía que han puesto en ese esfuerzo de ayudarnos a ajustar nuestra estrategia hacia el futuro. Y creo que nosotros necesitamos siempre pensar en cómo necesitamos transformar como organización y el valor agregado que ofrecemos a nuestros miembros, que traemos a estas asambleas, pero además durante el año qué ofrecemos. Les agradecemos mucho y hay mucho más que hacer, pero estamos ya con una infraestructura para continuar a construir una SIP aún más fuerte, aún más poderosa hacia el futuro para sostener la libertad de expresión. Gracias, María Elvira y todos.

(Aplausos).

Bueno, ahora pido a la Comisión de Nuevos Socios, Ed McCullough, que presente su informe y proponga el ingreso de nuevos socios. ¿Ed?

Mr. Ed McCullough (Associated Press, Miami, Florida): Gracias, señor Presidente. Este es el informe.

Me complace en informar que tenemos la nominación de seis nuevos socios en esta Asamblea para ser aprobados, cuyos antecedentes han sido revisados por el Comité Ejecutivo.

Son: *Radio Cadena Nacional (RCN)* de Colombia, una red de 136 estaciones y alcance nacional; *Nueva Prensa*, Venezuela, un periódico regional de Anzoátegui, Barcelona; los medios digitales *My Press* de México, y *LaPatilla.com*, Venezuela. Y además dos asociados: *Smarty Content* de Buenos Aires, y un cooperador, Raúl González Novo de México.

RCN con varias docenas de emisoras de radio continúa la expansión de la SIP respecto a la incorporación de nuevos medios autorizada hacia un par de años. A ella se sumó este año la televisora *Televisa* de México y varios medios digitales nativos, así como un total de 63 medios que fueron aprobados en mayo pasado en la segunda votación virtual que hizo esta Junta de Directores.

Antes aprobamos *Univisión* de Estados Unidos y *RCN Televisión* y *NTN24* de Colombia, así como a las 18 escuelas de periodismo de universidades latinoamericanas que integran nuestro sistema de acreditación de Claep.

Ahora tenemos un total 981 medios afiliados que representan a múltiples otras publicaciones que tienen esos socios. Eso, es una señal muy buena que nos va acercando de a poco a la cantidad de medios históricos antes del 2001, muchos de los cuales fueron desafiándose debido a la crisis política y económica.

Debo informar que también tenemos pedidos de desafiliación pero que lo estamos tratando de revertir sobre la base de visitas a esos medios y permitiéndoles que nos expliquen sus razones y así ver como mejorar el proceso de retención de socios.

También hemos mejorado en simplificar el proceso de aplicación de nuevos socios y estamos buscando crear incentivos que permitan a los socios tener una participación más proactiva. Estamos atentos a los nuevos lineamientos del Plan Estratégico en el que estamos inmersos en la SIP.

Hay que tener en cuenta que el ingreso por membresía a la SIP es de un 20 a un 25 por ciento de nuestro presupuesto anual, por lo que es importante el pago y el cobro y buscar incentivos y métodos para reducir la morosidad.

Muchas gracias.

Mr. Sanders: Gracias, Ed. También aplaudo el trajo de ese comité y especialmente agradecemos en nuevos socios tan entusiasmo para ver que tenemos una eco-sistema de varios tipos de medios ahora, incluyendo radio, televisión y digital. Les invitamos siempre a nuestros socios nuevos que participen, que ofrecen sus ideas, su energía y siempre su dedicación a la libertad de expresión. Hemos visto en este año pasado nuevos socios que han participado mucho y nos han dado mucho fortalecimiento en la SIP. Gracias.

Bueno, por razones de salud de su esposa el presidente de la Comisión de Chapultepec, José Roberto Dutriz, tenía que salir pero pido a Roberto Rock que presente su informe, por favor.

Sr. Roberto Rock (*La Silla Rota*, Ciudad de México, México): Muy buen día a la Junta de Directores. Este ha sido un año muy intenso para la Comisión. Comienzo por informarles que luego de varios intentos fallidos en este período sí se ha avanzado con la industria internacional de la Florida en Miami. Puedo hablar del proyecto Índice Chapultepec que pasó los estándares de la Declaración de Chapultepec, busca a medir y establecer un ranking de libertad de prensa en los países de las Américas. Estamos muy entusiasmados sobre el importante resultado que tendrá este proyecto cuando se ponga en marcha.

Destacamos también en este período como positivo un mayor embaucamiento del proyecto Chapultepec alrededor de los amicus curiae producidos y firmados por temas tantos relevantes como los desafíos de periodistas. Por ejemplo, el caso de Nelson Carvajal se ha tenido ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos.

Tres asociaciones nacionales de prensa de nueve países de las Américas firmaron un amicus curiae, el abogado por la SIP. Y la red Ifex, integrado por 115 organizaciones de 70 países, así como la Comisión Nacional de Derechos Humanos de México llevaban otros amicus a la Corte. Estos gestos de apoyo de solidaridad muestran que algo que estamos haciendo bien en grande en cuatro principios de la Declaración de Chapultepec sobre la obligación de los Estados de investigar y sancionar estos crímenes.

La SIP también respaldó amicus curiae de Reporters Committee for Freedom of the Press por temas de libertad de expresión en casos como lo de la periodista Frances Robles del *New York Times* que se busca destacar lo que es la importancia de una ley de escudo –shield law– para proteger el secreto profesional.

También apoyamos un amicus para un caso que será próximamente en la Corte Suprema de Justicia sobre asuntos de privacidad versus tecnología e involucra los derechos constitucionales para libertad de expresión y otra protección de las pesquisas y aprensiones arbitrarias.

Y por último endorsamos otros dos casos en Filadelfia y Nueva York sobre el derecho de los ciudadanos a registrar en video la actividad policial pública en el caso Carvajal, cuya audiencia pública se hizo en la sede de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en Costa Rica en agosto. Se destaca que contamos en el respaldo pro bono del equipo legal de la Robert F. Kennedy Human Rights de Washington, que nos ha acompañado desde el 2015, y que logramos un buen caso con testimonios desde seis familiares del periodista asesinado, así como los escritos de cuatro expertos colombianos en esta investigación, Justicia y Periodismo, estos últimos también pro bono. Además de los familiares y involucramiento de abogados especialistas confiamos recibir buenas noticias probablemente a principios de 2018.

La Declaración de Chapultepec fue firmada este semestre por dos presidentes. Jimmy Morales de Guatemala la firmó durante la inauguración de la Reunión de Medio Año en Antigua el 31 de marzo y Pedro Pablo Kuczynski de Perú lo hizo en el marco de la conmemoración del Día Mundial de Libertad de Prensa el 3 de mayo en Lima.

En Perú también celebramos un foro estudiantil en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en el que participaron más de 200 personas que la SIP invitó a firmar la Declaración.

En ese sentido les informo que estamos abocados a conversar con los representantes del Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación de Periodismo, la Claep, para que se apruebe la incorporación del estudio de la Declaración de Chapultepec en las 16 instituciones universitarias acreditadas.

Durante la visita de una delegación de la SIP a Panamá a principios de septiembre más allá de hablar sobre los graves asuntos que afectan al grupo (no se entiende) y Epasa también se realizaron reuniones con distintas autoridades para expresar nuestra seria preocupación por una ley que restringe la divulgación de los resultados de encuestas realizadas fuera del proceso electoral, asunto que tenemos monitoreando.

Por la seguridad de los periodistas este semestre respaldamos con la Comisión de Libertad de Prensa e Impunidad la participación de socios de la SIP de México en una mesa redonda y en un taller especial que se realizó a mediados de agosto con un equipo de investigación de Facebook México sobre los riesgos de seguridad en las redes sociales y las herramientas disponibles de la plataforma.

De igual forma seguimos promoviendo seguro para periodistas de la compañía Insurance for Journalists con quien establecimos un favorable convenio para los socios.

Informamos que *El Universal* y *TV Azteca* de México, lo mismo que la organización mexicana, continúan en el deseo de un mecanismo de emergencia SIPAlert que espera que esté listo en los próximos meses.

Por último, como recordarán el Gran Premio Chapultepec 2017 fue entregado al abogado constitucionalista argentino Gregorio Badeni durante la pasada Reunión de Medio Año en Antigua, y nos encontramos ahora evaluando las nominaciones para entregar en marzo próximo el Gran Premio Chapultepec 2018.

Este es el informe del señor José Roberto Dutriz, señor Presidente, a la Asamblea.

Mr. Sanders: Gracias, Roberto.

(Aplausos).

Ahora pido a la Comisión de Impunidad que va a dar el informe Carlos Benavides en lugar de Juan Ealy Ortiz, que presente su informe, por favor.

Sr. Carlos Benavides (*El Universal*, Ciudad de México, México): Gracias, Sr. presidente, buenos días.

Por primera vez en la historia de la SIP participamos como litigantes en la Corte Interamericana de Derechos Humanos por el caso del periodista colombiano Nelson Carvajal Carvajal, asesinado al final del 1998. Esto no habría sido posible sin el apoyo pro bono de la Robert Edward Kennedy Human Rights y especialmente su abogada para América Latina, Angelita Baeyens.

El 25 de septiembre fueron presentados los argumentos finales y pedimos a la Corte que se declara el Estado de Colombia responsable por la violación de Nelson Carvajal y a sus familiares de los derechos de gozar de garantías judiciales, protección judicial y libertad de pensamiento, expresión y la vida, entre otros contemplados por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

También se pidió que se ordenara la adopción de acciones de reparación y que tomaran las medidas necesarias para la investigación del caso, en ese caso 2018, no sea un obstáculo para que la investigación penal concluya con el juzgamiento y sanciones a los autores materiales e intelectuales del asesinato.

Quiero destacar la perseverancia de la SIP para qué durante 19 años, como en este caso, continúa exigiendo justicia. Sin bien la justicia todavía no es justicia la tenacidad es el único recurso que no queda para luchando contra la impunidad.

Probablemente la sentencia saldrá antes de febrero del 2018. Confiamos en que esa sea favorable y que se crea un antecedente legal en la lucha contra la impunidad, y sobre todo que traiga paz a la familia Carvajal, que tal como lo ha expresado confía en que a pesar del tiempo el nombre de Nelson aún sigue escuchando y que se quede guardado en la historia de los mártires que con dignidad cumplieron su misión de periodistas.

Este caso ha traído consigo importantes aportaciones. Logramos congrega el apoyo de 13 asociaciones de la prensa en un Amicus curiae enviado a la Corte Interamericana, entre otras la Asociación Colombiana de Medios de Información, la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas, la Asociación Nacional de Prensa de Chile, el Consejo de Prensa Peruana, el Forum de Periodistas por las Libertad de Expresión de Panamá y la Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, Fundamedios, de Ecuador. También la red IFEX integrada por 125 organizaciones de 70 países, y la Comisión Nacional de los Derechos Humanos de México, todos ellos enviaron amicus curiae en respaldo del caso.

Logramos también que los expertos de la academia, el derecho y el periodismo de Colombia aportaron de manera desinteresada su experiencia profesional. Que tal es el caso de Germán Rey investigador y historiador; Pedro Vaca, dirigente de la Fundación Libertad de la Prensa; Guillermo Pullana, abogado, y Diana Calderón, periodista. Así como los 16 testimonios de las víctimas que fueron entregados a la Corte Interamericana y que revelan como el asesinato del periodista, la impunidad y la falta de protección del Estado empujó a gran parte de la familia Carvajal ir en exilio y lo dejó en total desamparo.

Pero este importante caso no es el único compromiso que tenemos. Otros 27 han requerido nuestra atención este semestre ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, y sobre todo lo que insistimos a principio del año en Washington, DC, durante la visita al Secretario General de la OEA Luis Almagro. Se trata de los asesinatos de Alfredo Jiménez Mota de México; Julio Daniel Chaparro Hurtado, Jorge Enrique Torres Navas, Guillermo Cano, Carlos Lajud Catalán y Gerardo Bedoya de Colombia; Irma Flaquer Azurdia de Guatemala, y Jorge Vieira de Brasil.

Y este semestre establecimos un acuerdo informal con la FLIP de Colombia para dar seguimiento a los casos de ese país ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. En México también hemos logrado el apoyo de los socios de la SIP para responder por casos de asesinatos.

Por último, también tenemos la responsabilidad de seguir luchando por los 21 periodistas asesinados desde octubre de 2016 en las Américas. Se trata de 11 comunicadores en México, 3 en Honduras, 3 de Perú y 2 en República Dominicana, así que 2 más en Guatemala.

Todo este trabajo de años del Proyecto Contra la Impunidad ha sido posible gracias a la generosidad de la Fundación Knight, sin embargo, tenemos que reconocer el apoyo incondicional en los últimos dos años de la Robert F. Kennedy Human Rights, que ya nos ha dicho que seguirá acompañando con nuestros casos que pudieran ser aclarados en la Corte Interamericana de Derechos Humanos.

Con perseverancia seguiremos trabajando para que se garantice la seguridad de los periodistas y que haya justicia en los crímenes impunes.

Muchas gracias, señor presidente.

Mr. Sanders: Gracias, Carlos. Ahora pido al vicepresidente de la Comisión de Premios, Carlos Salinas, que presente su informe.

Sr. Carlos Salinas (*El Diario de Coahuila*, Saltillo, México): Buenos días. Doy este informe como vicepresidente de la Comisión debido a que la presidenta, nuestra querida Marcela Herrera Noble, no nos pudo acompañar en esta Asamblea. Antes de todo, quiero decir que sin su trabajo durante todo el año, nuestra tarea no hubiera sido posible, además su video se ha antecedido la entrega de Premios en Excelencia SIP en los últimos tres años.

Anoche tuvimos una hermosa velada en el impresionante Museo de Historia Natural y de nuevo reitero mis felicitaciones a todos los ganadores y especialmente a todos los más de 1.030 nominados este año.

Este concurso se ha mantenido estable por encima de las 1.000 postulaciones en los últimos tres años, desde el año 2015, que es una cifra notable, si recordamos que hace 10 años el promedio era entre 300 y 400 nominaciones, como se comentaba ayer.

Este año por primera vez y con mucho éxito tuvimos tres nuevas categorías tras la nueva reforma que se hizo desde el año pasado y en las cuales incorporaron: Cobertura Noticiosa en Móviles, Don Alejandro Miró Quesada Garland; Periodismo de Datos y Periodismo Universitario, Pedro Joaquín Chamorro.

Este año la mayor cantidad de postulaciones provinieron de periodistas y medios de Brasil, Colombia y México, que regularmente también reciben más cantidad de premios. En contraste, lamentablemente, se reciben menos de Estados Unidos o Canadá, ambos poseedores de una prensa pujante y sólida. No obstante, el concurso sigue teniendo potencial aún por explotar. Por ejemplo, países que tuvieron años atrás una alta o mediana participación, como Chile, Paraguay, Honduras y Perú, han disminuido, hoy la tienen escasa. Por cierto, no hay dudas de que en los países mencionados existe un periodismo de calidad: ¿es que allí el certamen ha perdido interés? ¿Por qué, en contraste, hay tanto entusiasmo en Brasil, México y Colombia? Una categoría expresa, mejor que cualquier indicador, el potencial existente. A pesar de la fuerte tradición de debate público en la prensa, la categoría Opinión sólo recibió un total de 41 postulaciones. Países como Brasil y Colombia, donde se han producido verdaderos terremotos mediáticos durante todo el año, sólo enviaron 4 y 2 postulaciones, respectivamente.

¿Qué explica esta situación? ¿Qué necesitamos de todos nuestros socios? Les requerimos la divulgación del concurso que sea más expedita, más rápida, porque está tardía y pobre. Debemos dar más calor al concurso en nuestros medios, una mayor promoción. Muchas veces los periodistas no saben sobre las fechas de apertura y cierre, las categorías y sus reglamentos. No todos los miembros de la Comisión muestran el mismo compromiso de trabajo, por lo que se recarga las labores en un solo grupo.

En la Comisión estamos comprometidos a buscar la solución de estos temas, trabajaremos en los próximos meses sobre una mejor estrategia de divulgación y buscar la opción de dar otros premios más y buscar patrocinadores.

Quiero agradecer a todos los medios que patrocinan estos premios, porque sin ellos no sería posible que este gran certamen se llevara a cabo, porque gracias a ellos este concurso existe: *El Tiempo* de Bogotá; *TV Venezuela* de Miami, Florida; *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, Brasil; *El Comercio* de Lima; *El Comercio* de Quito; la cadena McClatchy de Sacramento; *Panamá-América* de Panamá; Organización Publicitaria, S.A. de San Pedro Sula; *La Nación* de Buenos Aires; *ABC Color* de Asunción, Paraguay; *La Prensa Gráfica* de San Salvador; *Clarín* de Buenos Aires; *El Mercurio* de Santiago; *El Diario de Hoy* de San Salvador; *La República* de Lima; *La Prensa* de Panamá y *La Prensa* de Managua. Que se suman más medios a esta indispensable labor. Quiero agradecer nuestro Coordinador de Premios que trabaja desde Miami, Emilio Sánchez, quien hace posible que todo sea más fácil.

Agradezco por ultimo a quienes debieran ser los primeros, los miembros de esta Comisión, empezando nuevamente por Marcela Herrera Noble, nuestra presidenta: Manuel Aguilera, Isabel Amorin, Rolando Archila, David Aponte, Marco Araúz, Marcelo Baldovino, Armando Castilla, Rafael Bonnelly, Idania Chirinos, Leonor de Etchevehere, Virginia Fetter, Carlos García, Iary Gómez Quesada, Katherine Haine, Paola Hernández, Carlos Jornet, Claudia Martínez, Daniel McCosh, Silvia Miró Quesada, Leonor Mulero, Rosanna Rivera, Jaime Ruiz, así también los que han manifestado su interés de regresar con mucho entusiasmo a la Comisión, como Martín Etchevers, Ulilo Acevedo, Gilbero Urdaneta, así como también los invitamos a otros más que se sume entusiasmo para que esta Comisión tan complicada, ardua pero fascinante tenga más éxitos.

Muchas gracias.

Mr. Sanders: Gracias, Carlos, muchas gracias por sus esfuerzos de celebrar periodismo de alta calidad. Sé que es muy complicado y es un esfuerzo a veces pésimo, pero muchas gracias y un aplauso por los auspiciantes también. Gracias.

(Aplausos).

Bueno, ahora pido al co-presidente de la Comisión de Asuntos Internacionales, Marcel Granier, que presente su informe, por favor.

Sr. Marcel Granier (RCTV, Caracas, Venezuela): Buenos días a todos. No quisiera repetir mucho de las actividades internacionales que ya hemos desplegado este año y que ya han sido citadas por otros presidentes de comisiones, pero es bueno resaltar algunas de estas actividades para que tengamos en consideración la vitalidad que tiene nuestra organización y cómo es escucha en foros internacionales.

Recientemente hemos renovado nuestro estatus consultivo como organización no gubernamental ante la Organización de la Naciones Unidas, el dato que tenemos desde 1952.

Nuestro aspecto más positivo deviene de ser un foro en el que convergen las asociaciones nacionales de prensa, justamente esta mañana tuvimos una reunión para analizar estrategias conjuntas.

Queremos agradecer a estas asociaciones que hayan remitido un Amicus curiae ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos para respaldar nuestro trabajo en el caso de un periodista colombiano asesinado hace 20 años, Nelson Carvajal. Este amicus también estimuló nuestro trabajo ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, y otro amicus de IFEX, un clearinghouse de información sobre libertad de prensa al cual pertenecemos.

Las diferentes comisiones y socios de la SIP hemos participado en numerosas actividades y conferencias tanto en la UNESCO, la OEA, la Organización Internacional de Telecomunicaciones, la Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica, la Cámara de Industria de Guayaquil, la Universidad Anáhuac de México y la Universidad Internacional de la Florida. Hemos mantenido también reuniones con la United Nations Foundation, con la National Cyber Security Alliance y con el Centro de Estudios de América Latina y el Caribe de la Universidad Internacional de la Florida para buscar distintos proyectos en común.

En estos días habrán escuchado que realizamos misiones a Perú, México, Panamá y Estados Unidos, y en nuestra oficina de Miami hemos recibido visitas de funcionarios del Departamento de Estado de los Estados Unidos.

Eso es todo, muchas gracias.

Mr. Sanders: Muchas gracias, Marcel. Pido ahora al Director Ejecutivo Ricardo Trotti que presente su informe.

Sr. Ricardo Trotti (Director Ejecutivo de la SIP): Muchas gracias, Matt. No quiero redundar en todos los dichos por las autoridades y presidentes de comisiones, y para aportar algo diferente quiero referirme a lo que no se ve, lo que pasa debajo del radar, o sin que se detecte en los libros de contabilidad. Y me refiero a los ingresos intangibles, en contribuciones in-kind o en intercambio de servicios, ya que, sin ese dinero, sin esos ahorros no hubiera sido posible cerrar un año con balance positivo como lo hemos logrado.

Esas contribuciones no son simplemente regalos espontáneos sino ingresos por lo que se debe trabajar o gestionar. Estos ingresos intangibles en el año fiscal alcanzaron alrededor de 300.000 dólares, y doy detalles.

A los primeros queremos agradecer es a ustedes socios y autoridades de la SIP que han representado esta institución en numerosas actividades, pagando como siempre lo hacen de sus propios bolsillos gastos sobre los que incluso no tenemos en cuenta además el tiempo que emplean a la SIP que obviamente se los quitan a sus propios negocios.

Este año se movilizaron 38 autoridades y socios de la SIP en representación de nuestra institución por misiones de libertad de prensa, tres veces a Washington, a Lima, a Panamá, a México y a Costa Rica. También los socios viajaron por temas del Plan Estratégico dos veces a Miami, y también otra en Nueva York por la Comisión de Inversiones. También hubo un viaje en representación de la SIP a Ecuador, a México en varias oportunidades, a Washington y a Miami.

Un cálculo aproximado como se trabaja en las fundaciones de Estados Unidos entre viajes, hoteles y viáticos y lo medimos de acuerdo a eso arrojan casi 90.000 dólares de gastos que han tenido los socios de la SIP extra a lo que son la participación y la membresía.

También debemos resaltar el trabajo de los presidentes los comités anfitriones de nuestras reuniones que han dedicado mucho tiempo personal para ayudar a conseguir los auspicios necesarios y organizar las reuniones. Me refiero a Matt Sanders aquí en Salt Lake City, a Rolando Archilla en Antigua y a Juan Francisco Ealy Ortiz en México.

También es muy importante agradecer a otras instituciones y empresas que nos han ayudado ofreciéndonos sus servicios en forma gratuita. Quiero resaltar la empresa Dos al Cubo de Argentina, que nos cubre todas nuestras publicaciones online a costo estimado que sabíamos pagar con anterioridad 36.000 dólares por año. También a Protecmedia de España que además de ser un generoso auspiciante de nuestras asambleas y nuestros eventos este año nos ha regalado el app Sipiapa que de paso aquellos que no lo han descargado en iPhone o en Android que lo puedan hacer, y que fue una contribución de 18.000 dólares en el desarrollo de la tecnología y son aproximadamente 40.000 dólares adicionales por año para mantener las patentes en Apple y en Google.

A tampoco puedo dejar de mencionar a lo que ustedes ya han escuchado aquí, al Robert Kennedy Human Rights Group que ha trabajado con nosotros estos dos años y que con todo el aporte de su abogado dio todo el asesoramiento legal está calculado en 36.000 dólares por año. Es decir los dos años que han trabajado con nosotros calculados en un intangible 62.000 dólares. Y la buena noticia del Roberto Kennedy es que nos pidió casi de por favor seguir trabajando con el proyecto de Impunidad y el proyecto de Chapultepec para los próximos años.

Y bueno, fuera de las contribuciones in-kind dejo esa parte de lado pero también debemos agradecer el aporte indirecto que cada uno de ustedes hace a la SIP más allá de la cuota de membresía y de la registración en las reuniones que hacemos durante el año. Me refiero a todo el dinero adicional de sus viajes, hoteles, viáticos, registraciones que se ha gastado en este año fiscal para atender a México, Antigua y Salt Lake City, y también a SIPConnect en Miami y en los seminarios presenciales envidando periodistas que hicimos en México y en Lima.

Nuestras reuniones, como se dijo esta mañana, generan aproximadamente el 50 por ciento de ingresos de nuestro presupuesto anual y eso proviene en parte de las registraciones de ustedes y de los auspicios que son conseguidos. Así que estamos de una cifra de registraciones de alrededor de 600.000 dólares, que eso tampoco entra muy directamente en los libros de contabilidad.

Esto realmente demuestra que la SIP es una sociedad compuesta por el esfuerzo de sus socios, ustedes, así que muchas gracias.

Pero, bueno, no quería terminar estas palabras sin agradecer el liderazgo y la enseñanza que hemos tenido en la oficina este año por Matt Sanders y, como ustedes saben, el Director Ejecutivo y la oficina de Miami dependen directamente del presidente del Comité Ejecutivo, es quien nos ordena, que nos hace trabajar y que con su visión y liderazgo que nos ha dado Jorge Canahuati hemos podido tener un año muy importante.

(Aplausos).

Y espero que baje el nivel de trabajo que Jorge nos ha dado. (Risitas). Pero por último nada de esto hubiera sido posible para poder acompañarlos a ustedes si no hubiese sido posible por los colegas de la oficina, Ana María Pérez, Melba Jiménez, Martha Estrada, Paola Dirube, Horacio Ruiz, Alfonso Juárez y a partir de ahora quien era nuestro jefe se convierte en un colega, Ed McCullough. Así que muchas gracias.

(Aplausos).

Mr. Sanders: Gracias, Ricardo, por todos tus esfuerzos. ¿Tenemos un tiempito para ir a café y después regresar al panel? Perfecto, entonces vamos a tomar como veinte minutos para ir al café, pero les invitamos que tomen sus asientos. Y quiero agradecerles otra vez por estar aquí en Salt Lake City.

Yo he pedido un favor de nuestro CEO, Keith McMullin, que él viniera. Tiene un horario muy complicado, como saben, pero yo quiero introducir a Keith. Él va a ofrecer unas palabras en un momento, pero quiero describir un poco de su biografía.

Aquí se empezó su carrera con Ford Motor Company. El ha servido como autoridad general de la Iglesia Mormon, también sirvió como consejero en el Obispado Principal de la Iglesia. Hace cinco años fue nombrado CEO de Deseret Management Corporation, que incluye en su grupo Deseret News, Bonneville, que contiene las organizaciones de broadcast, *KSL Radio*, *KSL TV* y otras estaciones de radio en otras partes de los Estados Unidos, Deseret Book y Deseret Digital Media, donde pertenezco yo.

Este año también ha servido como presidente de Salt Lake City Chamber of Commerce. Deseret Management Corporation ha dado a mí su apoyo firmemente por muchos años, que me ha hecho posible el servicio aquí a la SIP, y por esto les agradecemos mucho. Además, Deseret Management Corporation ha brindado su soporte mayor por esta Asamblea en Salt Lake City. Por mi parte personal en el nombre de la SIP ofrecemos agradecimiento a usted y a Deseret Management Corporation por su apoyo y por su valor institucional de ser un campeón de la libertad.

(Aplausos).

Keith, I offered a brief introduction and I thank you for your personal support, for my service in this organization and for the DMC's generous support of the Inter American Press Association, in particular the generous support that you've offered in hosting this Assembly here in Utah which by all accounts has been very well received and appreciated. So, I would like to invite you to come and offer a few words, and thank you once again for your generous support.

(Applause.)

Mr. Keith McMullin (Deseret Management Corporation, Salt Lake City, Utah): It's a genuine privilege for me to be here with you today and to have been with you at some of the other events of this particular convention.

The connections of Utah and Utahns with the Hispanic world are quite deep. For example, in my personal circumstance I spent 18 years almost as one of the leading divisions of the Church of Jesus Christ of Latter-Day Saints and my assignment for most of that time was to the Latin countries. And though I don't speak Spanish I gained a deep love for the Latin people, the countries and the growth of those countries over the decades that I have been able to observe first-hand.

Furthermore, this part of the world, Utah, has an interesting image that is projected around the world. Wherever one goes across the breadth of this earth if he or she is from Utah the immediate connection is Aha, Mormon! And then there's some explanation as to what the Mormon Church, and more importantly what it is not because of misunderstandings across the world. Furthermore, if one is traveling from Utah and introduces himself or herself as a member of the Church of Jesus Christ of Latter-Day Saints or Mormon the immediate Aha! is Utah. This state and those people known as Mormons are inextricably connected, one cannot separate them, when one thinks of Utah one thinks of the Mormon Church, when one thinks of Mormons one thinks of Utah. And as you well know from your various countries there are differing perceptions about Utah and the Mormon Church.

When we learned that IAPA was interested in having its convention here we thought to ourselves what a wonderful privilege for Utah to deepen its ties to the Hispanic world and for the Hispanic leaders, men and women who are represented in this great convention, to come and see what Utah is all about.

Now, with respect to our common interests much has been said during the time that you have been convened about religious freedom, freedom of the press, freedom of speech, the Declaration of Chapultepec and the items set forth there in its 10 principles I thought it might be of interest, though we will make it brief, for you to see how some of those interests of IAPA and the culture of Utah are inter-twined.

First of all in the Declaration of Chapultepec those 10 principles underscore a basic belief in many, many respects that we as Utahns hold dear, the opportunity, as you heard last Saturday evening, to express ourselves and to hold our opinions and views inviolate from government interference or other influences is something that we respect and hold as a God-given and inalienable right. We find that compatible with the Declaration and principles to which I have referred.

When in 1847 the pioneers moved into this valley it was with a credo that they claimed to worship God according to the dictates of their own conscience and were determined to allow other men and women to do so unencumbered by whatever biases that might be present. That particular principle is woven through the fabric of Utah and its people. And you will find that we vigorously defend the right of free expression, of free assembly and the freedom of religion.

In addition, Deseret Management Corporation, which holds a number of different communication businesses already referred to by Mr. Sanders, businesses involved in news and opinion, commentary in broadcast, both in radio and in television, in the digital world where we reach across the breadth of the earth and have hundreds of

millions of followers of those things which we share, in publishing where we produce materials both digitally and in the printed form for families and individuals who find these kinds of materials that we produce important to their family and their own personal intimate settings.

We are vitally interested in these freedoms to which I have made reference because they undergird the very activities in which we are engaged.

I thought therefore that it might be helpful to you in my brief remarks to share with you the undergirding foundation of Deseret Management Corporation and its broadcast entities. First of all our mission is to be trusted voices of light and truth. We are not simply interested in putting out messages, we do some of that to be sure, but our real purpose is to put out messages of truth, messages that lift and improve the human family. Hence our mission statement. We have some foundation stones that underlie that mission statement, which I will mention, but briefly.

The truths that we put out we hope will build faith in God the Eternal Father whom we believe firmly is the father of the human family and we as his children are brothers and sisters populating this earth. We understand that the purposes of our mission include proclaiming those truths that help the human family wed and weld themselves more closely together as a family should be.

Our messages are designed to strengthen families. The family in our view is the foundation of society and then fathers, mothers and children are strong societies, economies and people are strong. Therefore much of what we put out over our broadcast and publishing vehicles is focused on strengthening the family in its lawful setting.

We pride ourselves in being champions of freedom. We believe, as I have already articulated, that men and women have a God-given right to choose for themselves and that that agency is fundamental to the growth of individuals. Therefore we strive diligently to protect that, advocate for it and in the context of so doing we are determined ourselves to do so in harmony with not only the laws of God but the laws of man.

Our broadcast and publishing efforts are designed to promote virtue. In a world that is proud of values we find that there is something eternal and purposeful in the depiction of values in the context of being virtues. In other words we simply think that there are those things that are eternal in their nature and not necessarily subject to human definition – virtues such as integrity, honesty, self reliance, work, self sufficiency, the things that make human beings strong, families strong and societies strong.

Lastly, we seek through that which we do to motivate service, to cause people to marshal to the wellbeing of other peoples. We value human life and we value human rights and we want to see those who read and consume our materials to be motivated to provide the kind of service that will preserve those attributes within the human family.

In as much as you have come and you have seen you will go away and remember what you have felt and what you have heard here in Salt Lake City, Utah. We are known here in Utah for large families, I myself have a large family, we have eight children, 27 grandchildren and we wish we had many more. As families we like to get together, we call them reunions. We would hope as you leave as this convention comes to a close you would say to yourselves “That experience has been a good one, the things that we have heard and seen while in Utah have been not only uplifting and edifying but somewhat enlightening and informative.” And we look forward to you coming back as a reunion.

Thank you once again for being here with us.

(Applause.)

Mr. Sanders: Thank you very much, Keith.

It's my honor today to introduce our panelists who have come from far away to join us. We're going to be conducting this in English, so if you need translations our advice is please go ahead and seek them.

Before we begin I'd like to recognize Don Salazar, who is the chairman of the Board of Directors of the US Hispanic Chamber of Commerce, who joined us today as well, so thank you, Don. (Applause.) Don also happens to be a Utah resident, so like you saw last night with Rumba Libre, our music, we have a little bit of everything in Utah, it's a bit surprising for some.

Let me begin by introducing Javier Palomarez. He has a very long bio and it's very impressive, and it was a treat and an honor for us to have him come and join us with his busy schedule as you might imagine representing chambers of commerce across this country. He's the current president and executive director of the US Hispanic Chamber of Commerce, which is the country's largest Hispanic business association. He's a pioneer in multicultural marketing, he has more than two decades of corporate experience in business vision. His opinions and points of view have appeared in the most important news media of the United States, both in

the printed press and in television and news agencies. And I've observed Javier in action in previous meetings and he is an able leader and a passionate one in the causes associated with Hispanic families in the United States.

Part of why we wanted Javier to come is that no Hispanic family in the United States is lacking family in your country, I've learned from you that in some cases 20 to 30 per cent of your traffic comes from the United States, comes from families who have left their homes in Venezuela, Cuba, Argentina, Ecuador and live here in this country, and his work is with those people who have come from your countries.

We've also observed in our media operation that this may be the first immigration wave in the history of the world that maintains immediate and close ties to the home country and to their families via Facebook, WhatsApp and all other means of communication

So in many respects the US Hispanic Chamber of Commerce is part of a hemispheric tie that we now have in the Americas, which I think we should increasingly consider to be the case. So I really appreciate Javier being here.

(Applause.)

I'll introduce Natalie now as well and then I'll invite each of them to give their own introductory remarks and then we'll turn this into a discussion and we'll invite you to offer some of your questions as well.

Natalie I've known for some time. She's one of the best and brightest of Utah and has been recognized as such in many settings. She's an economist by training and has a passion for the public policies that promote equilibrium, civility and prosperity. She's the current Associate Dean of the Business School of the University of Utah and the Director of the Kem C. Gardner Policy Institute, which was just formed with much acclaim about three years ago and they do a tremendous work to continue our thinking about how Utah as an economy, as a society, as a people continues to prosper and grow in the ways that were outlined by Keith McMullin.

She was Associate Administrator in the United States Environmental Protection Agency and also a consultant in the U.S. Department of Health and Human Services.

She shares her points of view in regular columns published in the Utah press and I must also note that at some personal sacrifice she returned from a week-long trade mission with the Governor last evening and so you'll see her bright mind on display despite perhaps her weary body. So we're very glad to have Natalie here.

I'll turn some time over to each of them to introduce themselves and share some initial thoughts.

Sr. Javier Palomarez (US Hispanic Chamber of Commerce, Washington, DC): Buenos días. I represent the US Hispanic Chamber of Commerce, which in turn represents 4.2 million Hispanic-owned firms in this country. Those firms collectively contribute over \$668 billion to the American economy. We do our work through a network of 200 local chambers all over the United States and Puerto Rico, to include a chamber right here in Utah. We are supported by 274 major American corporations, so from American Airlines to AT&T, to Bank of America to Lexon Ford, GM, Goldman Sachs, all the way to Zions Bank, they're our members of the US Hispanic Chamber of Commerce and they support our work.

You should know that we are perhaps the only Hispanic organization in Washington that refuses to take money from any government entity of any sort, and we do that so that we can speak our mind unfettered and opine, and we think that it is important that American small business have a voice and share their opinions and be part of the national dialogue.

And so it's a real pleasure to be here, thank you for having me, Matthew and everyone else in this room. It's a real honor to be here alongside somebody as acclaimed and absolutely fantastic as Natalie. So thanks for having me.

Ms. Natalie Gochmour (The University of Utah, Salt Lake City, Utah): Good morning. Having just returned from Israel I thought I might say Shalom everyone! (Laughter.) And I'm delighted to be with you, Javier, as well. I have been a fan of this guy for many years, I've followed some of the things he has written and you're always welcome in Salt Lake City.

As Matt mentioned I am an Associate Dean at the David Eccles School of Business at the University of Utah. The University of Utah is our flagship university in the state, we are a research institution, we have a medical school, a lot of incredible faculty who do amazing research that makes our world a better place. I also lead this Kem C Gardner Policy Institute.

So if you think of every great place meets some place where hot leadership occurs, if you're in Washington, DC at the Brookings, it's the American Enterprise Institute, if you're in Colorado it's the Aspen Institute, if you're in California it might be the Hoover Institute, and the Gardner Policy Institute is that place here in Utah.

And so, I'm looking forward to sharing my observations with you about this interesting topics. And just on a personal note I'm a native Salt Laker, after our session if you have any questions about Utah I can fill you in.

Keith mentioned that we are a young state, a family-oriented state, we have just over three million people here, our economy is among the strongest in the United States, and where we are right now we're about 500 yards from the lead hotel for the 2002 Olympic Winter Games, the Grand American next door, and our state has just formed an exploratory committee to go after the 2026 or 2030 Winter Olympics.

I hope that's helpful. Thank you.

Mr. Sanders: Fantastic. Thank you both. The topic today is the new trade relationship between Northern and Southern Hemispheres. We've had questions with respect to the new Trump administration about their trade doctrine. I've heard from a variety of different stakeholders about their perspective on the Trump trade doctrine from his interest in bilateral discussions with the President of Peru to more recently a conversation that I had in a panel with the Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica in Miami, at which the Secretary of State of Mexico was the key speaker, Luis Videgaray. He spoke a bit about the current state of affairs in Mexico, which are in some parts troublesome and in some parts encouraging. And then immediately the conversation turned toward NAFTA and his response was something of the following nature: He expressed that NAFTA is indeed a dated agreement that was negotiated a couple of decades ago and that when the Trump administration first came in it was very difficult to deal with but in recent months – and this was late May – they had begun making a lot of progress. We asked him why and he said “Jerry Kushner” because of working with Jerry Kushner.

First and foremost I'd like to ask from your perspectives what are the aspects of NAFTA that both Mexico and the United States feel, maybe not seeing the same way, but do you see some aspects of NAFTA necessary to be reworked or re-discussed, renegotiated?

Ms. Gochnour: I want to just preface that just a tiny bit by giving just a little bit more context. Is this OK?

Mr. Sanders: Yes, please.

Ms. Gochnour: The context that I would want to share with you is that we have a President of the United States who has made every public statement oriented towards, his terminology, draining the swamp. That's a chilling statement, right? because he's basically saying we have a federal government that he wants to go in and just change policies, he wants to change. And he has called NAFTA the worst trade deal ever in whatever colorful terms.

So when you're a policy analyst, when you're a business leader you have to take that information and you have to do something that I would just say is decoding of his words – what does he really mean, what is he saying? And I think that begins with an understanding of this person, our President, is a showman, he's a marketer, he is very expressive. It's the people behind him and around him that have to go do the substance of the work. And so my greatest optimism about this renegotiation is the notion that the people around the President will get through all of the bluster, if you will, and do the right thing.

Matt's question was about what's the right thing? But I thought I should just first say this concept is contest, of we are decoding this, we are trying to take something that needs to happen, modernization of more than a three-decade-old trade deal and improve it.

The places I'd like to see improvement are in e-commerce and in energy, but I turn over to Javier to make some additional commentary.

Mr. Palomarez: Thank you, Natalie. I think much the same way that you did, I think it makes sense to put NAFTA in its proper context. The net effect of NAFTA to the United States has been a very positive one. As we stand some 14 million American jobs depend on the trade that exists between these three and very critical partners. You could, to the point that Natalie made, certainly update the agreement, and I think that is appropriate, any piece of legislation that's nearly a quarter of a century old needs to be revisited, it should be recalibrated and brought to date, 21st century standards. But the reality of it is that the net effect of NAFTA has been an incredible boon to the American economy, the American people.

During the campaign I had opportunity to talk to Donald Trump about it, I had an opportunity to talk to Bernie Sanders about it, and everybody in between the two. Our association hosted a presidential candidate Q&A series and I had the opportunity in front of the cameras to sit with Ted Cruz, with Jeb Bush, with Hillary Clinton, with Bernie Sanders and several others that were running for president. In fact, the only one who

backed out at the last minute was in fact the President, who had insisted on being part of the Q&A series and then 48 hours before he was to attend he backed out.

But we've had the opportunity to talk to his team and I personally had discussions with the likes of Secretary of the Treasury Mnuchin, with Secretary of Energy Perry, with Secretary of Agriculture Perdue, with Ivanka and a few others on his team. And to the point that Natalie made I think that is a bright spot, that there are people around him that in fact understand the machinations and what needs to exist in this important trade relationship.

That NAFTA needs to be updated there's no question, but there's talk of tearing up NAFTA and throwing it away, that's not only bombastic it's frankly disruptive. I have no doubt that that will not happen, I have no doubt that we will eventually come to the table and try to renegotiate it. But to the point that Natalie made it is critically important that we as an association continue to work with those around the President who see things more clearly and see it frankly the way we do.

So there's a lot of work yet to be done, but on behalf of American business we remain undaunted that this needs to be taken as seriously as it possibly can be and we will continue to work to make sure that the right minds are around the table when we renegotiate this important agreement.

Mr. Sanders: From each of your perspectives, Natalie you mentioned e-commerce and energy and you were talking about the dismissing of NAFTA would be catastrophic, what are the aspects more specifically would benefit the U.S. nationally and then Utah specifically, what are the aspects of improvement that we need to see? And then what are the greatest risks of disruption in this process from either point of view?

Ms. Gochmour: You know Utah is an energy state, the U.S. energy market has changed dramatically in the last several years because of the fracking revolution, it changes everything for our country. And I know enough about Mexico to know how they are allowing greater foreign investment in energy markets there, which also changes everything.

So that would be the first place I would start, is trying to think about how do you create a more integrated North American energy market that could raise living standards in all three countries, that would deal with cross-border pipelines, cross-border transmission, it would deal with a lot of paperwork that happens with these sorts of things.

That's just one example of where we could do something to modernize our relationships and create a greater wealth and opportunity for the three countries.

Mr. Palomarez: I think if you look at energy specifically it's important to kind of lead with the facts. Unfortunately facts are not as sexy sometimes as some of the rhetoric our President uses. But the reality of it is if you look at Mexico and the United States Mexico is our number one energy trade partner, we export some \$20 billion of energy goods to Mexico every year. If you look at our relationship to Canada, Canada is our number one energy trade partner in terms of their exporting energy goods to us, and it's roughly to the tune of \$54 billion. If you look at the three countries combined and what it means to the American economy energy alone for America in terms of this relationship with Canada and Mexico accounts for \$100 billion of energy trade that happens every year in the United States; 40% of our energy exports go to one of these two partners. So it's critically important that we begin with the facts and recognize the important relationship and its impact not only on our economy but the average American family. And I think when we can begin to grapple with those facts and remove the emotion perhaps and remove the campaign rhetoric we can get at where we really need to work on NAFTA to make it better for all three partners but certainly for America.

Mr. Sanders: Interesting. We're using NAFTA in some respects as the focus of analysis today. I want to ask a couple more questions about that but then begin to extend our thinking about our conversation about the broader region as well.

There have been about 24 countries represented here throughout the days that we've been together, some of them have had to leave but it's been a remarkable Assembly and each of them as I've traveled in these countries they are so trade-minded, they know the U.S. exchange rate, they know the Fed policies, they know what's happening, much more so than we do often. Is that not the case? They are a very, very well-informed public from top to bottom. A part of that is that they're heavily dependent on inter-regional trade but also tend to be U.S. directing in many of their economic needs and trade needs.

So the following question on NAFTA is what are the implications specifically, you mentioned energy, but if NAFTA in particular were to be disrupted what would be the greatest risk, Natalie, from your perspective to

Utah? And associated with that is the media characterizing the risks and benefit of this appropriately? So talk about the risks that are disrupting trade relationships.

Ms. Gochnour: I'm an economist who studies the Utah economy and so I can speak directly about NAFTA and global trade as it relates to Utah. But everything I share kind of can be pushed out to a national perspective as well, and I know Javier will get that part of it.

The thing I like to think about is supply chains, all the interconnections, whether it's in manufacturing, agriculture, energy, the service sector, and I think you disrupt or mess around with the supply chain at your also peril, because the supply chain is based on markets and supply and demand, efficiencies and to the extent that government action starts to get in the way of the free association of business that benefits markets I think that we are at risk.

So come back to Utah: We do a lot of work in airbags for automobiles. So we have a lot of relationships in Utah with Monterrey, Mexico, and other places in Mexico where the auto industry is so important. And it turns out as we study those supply chains we have things that leave Utah, go to Mexico, come back to Utah, et worked some more and then go back to Mexico, and then come back to the U.S. That's a supply chain.

I think that we need to be extremely conscious of letting business do what business does best, and that is find efficiencies that in the end reduce prices, give greater consumer choice and help an economy to grow.

Mr. Palomarez: If I could add a little, I couldn't agree more, I think when you look at our supply chains it's not unusual to see a supply chain that begins in Ontario and ends in Oaxaca. And to the point that Natalie made about the number of times a product will cross our border before it's finally assembled on average it's five times. And so this notion that you could disrupt that and somehow help the American economy is really predicated on not understanding how this works.

If you look at the manufacturing sector it accounts for 12, almost 13, per cent of American jobs, and certainly in manufacturing this cross border bilateral relationship is critically important.

Our association is supported by the likes of BMW and Ford and GM and Toyota, and every one of our friends in that part of the manufacturing industry is very concerned over the language that has been used to characterize our NAFTA. And so that kind of disruption is harmful, it's hard for businesses to plan if they don't know what comes next. So instability is to American economy and American business what a void is to nature – nature abhors a void and American business abhors instability. We must have that stability to continue to plan.

If you look at agriculture, again bilateral trade and exports and imports are critically important. American agriculture accounts for about 11% of American jobs, people's livelihood is at stake here. There are farmers that today provide the bounty that really is the envy of the rest of the world. Our agricultural sector is second to none, but some of our farmers cannot farm some of their crops in the dead of winter, it's simply impossible because their land may be under two feet of snow, so they have relationships with farmers south of the border for the very same crop and they grow that crop during that time of the year south of the border and bring it to the United States to continue to provide for the needs of the American people.

So understanding this co-relation and how we got here is critically important. It didn't happen overnight, the supply chain exists because the people providing the products and the goods over time have figured out where it's best to grow something or to build something most efficiently so that ultimately the end product is the best product we can produce. And I think that that's part of what's missing in the rhetoric that's happening right now and it's our job I think to make sure that we continue to talk about it.

The role that *Deseret News* can play is critically important in getting the word out and educating the audience about what NAFTA really means to the average American family and the American economy.

Ms. Gochnour: I wanted to just make one other point because agriculture was brought up and I was asked specifically about this state, Utah. Just let me throw out a couple of factoids that I think will get your mind thinking about this. Unless the numbers of changed the last time I looked we have more hogs in Utah than people. (Laughter.) Just think about that, because we have a major agricultural facility in our state that specializes in hogs. We also are a big turkey state and pre NAFTA the tariffs for our turkeys were 45%. We have a state that is doing really well economically, but we have a silent recession going on in rural Utah, portions of our state that aren't driving, and those places tend to be where a lot of these agricultural commodities are.

So I just thought there would be a real touch on when you start to talk about changing our relationship with these major trading partners it's a serious business issue.

Mr. Sanders: Let me ask another question that now will expand it and then we'll get to some audience questions as well to expand the dialogue somewhat. NAFTA has a model of discussion but these countries each represented do trade with the United States but also among one another. What can be learned from both the successes and challenges of NAFTA in the current renegotiation that these media organizations can take back to their countries to help shape and inform the dialogue around trade and commerce in their countries and regional? You've got Mercosur in the south, you've got different multilateral trade agreements, you've got bilateral trade agreements, but what is it that we've learned or are trying to learn about trade relationships that might be helpful as they shape the conversation?

Mr. Palomarez: Certainly it's topical and relevant to cover the commentary coming out of this administration, I think that's certainly necessary and certainly responsible. But I think where you add real value is, again, touching on the facts and bringing it home to your average reader. You know, we look at Mexico quite often and the rhetoric coming out of this, even at the campaign stage, out of this administration was fairly harsh on Mexico. And while we at the US Execito (?) turn a blind eye or a deaf ear to the challenges that exist between Mexico and the United States, challenges that have to do with everything from immigration reform to the trade deficit to environmental stewardship, those are real and they must be dealt with, and I think media has a responsibility to cover that aspect of this relationship. But perhaps even more importantly is to cover the facts around the trade relationship between Mexico and the United States. Every day in this country \$1.5 billion of bilateral trade exists between Mexico and the United States and crosses our un-walled borders right now. Six million American jobs depend on trade with Mexico specifically. It ranks either in the top three trade partners for 30 of our American states, so somewhere it's even number one, number two or number three for 30 of our states. And I could go on and on and on with the important data that exists out there and I think where media can be very helpful is to get at the heart of that relationship and lead with facts, lead with data, so that the average reader can comprehend this issue perhaps a little bit more holistically than they comprehend it now.

My fear is that the average housewife in Iowa has no idea of the importance of trade with Mexico and doesn't recognize that Mexico is the number two trade partner for her state.

That's the role that I think media can play in educating my American community in the importance of this trade relationship. And when you get that settled then I think it puts the entire relationship and therefore the entire conversation in a much different light.

Ms. Gochnour: I would just add that I think you have an incredibly difficult job, because it's enormously complex, we know that in reporting on trade deals the details are everything. And so I think you have a really hard job, and I'm not an expert at this but I know how negotiations work, this side throws out something outlandish and then this side says something outlandish, and we've seen that happen, and there's a real temptation to just report on all of the extreme perspectives that are brought to bear in a negotiation, and maybe you have to do a lot of that. But I think the greater public service can occur when you report on what I'm going to refer to as the productive middle, the place where real problems get solved.

So for example in the NAFTA work to the typical American they've got a President that's talking about we've lost all these jobs to Mexico and we're going to get 'em back, and we need to restore American manufacturing. And as you know that completely ignores an economic landscape that's changed. I think for the media to help inform the public – and I'm obviously speaking from a United States perspective – about the role that mechanization, automation has played in changing how manufacturing occurs, and help them to understand what trade does to benefit an economy. Report on the winners and losers, because there are winners and losers, but help people understand, so what are the policy remedies that can help the people that are hurt by globalization.

So in a nutshell focus on the facts, report on substance and try not to sensationalize the extremes because I don't think that's where real positive policy gets made.

Mr. Sanders: Very good. Could you introduce yourself as you stand at the microphone, please?

Mr. Dany Behar (Brookings, Washington, DC): I've been thinking and writing quite a bit about NAFTA lately and I want to push back a little bit, not to ruin the party here but I want to push back a little bit on the optimism that NAFTA will somehow thrive. I mean, we saw I think 10 days ago the closing of the third round of negotiations, third or fourth.

The Canadian Foreign Minister she said that some of the offers that have been put on the table are taking NAFTA back 20 years ago. They acknowledged that they're not closing the gap, that it's been harder and

harder, that they don't find any ground of agreement. Ambassador Lighthizer keeps mentioning what you touched upon a little bit, which is the obsession – and I'm finding the other word – of the President with the trade deficit, that the U.S. has a huge trade deficit of \$500 billion a year, most of it with China, \$16 billion is with Mexico but they're obsessed with the bilateral trade deficit.

So I wanted to push back and really try to understand given your perspective that you talked to all these candidates, like really where is that coming from? Because I do think that there's a very real possibility that the U.S. will pull out of NAFTA, at least judging by what we saw last week, which would have terrible effects in the U.S. economy as you claimed.

And also on the side of modernization of the agreement, that I think everybody agrees that it's an old agreement had to be modernized, but the gold standard of that modernization is a TPP, which includes digital trade, it includes energy, all these things, which the United States pulled out from already. So I do want to push back on that and really things also like how can these play out in terms of whether actually or not its going to drive or not.

Ms. Gochnour: You spend more time in Washington than I do, Javier.

Mr. Palomarez: Not that that helps. No, it will work out, simply because we don't have a choice. So the media is going to do what you're going to do, business is going to do what it needs to do. Business will figure this out. Business is bigger than the President, we've seen that in DACA, we saw 700 business leaders in unison get up and walk away from this administration, and guess what, they're going to come back to the table on DACA.

This is a difficult time for our nation, but at the end of the day we have to conduct business and the media will cover it however you do, unfortunately mostly sensationalizing it, but at the end of the day this will be settled because of the economic needs of this nation. That is clear, that there is no question as to whether NAFTA is good or bad, everybody knows that, the President knows that.

Now, how he negotiates and the language he uses, well that's up to him. At the end of the day we're not walking away from NAFTA, that's not going to happen because we simply cannot. You know, the implications to our economy when we're just now picking up, after a slump of eight, 10 years we're just now picking up. The implications are simply too great, and so we will negotiate this thing. Will it be hard? Absolutely. I mean, look at where we started from. But this notion that we're going to walk away from it I don't think we have a choice, I don't think we can walk away from NAFTA, what would happen, what are our options?

Certainly this President doesn't have that answer, neither does anybody around him have that answer. So the at the bottom of the day we've got to act like business people, we've got to stay calm, we've got to continue to negotiate. Is it going to be bombastic, is it going to be hard? Absolutely, but that's neither here nor there, the fact of the matter is we will make a deal.

By the way, it will probably get re-named, it'll be called something else. But that's irrelevant, whether it's called NAFTA or whatever. And we've always said that maybe the way we should look at this is get away from the North American Free Trade Agreement and go to the North American Fair Trade Agreement, and that's a way that you can maybe name it something that you want to name it. But we will renegotiate it, because I cannot imagine a world where we would simply scrap it.

Ms. Gochnour: I want to just add to that perspective I came to this panel with some optimism and yet your points are spot on, the things you mentioned are all things that I'm sure Javier's concerned about them, others are as well, but I loved Javier's quote: Business is bigger than the President, and the economy is bigger than the President. And it's going to sort itself out, it could get a lot worse before it gets better with these rounds, and I'm sure it'll be extended.

But I have three reasons for optimism, we've mentioned two of them and I'm going to throw out a third. One is the broad agreement, that it needs to be modernized, so there's a place to go. A second is I have a lot of confidence – this is speaking from my country – in the people in the federal government who can piece together the details, they're talented people who are committed to our country's interests. The third one – and this gets political, but we do have mid-term elections right around the corner, and that's a wake-up call for every new president, is it not? It's really hard for a new president to do well in mid-term elections, and they're about a year away. And so all of that's going to start feeding into this as this country starts to sort out the very tricky political waters that we're in. But I think overall elections will help.

Sr. Alejandro Aguirre (identifying himself as former President of the IAPA): Thank you very much for your wonderful presentation. I have two related questions. From a policy point of view, one of the things that this President has said is that he seems to have a preference for bilateral arrangements as opposed to multilateral arrangements, and my question to you is: Is there any real advantage to having bilats versus multilats where you're trying to achieve the goal of growing economies? And the second part of that is, and you mentioned that he complains about the loss of jobs in the United States due to NAFTA, how do you balance the loss of jobs due to NAFTA with the desire, or the need, of the U.S. consumer to want to get goods and services as cheaply as possible?

Mr. Palomarez: If I might, on the jobs part of your question, again I think that it's important to lead with the facts. While there is no doubt that NAFTA I'm sure cost America some jobs the reality of it is it created 14 million jobs, many more than it ever would have cost us. And the real reasons, I think, that surround jobs being lost, particularly in the manufacturing sector, have little to do with NAFTA and have everything to do with automation and technology. In a globalized economy automation is going to happen, and it happened in our manufacturing industry. As automation increased and (word unclear) basically took the place of the human being and worked 24/7 and didn't need overtime pay and didn't need all of the other things that a human being did, the industry did what it needed to do to become more efficient and create better products down the line.

So the real, I think, corporate here if you looking for that really is automation and technology, not NAFTA. And there again it's where media can play an important role in educating the average reader that this is what cost the loss of American jobs.

A counterbalance to that is the fact that NAFTA actually created 14 million American jobs and I think has a potential to continue to create jobs.

Ms. Gochnour: Here in Utah we have a manufacturing sector that has increased jobs over the last decade, not decreased. So while the United States lost about a third of its manufacturing jobs over the time period I'm thinking about in some of our large manufacturing states lost even more in Utah we increased. And we increased because of the types of manufacturing we do, a lot of advanced manufacturing, it's not as vulnerable to imports, manufacturing that requires a very skilled workforce.

So I think it's fair to just put out there that a place where we can find a real common ground in this country as it relates to these trade agreements is this need to invest in our workforce, and let us go compete with the world but compete in the ways that we have some advantages, and that would be in our entrepreneurship, in our technology and in our outstanding universities. I think Utah is a great model of that, we've done that here.

On your question about the bi versus multi I think there's people that know more about this than I do that could tell you the advantages and disadvantages to each, but my personal opinion is we have to err on the side of openness, we have to err on the side of having trade relationships with important countries that are open, and the same principles that would apply to Mexico would apply to Canada, these countries that we share such a huge border with. Let's open it up and reap the benefits of trade. We've spoken about them, but lower prices, more choice and more prosperity because you're growing the economy through efficiencies.

That's a broad statement, a big statement, Javier, but I don't think there's anything in the world that has done more to raise living standards than globalization. And then if you come to these countries openness is really good when it comes to economics.

Mr. Sanders: Armando, did you have a question? Or Ed first, and then Armando.

Mr. Ed McCullough (identifying himself as a member of the IAPA): I've missed part of this conversation so you may have covered this, but if there's widespread agreement that NAFTA needs to be reformed, and perhaps this was not covered at all or very little at the last presidential election, if those are true statements is it not possible that Trump's goal now is simply looking for bargaining leverage? Before he was elected nobody was really talking about in a bipartisan fashion modernizing NAFTA and if the Democrats had won we might not be having this conversation now. If those are more or less true statements is it not possible that whatever he's saying now is he's just seeking leverage?

Ms. Gochnour: I'm a Republican and my party has the House and the Senate and the White House, and I think you make a really good point, and that is to say that there are reforms that need to be made and for whatever reason this showman, this gifted marketer if I can give the President that compliment (Laughter), he's really good at it and he set up the context for some of these things to happen that maybe would not have, to your

point. It's not my style, it's not the way I would do things, it disappoints me. I'll speak just to the South, but I think Mexico is a vital friend to this country and it offends me the way this administration is treating Mexico, and my party is going to have to figure this out. But I will give the President credit for teeing up the conversation and it's my great hope that the good people around him will get us to the right place.

Mr. Palomarez: So Natalie is a white Republican female and I'm the Hispanic, Democrat, Catholic male. We could not be more opposite but we absolutely agree that this is probably more than anything a good mix of showmanship and negotiating tactics that seeks to scare the heck out of the guy across the table and then settle somewhere in the middle. The reality of it is I think the President is certainly intelligent enough to recognize that NAFTA is critically important to this country. Where we end up and what it gets called is anybody's guess and certainly to your point, Natalie, the people around him certainly comprehend the importance of the trade that exists between these three nations. So I have hope, as you do, it's marketing and it's showmanship and it's a bargaining tactic, it's nothing more than that, and that we will eventually get to where we really need to be with a stronger agreement between all three partners.

Sr. Armando Castilla (*Vanguardia*, Saltillo, México): Last week I talked with the Minister of Finance in Mexico, he was telling us of the uncertainty that comes with the negotiations of the NAFTA, but he also explained that the trade percentages that most of the commerce we made with the United States and Canada as Mexicans, that more than 50% of those services are products that we sell, are not very under NAFTA because it was signed in 1994, in 1993. So they are not regulated, it's OK to have a conversation on which products and how we develop them. And he said that most of the products are ready-made with the world trade organizations, of trade commerce, rates and that those rates are the same as the NAFTA rates, so there will be not that much uncertainty.

The problem is that in Mexico we have also elections and there are political concepts that are trying to establish like get's get out of the NAFTA. It's like the wrong equation for economics, that's where other things, as you're saying that's the most important thing, if for one side Mr. Trump is pulling for let's show the marketing establishment and in Mexico with the politics, do you see like a big circle of terror or bad movie or something along the way?

Mr. Palomarez: Did you say a big circle or a big circus?

Sr. Castilla: Son los mismos.

Mr. Palomarez: Unfortunately I think politics plays into it no matter what side of the border you're on. The reality is that, to Natalie's point earlier, as we examine our own political landscape and what next year will entail in terms of the mid-terms that will play a vital role, I think, as to where we ultimately net out with NAFTA. As far as our association is concerned our work will be focused on working with those Senators and Members of Congress and reminding them what NAFTA means a) to the United States, b) to their states specifically and c) to American small business.

One of the things that we forget, I think, is that of the companies that do engage in foreign trade in the United States 98% of those companies are technically considered small companies. So while we tend to focus on the GEs and the Boeings and the Exxons of this world, and appropriately so, they only account for a small portion of the actual trade that exists between our nations, it's actually the small businesses that are doing the bulk of it if you add it up and you look at it cumulatively. And that's why we're engaged and that's why NAFTA matters so much to my association.

When you factor that on top of the fact that if you look at the global market only 4% of the market exists in the United States, the other 96% of the global market exists outside of the United States. So as a business owner you want to grow your business, you'd look at those two facts, 96% of the market exists outside of the U.S. and 98% of the companies are actually engaged in trade of small companies, that becomes a critically important issue for American small business.

And then the final piece of this, which I think is very important, is that when you look at American jobs it's small companies that are producing almost 70% of the new jobs in this nation. Unfortunately for the average small businesses we don't have lobbying firms that are working, talking to the media or talking to the administration or working Washington, DC. And that's where an association like ours can say, "You know what, never before have we jumped into this but it's time now to jump in and give voice to the American small business. We're the ones who actually carry NAFTA on our backs, we're the ones who actually create jobs in

this country and we're the ones that this nation looks to for innovation. We should have a voice, we should be listened to and we will force ourselves into the dialogue and ensure that the average Senator recognizes how many businesses we have in his state, how many taxes we pay in his state, how many people we employ in his state and how many votes we can account for in his or her state." And that's what the USHCC is busy doing these days.

Ms. Gochnour: I don't have anything to add. No, no, I disagree with everything I've said and I'll let it stand!

Sra. Gabriela Vivanco (*Diario La Hora*, Quito, Ecuador): Leaving NAFTA aside for a second, some other Latin American countries also have bilateral trade agreements and many analysts in our region have said in the past that apparently the reason why some of the Latin American countries turn to the so-called Socialism and there's political instability in our region in many countries in the past decade and some of them have blamed that partly on what they call some sort of neglect from the U.S. or it's Latin America. And my question is from your perspective what will be the policy, if any, with the United States regarding the rest of Latin America in the coming years?

Ms. Gochnour: I think that there's a lot of uncertainty in our country right now, it's the world we're living in, and I think that the sort of date-driven enlightened point of view is to engage globally and to the extent that the United States has not been engaging productively or in a large meaningful way with all of the Latin American countries that's a problem for our country. We need you, you need us, and I think that there are forces in this country that are trying to make that happen.

I can't speak to any specifics other than to say that it's positive when the United States reaches out and establishes very strong, meaningful relationships with countries large and small.

Mr. Palomarez: Associated with your question, Gabriela, I think that we have had a hard time looking beyond the southern border of Mexico in many respects for trade and other policies in the United States. We've seen those who would pursue lawsuits in trade and commerce to political advantage, Cuba of course for generations now. We've talked extensively about Venezuela here throughout these past days and it's a human tragedy. Bolivia has also adopted a much more strident, nationalistic, populist approach. And now El Salvador is on the brink of two things pretty tragically in that same direction, and it's not a happy emergence. Ecuador has struggled as well with some very authoritarian tendencies, which tends to be the virus that Latin America gets over and over and over again despite many personal freedoms, commerce and other fundamental liberties tend to be threatened regularly, especially freedom of the press.

So this gyration happens in Latin America and in many respects the lack of attention that they get from core institutions in the United States has been a problem.

What can we do better in terms of U.S. business, to be a voice of freedom of commerce, freedom of expression, how can we play a stronger role in this region to invite or put pressure on those countries to return to the regional economy and the regional network of friendships of free and democratic countries?

Maybe I can take a stab at that, I'm a little bit outside of my lane perhaps but I think to your question what can Utah do specifically? I think it's just keep being Utah. It got lost on me that Utah has earned really the top spot and one of the top rankings for the top economy in our nation. And you look at Utah and it's competing with places like New York and California and Texas – and I'm a Texan so it's hard to say that! And at a time when Texas maybe five years ago was the number one state economy we're now I think number 14. You look at Utah and you kind of try to figure out what is it that they've got? And what they have is, to the point that perhaps Keith made earlier, you have a state that behaves itself in a way that's all about principles and integrity and virtues – I think that's what you call them, Keith – of honesty and fair trade, and it welcomes the stranger.

One of the reasons that our association brought our national convention to Utah – obviously because Don Salazar wouldn't let me live it down if I didn't bring it here – but after Don introduced me to Utah and I began to see the miracle in the desert that is Utah it became very clear to me that what this state has it its people and the way they treat the immigrant and the way they treat the stranger. Where other states look at the immigrant as a challenge or a problem Utah looks at the immigrant as an asset and a friend to be embraced, to be engaged. And everything flows from that, the laws, the rules, the regulatory construct, how they treat the stranger, and turning the stranger into an asset and putting them to work and maybe helping them start their business and maybe clearing the path for them to become a citizen faster and become productive. It's fundamentally different from looking at them as somebody who is not welcome and is going to be a problem ultimately.

It sounds simple but it's not, because if it was the rest of my country would be doing it, and I hold that Utah is an example of how we could use things like the Utah Contact as the starting ground, the starting foundation elements of an immigration reform system that will work for our country.

Unfortunately that's the politics. The only thing more broken than our immigration system is our Congress. And so because of political reasons we've played football with this very real thing called immigration reform. And so we struggle trying to figure that one out, and just about everything we're talking about here at some point or another gets down to people and how you treat people, whether you trust people and whether work with people, and an approach that is nationalistic like, frankly, some of the Latin American countries that are represented here today.

Walling yourself off either physically or ideologically has never been a good business strategy, you don't grow your business by doing that. And so the same can be said for us because we're dangerously close to being that kind of nation now, and I hope that calmer heads will prevail, I hope that the rest of America will continue to look at Utah as an example of what you can do and how you can work with each other in mutual respect to build your economy.

Ms. Gochnour: I love that Javier has said some nice things about my home state. Just to kind of put a tiny bit color commentary on this: I'm jetlagged because I've been on this trade mission with our good Governor Gary Herbert. He took a week out of his time and went to Amman, Jordan, and to Tel Aviv, Israel, and Jerusalem, Israel, and took with him about 40 Utah companies and opened doors for them. Our Governor met with King Abdullah in Jordan, he met with Prime Minister Benjamin Netanyahu in Tel Aviv and he met with the Mayor of Jerusalem. We're a little interior Western state of 3 million people and look at what he commended in doing this. It turns out that we have advanced composite work that's done in Utah that goes to Tel Aviv and becomes part of the F35 fighter jet. It turns out that we have a cancer researcher at the Huntsman Cancer Institute that has a business partner in Tel Aviv, that does some really incredible innovations for cancer. One of our large health systems, Innomount Health Care, has a start-up that deals with radiology and will democratize radiology in medicine and improve value in health care.

So, anyway, it's just amazing these connections, so I love that Javier celebrates the good things that are Utah and I do think it is a great model for other states.

Mr. Sanders: Thank you. Last question I think. We have lunch coming up so let's have this be the last question.

Sr. Luis Álvarez (*Blue Marketing*, Salt Lake City, Utah): As a crisis manager I agree with what you said, Mr. Palomarez, regarding the lack of engagement from all the enterprises, all the associations, this goes through from Canada to Mexico. Why aren't we doing more? We need to engage a lot more, engage with politicians, engage with enterprises, companies, they don't know what's going on, you talk to your CEO and he doesn't know what's going on. And that lack of certainty because everybody in this room never expected to see Trump become President, I can bet nobody here expected that. So, yes, we might get a surprise. So what's plan B and why aren't we engaging more with the media, with politicians, with people, telling them about the risks to NAFTA that even a bad negotiation that could also happen would affect a lot of lives?

Ms. Gochnour: Just a thought I would share I hope it's responsive to your comment: A lot has been said about sort of the breakdown of government and the power of business to help with some of these problems. And then you mention engagement, I think I would challenge the news industry, the media, to engage. There's this old saying in media that it's easy to report the news, it's hard to create a better community at the same time, a saying that any of you relate to. So engagement in these issues can come from more than just reporting the news, you can be a part of your local chamber, you can accompany these trade missions, you can send not just reporters but publishers or people that are part of the business side of the press.

I just think that type of engagement would be really helpful, because when government fails it's the responsibility of the people to step up by whatever means they can and make good things happen.

Mr. Palomarez: I think the point that Natalie made is critically important, particularly in this audience. We get asked every day to opine, we've had calls this morning from major news outlets. And the reality of it is that we find ourselves right now at a place where a good portion of the media is absolutely on one side and believes in a certain ideology and the other part of the media is on the other side, and the one side won't have you in

unless you're going to denounce the President and everything he ever did and every breath he ever took, and the other side won't have you on unless you say he is the greatest man ever conceived by God.

We're a business organization, we're polished, we'd like to think we are, and so for us it's not about politics it's about the facts and it's about being business people and being as unemotional, frankly, as we possibly can and leading with facts and with data and trying to let that guide us to the right place. And unfortunately, the media is to blame. Sadly we find ourselves with the majority of media outlets saying "Well, I don't want you on unless you're going to say this about this man or we don't want you on unless you're going to praise this about this man." And we're not interested in denouncing or praising, we're interested in talking about the facts and the needs of our constituency, which are American small businesses, not Hispanic businesses, American small businesses.

And so therein lies the challenge. I would throw it right back to you guys and say we depend on you, the American people now, the world, depends on media and gone are the days when you report a story and we report a story, now with technology and the advancement of the media outlets that we have and the power to get the word out it's critically important. And perhaps the last hope we have is the media to stand strong and tell the truth and continue to drive toward what is more reasonable depiction of the facts.

As business people we never thought we'd find ourselves here, I don't think anybody thought that Donald Trump was going to win, I wouldn't bet on it, but here we are. We face the specter of having to deal with an administration that frankly denounced our very community, but the options are clear for us, do you stand on the sidelines and complain from the sidelines or do you get in the game and try to change the game from the inside out? And to me it's very clear: The cards are dealt at the table and you have to be at the table where the cards are being dealt. You may not like the cards, you may not like the dealer, you may not like the hand you get, but that's the game. And so for us it's clear: We've got to be engaged. And it wouldn't matter whether Hillary Clinton had won, whether it was a woman, a man, male, female, black, white, Republican, Democrat, it doesn't matter, American business must have a place at the table, we must have open conversation with any administration. But the public depends on the media and to some extent as goes the public and public opinion so does everything else.

And so I would push right back to you guys and say we're depending on you to hold hard and fact to the truth and continue to report from that place.

Does that make sense?

Ms. Gochnour: It does, absolutely.

Mr. Sanders: I'll close with just three observations from this wonderful discussion and the questions. The first is that I think there's a consensus that we hope the trade openness prevails in the U.S. and beyond, and as media organizations we need to continue to tell the story of the fundamental human freedom of commerce and encourage that and fight against the forces that would lead us back to protectionism and nationalism. We've heard very clearly that those are dangerous in many of the countries, we've seen the results and it's tragic. And so we as a region need to band together to make sure that we continue to tell those stories that freedom of commerce is a virtue.

Also I would encourage you – and I've thought about this quite a lot as you've come here – that I really do believe, my background is economics and public policy – that Utah represents an economy with really no particular natural economic advantages except its virtues, its openness and its industriousness, and perhaps stories about Utah that you continue to watch might be told as a case study in your countries. Some of your countries aren't all that much bigger than ours, that much bigger or smaller than Utah. And so it might be a case study as you consider effective public policy perspectives in your countries. We hope that your experience here has been helpful.

And please join me in thanking these two distinguished individuals for their in-depth thoughts, and thank you for your questions.

(Applause.)

(End of panel discussion.)

Committee on Freedom of the Press and Information: Approval of Reports, Conclusions, Resolutions
Comisión de Libertad de Prensa e Información: Aprobación de Informes, Conclusiones, Resoluciones

Mr. Sanders: Gracias por su paciencia. Vamos a iniciar esta sesión y le invito a nuestro Presidente de la Comisión de Libertad de Prensa e Información, Roberto Rock, que inicie esta sesión de informes finales País por País, y le agradezco especialmente, Roberto, por sus esfuerzos este año, ha sido un labor muy impresionante. Gracias, Roberto.

Sr. Roberto Rock: A ti, Presidente, muchas gracias. Les pido por favor el presidente de la Comisión País por País, el señor Carlos Jornet, que conduzca el debate y aprobación de los informes respectivos. Carlos, por favor.

Sr. Carlos Jornet (*La Voz del Interior, Córdoba, Argentina*): Muchas gracias. Vamos a poner a consideración los informes que todos ustedes tienen en versión impresa y que también están en el sitio de la Sociedad.

Ponemos primero a consideración el informe de Argentina. Si no hay objeciones, agregados, correcciones se da por aprobado.

Pasemos al informe de Bolivia. ¿Alguna observación? Aprobado.

Continúa con el informe de Brasil. Sin observaciones aprobado.

Pasamos al informe de Canadá. Sin observaciones aprobado.

Caribe. Aprobado.

Chile. Aprobado.

Colombia. Aprobado.

Costa Rica. Aprobado.

Cuba. Aprobado.

Ecuador. Aprobado.

El Salvador. Aprobado.

Estados Unidos. Aprobado.

Guatemala. Aprobado.

Haití. Aprobado.

Honduras. Aprobado.

México. Aprobado.

Nicaragua. Aprobado.

Panamá. Sí, adelante.

Sr. Eduardo Quirós (*La Estrella de Panamá, Panamá*): Presidente hemos agregado dos párrafos al informe que fueron leídos pero que no están en el documento que se le entrega a los miembros de la Asamblea. En el párrafo octavo del informe se agrega una cita del Diputado Arrocha que da contexto a la denuncia que se presenta allí.

Sr. Jornet: ¿El párrafo que comienza La Editora Panamá-América?

Sr. Quirós: Es correcto. La cita dice “No importa cuantas cosas saque el *Panamá-América* o la *Crítica* en contra de Jorge Iván Arrocha, todos los días voy a dar un nombre diferente y si es mentira que salgan a desmentirlo”.

Sr. Jornet: Perfecto.

Sr. Quirós: Y agregamos una línea al párrafo once del informe, que empieza con “Recientemente” que fue leía en el informe pero que no está en el documento, pero ya está resuelto el problema en la Web. Dice “Aumenta la preocupación por las demandas civiles y mantener esas limitaciones a la cuantía podrían convertirse en una herramienta para el cierre de los medios”.

Gracias, Presidente.

Sr. Jornet: Perfecto. Si no hay observaciones a los correctos agregados demos por aprobado el informe de Panamá. Le pido por favor, Eduardo, que alcance el texto. Gracias.

Vamos al informe de Paraguay. Aprobado.

Perú. Aprobado.

Puerto Rico. Aprobado.

República Dominicana. Aprobado.

Uruguay. Aprobado.

Venezuela. Aprobado.

De tal modo quedan aprobados todos los informes presentados. Muchas gracias.

(Aplausos).

Sr. Rock: Muchas gracias al compañero Carlos Jornet. Quiero ceder la palabra al señor Paul Boyle de News Media Alliance que nos trae una conversación inquietante, seguramente será provocadora, sobre el planteamiento de noticias locales y profesionales con Google y el dominio de Facebook, dos entidades que representan desafíos importantes en la industria de la media tradicional, aunque cada una entre ellas tenga su propio camino y se ven a veces un poco “frenemies”. Le pedería a nuestro expositor que tomara la palabra y le damos un aplauso de bienvenida, por favor.

(Aplausos).

Presentation: Is Local and Professional News Sustainable with Google and Facebook’s Dominance?

Presentación: ¿Es sustentable la profesión de periodismo con el dominio de Google y Facebook?

Mr. Paul Boyle (News Media Alliance, Arlington, Virginia): Gracias, Roberto. Buenas tardes. First, it’s an honor of mine to be here with the Inter American Press Association. I have long respected the work that the IAPA has done, especially on both freedom of press and freedom of expression issues. They asked me to speak and talk about how U.S. publishers are feeling about Google and Facebook and the dominance for advertising but also distribution of news and talk about what we are doing about it in Washington, DC.

So first on the News Media Alliance, we were founded in 1887, we have formally been American Newspaper Publishers Association and then the Newspaper Association of America. We changed our name in September 2016 to the News Media Alliance. Our members are producing enormous amounts of content across all platforms – print, digital, mobile, video, virtual reality – so we think the name reflects what our members are doing. But also we expanded our membership, so now we include digital-only news organizations and news organizations with an international reach. We have 2,000 news organizations from the top, largest newspapers – *Washington Post*, *Wall Street Journal*, *New York Times* – to the local newspaper almost in every community in the United States. We’re focused on advocacy, which is my job, working with legislators and U.S. government officials. We do research for our members to help grow audience and advertising revenue. And we have communications not only internally with our members but to try to tell a good story about the news industry and the important role we play in society.

To start the program here I’d like you to imagine an authority that penalizes those who don’t play by its rules, imposes inconsistent rules that change without due process, operates a massive opaque and minimally responsive bureaucracy, acts as a gatekeeper now for all news and information and advertising, monitors and tracks virtually everyone across all services and devices, forces you to give up your property without compensation. And they do all this claiming to make the world a better place.

So first I’m talking about Google and Facebook. This could be a counterpoint to what we heard earlier. First I just want some background: Our membership, our Board of Directors wanted us to look at the impact of the duopoly on news organizations and take action.

We saw three consequences for publishers as a result of the duopoly. The first is Google and Facebook controls the news agenda. The second is that we are starved for revenue that would support original reporting in the digital environment. And three, we must play by their rules.

So I’m going to get into all three of those areas and try to do it fairly quickly.

Setting the agenda, we heard Laurent talking about fake news at the time to address the issue by working with news organizations on fact-checking projects, but really the whole fake news problem is driven by the ad business model that is dependant upon traffic upon all else, so the more that you get clicks the more advertising revenue you get. And so you have unscrupulous publishers who have manipulated the system, they don’t really provide original work, some of them take aggregation of content and they do search optimization to try to get those clicks and get higher up in the rankings or get distributed widely through social media. So we’ve seen this fake news problem over the last couple of years.

Google and Facebook reward these publishers through their advertising-driven model and all the while they profit greatly through ad revenues for publishers but also ad revenue going back to Google and Facebook.

Basically what you do every day, you report, you try to be accurate, you verify sources, you check on facts and if you have misreported something you provide correction. I think that the key issue with what we do is people know where it's coming from, you have brands and the journalists are tied to the story, so they can complain. But here with Google and Facebook they really have no responsibility.

So a couple of issues that have gotten attention over the last month or so: First, there's a non-reputable publisher called 4chan that misidentified the shooter in the La Vegas shooting; 4chan is kind of a comment page. Well, they were up in search in app for six hours while police were responding to the shooting before Google actually took that article down.

There's a lot of attention going on in Washington right now around Russian operatives buying Facebook ads, where Facebook basically came out and said 10 million people receive ads that were designed to sew dissention within the United States around issues leading up to the presidential election

There has been hearings: Our CEO testified in a hearing on political advertising and disclosures last week and talked about how the ad-driven model is behind a lot of misinformation and fake news. And there's going to be a hearing on Wednesday where Facebook, Google and Twitter are testifying before a joint committee on intelligence to look at this particular issue.

What we've talked to Google and Facebook about is trying to have them change their algorithms to consider the reputation of that publisher for producing high-quality journalism and make that appear in search results and in news feeds.

I heard Laurent who talked about "we're changing algorithms" but I didn't really get a lot of what they're trying to do there to give an uplift to premium and high-quality and reputable content.

We've talked to both Facebook and Google about putting labels or watermarks around credible news sources. With Google we've asked that they actually point to original stories, often aggregators get higher search results as opposed to a newspaper that's spent six months on a news story.

OK, getting to the heart of really the problem and sustainability of journalism, again we're trying to figure out if we have a future digitally, as we're seeing in the U.S. continue declines with print advertising. At one time publishers had a direct relationship with their audience and with their advertisers, we were a mass medium, we gathered data on audiences and advertisers and were able to use that for competitive advantage in the marketplace. Now Google and Facebook are intermediaries between our news content and advertisers and the audience.

Google when it started the founders basically wrote a paper about their idea for a search company and they didn't want to sell any advertising, what they wanted to do was be a place where people would find information and then be re-directed to another Web site. Facebook was a social media company. And now both are dominant ad companies. And how did they become that way? This is a kind of busy chart, but it shows acquisitions by Google and Facebook over the last 10 years. Beginning in 2007 Google bought Double-Click, bought AdMob, which is an ad platform that delivers ads to mobile devices, they bought Waze a couple of years ago. Facebook similarly bought ConnectU, they bought Instagram and recently Watch App. So, what they've done is basically buy digital companies, social media companies that allows them to collect data on individuals and then target ads to those individuals. And that's how they have fuelled their dominance through the scale of all these acquisitions over the last 10 years.

I point out DoubleClick, in 2007 there was Congress who had hearings about that acquisition, the Federal Trade Commission reviewed it and actually the FTC staff recommended that the FTC take anti-trust enforcement against Google, and the Commission didn't do anything. Google at the time said that they weren't going to merge data from DoubleClick in their search, and last July 2016 they changed their policy, they said their consumers can opt out of this but now they're collecting all data from all their devices, including g-mails, search, Google maps, and delivering targeted advertising.

As a result, I don't know what it's like in the Americas but I know what it's like in the United States, both Google and Facebook get about 71% of the digital advertising in the United States, they get 82% of the growth, that's a first quarter of 2017 number. So if you're news organizations in the United States and you're putting your content online, your print subscriptions are going down and your advertising revenue is going down, you're trying to get a sense of what your future is when they control all the revenue – control the revenue without having to hire reporters, they don't have to operate newsrooms or cover war zones, they are not held accountable for checking stories for accuracy and – this is an important one – they're not held liable for slander. There's a provision in the Communications Decency Act that exempts platforms, including our Web sites, from litigation, but what we do as newspaper publishers if we get a complaint from readers about defamation or something that was said on our comment pages, for example, we take it down, Google and Facebook don't

operate that way and they don't have to protect resources so that we can be the watchdog of government and big business.

The last issue I want to mention is setting the rules. If you dominate in the marketplace, you control the news and information that's being distributed to users, you publishers have to be on those platforms, we feel like we have to be there, right? They can set the rules, even if the rules don't work in our favor.

I'll give you a couple of examples. Scraping: Google demotes publishers who implement Robots.txt to disable scraping and put snippets in news feeds. We have a Copyright Act in the United States, intellectual property rights, but we really can't protect our rights because we feel obligated to be on their platforms, to give up those rights and let them scrape our content.

And Laurent talked about accelerated mobile pages. How many are doing that with your content? It's really a wonderful thing as far as making it faster loading the pages up, you have a carousel in which you can see the news article, but it promotes Amp articles up in search results, so if you're not in the app you're not getting up high in the search ranking. So, again, you have to play it by their rules and be an app to get higher search results.

Search manipulation: Often when there's search the first thing that will come up is Google News, so if you're in Google News you might get that traffic from Google News, may give other preferences to their vertical products, and the European Commission has an anti-trust filing on Google because they were giving favorite treatment to their shopping vertical versus other shopping verticals.

Digging deeper on the app it's been a long time here but, again, this is trying to illustrate the point of playing by their rules. They host articles on their site, they have a cache in which they can get the data on a user, the publisher doesn't get data, again this is all about data. We lose control over the user experience, so before or if they clicked through they were coming to our sites and looking at multiple articles, discovering things that they weren't really looking for, they were getting engaged with our product. Now if they click they get the article and they stay right there on Google, it's a Google URL, that's the user staying with the Google system. And then, as I mentioned, to search they push up Amp, and if you have a mobile device you look at it, there's not even a real small phone, I get the Amp and the Carousel, I'm not going below the Amp to get to publishers who are not participating in Amp. So, they are discriminating against those publishers, it's anti-competitive for saying you have to be in Amp to reach that high search result.

Again, last thing on Amp they use their dominant product, Search, and double-click for publishers to force publishers into compliance with Amp, they are an intermediary whose objective now is to make Google the destination, before they were driving traffic to us, now they're saying they want to be the place where people go. And it's not just with Google News, they want to impose Amp on all mobile sites.

Facebook, their rules, basically within Instant Articles if you click on an article you're staying within the walled garden of Facebook, so you're not going to the publisher's Web site. If they click on the publisher name it goes to their Facebook page, not to the Web site. No ability to subscribe right now, the only way to reach consumers prior to six months ago was to take out an ad within Facebook to try to get people to subscribe.

They have talked about working with publishers, they have a project with about eight publishers around the world and six in the United States, of local newspapers in Baltimore and Los Angeles, and they're going to work on a subscription model where 100% of the revenue goes back to publishers, which is great.

They've talked about it being with Android first, they reached out to Apple, to be part of Apple News and self-subscriptions there, but Apple wants 30% of the revenue so they're testing it out now with Android.

So there's some progress that's being made with Facebook on this front. But there's little control over your brand, so you have to feed in articles based on the fonts and the style that they want, so it limits your ability to protect your brand and get that distinguished from other content. What it has done – and this is the same with Google in their news feeds in their Google News – is it commoditizes the news, it diminishes your brand as a publisher and it makes it a harder thing for consumers to differentiate between what is a real new organization producing high quality journalism and what's an article being produced by Macedonian teenagers who were responsible for the article Pope Endorses Trump.

As Roberto talked about we as an industry our Board said we need to see if we can try to fight back and take control of our own destiny, and we decided to ask Congress for legislation to provide us with an anti-trust safe harbor to negotiate with the platforms. So our anti-trust laws in the United States prevent a group of businesses from coming together collectively in negotiating. Book publishers tried to do that with Apple in response to Amazon e-books and the Department of Justice filed suit against the book publishers. So we feel like we need the safe harbor for anti-trust purposes.

Quick details: We have legislation drafted, we're talking to Members of Congress, there's going to be hearings around this. But if you're a content provider producing original news, hire journalists, you would

qualify as a news content creator. It would be limited time, limited scope, maybe four years, it could get into issues related to ties or whether the group collectively come together and say we're going to withhold content from the platforms again. That collective action if we decided to do that and say we're not going to play within Google or Facebook we could get sued. So, we feel we like we need this safe harbor.

The key point here is that we're not asking for the government and anti-trust enforcers to blow up Google, to regulate their ad check, and Google is on the buy and sell side of every digital transaction given what they own in Ad Check. What we're really calling for is a better arrangement for publishers on the business side to support high quality journalism going forward. And I think it's really e-mail it when you see it and we're making progress in that area even without this collective action. But we feel like we need a better revenue share from both platforms to be sustainable.

Laurent talked about this a little bit, the change of policy of first click free, I'm not going to go into great detail because he pretty much went into pretty good detail. But in early October, a couple of months after we came up with this announcement and we had a meeting with Google in Mountainview, they changed their first click free policy requiring that you provide three free articles per day. To give you an example of what that meant was *The Wall Street Journal* was blocking content to people who coming through Google Search to their newspaper. In February they did this, so that when you clicked on a story you got maybe a paragraph and then it said if you want to subscribe this is how. They lost 40% of their traffic as a result of that. They did get an increase in subscriptions, which was a positive thing, but they felt like overall it was negative.

So a lot of publishers have talked to Google about that, so they're ending this and they're allowing publishers to do what they call flexible sampling, where you can provide content and potentially put maybe only a little content up and then a notice about subscriptions. They're not going to de-prioritize you any more in Search, that's the main thing, so you can do it, still be searched and be able to get the message apart.

The key issue, he talked about it, was the machine learning that they're going to do around this. They want to make it easy for a user to pay for a subscription and they have a lot of data, credit card information, they have e-mail addresses, all that to make it real easy couple of click process to do subscriptions.

The other thing was – and I think it's kind of cool he didn't talk about it – they have so much data on what we purchase that they know who's more likely to make a subscription or pay for a subscription. So they could tell you Hey, this person has a propensity to pay for high quality content, this might be the right time to go to that person with a message and ask for a subscription. They may say it is a person that never bought anything in their life and will never pay for news, therefore keep it open to them and let them get click through to your site and you monetize it that way.

So, I think some interesting things are coming, we had a conversation with Google before they announced it, but the main issue is not a complete solution here, we can't just survive on subscription revenue. I don't know about your business models but here in the United States we've been advertising supported, we used to be 80% advertising, 20% subscriptions, it's now like 50-50. We need advertising revenue.

Some things that he talked about were encouraging, about insights in consumers and data, I think that has to be flushed out as far as what that means. Maybe there's some days they'll pay for the content that is being searched. I sincerely believe that Google and Facebook believe that they rely on high-quality content, if you don't have high-quality content you don't have anything to search, you don't have anything to put in a news feed.

But really the rubber hits the road if we can bring back revenue and value to journalism.

Google announced their third quarter results last week, they made a \$6.7 billion profit in the third quarter, for the year their profit is \$27 billion. So it would be nice if some of that revenue came back and they recognize the importance of the content that we provide their platform.

And that would do it. Any questions?

(Applause.)

Alejandro, a good friend.

Sr. Alejandro Aguirre: It's nice to see you and thank you so much for your presentation. The message I take away from you is that the bulk of the information in the marketplace is in the hands of Google and Facebook and even those people who are doing projects with them and providing some of this content really don't have much of the information that they have on the marketplace. So we really don't have much control, which tells me that perhaps in the future we really don't have much say as to whether or not we're going to be

able to – not demand, because you can't demand – but, you know, try to get some monies for the content that we're getting.

It was actually quite disappointing to me the thing that you just said about *The Wall Street Journal*, that their subscriptions went up, that they lost viewership but they decided that the whole exercise was not worth it.

Do you see that we have a future in trying to get people to understand that good quality journalism can't be free, that people who create it need to get something?

Mr. Boyle: Yes, that's interesting, that's a very good question, and there's some data that I think supports the notion that people will pay for news that they currently receive free. I think Laurent provided some data from Reuters that showed 37% people who get free news are willing to pay for it. The interesting thing we are co-located and support the American Press Institute run by Tom Rosenstiel in our office and they're doing a project on reader revenue, and the data that they have in research that they released said that people will pay, more people will pay, and millennials will pay. I was talking to Paulo, who's not here, he's a broker for paper, on the bus to the reception last night, he said millennials want to own something, and you're seeing actually increase in purchases of printed books because they want to be able to own something and feel good about owning something. So I thought that was interesting. But API's data shows that millennials will pay for news, I think there is the view that what news organizations do is really important to society, and there definitely has been a Trump bump in digital subscriptions.

You first statement was it's all about the data and Google and Facebook have the data through all their acquisitions. Congress is beginning to wake up to this and part of this our outreach to Congress about the impact on news organizations, so there's going to be a hearing at the end of the month on privacy and how dominant both Google and Facebook have become.

If we're able to get some of that data that will support our operations and help us monetize that might be a good thing. But we need leverage, and the whole point of our legislative effort is to get collective leverage to get them to move in the right direction.

Sr. Roberto Pombo (*El Tiempo*, Bogotá, Colombia): Tu presentación es muy importante esté en el portal de la SIP. Pero en tu presentación dices que los medios en Estados Unidos no están buscando presentar un frente común frente a este problema. Sin embargo, hemos escuchado que un grupo grande de medios le han pedido a la Corte tener cierta licencia en la legislación anti-trust a fin de sí presentar un frente común frente a Google y frente a Facebook. ¿Esto es así?

Mr. Boyle: Exactly. Even *The Washington Post*, *The New York Times* and *The Wall Street Journal* don't have the kind of leverage to go to Google and Facebook and demand changes. What we're talking about is getting approval from Congress to be able to come together, *The New York Times*, *The Washington Post* but also the *Peoria State Journal*, the *San Diego Union-Tribune*, smaller newspapers that collectively come together and take action. Now, that might be we're going to withhold content collectively or we want to get paid for content or we want a better arrangement with a revenue share, be it with Google on mobile.

That's exactly it, we don't really know what the solution would be when we negotiate, because that's up to our members to decide what they want for their businesses. What we're trying to do as a trade association is get legislative cover for them to come together.

(No se identifica): Ha habido intentos en la prensa europea para llegar a un acuerdo con Google. Bayshore se presionó la creación de una iniciativa digital, se puso que Google gastara dinero para apoyar a los periódicos en proceso de innovación digital. Eso unió a muchísimos periódicos de varios países europeos, particularmente los alemanes, de Francia, etcétera. Por otro lado, los periódicos brasileños a través de sus asociaciones de diarios retiraron todo su contenido de Google, a pesar de que muchos han regresado.

¿Tienes un balance de lo que han aportado una experiencia, aprendizaje, esas experiencias, esos intentos?

Mr. Boyle: That's a great question. Essentially if you look at the digital fund in Europe and I look at it as they're donating to digital initiatives it kind of appeared to be a buyout or payoff with publishers. You see that happens specifically with Google in Washington, it is buying different interests. And in the fact-checking area we heard today they're spending a lot of time with news organizations for news organizations to do what their job should be. They're relying upon us to fact check, to point out fake news, when in reality they could give an algorithm uplift to high quality content.

I look at the initiative in Europe as throwing money to keep people quiet personally. In Brazil they tried to take their content out and they were penalized and the Brazilian publishers said we need to be back in Google, which is that dominance issue where you feel you have to be there because they have such a valuable product, they control news distribution.

What's important for us is through this initiative we're talking to legislators, regulators, about the impact on news organizations. They care about that and the tide has turned where policy makers think that Google and Facebook are dominant and they think it's an anti-trust problem. Through that we hope we get our legislation but it might be hard to get done, because Congress doesn't pass anything, it takes forever, there's divisions, partisan divisions. But there's so much attention on Google and Facebook that's helping publishers say we have to have a future and that there's pressure being applied.

So I think some of the stuff on First Click Free, stuff about subscriptions and sharing data, came from not only our effort but publishers' effort in the EU on anti-trust.

Sr. Rock: Si no hay más preguntas le damos, ah, perdón. Adelante.

Sra. Wendy Santana (*Listín Diario*, Santo Domingo, República Dominicana): A mí me preocupa mucho el tema de la diferenciación entre el periodista profesional y el joven que no sabe lo que está haciendo. ¿Qué podríamos nosotros hacer para que la profesión sea bien reconocida, bien pagada, y tengamos mejores espacios y más facilidades en estas nuevas plataformas digitales y no estemos compitiendo de igual a igual con los jóvenes que imitan a los periodistas?

Mr. Boyle: That's a good question. It gets to my point that there are people producing content or grabbing content from other sources and then manipulating search optimization to get their stuff up higher than professional news organizations. What we've talked about is Google and Facebook changing their algorithms to give a higher ranking to reputable organizations and potentially put a water mark or label around a high-quality news organization that has followed standards.

In the United States we have the Society of Professional Journalists that has a code of ethics. You have the American Society of News Editors that has a certain statement of principles. And it's all regarding verifying facts, checking sources, identified advocacy if it's a column as opposed to a news report, providing an opportunity to make a correction. Our news organizations do all that.

I think the platforms where most people are getting their news and information should recognize and give a higher search result or a higher in the news feed based on a label or water mark. Twitter does this, Twitter identifies news organizations, largely they're trying to protect against Twitter being taken down by governments or people working with dictatorships. But it can be done. I think we have a concern about licensing journalists but I think we have a code of ethics in which we can use that and maybe them recognize reputable news organizations and journalists.

Sr. Rock: Si no hay más preguntas les pedimos un aplauso para señor Boyle, por favor.

(Aplausos).

Approval of Conclusions, Resolutions, results of elections for directors Aprobación de Conclusiones, Resoluciones, resultado de las elecciones para directores

Sr. Rock: Les rogamos los co-presidentes de la Subcomisión de Conclusiones, el compañero Juan Pablo Illanes y el compañero Osmín Martínez, que presenten estas Conclusiones para su consideración y aprobación.

Sr. Juan Pablo Illanes (*El Mercurio*, Santiago, Chile): Bien, muchas gracias. Voy a leer las Conclusiones y al final va a ser un comentario con preguntas.

La violencia en contra de los periodistas y de los medios, la proliferación de leyes y de proyectos que intentan controlar la actividad periodística, unidos a las presiones de parte de las autoridades y a la falta de acceso a las informaciones oficiales, constituyen los principales obstáculos para el ejercicio de la libertad de expresión en el continente americano, según los informes de cada país que se han conocido durante la 73^a Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa reunida en Salt Lake City, Utah.

Durante el año 2017 parece haberse consolidado un patrón de conducta de agresiones en contra de la prensa, tanto de parte del crimen organizado como de las autoridades y los gobiernos. Esta conducta de persecución y

acoso se manifiesta en agresiones físicas que en algunos casos llega hasta el asesinato o el intento de asesinato.

Así, se han registrado embestidas en Bolivia, en Brasil, Colombia, Cuba, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Honduras, México, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela. En Argentina se registró un caso de claro intento de asesinato de un periodista. Y en México y en Honduras desgraciadamente los crímenes dejaron a nueve periodistas muertos. Siete asesinatos han ocurrido en México y dos en Honduras desde la reunión anterior de la SIP en el mes de abril.

Los asesinatos son la expresión máxima de brutalidad que puede alcanzar la censura. Pero no termina ahí la persecución a los profesionales de la comunicación, puesto que luego de cometidos los crímenes sus autores, en casi todos los casos, quedan en la impunidad más absoluta. Las investigaciones rara vez logran capturarlos y cuando lo hacen, sólo logran identificar a los autores materiales, pero quienes planifican el crimen no logran ser detectados. Va pasando el tiempo y el delito prescribe, con lo cual quienes han organizado esta acción consiguen sus objetivos: han silenciado a un periodista, han enviado un mensaje amenazador y no han recibido castigo alguno.

El hostigamiento a la prensa se manifiesta también en las legislaciones y los proyectos de leyes que se discuten en diversos países del continente. En muchos de ellos, las autoridades procuran inmiscuirse en los contenidos editoriales, como en Venezuela, El Salvador o en Colombia donde un fallo de la Corte Constitucional ordena a los medios a actualizar de oficio la información que publiquen en Internet. En Ecuador, aún se mantiene vigente la estructura legal heredada del gobierno anterior que creó un sistema procesal y una Superintendencia de Comunicación que actúan en contra de la libertad de prensa. En muchos países, como Barbados, aún no se dicta una ley que garantice el acceso a las fuentes públicas de información o si se ha dictado no se ha reglamentado con lo cual no es más que letra muerta. En Argentina es el Ejecutivo el encargado de dictar el reglamento y en Honduras, Nicaragua y en República Dominicana existen disposiciones legales que impiden el acceso a la información o, simplemente, aunque existe una ley, ella no se aplica.

Por otra parte, los ataques contra los medios de prensa apelando al término "fake news" o "noticias falsas" parecen ganar cada vez más espacio en la región. Detrás de esta arremetida contra la labor de los periodistas por parte de funcionarios o gobiernos hay una clara intención de desacreditar el trabajo de los informadores, especialmente cuando se trata de notas o reportes que no les son favorables. El riesgo de estos ataques es que justamente están enfilados contra uno de los pilares de la democracia y, en casos particulares como el de Estados Unidos, han servido para crear desconfianza en los informadores e incluso alentar actitudes agresivas hacia ellos. En este particular, es de notar que, en Estados Unidos, que tiene desde su Constitución una defensa de la labor de la prensa y el derecho a la libre expresión, tan sólo en el año que culmina se han registrado 31 agresiones físicas contra periodistas. Más de 30 reporteros fueron detenidos por agentes de la policía mientras realizaban su trabajo. Los medios en Estados Unidos, en general, permanecen bajo el asedio de una fuerte retórica contra ellos liderada por el presidente Donald Trump.

La situación en Cuba no puede ser peor. A las agresiones contra los periodistas se han agregado ahora sus familiares y los usuarios de las redes sociales. Las restricciones provienen de la propia Constitución, que señala que la prensa debe estar conforme a los fines de la revolución socialista y prohíbe la propiedad privada de los medios de comunicación. No es posible ejercer el periodismo legalmente si no se ha pertenecido desde antes de ingresar a la universidad a la Unión de Jóvenes Comunistas. Aún así, se castiga a quien pudiera haber indagado secretos del Estado, con lo cual queda eliminada toda posibilidad de acceso a información que debiera ser pública. Continúa restringido el acceso a Internet y quienes se dedican al periodismo sufren detenciones arbitrarias y condenas absolutamente inaceptables.

En Venezuela el régimen de Nicolás Maduro multiplica los mecanismos de censura. En la actualidad el solo hecho de cubrir una manifestación contra el gobierno puede ser calificado de terrorismo y el periodista queda sometido a los tribunales militares. El cierre de plantas televisoras y radiodifusoras ha continuado, así como las llamadas inspecciones técnicas a las emisoras de radio y televisión. Varias señales de cable internacionales, incluida *CNN en español*, han sido prohibidas en razón de sus líneas editoriales. A los periodistas extranjeros con frecuencia se les prohíbe la entrada al país sin motivo y los periodistas venezolanos deben sufrir las agresiones de civiles armados y de una Guardia Nacional bien equipada y dispuesta a utilizar la violencia indiscriminadamente para controlar desordenes. Son comunes los robos de los implementos de trabajo. Enseguida, enfrentan las dificultades para publicar sus trabajos por la falta de papel prensa o por los cierres de las emisoras. Y si logran hacerlo, corren el riesgo de verse enfrentados a una demanda judicial por motivos inexplicables.

Junto a este panorama de debilitamiento de la libertad de prensa, se reportan algunos hechos de connotación positiva, como el dictado de sentencias en contra de los autores materiales de asesinatos de periodistas en

Colombia y Guatemala, un clima de mayor respeto a la libertad de expresión en Ecuador y la posibilidad casi cierta de una mejor protección del secreto de la fuente en Canadá.

Hasta allí las Conclusiones, señor presidente. Pero antes de la discusión yo mismo quiero plantear una duda que tuve al redactar esto, que se refiere al número de muertos, los periodistas muertos como dice en las Conclusiones es la expresión máxima de la brutalidad que puede adquirir la censura, nosotros vemos al informar en cuanto a los periodistas muertos y tenemos cifras muy discordantes. Por ejemplo, el día de la mañana Jorge Canahuatí presentó su informe, habló de nueve periodistas mexicanos asesinados y dos hondureños en el último semestre, serían once. Pero lo que se dice en el informe son siete periodistas mexicanos y tres hondureños, que serían diez. Si tomamos en cuenta todo el año en lo que va del año, que me parece que sería un mejor indicador para alertar al continente de este problema, en lo que va del año hay diez periodistas mexicanos muertos y tres hondureños, lo que da trece. Pero lo que acabo de leer era siete periodistas mexicanos muertos y dos hondureños, lo que da nueve, o sea once, diez, trece y nueve.

Debemos tener un sistema, creo yo, más estandarizado, más coherente, que nos permita asegurar completamente el número de asesinatos que ocurren en un período de tiempo. A mi parece el período de tiempo más adecuado que la hace más fácil de comparar y saber cuál son las tendencias es lo que va delante.

Pero lo planteo para que lo discutamos y definamos.

Sr. Rock: Sí, es un tema que ha surgido tradicionalmente, se ha tomado la cifra de la antigua Asamblea o Reunión de Medio Año. En este caso se toma a partir de abril y este corte que es posible tomar porque muchas veces ocurren incidentes a principios de octubre o a principios de marzo cuando se hace la asamblea. El reporte que yo me fique, es en el último período, digamos el último semestre, eran siete periodistas mexicanos asesinados y dos hondureños. Ese fue el reporte que tuve específicamente, y creo que no tuve específicamente es lo que (no se entiende) Jorge Canahuatí se quedó con la cifra de nueve, pero tú hablas de tres hondureños.

Sr. Illanes: En el informe de Honduras figuran tres comunicadores hondureños asesinados en el último semestre, el último que no estaba en el resto de los informes es de 4 de octubre, o sea ya casi un mes.

Sr. Rock: Tomo la observación de un método de trabajo al respecto, creo que todavía hay mucho por hacer de este tema, me llamo mucha atención el método que tiene el Comité de Protección de Periodistas de Nueva York, incluso profundiza (no se entiende) de cuál es esa cifra, hay más evidencia de que fueron provocados asesinatos con motivo de su trabajo. Siempre creo que tenemos que avanzar también en esa ruta. Pensamos que fue por productos de trabajo 30, no tenemos evidencia en un sentido o en otro y X número pensamos que no tiene que ver con motivos de su trabajo. Y puede migrar las cifras de un bloque a otro, pero yo sí creo que si tuviéramos más claridad que nos compromete a todos a avanzar en ese sentido, incluso mejoraría la capacidad de presión sobre la autoridad, porque decimos lo que realmente nos interesan son estos días que nos parecen emblemáticos, que hay muchas evidencias de que el ataque fue por motivo de su trabajo.

Muchas gracias. Está a consideración el informe de la Comisión de Conclusiones.

Sr. Miguel Franjul (*Listín Diario*, Santo Domingo, República Dominicana): Yo quisiera hacer una observación también de la misma línea de Illanes. En la primera página de Conclusiones, en el texto al final, hay una conclusión normativa, porque dice “En muchos países, como Barbados, aún no se dicta una ley que garantice el acceso a las fuentes públicas de información o si se ha dictado no se ha reglamentado”. ¿En qué quedamos? Hay que precisar. Y en segundo lugar en el mismo texto dice, “en Argentina es el Ejecutivo el encargado de dictar el reglamento y en Honduras, Nicaragua y República Dominicana existen disposiciones legales que impiden el acceso a la información o, simplemente, aunque existe una ley, ella no se aplica”. En el caso de la República Dominicana tenemos una ley de acceso a la información pública desde hace 13 años, se usa, aunque no el volumen en que uno desearía. En los únicos problemas que tenemos con esa ley es que a veces los funcionarios no son solícitos, no son diligentes en dar la información, pero la ley se está aplicando y estamos haciendo presión, aquí lo decimos en esta plenaria, para que los funcionarios cumplan con esa disposición, y hay mecanismos judiciales también para proceder contra ellos. Pero tenemos una ley y es al respecto a la situación tal como se escribió en la República Dominicana, sí disposiciones legales que impiden el acceso (no se entiende).

Sr. Rock: La SIP ya se avocó a estudiar las calidades tal vez de acceso a la información. Lo ha hecho en diversas ocasiones y cuando ha tenido un acercamiento en esta materia ha determinado que si en muchos países existen leyes de acceso a la información esta son en muchos casos de una enorme deficiencia, de muy baja

calidad. Hay estándares académicos que están de expertos que asignan ciertos mínimos a estas leyes. Lo que hemos encontrado en muchos países es que estos estándares son burlados en muchos países y que se plantea este tipo de ley como un globo en sí mismo. A veces una ley mala puede ser peor que no tener una ley que obligue al solicitante a recurrir a una habeas corpus o un recurso judicial, no es una ley que ayude al tema de acceso a información.

Creo que podríamos ofrecer a la SIP, o proponer a la SIP, que retomemos esta valoración y que presentemos en Medellín un diagnóstico de lo que pasa con las leyes en la región. En lo personal este es un tema que me ha interesado mucho y he escuchado y leído reportes de dulce de manteca, como decimos en México, pero que la tendencia es disponer cada vez leyes de menor calidad.

Yo entendí el término de Barbados de que no hay, pero sí lo puede haber en otros países pero no están reglamentados.

Sr. Franjul: Sí, la verdad es que la situación es muy cambiante de un país a otro y por eso pusimos una reacción abierta. En algunos países, como en Barbados, están esperando que se mande de una vez por todas la ley al Parlamento. En otros países, como en Argentina, si bien existe una ley es el Ejecutivo que va a dictar el reglamento, lo cual es objetado por los argentinos, que dicen que, en esa materia legislativa en otros países, como la República Dominicana, existen quejas de que las leyes aunque están aprobadas no se aplican. Eso está en el informe de la República Dominicana. Ningún partido político cumple con el mandato de la ley, muchas instituciones no publican la nómina oficial en formato claro, en tanto los prepuestos y su ejecución se publican en formatos cerrados, estoy leyendo el informe de la República Dominicana.

O sea, hay una ley pero que no está cumpliendo el objetivo con el cual se creó. Por eso tiene una reacción un poco abierta, o las leyes no existen, y cuando existen los reglamentos no están dictados o no están dictados por lo que corresponden. Hay una situación variada. Pero sí hay una dificultad intencional para que los medios no tengan el acceso a la información que deben tener. Ese es el sentido de esto.

Sr. Rock: Respecto a las dos observaciones tenemos que evitar la aparente contradicción entre las Resoluciones y el informe de las Conclusiones. En las Resoluciones respecto al acceso a la información sobre República Dominicana dice correctamente que en la República Dominicana se están imponiendo trabas al cumplimiento de la ley general, imponiendo trabas en vigencia de hace 13 años y que no se cumple con el mandato de la ley. Yo creo que esa sería la redacción correcta para el caso de República Dominicana y no un poquito más torcido que aparece en las Conclusiones.

Y el mismo vale para la Impunidad. En la resolución de Impunidad aparecen nueve con nombres y apellidos. O sea, o acogemos el de la resolución, iremos a probar en un instante, yo creo que esta es la palabra de la SIP, y independientemente de que se ha manejado otros nombres aquí o modificamos esto o modificamos el otro.

Sr. Illanes: De acuerdo, yo creo que las Conclusiones son fácilmente modificables porque podríamos decir “y en Honduras, Nicaragua y República Dominicana existen disposiciones legales que o impiden al acceso a la información o simplemente, aunque existe una ley se ponen trabas su cumplimiento.

Sr. Rock: Muchas gracias, Juan Pablo. ¿Alguna observación más? ¿Lo tomamos o se asume ese ajuste.

Sr. Illanes: Lo ponemos así simplemente, se pone “trabas a su cumplimiento de la ley”. Lo que no está tan claro que vamos a poner es el número de muertos. Eso me gustaría que lo revisáramos.

Sr. Jornet: Yo estaba revisando los informes de la Reunión de Medio Año de Antigua, porque evidentemente hay una incompatibilidad tal vez al hablar del comienzo de enero o desde la última reunión. Efectivamente desde comienzo de enero según el reporte de la Comisión de Impunidad son 18 los colegas muertos, y no sólo en México y en Honduras sino hay dos en Perú, dos en República Dominicana y uno en Guatemala que ya fueron reportados en la Reunión de Antigua. Tal vez tomar el último período desde la última reunión.

Sr. Illanes: Sí, insisto que es lo que se ha hecho, desde el reporte de la última reunión. En el informe de la Comisión de Libertad de Prensa se habla de 18 muertos desde el 1º de enero, 10 de ellos mexicanos y varios en los países implicados.

Sr. Rock: Siempre hay un riesgo de que cuando se cierre el informe puede ocurrir un incidente en los

números de octubre y los números de marzo que no está registrado en el informe.

Sr. Ricardo Trotti (Director Ejecutivo de la SIP): Si me permites una aclaración. Los informes, así como los informes de Libertad de Prensa corresponden al período posterior a la Reunión de Medio Año. Es decir, hubo nueve periodistas asesinados desde Antigua a la fecha. Yo sugeriría que se puede dejar eso y si se quiere incluir que hubo tantos periodistas asesinados en 2017 se agregue, pero en este año fue un total de tantos periodistas asesinados en todo el año 2017. Los reportes de Libertad de Prensa en esta Asamblea son de Antigua a Salt Lake City, no son del 2017.

Sr. Illanes: Yo creo que lo mejor sería poner los dos, desde Antigua son tantos los muertos, lo que significa que en lo que va del año hay tantos muertos, pero tenemos que saber exactamente cuantos son desde Antigua y en lo que va del año. Y eso yo no lo tengo perfectamente claro porque aparecen algunos números que no conozco.

Sr. Rock: Lo que dice Ricardo lo que pertinente es lo que tenemos registrado de Antigua para acá: dos atentados mortales en Honduras, en el reporte de Libertad de Prensa habla de dos, y el informe finalmente incluya tres, por un atentado que había ocurrido a principios de octubre. Creo que sí tenemos la misión de este tercer caso en Honduras.

Vamos entonces por atendido el reporte Conclusiones. Les ruego a los vicepresidentes de la Comisión de Resoluciones, el señor Daniel Dessein, Claudia Gurisatti y Oswaldo Quintana, que presenten las Resoluciones. Gracias.

Sra. Claudia Gurisatti (Noticias RVN TV, Bogotá, Colombia): Gracias, presidente. Tenemos 13 resoluciones en esta Asamblea General. Tiene que ver con varios países: Bolivia, Cuba, Ecuador, Estados Unidos, Perú; de Venezuela hay dos resoluciones, tienen que ver con acceso a la información y desastres naturales; Impunidad-Asesinatos, Impunidad en Brasil, Impunidades como se tramitado ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos, y para final finalizar Impunidad-México.

Vamos mirando una por una para ver que la Asamblea define o si tiene alguna observación sobre alguna de las resoluciones.

Sr. Daniel Dessein (La Gaceta, Tucumán, Argentina): Se ha repartido las resoluciones con tiempo, de manera tal de que vamos a ir nombrando cada uno de los países, si hay alguna observación pues se abre el debate y si no se somete a aprobación de la respectiva resolución.

Entonces comenzamos con Bolivia. ¿Alguna observación? Aprobada la resolución Bolivia.

Cuba. ¿Alguna observación? Aprobada Cuba.

Ecuador.

Mr. Edward Seaton (Seaton Media, Manhattan, Kansas): There's just a confusion: Under the Ecuador in the English version is the Peru resolution, the Ecuador resolution is not here, it's listed as Ecuador but it's the Peru resolution.

Sr. Rock: En la versión en español está correcta. Seguramente hay una compaginación inadecuada. La resolución de Perú, lo ves en Ecuador?

Sra. Gurisatti: En inglés.

Sr. Rock: En la versión en inglés está repetida la resolución de Perú en el encabezado, tanto de Perú como en el caso de Ecuador. Un copy pasting equivocado. Seguimos, por favor.

Sr. Dessein: Sí. ¿Alguna observación Ecuador? OK, aprobada la resolución de Ecuador.

Seguimos: Estados Unidos. ¿Observaciones sobre la resolución de Estados Unidos? Aprobada la resolución de Estados Unidos.

Sr. Alejandro Aguirre: No me gusta entrar en el tema de cuestiones de estilo porque uno se puede volver loco en eso, pero en el primer párrafo dice en la segunda línea y continúa refiriéndose a prestigiosos medios de

comunicación como noticia falsa, creo que debería hacer referencia a sus informaciones publicadas por prestigiosos medios de comunicación como noticias falsas, porque en realidad el medio no es una noticia falsa. Estoy hablando de la versión en español, perdón.

Sr. Dessein: Alejandro, muchas gracias, tomamos nota, vamos a hacer la corrección correspondiente. Vamos con la resolución de Perú. ¿Alguna observación? Damos por aprobada la resolución de Perú. Venezuela. En los documentos. Por un error involuntario la primera resolución de Venezuela tiene un error en el texto y vamos a hacer lectura de la resolución completa para que dé procedimiento la sala y podamos proceder.

Sra. Gurisatti: (Lee la resolución corregida).
¿Alguna observación de la Asamblea sobre esta resolución de Venezuela?

Sr. Dessein: Si no hay observación aprobada la resolución.
Segunda resolución de Venezuela, acerca de los ataques a los medios de comunicación y periodistas en Venezuela. Sometemos la resolución a la Asamblea. So, no hay observaciones aprobadas en la segunda resolución de Venezuela.
Vamos con la resolución Acceso a la Información. ¿Observaciones? Aprobada la resolución sobre el Acceso a la Información.
Desastres Naturales.

Sr. Franjul: Quiero hacer una observación aquí. En uno de los Considerandos, el cuarto, dice “Considerando que el huracán María causó más de treinta muertes en República Dominicana y 43 en Puerto Rico” es preciso corregir el dato por apenas se produjeron tres muertes en República Dominicana, por María solamente tres, sería bueno que rehaga precisión para que no sea exagerada la cifra. Gracias.

Sr. Dessein: Tomamos nota y vamos a hacer la corrección correspondiente.
Si no hay más observaciones damos por aprobada la resolución sobre Desastres Naturales.
A continuación, la resolución de Impunidad de Asesinatos. Aprobada la resolución.
Seguimos con Impunidad-Brasil. ¿Alguna observación? Creo que de la delegación de Brasil hay solamente una persona en la sala. Bueno, aprobada la resolución de Brasil.
Impunidad-Corte Interamericana de Derechos Humanos. ¿Alguna observación? Vale nuevamente la felicitación a todos los que llevaron adelante este procedimiento. Aprobada la resolución.
Impunidad-México. ¿Alguna observación? OK, damos por aprobada la resolución de México.
Con ello culminamos las resoluciones, a las cual quiero un fuerte aplauso para todas las delegaciones.

(Aplausos).

Sr. Rock: Muchas gracias a la Comisión.

Sra. Gurisatti: presidente, falta la de Agradecimientos, de leerla, para que la Asamblea proceda a aprobar la lectura.
(Lee la resolución Agradecimientos).

(Aplausos).

Sr. Dessein: En nombre de la Comisión de Resoluciones y todos que estamos acá en la mesa deseamos pedir un fuerte aplauso para todo el equipo de la Secretaría de la SIP, a Ricardo Trotti y a todo ese equipo que gracias a ellos tenemos la posibilidad de tener toda esta cantidad enorme de documentos compilados, organizados y traducidos en menos de 24 horas. Realmente es un trabajo extraordinario.

(Aplausos).

Sra. Gurisatti: Damos por terminada la parte de Resoluciones, presidente.

Sr. Rock: Muchas gracias. Damos la palabra al presidente Matt Sanders.

Mr. Sanders: Muchísimas gracias por todos los reportes. Les agradezco mucho y ahora pido al presidente de la Comisión de Nominaciones que proponga a los candidatos que ocuparán los cargos de autoridades y los resultados de las elecciones en la Junta de Directores. La presentación va a hacer Alejandro Aguirre, por favor.

Sr. Alejandro Aguirre: Muchas gracias, señor presidente Sanders, el presidente del Comité Ejecutivo, delegados, amigos todos. El presidente del Comité Ejecutivo, señor Pierre Manigault, no pudo estar presente esta tarde, tuvo que partir de la ciudad hoy y por lo tanto estoy haciendo la presentación yo.

Lo primero que voy a hacer es anunciar quienes son los nuevos miembros de la Junta de Directores según la votación que se tomó en el día de ayer, si mal no recuerdo.

Esos directores son (lee los nombres de los nuevos directores para 2017-2020). Para ellos pido un aplauso. (Aplausos).

Ahora me toca leerles los oficiales para la Junta de Gobernadores del Instituto de Prensa, que son nominados y tendrán que ser aprobados por los directores. (Lee los nombres). Pido una votación, puede ser por aclamación. Todos los que están a favor de estas personas por favor levántense la mano. Muchas gracias.

El Consejo Consultivo de la misma organización: (Lee los nombres). Pediría por favor los que estén a favor de este grupo para el Consejo Consultivo que señalen levantando la mano. Muchas gracias.

La Junta de Gobierno del Fondo de Becas (lee los nombres). Los que están a favor de la Junta de Gobierno del Fondo de Becas señalen, por favor, levantando la mano. Aprobada.

El Comité Ejecutivo: Como presidente del Comité Ejecutivo señor Jorge Canahuati, *Opsa*, San Pedro Sula, Honduras, y vicepresidente del Comité Matthew Sanders, *Deseret Digital Media*, Salt Lake City, Utah. Los que están a favor de los líderes del Comité Ejecutivo por favor señalen levantando la mano. Aprobada.

Bueno, ahora venimos a la parte donde se aprueba el presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa. Quiero decirles que la Sociedad tiene muchas tradiciones que la han servido muy bien, pero cada vez que se reúne su Junta a Nominaciones no obstante tradiciones revisamos candidato por candidato cuáles serían las personas que mejor servirían los intereses de la Sociedad según las circunstancias.

Como es sabido, el primer vicepresidente de la Sociedad Interamericana de Prensa era el señor Juan Luis Correa de Panamá, que como también es sabido ha enfrentado unas situaciones debido a la compañía con la cual él antes estaba vinculado y está siendo investigado. Por lo tanto, Juan Luis en un gesto creo que muy generoso le hizo comunicar al Comité de Nominaciones que él va a dejar a un lado su gran deseo de seguir sirviendo a esta institución como presidente de la Sociedad para no poner la Sociedad Interamericana de Prensa en una situación difícil o para crear distracciones que pudieran alejarnos de nuestra misión. La petición de él fue aceptada por el Comité de Nominaciones, que a su vez reconoció sus 26 años de servicio a esta institución en varios cargos muy importantes en muchas misiones y participación en casi todas las reuniones. Realmente fue una cosa creo que muy importante, muy generosa de su parte.

Y después obviamente vino el trabajo de tener que buscar una persona que pudiera ocupar este importantísimo cargo y hacerlo con mucha rapidez y con poco tiempo de prepararse. Y después de una discusión importante se decidió de parte del Comité que esa persona sería don Gustavo Mohme.

(Aplausos).

Gustavo recién fue presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa, hizo un buen trabajo como presidente. Conoce nuestra Sociedad y al pedirle por favor que asuma esta responsabilidad que no es fácil dijo que sí lo haría y creo que si es aprobado, y me parece que va a ser aprobado, esta Sociedad queda en excelentes manos. Por lo tanto, voy a leerles los oficiales que propone el Comité de Nominaciones para 2017-2018. (Lee los nombres de autoridades). Los que están a favor de estos oficiales para autoridad en la SIP para el año entrante por favor que lo señalen levantando la mano. Y me parece que podemos dar un aplauso también.

(Aplausos).

Señor presidente, creo que con ese aplauso queda terminado el trabajo que se me asignó. Muchas gracias.

(Aplausos).

Mr. Sanders: Muchísimas gracias, Alejandro. Ahora llamamos a la señora Lourdes de Obaldía para que presente su informe sobre los preparativos de las próximas Reuniones de Medio Año y Asambleas Generales.

Sra. Lourdes de Obaldía (La Prensa, Panamá, Rep. de Panamá): Buenas tardes a todos. Las futuras reuniones de la SIP serán en abril de 2018 con la sede Medellín, Colombia.

Disculpen, si pueden pasar con nosotros los señores Luis Miguel de Bedout y Sergio Romero.

Como les decía, abril 2018 Medellín, Colombia; El Comité Anfitrión estará a cargo de *El Colombiano* y Andiaros. Octubre de 2018 Salta, Argentina, y el Comité estará a cargo de *El Tribuno* y otros socios de ese país. En marzo de 2019 el Comité Anfitrión es *NTN24* y *RCN*, están tomando la decisión del lugar, que puede ser Cartagena o Aruba, y próximamente se lo van a saber a la organización. En octubre de 2019 la sede será Miami. Ya Ricardo Trotti, el Director Ejecutivo de la organización, tuvo reuniones con *Univisión* y el *Miami Herald* para conformar el Comité Anfitrión, y están buscando convocar a otros socios en Miami, como quizás el *Diario de las Américas*, *El Venezolano*, *Hispano Post* y *TV Venezuela*, entre otros.

Luego de esto en el 2020 no hay sedes aún, están vacantes, hasta el 2025, que el diario *Hoy*, el señor Ulilo Acevedo, ofreció que su ciudad, Santa Marta en Colombia, sea la sede de la Asamblea General 2025, lo cual agradecemos muchísimo.

Antes de pasarle la palabra a Luis Miguel y luego a Sergio yo quisiera despedirme formalmente de esta organización, como lo hice en el Comité Ejecutivo, diciéndole que fue un honor participar, y además valoro muchísimo lo que esta organización ha hecho por Panamá y sé que todos los miembros panameños aquí están muy claros de que sin esta organización Panamá no estuviera teniendo la tranquilidad que tiene en cuanto al tema de libertad de expresión. Y a Matt Sanders un real agradecimiento por haberse interesado tanto no sólo por Panamá sino por la región latinoamericana. A Ricardo Trotti gracias por enseñarme tanto. A Octavo felicidades y la verdad fue el primer presidente que me introdujo al Comité Ejecutivo, y también Gustavo –perdón, Ricardo estuvo en varias misiones, aprendí muchísimo– y a muchos amigos, gracias a todos.

(Aplausos).

Sr. Luis Miguel de Bedout (*El Colombiano*, Medellín, Colombia): Bueno, es un placer para la Asociación de Medios de Información de Colombia, Andiaros, hoy ya transformada como AMI. Su director, Werner Zitzmann, no pudo asistir a esta Asamblea por un tema de salud de su esposa, pero está, pues, absolutamente comprometido con todos nosotros en que la Reunión de Mitad de Año en abril en Medellín sea todo un éxito.

Medellín es una ciudad que padeció de una manera muy fuerte los rigores del narcotráfico y la violencia que entonces y en los últimos años ha tenido ha tenido una transformación prodigiosa. Es una ciudad hoy en vía pujante innovadora que ha dejado atrás esas cicatrices tan profundas.

Será sede de esta asamblea como representación, digamos, de Colombia. En Medellín nacieron además de *El Colombiano* medios de comunicación muy importantes en Colombia como *RCN* y *El Espectador*, y en compañía de ellos y adicionalmente de todos los afiliados de Andiaros y que es muy activamente participamos en la SIP como *El País* con María Elvira Domínguez, el *Diario Hoy de Magdalena*, con Roberto Pombo en *El Tiempo*, nos acompaña Fernando Quijano de *La República*, todos los colegas de *RCN* y *NTN24*. Vamos a estar muy contentos de tenerlos a ustedes en Colombia en este año.

Igualmente hay un compromiso muy fuerte de las universidades que han estado asistiendo las reuniones de la SIP, entre ellas la Universidad Externado en Bogotá, la Universidad de Antioquia, la Universidad Minuto de Dios, quienes tienen, pues, todo el placer de estar recibiendo allá.

Esperamos que podamos estar a la altura más de la reunión de este año en Salt Lake City con esa generosidad que ustedes nos mostraron. Esperamos estar a la altura el año próximo. Encantador de tener a Gustavo presidiendo esa reunión, bienvenida la presidencia, nos sentimos muy, muy orgullosos de la gestión que habías tenido anteriormente y la que vas a continuar ahora.

Ricardo, sabes que cuentas con nosotros para todo lo que sea menester y esperamos tenerlos en Medellín con mucha alegría el año próximo.

Muchas gracias.

(Aplausos).

(Se pone un video).

Sr. de Bedout: Seguimos con Salta.

Sr. Sergio Romero (*El Tribuno*, Salta, Argentina): Bueno, salud a todos y le agradezco profundamente habernos brindado el desafío de ser los anfitriones en la Asamblea del 2018 en Salta.

Lo preparamos para recibirlos en Salta y estamos trabajando en equipos a lo fines de que el encuentro sea memorable.

Hay un cambio profundo que se está sucediendo en el mundo, vivimos en un tiempo en el cual en la única

predicción que pueda ser verdadera es que no hay predicciones posibles de ver verdaderas. Las naciones, ciudades, organizaciones están cambiando a un ritmo vertiginoso. Con frecuencia lo que no se ve está sólo el impacto de esos cambios y de lo viejo paradigma vamos a tener bajo control cuando nos sentimos perdidos en un laberinto.

El cambio no es una opción, es simplemente inevitable, si no lo haremos elegir entre la resignación o el fracaso, sino lanzamos culpas en la exploración al descubrimiento, a la creación compartida, de las posibilidades podremos generar nuevos resultados obtenibles y dar valor sistémico.

Necesitamos humildad y sabiduría para simultáneamente enseñar y aprender y asumir el rol generoso de ser fuentes para con todas las generaciones.

Creo firmemente que necesitamos ser innovadores para crear la Santa (no se entiende) y no darse en ese modelo de gobernanza, innovaciones en tecnología, innovaciones en nuevos productos y en vínculos sociales.

El video, por favor.

(Aplausos).

(Se pone un video sobre Salta).

(Aplausos).

Bueno, les esperamos a todos el año que viene en octubre. Muchas gracias.

(Aplausos).

(Se pone otro video).

(Aplausos).

Sra. de Obaldía: Muchísimas gracias a ambos y estoy segura que luego de esos videos todos están más que convencidos de no faltar.

Se recuerdan que a partir de 2020 tenemos un gap abierto hasta la Asamblea anual de 2025, así que los que realmente quieran postular sus sedes sería extraordinario. Gracias.

Sr. Sanders: Muchísimas gracias, Lourdes de Obaldía, a los líderes de los Comités de Anfitrión. Es un placer pasar la entorcha a ustedes para sus asambleas en sus ciudades tan lindas que me parecen. Los Sanders creo que vamos a estar allí.

(Aplausos).

Bueno, ha sido una Asamblea muy buena y es nuestra última reunión oficial pero hacemos trámites de comités, pero les debo recordar que tenemos una cena a las 7:00 de la noche aquí mismo y donde yo voy a ofrecer unas palabras de despedida, pero lo más importante es que escucharemos un discurso de nuestro nuevo presidente. Entonces, en como dos horas vamos a reunirnos aquí para una última cena y una despedida y para celebrar la presidencia de Gustavo Mohme. Gracias.

(Aplausos).

(Se termina la sesión).

Dinner and Closing Ceremony **Cena y Ceremonia de Clausura**

Mrs. Jennifer Sanders (Deseret Digital Media, Salt Lake City, Utah): (Recording begins after she has begun speaking) ... nobody I think in this Western Hemisphere understands, you know how to face the Goliaths of government, the dangerous drug lords, you are under death threats to yourselves and your family members and you live with such grace and with such class that no one would know had they not known your story. You reporters face this just many time and you're undaunted, and for those reasons I admire you, I respect you and I honor you – and I'm not going to cry about that. (Laughter.)

(Applause.)

I will call you Title of Liberty People to people who don't know who you are and wondering what are you doing going to another country again?

An ancient account of a civilization has a story that goes like this: There are people who get along beautifully and then suddenly or over time there are those who champion freedom and those who espouse oppression. And so there's a division in this civilization. Well, the people who champion freedom are

overwhelmed, outnumbered and quite down about this situation. Those who are champions of oppression look strong, speak out, are quite frankly sure of their victory.

Well, the chief commander of the Army, of those who espouse freedom, he decides we need to gather these people – he had one cause – and to fight together for our liberty and for our freedom. So one day he pulls out and inscribes upon it these words, he says: “In memory of our God, our religion and freedom and our peace, our wives and our children.” They call that the Title of Liberty and each of you hold up that Title in your own countries, in your own ways and in your own homes for our mothers, fathers, brothers, sisters, or daughters and sons, and we all want the same thing, and that is the opportunity to expect joy in this life and in the next.

You’ve loved us and let us enjoy life, you invite us into your homes and we can’t wait to come visit, and even invite us into your hearts. And for that we will be forever grateful.

I just want you to know, and this closes this chapter by our family, that my family cares about your families, we stand with you, pray for you and we love you. You are our people, you are the Title of Liberty people. We have been honored and will continue to be by your side as we hold IAPA’s banner high.

Thank you.

(Applause.)

Mr. Matthew Sanders (Deseret Digital Media, Salt Lake City, Utah): Gracias, Jennifer. Ya saben que el año pasado fui presidente. (Aplausos.) Solamente unas palabritas. Quiero agradecer al Comité, los miembros del Comité si se pueden poner de pie. Hay muchos más, pero estos están aquí. Muchas gracias. Muchas gracias para Ricardo Trotti y la SIP por sus esfuerzos (aplausos) incansables para preparar y llevar a cabo esta asamblea. También estoy agradecido por los trabajos muy buenos de Jorge Canahuati, presidente del Consejo Consultivo de la Junta de Directores, gracias. Y agradezco a los esfuerzos de todos los líderes y miembros de nuestras comisiones por su buen trabajo durante el año. Gracias.

(Aplausos).

Finalmente ofrezco mi agradecimiento sincero por mi esposa Jennifer por su paciencia y apoyo durante mis servicios presidenciales este año. Además, trabajó en la planificación de las excursiones y también como guía turística extraordinaria. Al mismo tiempo mis hijos Mason, Emily, Spencer, Benjamin, Joshua, me dieron su soporte durante este año sin reserva y también mucha paciencia durante mis muchos viajes y trabajo en la madrugada y de noche. Los agradezco sinceramente.

(Aplausos).

Este año ha sido una temporada inolvidable. Agradezco la SIP por la confianza que ha puesto en mí este año de servir como presidente sobre una organización con una historia tan noble e importante que elabora una cusa central en la vida humana, la libertad de expresión.

Les agradezco por su soporte y por su bondad. Fue una esperanza que saliera en Salt Lake City. Ha alimentado intelectualmente y profesionalmente e inspirado personalmente. Por mi parte termino con nuevas ideas y también deseos de ser una mejor persona.

En final, nuestro tema de esta asamblea ha sido “always pioneering”, siempre pionero. En este momento quiero invitarle a nuestro nuevo presidente Gustavo Mohme, y a Ricardo Trotti también, el Director Ejecutivo, que adelante por favor.

(Aplausos).

Bueno. Cómo compartir el (no se entiende la palabra) Bienvenida. La otra noche a un círculo aquí de los pioneros, ¿cómo se dice eso? a la carreta de mano, (risas) ya mi mente está acabada. Le llamamos de los pioneros que llegaron aquí en Utah. Ahora ustedes son los pioneros principales quienes buscarán nuevos caminos para la SIP y de parte mi familia es la (no se entiende la palabra) que representen los pioneros que llegaron a este valle son unos regalos y recuerdos de esta asamblea. Dice una estatua courageous journeys, o viajes valientes, en cada paso del camino adelante cuenten con nosotros.

Gracias y buen viaje.

(Aplausos).

Sr. Gustavo Mohme (La República, Lima, Perú): Primero muchas gracias por esta significativa carreta que tenga seguridad que la guardaré como uno de los objetos más preciados en mi carrera periodística y desde luego en este trabajo noble que significa la Sociedad Interamericana de Prensa.

Ayer hice una confesión en tu mesa y quiero hacerla público hoy día. Te comentaba yo que soy Católico y en mi infancia en Piura, en el norte, veía siempre unos señores con camisa blanca y con pantalones y corbata que visitaban las casas, llamados los Mormones y los mirábamos siempre con cierta aprensión, y quedó esa

imagen, digamos, de alguna manera marcada en mi vida ¿no? hasta esta última Asamblea.

Lo que he visto acá, lo que he sentido acá, el concepto que tienes tú de familia, los valores, la solidaridad nos hace pensar que tenemos un mismo Dios, que tenemos unos mismos ideales y que estamos mucho más cerca de lo que nosotros pensamos. De manera que a tu querida esposa Jennifer la felicito, te dije ayer que tenía un big Matt, ¿no es cierto? Eso es lo malo que puede decir en inglés. (Risas). Y ahora sobrinos, también un abrazo, tiene un padre maravilloso y una madre maravillosa. (Aplausos).

Y quiero hacerte entrega a nombre de la Sociedad Interamericana de Prensa de este recuerdo que dice “La Sociedad Interamericana de Prensa reconocer el trabajo de su presidente Matthew Sanders, 16 de octubre 2017”. Y la doy con mucha satisfacción y mucha alegría.

(Aplausos).

Mr. Sanders: Muchísimas gracias.

Sr. Mohme: Bueno, después de tanta emoción, muy buenas noches a todos ustedes. Es para mí, para mi familia y para nuestro grupo *La República* una sorpresa volverles a hablar de este podio. Me sentía ayer un feliz jubilado de la SIP y heme aquí, por vuestro mandato, asumiendo nuevamente este honroso cargo.

Quiero en primer lugar destacar el rol de Juan Luis Correa, asociado y amigo que ha trabajado prácticamente sin inasistencias y con una generosidad inusual a favor de nuestra causa durante 26 años continuos. Gracias a su liderazgo estuvimos tres años en Panamá celebrando nuestras asambleas. Ha sido presidente del Comité Ejecutivo y de varias comisiones que ha liderado con eficacia durante todos estos años. A él hay que enviarle un gran saludo desde acá. (Aplausos).

Juan Luis, como bien lo dijo el presidente de la Comisión de Nominaciones, Alejandro Aguirre, o que me representó, fue propuesto para este cargo y declinó la nominación hasta que los cuestionamientos que afectan a otras personas de su entorno se disipen. Este notable gesto me inspira y compromete a encarar esta reelección con el mismo talante y con el mismo entusiasmo. Nuestra institución y Juan Luis salen, que duda hay, fortalecidos de esta coyuntura. Y me encargaré de orientar este vigor y esa energía a nuestra tarea fundamental de defender las libertades en nuestras Américas.

Les invoco entonces a cada uno de ustedes a brindar vuestro esfuerzo y sabiduría para seguir luchando unidos por aquellos que no tienen voz y para defender la libertad de prensa en nuestro continente. Saben bien que la fortaleza de nuestra institución no depende sólo del liderazgo, sino más bien de la entrega de cada uno de ustedes.

Como fue inesperado este pedido para asumir la Presidencia les ruego su comprensión para establecer mi estrategia de trabajo en unos pocos días, mas preveo que junto con Jorge Canahuati en la presidencia del Comité Ejecutivo nuestra misión será fructífera en toda su extensión.

Desde luego daré continuidad a todos los proyectos que lideró con eficacia Matt Sanders y pondré en práctica las valiosas conclusiones del Plan Estratégico que María Elvira Domínguez, nuestra primera vicepresidenta, con el importante aporte de varios asociados, presentó en nuestro último Comité Ejecutivo.

Hace tres años, cuando asumí por primera vez este cargo las dificultades económicas amenazaban nuestro normal funcionamiento, era imperativo tomar decisiones drásticas, así que con el valioso soporte del flamante Director Ejecutivo del aquel entonces, Ricardo Trotti, nos pusimos manos a la obra.

Vendimos así nuestra antigua sede, el déficit que nos generaba y más aun el tiempo que dispensaban nuestros ejecutivos obligaba a esa decisión. Tras un largo y estricto proceso que demandó casi año se logró hacerlo en realmente óptimas condiciones.

Hoy les digo con entusiasmo y alegría que las posteriores presidencias de Pierre Manigault y de Matt Sanders, con el importante aporte de Jorge Canahuati, han terminado de consolidar nuestra institución, nuestros activos han llegado así a niveles récords, y nuestra organización reestructurada, compuesta por pocos pero eficaces ejecutivos a quienes extendiendo mi saludo, hoy es autosostenible.

Es el momento entonces de concentrar esfuerzos en nuestra misión de defender la libertad de prensa en el continente. Felicito aquí a los nuevos 20 directores que se han incorporado el día de hoy, según el informe del Comité de Elecciones, y a los otros 40 que ya conforman nuestro directorio, les pido a ellos su asistencia y aporte para esta noble misión.

Es en esta época que la libertad de prensa merece nuestra mayor atención, debido a las crisis políticas que todavía nos acompañan, a la violencia del crimen organizado, a la corrupción de los poderes públicos y a los que buscan desalentar a los lectores con la renovada retórica de las noticias falsas. Es más necesario que nunca contar con una SIP fuerte, con una membresía masiva, activa, solidaria, pero sobre todo unida.

En momentos difíciles, recuerden, es cuando la SIP supo dar sus mejores batallas. Hoy los dictadores siguen al acecho tanto en Venezuela como en Cuba. Pero tampoco nos debemos engañar por aquellos que usan armas sutiles para seguir agrediendo a periodistas y medios. Debemos seguir reclamando por medidas de protección a periodistas y exigir a las autoridades, a los organismos locales e internacionales que cese el hostigamiento y que cese la impunidad. Cuento contigo, colega Roberto Rock, desde la presidencia de la Comisión de Libertad de Prensa, en esta tarea y en esta etapa. (Aplausos).

Reitero que resulta importante que nuestra membresía sea proactiva, que nuestros vicepresidentes de Libertad de Prensa estén sumamente activos. Hoy somos 981 socios con los que hemos aprobado esta mañana, el anhelo que esa cifra suba en forma constante durante mi presidencia.

Atenderé el pedido de la Asamblea, y pronto estaremos en Quito y en Washington, para promover la libertad de prensa. Pero también lo haremos en Colombia y en Argentina (Aplausos). Y en algunos países del Caribe inglés que reclaman nuestra presencia, a los que acudiremos de la mano del segundo vicepresidente, mi colega Chris Barnes, a quien felicito por su alta distinción, un orgullo para todo el Caribe, como lo fue a su vez Oliver Clarke. (Aplausos).

Ustedes saben también que estamos en proceso de revisar los Estatutos y estoy seguro que la Comisión que tiene a su honroso cargo hace un tiempo dará sus frutos durante este período. Espero que pronto tendremos nuevos lineamientos para que el gobierno de la SIP sea plural, representativo y podamos tomar mejores decisiones en todos los ámbitos.

Tendremos que ser creativos. Aunque debemos mantener transparencia y filtros de afiliación, tendremos que tener procesos más rápidos en identificar a aquellos medios y personas que creamos puedan ayudarnos a crear una SIP más proactiva y presente. Cualquier medio tradicional o nuevo debe sentir la necesidad de pertenecer a nuestra institución.

Y cuando digo ser creativos es que debemos pensar incluso en la posibilidad de reducir cuotas para aquellos medios agobiados por las crisis económicas y políticas, y también para que asistan a nuestras asambleas y nuestras reuniones.

Nos sentaremos con los líderes de las empresas tecnológicas para ver de qué mejores formas podemos contribuir a nuestra industria, como lo están haciendo en otras partes del mundo. Queremos experimentar con proyectos que ya tenemos adelantados sin temor a probar y ver qué proyectos funcionan y qué no.

Reitero mi agradecimiento a Matt por el liderazgo y sus enseñanzas de este año y le pido que piense en no dejar de trabajar para la SIP, ya que puede recibir el premio o el castigo; depende como lo mires, de que te reelijan próxima. (Risas).

Dedicaré mis mejores esfuerzos al servicio de la SIP y a nuestra causa. Y como la primera vez lo hago con la fortaleza que me da la memoria de mi señor padre, Gustavo Mohme Llona, (aplausos), la compañía de mi querida esposa Jacqueline, que para no dejar sobre mi discurso las enseñanzas de Matt, que me acompañe en esta parte. (Hablan algunos fuera del micrófono sin identificarse) a cada uno de mis seis hijos a mi adorada madre Ramona a mi hermana María Eugenia que está presente y que con mis hermanos (aplausos), a cada uno de mis compañeros del diario *La República* les pido licencia, porque de nuevo tendré que dispensar tiempos y esfuerzos en tareas a que estamos comprometidos en muy seriamente en el diario a esta nueva responsabilidad que asumo con profunda humildad y compromiso.

Agradezco la confianza que han depositado en mí señores asociados. A nuestros past presidents, no se librarán de mí. Les comprometeré en esta gesta de este año a Jorge Canahuati, a Ricardo Trotti, a nuestros directivos y presidentes de comisiones y a nuestros funcionarios. A todos ustedes les convoco a acompañarme en esta tarea. Los 150 periodistas que ha sido asesinados en los últimos 10 años nos lo exigen, y un sinnúmero de periodistas amenazados en el continente por ejercer esta noble profesión nos lo demandan.

¡A trabajar entonces!

Muchas gracias.

(Aplausos).

(El almuerzo continúa y así termina la Asamblea General).

###

SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA

73^a ASAMBLEA GENERAL

SALT LAKE CITY, UTAH

27 a 30 DE OCTUBRE DE 2017

Informe de la Comisión de Libertad de Prensa e Información

Conclusiones

*Informe oficial de la SIP
aprobado por la Asamblea General
el 30 de octubre de 2017*

CONCLUSIONES

LA VIOLENCIA en contra de los periodistas y de los medios, la proliferación de leyes y de proyectos que intentan controlar la actividad periodística, unidos a las presiones de parte de las autoridades y a la falta de acceso a las informaciones oficiales, constituyen los principales obstáculos para el ejercicio de la libertad de expresión en el continente americano, según los informes de cada país que se han conocido durante la 73ª. Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa reunida en Salt Lake City, Utah.

Durante el año 2017 parece haberse consolidado un patrón de conducta de agresiones en contra de la prensa, tanto de parte del crimen organizado como de las autoridades y los gobiernos. Esta conducta de persecución y acoso se manifiesta en agresiones físicas que en algunos casos llega hasta el asesinato o el intento de asesinato. Así, se han registrado embestidas en Bolivia, en Brasil, Colombia, Cuba, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Honduras, México, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela. En Argentina se registró un caso de claro intento de asesinato de un periodista. Y en México y en Honduras, desde la reunión anterior de la SIP en el mes de abril, desgraciadamente los crímenes dejaron 10 periodistas muertos, siete en México y tres en Honduras. En lo que va del año 2017 ya son 18 los comunicadores que han caído víctimas de un crimen. Los asesinatos son la expresión máxima de brutalidad que puede alcanzar la censura. Pero no termina ahí la persecución a los profesionales de la comunicación, puesto que luego de cometidos los crímenes sus autores, en casi todos los casos, quedan en la impunidad más absoluta. Las investigaciones rara vez logran capturarlos y cuando lo hacen, sólo logran identificar a los autores materiales, pero quienes planifican el crimen no logran ser detectados. Va pasando el tiempo y el delito prescribe, con lo cual quienes han organizado esta acción consiguen sus objetivos: han silenciado a un periodista, han enviado un mensaje amenazador y no han recibido castigo alguno.

El hostigamiento a la prensa se manifiesta también en las legislaciones y los proyectos de leyes que se discuten en diversos países del continente. En muchos de ellos, las autoridades procuran inmiscuirse en los contenidos editoriales, como en Venezuela, El Salvador o en Colombia donde un fallo de la Corte Constitucional ordena a los medios a actualizar de oficio la información que publiquen en internet. En Ecuador, aún se mantiene vigente la estructura legal heredada del gobierno anterior que creó un sistema procesal y una Superintendencia de Comunicación que actúan en contra de la libertad de prensa. En muchos países, como Barbados, aún no se dicta una ley que garantice el acceso a las fuentes públicas de información o si se ha dictado, no se ha reglamentado con lo cual no es más que letra muerta. En Argentina es el Ejecutivo el encargado de dictar el reglamento y en Honduras, Nicaragua y República Dominicana, existen disposiciones legales que impiden el acceso a la información o, simplemente, aunque existe una ley, se ponen trabas a su cumplimiento.

Por otra parte, los ataques contra los medios de prensa apelando al término "fake news" o "noticias falsas" parecen ganar cada vez más espacio en la región. Detrás de esta arremetida contra la labor de los periodistas por parte de funcionarios o gobiernos hay una clara intención de desacreditar el trabajo de los informadores, especialmente cuando se trata de notas o reportes que no les son favorables. El riesgo de estos ataques es que justamente están enfilados contra uno de los pilares de la democracia y, en casos particulares como el de Estados Unidos, han servido para crear desconfianza en los informadores e incluso alentar actitudes agresivas hacia ellos. En este particular, es de notar que en Estados Unidos, que tiene desde su Constitución una defensa de la labor de la prensa y el derecho a la libre expresión, tan solo en el año que culmina se han registrado 31 agresiones físicas contra periodistas. Más de 30 reporteros fueron detenidos por agentes de la policía mientras realizaban su trabajo. Los medios en Estados Unidos, en general, permanecen bajo el asedio de una fuerte retórica contra ellos liderada por el presidente Donald Trump.

La situación en Cuba no puede ser peor. A las agresiones contra los periodistas se han agregado ahora sus familiares y los usuarios de las redes sociales. Las restricciones provienen de la propia Constitución que señala que la prensa debe estar conforme a los fines de la revolución socialista y prohíbe la propiedad privada de los medios de comunicación. No es posible ejercer el periodismo legalmente si no se ha pertenecido desde antes de ingresar a la universidad a la Unión de Jóvenes Comunistas. Aún así, se castiga a quien pudiera haber indagado secretos del Estado, con lo cual queda eliminada toda posibilidad de acceso a información que debiera ser pública. Continúa restringido el acceso a internet y quienes se dedican al periodismo sufren detenciones arbitrarias y condenas absolutamente inaceptables.

En Venezuela, el régimen de Nicolás Maduro multiplica los mecanismos de censura. En la actualidad el solo hecho de cubrir una manifestación contra el gobierno puede ser calificado de terrorismo y el periodista queda sometido a los tribunales militares. El cierre de plantas televisoras y radiodifusoras ha continuado, así como las llamadas inspecciones técnicas a las emisoras de radio y televisión. Varias señales de cable internacionales, incluida CNN en español, han sido prohibidas en razón de sus líneas editoriales. A los periodistas extranjeros con frecuencia se les prohíbe la entrada al país sin motivo y los periodistas venezolanos deben sufrir las agresiones de civiles armados y de una Guardia Nacional bien equipada y dispuesta a utilizar la violencia indiscriminadamente para controlar desordenes. Son comunes los robos de los implementos de trabajo. Enseguida, enfrentan las dificultades para publicar sus trabajos por la falta de papel prensa o por los cierres de las emisoras. Y si logran hacerlo, corren el riesgo de verse enfrentados a una demanda judicial por motivos inexplicables.

Junto a este panorama de debilitamiento de la libertad de prensa, se reportan algunos hechos de connotación positiva, como el dictado de sentencias en contra de los autores materiales de asesinatos de periodistas en Colombia y Guatemala, un clima de mayor respeto a la libertad de expresión en Ecuador y la posibilidad casi cierta de una mejor protección del secreto de la fuente en Canadá.

SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA

73^a ASAMBLEA GENERAL

SALT LAKE CITY, UTAH

27 a 30 DE OCTUBRE DE 2017

Resoluciones

*Informe oficial de la SIP
aprobado por la Asamblea General
el 30 de octubre de 2017*

Resoluciones aprobadas por la 73ª Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa

Salt Lake City, Utah, 27 a 30 de octubre de 2017

BOLIVIA

CONSIDERANDO que el uso del estigma social contra medios y periodistas independientes es un recurso empleado con frecuencia por funcionarios y militantes del partido de gobierno

CONSIDERANDO que los ataques físicos, verbales, psicológicos y presiones contra periodistas, camarógrafos y fotógrafos son frecuentes como consecuencia de la estigmatización

CONSIDERANDO que la Asamblea Legislativa Plurinacional está considerando el Proyecto del Código del Sistema Penal y normas que afectan al trabajo periodístico

CONSIDERANDO que el Principio 10 de la Declaración de Chapultepec sostiene que: "Ningún medio de comunicación o periodista debe ser sancionado por difundir la verdad o formular críticas o denuncias contra el poder público"

LA 73ª ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

exhortar al gobierno nacional a cumplir los tratados internacionales, la Constitución Política del Estado y la Ley de Imprenta que ofrecen protección al trabajo periodístico, evitando la estigmatización

exhortar a la justicia que sancione de acuerdo al ordenamiento legal vigente, a los responsables de agresiones contra periodistas y medios, estableciendo la reparación de eventuales daños

saludar el acuerdo alcanzado entre la ANP, otras organizaciones periodísticas y las autoridades del Poder Legislativo que garantizan el trabajo de la prensa y protegen la libertad de pensamiento, y la libre circulación de medios, en todas sus modalidades, esperando la promulgación de los textos concertados el 10 de octubre de 2017.

CUBA

CONSIDERANDO la condena a tres años de prisión de Karina Gálvez de la revista Convivencia, por "evasión fiscal", y las acusaciones policiales por "usurpación de capacidad legal" contra Sol García Basulto y Henry Constantín Ferreiro, de la revista La Hora de Cuba

CONSIDERANDO que las leyes cubanas y los reglamentos de escuelas y universidades contienen limitaciones a las libertades de información y expresión, y que los estudiantes universitarios de Periodismo son obligados a ser parte del Partido Comunista

CONSIDERANDO que, a pesar del anuncio gubernamental de la ampliación del acceso a internet, el uso de la web sigue siendo económicamente prohibitivo para la mayoría de los ciudadanos que, por otra parte, no cuentan con ninguna protección legal de la privacidad de sus comunicaciones

CONSIDERANDO que el gobierno continúa impidiendo los viajes de trabajo o estudio de periodistas y otros colaboradores de medios de comunicación independientes, al extranjero o a otras provincias

CONSIDERANDO que el Principio 1 de la Declaración de Chapultepec estipula que "No hay personas ni sociedades libres sin libertad de expresión y de prensa" y que "El ejercicio de ésta no es una concesión de las autoridades" sino "un derecho inalienable del pueblo".

LA 73ª ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

exigir al gobierno y al parlamento que deroguen o modifiquen aquellos artículos de la Constitución, el Código Penal, la Ley 88, la Ley de Asociaciones y los reglamentos de instituciones oficiales que limitan la libertad de prensa

exigir al gobierno y al parlamento cubanos que impulsen una legislación protectora de los derechos a la privacidad y de navegación segura para los usuarios de Internet, como también la revisión de los precios de acceso a esta, en relación a las posibilidades económicas de la mayoría de los cubanos

exigir al Ministerio de Educación Superior que elimine la discriminación ideológica

exigir al Ministerio del Interior que respete los bienes de trabajo de los comunicadores, su derecho a informar sin restricciones y el de salir y entrar libremente de su país

solicitar a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos la aplicación de medidas cautelares a los comunicadores Karina Gálvez, Sol García Basulto y Henry Constantín Ferreiro.

ECUADOR

CONSIDERANDO que las manifestaciones públicas del presidente Lenin Moreno señalando que "la libertad de expresión es consustancial a la democracia" y que la ley vigente es "sancionadora"

CONSIDERANDO que la Constitución declara a la comunicación como un servicio público, lo cual rompe con los convenios internacionales suscritos por el Ecuador

CONSIDERANDO que la estructura jurídica de la Ley Orgánica de Comunicación atenta contra la libre expresión

CONSIDERANDO que el partido de gobierno ha anunciado que no derogará la Ley Orgánica de Comunicación, pero que sí dará paso al tratamiento legislativo de un proyecto de ley que la modifique antes de marzo de 2018

CONSIDERANDO que la Justicia sentenció en seis procesos judiciales al periodista Freddy Aponte, quien perdió sus derechos ciudadanos por haber denunciado actos del manejo administrativo del municipio de Loja

CONSIDERANDO que desde el inicio del gobierno del ex presidente Rafael Correa, los medios públicos fueron utilizados para desacreditar a la oposición y a la prensa independiente, así como para justificar la desaparición de la publicidad oficial en medios con una línea editorial distinta a la del partido de gobierno

CONSIDERANDO que el 24 de octubre el gerente de Medios Públicos anunció que el manejo de los medios estatales arroja una pérdida acumulada no menor a 23 millones de dólares del dinero público

CONSIDERANDO que el principio 5 de la Declaración de Chapultepec establece que la censura previa, las restricciones a la divulgación de mensajes de la prensa, y la imposición arbitraria de información se oponen directamente a la libertad de prensa

CONSIDERANDO que el principio 10 de la Declaración de Chapultepec establece que ningún medio de comunicación o periodista debe ser sancionado por difundir la verdad o formular críticas o denuncias contra el poder público.

LA 73ª ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

exhortar al presidente Lenin Moreno y a la Asamblea Nacional a reformar la Constitución para eliminar la figura de la comunicación como "servicio público"

solicitar al presidente que para la reforma de la Ley Orgánica de Comunicación se pida una opinión consultiva al Sistema Interamericano de Derechos Humanos

hacer un llamado al presidente a que mantenga su compromiso de modificar la Ley Orgánica de Comunicación y sus reglamentos, con reformas que incluyan la eliminación del organismo de sanción, la Superintendencia de Comunicación, la distribución equitativa de la publicidad oficial, entre otras

exhortar a los presidentes de la Corte Nacional de Justicia y del Consejo de la Judicatura a revisar los procesos por los que ha sido sentenciado el periodista Freddy Aponte

solicitar a la SIP que envíe una misión a Ecuador para que evalúe el proceso de las reformas legales sobre la libertad de expresión y dialogue con las autoridades del Estado, periodistas y organizaciones sociales

exhortar al gobierno a garantizar una línea editorial en los Medios Públicos, con fines públicos y no partidistas, así como a garantizar una distribución equilibrada de la publicidad oficial entre los medios de propiedad privada

monitorear el proceso de elaboración y debate democrático del proyecto para modificar la Ley Orgánica de Comunicación

exhortar a la Asamblea Nacional a que determine la fecha en la que se tratará el proyecto de ley para la modificación de la Ley Orgánica de Comunicación y que reforme el marco jurídico para garantizar la protección a los derechos de libertad de expresión y de prensa.

ESTADOS UNIDOS

CONSIDERANDO que el presidente Donald Trump ha intensificado sus agresiones verbales contra la credibilidad de los medios de comunicación y continúa refiriéndose a las publicaciones realizadas por prestigiosos medios de comunicación como "noticias falsas"

CONSIDERANDO que la retórica oficial contra la prensa coincide con un número alarmante de ataques físicos y amenazas a los periodistas

CONSIDERANDO que la hostilidad del gobierno federal repercute en acciones contra la prensa a nivel de gobiernos estatales

CONSIDERANDO que con sus acciones el gobierno con frecuencia entorpece la cobertura y el acceso de los medios de comunicación a información sobre asuntos gubernamentales y limita el acceso a funcionarios y registros públicos

CONSIDERANDO que sigue sin existir una Ley Escudo a nivel federal que proteja las fuentes periodísticas en caso de filtraciones y que el Departamento de Justicia ha manifestado abiertamente su oposición a este tipo de legislación y advirtió que investigará la divulgación de información clasificada en los medios

CONSIDERANDO que durante más de 200 años la Primera Enmienda de la Constitución de Estados Unidos ha sido un modelo de un respeto irrestricto a la libertad de expresión y la libertad de prensa

CONSIDERANDO que el Principio 1 de la Declaración de Chapultepec establece que no hay personas ni sociedades libres sin libertad de expresión y de prensa.

LA 73ª ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE:

Enviar una misión conjunta de directivos de la SIP y de Reporters Committee for Freedom of the Press, entre otras organizaciones que quieran sumarse, para reunirse con autoridades de Estados Unidos y expresarles la preocupación por los problemas que afectan el desempeño de la actividad periodística.

PERÚ

CONSIDERANDO que se han registrado una serie de proyectos legislativos sobre medios de comunicación y el ejercicio del periodismo por parte del partido opositor Fuerza Popular, entre ellos el que suscribió Héctor Becerril de Fuerza Popular y nueve congresistas de la misma bancada, propugnando que el 2% de sus ventas anuales de diarios se destine a un "fondo nacional del seguro social del canillita (Fonass-CAN)"

CONSIDERANDO que otro proyecto de ley Luis Galarreta y otros representantes de Fuerza Popular, dispone que el 30% de la programación diaria de la televisión estatal cubra a noticias de los tres poderes públicos

CONSIDERANDO que en mayo el presidente de la Comisión de Libertad de Prensa Roberto Rock expresó la preocupación de una misión de la SIP por "un activismo en el Congreso que ha generado al menos seis iniciativas de ley lesivas a la libertad de expresión"

CONSIDERANDO que en septiembre, se tomó la decisión de cambiar el nombre de la sala de conferencias del Congreso "Gustavo Mohme Llona" fundador del diario La República por el de "Héroes Defensores de la Democracia" fue percibida por algunos sectores como una represalia

CONSIDERANDO que el presidente del congreso Luis Galarreta hizo un llamado a las empresas comerciales para que retiren sus avisos de publicidad y auspicio al periodista Rafael León y la revista Caretas, en represalia por su columna "La China Tudela" en la que critica a mujeres congresistas

CONSIDERANDO que la demanda formulada por el Grupo La República, presentada el 12 de marzo de 2014 por la adquisición del Grupo EPENSA por el Grupo El Comercio, ha superado los plazos establecidos

CONSIDERANDO que el Principio 6 de la Declaración de Chapultepec establece que "los medios de comunicación y los periodistas no deben ser objeto de discriminaciones o favores en razón de lo que escriban o digan".

LA 73 ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

exhortar a los congresistas, en especial a los de la bancada de Fuerza Popular, a retirar proyectos de ley que limiten el ejercicio periodístico o imponen restricciones de contenidos a los medios

exigir al presidente del Congreso que se retracte en relación a empresas privadas para que boicoteen medios con contenidos críticos que le sean incómodos, además de rever el cambio de nombre de la sala de conferencias del Congreso

instar al Poder Judicial la resolución de la controversia entre el Grupo La República, Grupo Epena y Grupo El Comercio, ya que han pasado más de tres años sin avances en el conflicto.

VENEZUELA I

CONSIDERANDO que el gobierno ha venido utilizando un mecanismo de persecución y presión sobre los periodistas, directivos de Medios independientes y sectores políticos y sociales de oposición, el cual consiste en impedir o restringir la asignación, entrega o renovación de pasaportes y otros instrumentos de identificación personal, de tal manera que mediante tal mecanismo se impide no sólo la movilización de dichas personas sino que adicionalmente se les violenta su derecho a la identificación y a detentar una nacionalidad

CONSIDERANDO que el mecanismo de persecución, presión y exclusión aquí expuesto violenta abiertamente las garantías y derechos consagrados en los más importantes instrumentos internacionales en materia de derechos humanos, tales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos (art. 6), la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, la Convención Americana sobre Derechos Humanos (art. 22) y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de la ONU (art. 12)

CONSIDERANDO que este mecanismo violenta el derecho al reconocimiento de la personalidad jurídica de los seres humanos en todas partes y afecta el derecho a la libre circulación y residencia reconocidos en los instrumentos internacionales antes mencionados

CONSIDERANDO que este mecanismo busca impedir el libre flujo de la información, propiciando la autocensura de los periodistas y directivos de medios independientes por temor a perder sus documentos de identidad, y que esta forma indirecta de censura es violatoria del art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y del Art. 13 Convención Americana sobre Derechos Humanos.

LA 73 ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

condenar esta práctica violatoria de los Derechos Humanos y denunciar esta situación ante los Organismos Internacionales competentes incluyendo a la Organización de Naciones Unidas (ONU) y la Organización de Estados Americanos (OEA)

instar al gobierno venezolano a cesar de inmediato esta práctica

solicitar la solidaridad de los demás países para proteger, dentro de sus normas jurídicas aplicables, a quienes sean sujetos pasivos de estas prácticas ilegales y violatorias de sus Derechos Humanos.

VENEZUELA II

CONSIDERANDO que el informe presentado ante la 73ª Asamblea General de la SIP sobre la situación en Venezuela dejó constancia de que en el último año se han registrado 887 violaciones a la libertad de expresión, 778 casos de agresiones físicas a periodistas y 613 victimarios de los cuerpos de seguridad del Estado o de simpatizantes oficialistas y grupos paramilitares que actúan bajo la protección del gobierno

CONSIDERANDO que el gobierno continúa en su política sistemática contra el ejercicio libre del periodismo, auspiciando o tolerando ataques físicos contra periodistas independientes y violando de manera constante el derecho a la libertad de expresión de sus ciudadanos

CONSIDERANDO que estas acciones y hechos constituyen una abierta violación a las garantías y derechos consagrados en los más importantes instrumentos internacionales en materia de derechos humanos, tales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, la Convención Americana sobre Derechos Humanos y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de la ONU

CONSIDERANDO que el 25 de agosto la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela (Conatel) notificó a la estación de radio "Emisora Caracas 92.9 FM" la decisión de no renovar la concesión y los permisos de operación y ordenó apagar el transmisor y los enlaces de la estación sin que se hubiese abierto un procedimiento administrativo

CONSIDERANDO que Conatel alega que la concesión se habría vencido hace ocho años, período en el cual la emisora continuó operando, pagando sus tributos y cumpliendo con todas sus obligaciones

CONSIDERANDO que la Emisora Caracas 92.9 FM, estación hermana de Radio Caracas Radio 750 AM a la que recientemente Conatel abrió un nuevo procedimiento administrativo de sanción, forma parte del grupo de empresas a las que pertenece Radio Caracas Televisión (RCTV), cerrado por el régimen en 2007 y de RCTV internacional, canal de cable clausurado por el gobierno en 2010

CONSIDERANDO que el gobierno no sólo se niega a cumplir las sentencias de la Corte Interamericana de Derechos Humanos de la OEA que ordenó: (i) detener los ataques a los periodistas de RCTV y compensarlos por los daños causados y (ii) restituir la señal de televisión de RCTV, sino que también cierra una de sus emisoras de radio en retaliación por la línea editorial independiente y por las denuncias de Radio Caracas Radio contra el gobierno

CONSIDERANDO que el 25 de agosto Conatel también cerró la emisora independiente MAGICA 99.1 FM en Caracas y prohibió la difusión en Venezuela de los canales RCNTV y Caracol de Colombia

CONSIDERANDO que el gobierno ha manipulado la distribución y venta de papel periódico para impedir la circulación de diarios críticos a su gestión y ha clausurado un número significativo de estaciones de televisión y radio privadas (RCTV, CNN, NTN24 y varias emisoras del Circuito Nacional Belfort, entre otras), con el propósito de silenciar voces disidentes y eliminar el derecho a la libertad de expresión como parte de la estrategia del régimen para seguir actuando al margen del estado de derecho, de la Constitución, de tratados internacionales en materia de derechos humanos y de los más elementales principios democráticos.

LA 73ª ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

condenar la política sistemática del gobierno de Venezuela contra el ejercicio libre del periodismo y la violación constante a los derechos humanos

condenar el cierre y sanciones ilegales contra los medios de comunicación independientes

solicitar a la Organización de los Estados Americanos (OEA) a que, mediante sus instrumentos institucionales, diplomáticos y legales, exhorte al gobierno venezolano a que cumpla con sus compromisos internacionales, respete los derechos humanos, acate las decisiones emitidas por la Corte Interamericana de Derechos Humanos y restituya la señal a los medios impedidos de transmitir en el territorio

denunciar esta situación ante los organismos internacionales competentes incluyendo a la Organización de Naciones Unidas (ONU) y la OEA.

ACCESO A LA INFORMACIÓN

CONSIDERANDO que en Argentina, mediante un decreto Ejecutivo reglamentario fue modificada la Ley de Acceso a la Información Pública, sancionada el año pasado, otorgando a la Jefatura de Gabinete de la Nación la facultad de diseñar la estructura orgánica

CONSIDERANDO que en Barbados, a nueve años de la redacción del proyecto de Ley de Acceso a la Información, aún no se ha presentado al Parlamento; y que en Jamaica se dificulta el acceso de los periodistas a los funcionarios, incluido el Primer Ministro

CONSIDERANDO que en Costa Rica el proyecto de Ley de Acceso a la Información Pública establece excepciones al derecho de acceso a la información en casos no contemplados en la actualidad, como las políticas monetarias y fiscales "en etapa previa a su ejecución"

CONSIDERANDO que en Estados Unidos los periodistas afrontan dificultades para acceder a miembros del gobierno, así como a los registros públicos; y que varias oficinas federales quitaron información de sus portales, en contraposición a las leyes de acceso a la información y transparencia

CONSIDERANDO que en Honduras continúan vigentes leyes que restringen el acceso a la información pública, como la Ley para la Clasificación de Documentos Públicos Relacionados con la Seguridad y Defensa Nacional" y la Ley de Inteligencia Nacional.

CONSIDERANDO que en Nicaragua el gobierno restringe el acceso a todas las fuentes de información pública; y que no se cumple con la Ley de Acceso a la Información, reduciéndola a letra muerta

CONSIDERANDO que en República Dominicana se están imponiendo trabas al cumplimiento de la ley general de libre acceso a la información pública, en vigencia hace 13 años, y que no se cumple con el mandato de la ley

CONSIDERANDO que en Venezuela el gobierno crea nuevos mecanismos para limitar, aún más, el acceso a la información pública

CONSIDERANDO que la Declaración de Chapultepec establece en su tercer principio que: "Las autoridades deben estar legalmente obligadas a poner a disposición de los ciudadanos, en forma oportuna y equitativa, la información generada por el sector público".

LA 73ª ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

exhortar a los países de las Américas que restringen las leyes de acceso a la información pública, a la suspensión de esas prácticas y el cumplimiento de los contenidos de los estatutos

urgir a que las reformas a una ley estratégica para la transparencia y la dinámica institucional en Argentina sean debatidas en el ámbito legislativo

instar a las autoridades de Barbados a avanzar en la discusión y aprobación de la Ley de Acceso a la Información; y en Jamaica a promover una actitud de inclusión para que los periodistas puedan realizar sin restricciones su trabajo informativo

pedir a las autoridades de Costa Rica la evaluación detenida de los cambios propuestos en la iniciativa a fin de garantizar la amplitud del derecho

rechazar las restricciones al acceso a la información que vienen padeciendo los periodistas y medios de comunicación en Estados Unidos

instar a las autoridades de Honduras a eliminar las disposiciones contrarias a los principios de libertad de prensa y de acceso a la información pública

condenar en Nicaragua el control gubernamental de la información y la monopolización oficialista de medios de comunicación independientes y el cierre de los accesos a todas las fuentes de información del gobierno

instar a las autoridades de República Dominicana a promover el ejercicio de una cultura de transparencia; y que se cree un órgano autónomo, independiente y con facultades y competencias especiales para que ejerza la función de control, socialización y difusión del derecho de acceso a la información pública

cenurar en Venezuela la política del gobierno que niega el acceso a la información pública, afectando gravemente el derecho a la libertad de expresión.

DESASTRES NATURALES

CONSIDERANDO que durante el último semestre una serie de fenómenos naturales golpearon a varios países de las Américas en forma de huracanes y terremotos que generaron centenares de muertos y miles de damnificados, convirtiendo a 2017 en un año trágico para el hemisferio

CONSIDERANDO que el huracán "Harvey" fue catalogado como el peor huracán que golpeó a Estados Unidos desde "Katrina" en 2005, cobrando la vida de al menos 88 personas, con 300.000 hogares y negocios en Texas destruidos o dañados

CONSIDERANDO que el paso del huracán "Irma" por el Caribe dejó como saldo al menos 25 fallecidos, la destrucción de la isla Barbuda en un 90%, 600.000 personas sin servicio eléctrico en Puerto Rico, más de 11.000 damnificados en Cuba, inundaciones en los Cayos de la Florida y graves destrozos en ciudades como Orlando y Tampa, y la muerte de al menos 19 personas

CONSIDERANDO que el huracán "María" causó 3 muertes en República Dominicana y 43 en Puerto Rico

CONSIDERANDO que el huracán "Nate" dejó al menos 32 fallecidos Nicaragua, Costa Rica, Honduras, Guatemala, Panamá y El Salvador

CONSIDERANDO que México sufrió dos de los más poderosos terremotos que dejó 471 fallecidos y, según el gobierno, más de 12 millones de afectados

CONSIDERANDO que los periodistas tuvieron que enfrentar las dificultades propias de estas catástrofes que afectaron también a sus familias y a sus medios de comunicación.

LA 73 ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

expresar un especial reconocimiento y muestras de solidaridad a todos aquellos periodistas, reporteros, fotógrafos, camarógrafos y productores que haciendo a un lado dificultades -como vías cerradas, servicios básicos cortados, escasez de comida y agua - mantuvieron su espíritu y priorizaron la cobertura de los desastres Invitar a los medios de comunicación en el hemisferio a establecer guías y protocolos en caso de tragedias para que la cobertura se desarrolle de manera más organizada.

IMPUNIDAD – ASESINADOS

CONSIDERANDO que desde abril de 2017 a la fecha han sido asesinados 10 periodistas en la región: siete en México y tres en Honduras

CONSIDERANDO que Édgar Daniel Esqueda Castro, fotoperiodista de los medios Vox Populi y Metrópoli San Luis, de San Luis Potosí, San Luis Potosí, México, fue secuestrado el 5 de octubre y su cadáver fue hallado al día siguiente

CONSIDERANDO que Osmín Antonio España, del programa televisivo humorístico y de sátira política "El Show del Príncipe", sufrió un atentado en Santa Rosa de Copán, Honduras, el 4 de octubre, falleciendo al día siguiente

CONSIDERANDO que Carlos Williams Flores, quien laboraba en el Canal 22 y conducía el programa "Sin pelos en la lengua", en Cuyamel, departamento de Cortés, Honduras, fue asesinado el 13 de septiembre

CONSIDERANDO que Juan Carlos Hernández, colaborador fotógrafo y auxiliar de redacción en el portal La Bandera Noticias, en Yuririra, Guanajuato, México, fue asesinado el 5 de septiembre

CONSIDERANDO que Cándido Ríos, reportero del Diario de Acayucan, Acayucan, Veracruz, México, fue asesinado el 22 de agosto

CONSIDERANDO que Salvador Adame Pardo, fundador y director general del portal Canal 6 Media TV, en Francisco J. Múgica, Michoacán, México, fue secuestrado el 18 de mayo y su cadáver fue hallado el 26 de junio

CONSIDERANDO que Víctor Fúnez, quien dirigía el programa Informe Nocturno de canal 45 TV de La Ceiba, Atlántida, Honduras, fue asesinado el 15 de junio

CONSIDERANDO que Javier Valdez, corresponsal de La Jornada y cofundador del semanario Río Doce en Culiacán, Sinaloa, México, fue asesinado el 15 de mayo

CONSIDERANDO que Jonathan Rodríguez, reportero del semanario El Costeño en Autlán, Jalisco, México, fue asesinado el 15 de mayo

CONSIDERANDO que Maximino Rodríguez Palacios, periodista del portal Colectivo Perica y autor de la columna "Es mi opinión", La Paz, Baja California, Sur, México, fue asesinado el 14 de abril

CONSIDERANDO que fueron condenados los asesinos materiales de los periodistas Flor Alba Núñez en Colombia; y de Danilo López y Francisco Salazar en Guatemala

CONSIDERANDO que en Colombia prescribieron dos casos de periodistas, los de Santiago Rodríguez Villalba, el 2 de febrero y de Freddy Elles Ahumada, el 18 de marzo, y se teme que también caducarán los de Alejandro Jaramillo Barbosa, el 24 de octubre; Francisco Castro Menco, el 8 de noviembre y Jairo Elías Márquez Gallego, el 20 de noviembre

CONSIDERANDO que el caso de Gerardo Bedoya, asesinado el 20 de marzo de 1997 en Colombia, fue declarado el 2 de marzo como crimen de lesa humanidad, evitando así su prescripción; y que el Estado se mostró anuente a iniciar un diálogo con la SIP para alcanzar un acuerdo de solución amistosa

CONSIDERANDO que el alto nivel de impunidad en Perú se manifiesta en uno de los casos más emblemáticos, el de Hugo Bustíos, corresponsal en Ayacucho de la revista Caretas, asesinado el 24 de noviembre de 1988 y por el cual fue acusado como autor intelectual el ex ministro del Interior Daniel Urresti

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

LA 73 ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

condenar los asesinatos de los periodistas Édgar Daniel Esqueda Castro, Juan Carlos Hernández, Cándido Ríos, Salvador Adame Pardo, Javier Valdez, Jonathan

Rodríguez y Maximino Rodríguez Palacios en México, y los de Carlos Williams Flores, Víctor Fúnez y Osmín Antonio España en Honduras Insistir a los gobiernos y autoridades de México y Honduras a que cumplan con su responsabilidad de investigar, identificar a los responsables materiales e intelectuales y aplicar las sanciones correspondientes a los involucrados en estos crímenes

subrayar que el asesinato de periodistas y trabajadores de medios de comunicación constituye una forma extrema de censura y que la falta de justicia e impunidad incentiva otros actos de violencia, conduciendo a la autocensura como mecanismo de defensa y generando un efecto inhibitorio en el ejercicio de la libertad de expresión, según lo han establecido organismos internacionales

instar a las autoridades de Colombia y Guatemala a continuar las investigaciones en los casos de Flor Alba Núñez, Danilo López y Francisco Salazar, hasta identificar, juzgar y sancionar a los instigadores de esos crímenes

hacer un llamado al Estado de Colombia a cumplir su compromiso público de alcanzar justicia por los crímenes contra periodistas a fin de evitar que venzan los plazos penales para dictar sanciones dejando estos asesinatos en la total impunidad

expresar satisfacción por la declaratoria de crimen de lesa humanidad en el caso de Gerardo Bedoya y aceptar la propuesta del Estado de Colombia para iniciar un diálogo que conduzca a la búsqueda de un acuerdo de solución amistosa

exhortar a las autoridades en Perú a dar identificar y juzgar a todos los involucrados en el asesinato de Hugo Bustíos, y a poner en marcha los mecanismos necesarios para reducir los índices de impunidad en esos crímenes

reiterar que la solidaridad y la denuncia oportuna es uno de los principales antidotos para contrarrestar la violencia y los asesinatos contra periodistas.

IMPUNIDAD – BRASIL

CONSIDERANDO que, de los cinco acusados por el asesinato del periodista Décio Sá, ocurrido el 23 de abril de 2012 en Maranhão, solamente dos fueron condenados

CONSIDERANDO que los acusados por el asesinato del periodista deportivo Valério Luiz de Oliveira, ocurrido el 5 de julio de 2012 en el Estado de Goiás, aguardan por el juicio de apelación de la sentencia ante el Supremo Tribunal Federal, antes de ser llevados al jurado popular; que fueron acusados por el crimen Mauricio Sampaio, Urbano de Carvalho Malta, Marcus Vinícius Pereira Xavier, Ademá Figueredo y Djalma da Silva

CONSIDERANDO que permanecen impunes los asesinatos de Reinaldo Coutinho da Silva, ocurrido el 29 de agosto de 1995, en São Gonçalo, Río de Janeiro; Edgar Lopes de Faria, ocurrido el 29 de octubre de 1997 en Campo Grande, Mato Grosso do Sul, y José Carlos Mesquita, ocurrido el 10 de marzo de 1998 en Ouro Preto del Oeste, Rondônia; así como el asesinato de Luiz Otávio Monteiro, ocurrido el 29 de diciembre de 1988 en Manaus, Amazonas

CONSIDERANDO que se trasladó, del 16 al 23 de octubre de 2017, el juicio del exalcalde de la ciudad paraguaya de Ypejhú, Vilmar Acosta Marques, el Neneco, acusado haber ordenado el asesinato del periodista Pablo Medina y Antonia Almada el 15 de octubre de 2014 en Villa Ygatimi, en Paraguay, frontera con Mato Grosso do Sul; que Flavio Acosta Riveros, sobrino de Neneco y uno de los presuntos pistoleros que ejecutaron a Pablo Medina, está preso en Brasil, y que la Justicia de Paraguay aguarda su extradición; y que Wilson Acosta Marques, hermano de Neneco y que habría sido el autor de los disparos, sigue prófugo; que el crimen habría ocurrido en represalia por los reportajes de Medina que vinculaban al entonces alcalde al tráfico de drogas

CONSIDERANDO que activistas de los medios, periodistas, fotógrafos, comunicadores comunitarios, comunicadores de periferia, periodistas radiales y blogueros han sufrido amenazas, intimidaciones, intentos de censura y agresiones por parte de autoridades, políticos, manifestantes, criminales, policías militares y fuerzas de represión

CONSIDERANDO que aún esperan su evaluación o votación proyectos de ley en el Senado y en la Cámara de Diputados para federalizar los crímenes contra comunicadores y ampliar las penas para sus asesinos; entre ellos, el Proyecto de Ley del Senado (PLS) 329/2016, del senador licenciado Acir Gurgacz, que transforma en crimen abominable el homicidio de periodistas en razón de su profesión, para el que fue designado el relator senador Hélio José, y que se encuentra en la Comisión de Constitución, Justicia y Ciudadanía; el Proyecto de Ley n° 7107/2014, del diputado Domingos Sávio, que clasifica como abominable el crimen cometido contra la vida, la seguridad y la integridad física del periodista y profesional de prensa en el ejercicio de su actividad, y que está desde el 12 de marzo de 2015 en la Comisión de Constitución y Justicia y de Ciudadanía, y ha sido designado como ponente Ronaldo Fonseca; el Proyecto de Ley 191/2015, del diputado Vicentinho, que modifica la Ley 10.446 de 8 de mayo de 2002 para disponer sobre la participación de la Policía Federal en la investigación de crímenes en que haya existido omisión o ineficiencia de las esferas competentes y en crímenes contra la actividad periodística, que está en la Comisión de Constitución y Justicia y de Ciudadanía de la Cámara aguardando designación de ponente

CONSIDERANDO que aguarda votación desde 2015 el Proyecto de Ley del Senado (PLS) n° 743/2011, de autoría del senador Marcelo Crivella, que tiene como ponente al senador Paulo Paim; que el PLS 699/2011, de autoría del exsenador Vital do Rêgo, está bajo análisis por la ponente senadora Simone Tebet; que el PL 2658/2011, del Sr. Lindomar Garçon, espera el dictamen del ponente en la Comisión de Seguridad Pública y Lucha contra el crimen organizado; que todos tratan de la obligatoriedad de las empresas de comunicación de garantizar el uso de chalecos antibalas y demás equipos de protección individual para los profesionales del periodismo en coberturas que impliquen riesgos

CONSIDERANDO que no se cumplió totalmente el acuerdo amistoso entre el gobierno brasileño y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos referente al asesinato del periodista Manoel Leal de Oliveira, ocurrido el 14 de enero de 1998 en Itabuna, Bahía, que preveía la reapertura de caso con el objetivo de identificar y castigar a los autores intelectuales del crimen

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

LA 73 ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

solicitar el castigo de pistoleros, intermediarios y autores intelectuales de los asesinatos de comunicadores en el ejercicio de la profesión

demandar que se garantice el derecho de los profesionales de comunicación, incluidos comunicadores de periferia o comunitarios, blogueros y activistas de los medios, de ejercer su trabajo con seguridad, sin agresiones de ningún tipo por parte de policías civiles y militares, fuerzas de seguridad o represión

solicitar que se brinde todo el apoyo para la aprobación de una ley que garantice la federalización de los crímenes contra comunicadores asesinados en el ejercicio de la

profesión en caso de omisión o ineficiencia de las esferas competentes o de presión sobre testigos y autoridades locales

demandar el cumplimiento inmediato del acuerdo amistoso con la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) para el castigo de los autores intelectuales del asesinato en 1998 del periodista Manoel Leal de Oliveira, de Itabuna, Bahia, a fin de que se le considere un caso ejemplar en la lucha contra la impunidad y contra el cercenamiento de la libertad de expresión y comunicación.

IMPUNIDAD – CORTE IDH – CASO NELSON CARVAJAL

CONSIDERANDO que el 22 y 23 de agosto la SIP junto a la Robert F. Kennedy Human Rights (RFK Human Rights) litigaron en la sede de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH) en San José, Costa Rica, por el caso de asesinato del periodista colombiano Nelson Carvajal Carvajal

CONSIDERANDO que Nelson Carvajal Carvajal, asesinado el 16 de abril de 1998, era director del Noticiero Momento Regional y de las revistas radiales Mirador de la Semana, Amanecer en el Campo y Tribuna Médica de la emisora Radio Sur de RCN Radio, en Pitalito, departamento del Huila y también se desempeñaba como docente de la escuela local Los Pinos

CONSIDERANDO que tras su asesinato, la Unidad de Respuesta Rápida de la SIP en Colombia investigó el homicidio y presentó el caso ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) en 2002, organismo que en 2015 lo remitió a la Corte IDH por considerar que existían elementos de convicción suficientes para concluir que el crimen habría sido cometido para silenciar su trabajo como periodista en la revelación de supuestos actos ilícitos

CONSIDERANDO que durante la audiencia pública del 22 y 23 de agosto estuvieron presentes ante la Corte IDH la hermana del periodista asesinado, Judith Carvajal Carvajal; los abogados Angelita Baeyens y Wade McMullen del equipo legal del RFK Human Rights y el director ejecutivo de la SIP, Ricardo Trotti; así como los representantes de la CIDH, el relator especial para la Libertad de Expresión, Edison Lanza y la asesora Tatiana Guati Teubne

CONSIDERANDO que 16 familiares del periodista enviaron a la Corte IDH sus testimonios sobre cómo fueron afectados por el asesinato, así como Carlos Lauría, ex coordinador del Comité para la Protección de los Periodistas, fue testigo experto por transmisión en video, y que se presentaron testimonios por escrito de los peritos Germán Rey, investigador e historiador; Pedro Vaca, abogado y director de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP); Guillermo Puyana, abogado y Diana Calderón, periodista investigativa

CONSIDERANDO que 13 asociaciones nacionales de prensa de las Américas, la red IFEX integrada por 115 organizaciones de 70 países y la Comisión Nacional de los Derechos Humanos de México, enviaron tres *amicus curiae* a la Corte IDH en apoyo al caso; que las organizaciones regionales firmantes fueron la Asociación Colombiana de Editores de Diarios y Medios Informativos (Andiarios), Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (Adepa), Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR), Asociación Nacional de la Prensa (ANP), Bolivia; Asociación Nacional de la Prensa (ANP), Chile; Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), Consejo de la Prensa Peruana (CPP), Foro de Periodismo Argentino (Fopea), Fórum de Periodistas por las Libertades de Expresión e Información, Panamá; Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios), Ecuador; Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), Fundación Libertad de Expresión y Democracia (Fundación LED), Argentina y el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS), Perú

CONSIDERANDO que el caso Carvajal Carvajal corre el peligro de que la acción penal prescriba en Colombia en abril de 2018, a 20 años del homicidio, enviando un mensaje de que no hay consecuencias por asesinar a periodistas

CONSIDERANDO que la audiencia en la Corte IDH estuvo presidida por los jueces Eduardo Ferrer Mac-Gregor Poisot de México; Patricio Pazmiño Freire de Ecuador, Elizabeth Odio Benito de Costa Rica, Eugenio Raúl Zaffaroni de Argentina) y Eduardo Vio Grossi de Chile, quienes estuvieron acompañados por el secretario de la Corte IDH Pablo Saavedra Alessandri de Chile y la secretaria adjunta Emilia Segares Rodríguez de Costa Rica

CONSIDERANDO que la Fundación John S. y James L. knight ha sido fundamental para investigar este y otros casos impunes de asesinato de periodistas en las Américas

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

LA 73 ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

expresar la confianza de la SIP de que el fallo de los jueces de la Corte IDH, previsto para principios de 2018, recompense a los familiares e incentive la creación de políticas públicas tendientes a combatir la violencia y la impunidad

instar al Estado de Colombia a tomar las medidas necesarias para que el término de prescripción no sea un obstáculo para que la investigación penal conduzca a la individualización, juzgamiento y sanción de los autores materiales e intelectuales del asesinato

Agradecer a la familia Carvajal Carvajal su confianza en la SIP para continuar con el caso ante la CIDH y la Corte IDH, así como el respaldo de la Fundación John S. y James L. knight para realizar la investigación, a la RFK Human Rights por su entrega como co-representante legal y a los peritos, organizaciones de prensa y de derechos humanos que aportaron sus conocimientos para afianzar el caso ante el tribunal.

IMPUNIDAD – MÉXICO

CONSIDERANDO que en este momento los estados que son más peligrosos para ejercer el periodismo, por el deterioro en el entorno de seguridad y el miedo que prevalece ante las constantes amenazas que reciben los informadores son: Tabasco, Michoacán, Zacatecas, Quintana Roo, Guanajuato, Veracruz, Tamaulipas y San Luis Potosí, sin que las autoridades federales y estatales modifiquen esta situación y garanticen un ejercicio libre y sin miedo por parte de los informadores

CONSIDERANDO que este año ha sido uno de los más violentos para el ejercicio periodístico, no sólo por los asesinatos de los informadores, sino porque las amenazas han provocado que, por miedo, periodistas abandonen sus lugares de residencia o su profesión, o se vean obligados a supeditarse a las órdenes de organizaciones criminales, ante la inacción de las autoridades de protegerlos, ya sea por estar vinculados con grupos criminales o por negligencia

CONSIDERANDO que las autoridades estatales y federales han hecho caso omiso a la exigencia de justicia y verdad en los crímenes y desapariciones de periodistas, por lo que sigue creciendo el número de estados del país en los que prevalece la impunidad en las investigaciones reportándose en 23 de los 32 estados mexicanos, lo que representa el 72% del territorio, tal es el caso de Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Coahuila, Durango, estado de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas y Veracruz

CONSIDERANDO que en México prevalece la impunidad y que las autoridades han apostado al olvido, al permitir que prescriban 14 casos de periodistas asesinados o desaparecidos, a los que no se ha hecho justicia Ezequiel Huerta Acosta (Coahuila 1989); Felipe González Hernández (estado de México 1987); Alberto Ruvalcaba Torres (Jalisco 1989); Lázaro Cárdenas (Michoacán 1991); Alejandro Campos Moreno (Morelos 1991); Jesús Michel Jacobo y Manuel Burgueño Orduño (Sinaloa 1987 y 1988, respectivamente); Jessica Elizalde de León (Chihuahua 1993); Cuauhtémoc Ornelas Ocampo (desaparecido en Coahuila 1995); Abel Bueno León (Guerrero 1997); Margarito Morales Ramírez (Jalisco 1997); Enrique Peralta Torres y José Luis Rojas (Morelos 1994), y Benjamín Flores (Sonora 1997), por lo que es necesario que el Estado ofrezca una disculpa pública en la que se reconozca es su responsabilidad la ausencia de justicia en estos casos

CONSIDERANDO que es indispensable evaluar de forma y profunda el trabajo desarrollado hasta ahora por la Fiscalía Especial para la Atención de Delitos cometidos contra de la Libertad de Expresión (FEADLE), de la Procuraduría General de la República, y las fiscalías estatales, por sus deficientes resultados y falta de transparencia que, después de 11 años de haber sido creada la primera no se ha frenado la impunidad y, por el contrario, ésta ha incrementado

CONSIDERANDO que la SIP ha presentado ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos los casos de Héctor Félix Miranda, Víctor Manuel Oropeza, Alfredo Jiménez Mota, Francisco Ortiz Franco y Benjamín Flores González, sin que hasta la fecha el Estado mexicano hubiera atendido ninguna de las resoluciones emitidas por el organismo, mostrando falta de voluntad para que no continúen estos crímenes en la impunidad

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

LA 73 ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

pedir al Estado que atienda con determinación, prontitud y de forma integral, y coordinada los casos de violencia contra periodistas y medios de comunicación, y de forma urgente las resoluciones de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos; así como se ofrezca una disculpa pública de los casos que ya han prescrito y en los que por su responsabilidad no existe justicia

solicitar al gobierno que evalúe y revise el trabajo de las fiscalías y del sistema de protección a periodistas, para que los encabezen las personas adecuadas, se les dote de recursos económicos y técnicos que garanticen un trabajo eficaz a favor de los periodistas y medios de comunicación.

AGRADECIMIENTOS

CONSIDERANDO que el Comité Anffitrión encabezado por el presidente de la SIP, Matthew Sanders, Deseret Digital Media y Ryan Stephens y Sara Lewis, también de Deseret Digital Media, e integrado además por Derek Miller, World Trade Center de Utah; Frank Roth, Oficina de Desarrollo Económico del Gobernador de Utah; David Utrilla, Cónsul de Perú en Utah; Elke Opsahl, Visit Salt Lake City; Keith Atkinson, Iglesia de los Santos de los Últimos Días; Ed Carter, Brigham Young University; Baldomero Lago, Utah Valley University y Kadee Duclos, Utah Media Group, trabajó con dedicación por el éxito de nuestra asamblea y ofreció su hospitalidad para propiciar un ambiente y de intercambio cultural y de camaradería

CONSIDERANDO que las siguientes empresas, instituciones y personas, Deseret Management Corporation, la Fundación de la Iglesia de Jesucristo los Santos de los Últimos Días, Edward Seaton, Google, Protecmedia, doTerra, Matthew and Jennifer Sanders, Elizabeth Ballantine, Arc Publishing/The Washington Post, Xinhua, Brandforge, World Trade Center Utah, ie Business School, Reliable Controls Corporaton, Family Search, Hispano Post y Western Governors University, ofrecieron generosos patrocinios para permitir el éxito de la reunión

CONSIDERANDO que el Vicegobernador del estado de Utah, Spencer J. Cox, dedicó palabras de amistad y solidaridad con la prensa durante la ceremonia de inauguración, y que su presentación ante la asamblea estuvo a cargo de Matt Sanders, quien además rindió el informe de su presidencia

CONSIDERANDO que en el seminario del viernes titulado "Iniciativa integreidad de las noticias" el profesor Jeff Jarvis, del Centro de Periodismo Empresarial de la Universidad CITY de Nueva York, junto a Rosental Alves de la Universidad de Texas en Austin, ofrecieron una interesante y amena sesión con la que se inició el programa oficial de la 73 Asamblea General

CONSIDERANDO que en la segunda sesión del día de seminarios, Davis Smith de Cotopaxi, Salt Lake City, Utah y Gabriel Wurcel, Philip Morris International de Nueva York, hablaron sobre cómo repensar y renombrar la imagen de las empresas de medios de comunicación en base a un mercadeo estratégico y creativo en plataformas digitales y que Brad Thatcher, de Thatcher + Co, de Nueva York, actuó como moderador';

CONSIDERANDO que la empresa que estuvo al frente del Comité Anffitrión, Deseret Digital Media, destacó a sus ejecutivos Eric Bright, de KSL Marketplaces; Laura Montoya de BrandForge y Saúl Leal, de Global Business Development, para mostrar sus prácticas innovadoras durante el tercer seminario del viernes que, además fue moderado por Julio Aguirre, también de Deseret Digital Media

CONSIDERANDO que el último panel de la jornada, titulado "Las nuevas salas de redacción" intervinieron con mucho acierto Matt Monahan, de The Washington Post; José Luis Gómez Carpintero de Protecmedia, Madrid, España y que a continuación Jonas Rideout, de la empresa Piano, de Nueva York, hablaron sobre la tendencia en la industria del periodismo hacia el cobro por contenidos de calidad y que la sesión fue moderada por Ed McCullough de Miami, Florida

CONSIDERANDO que los participantes de la Asamblea fueron objeto de una elegante y amena recepción de bienvenida de parte del Comité Anffitrión en el Hotel Grand America de Salt Lake City

CONSIDERANDO que el sábado al mediodía el director ejecutivo de The Washington Post, Martin Baron, conversó con los asistentes sobre temas de actualidad y la ética y la credibilidad del periodismo y que como conductor de ese diálogo prestó su colaboración Doug Wilks, editor jefe de Deseret News, el principal diario de Salt Lake City

CONSIDERANDO que a durante el almuerzo el secretario general de la Organización de Estados Americanos, OEA, Luis Almagro, pronunció un elocuente discurso tras recibir el Gran Premio Libertad de Prensa de la SIP y que su presentación estuvo a cargo del expresidente de la Sociedad, Danilo Arbilla, Montevideo, Uruguay

CONSIDERANDO que luego de la presentación del informe sobre la situación de la libertad de prensa en Venezuela, el secretario general de la OEA expresó su solidaridad con la instauración y la vigencia de la democracia en esa nación

CONSIDERANDO que el catedrático de la prestigiosa Universidad de Northwestern en Evanston, Illinois, Pablo Boczkowski, ofreció los detalles de una investigación

sobre la percepción de los lectores ante las noticias que se publican sobre el presidente estadounidense Donald Trump y que, además, propició un ameno intercambio de ideas entre los participantes

CONSIDERANDO que el sábado por la noche el Elder D. Todd Christofferson, miembro del Quórum de los Doce Apóstoles de la Iglesia de Jesucristo y los Santos de los Últimos Días, dirigió a los delegados de la SIP un mensaje titulado "Fe, familia y libertad", como parte central de una cena ofrecida por el Comité Anfitrión en la que se pudo compartir con camaradería

CONSIDERANDO que el domingo por la mañana los asistentes a la Asamblea fueron invitados a acudir a una presentación en su honor del mundialmente famoso Coro del Tabernáculo Mormón

CONSIDERANDO que el domingo al mediodía, los periodistas Gerardo Reyes de Univisión, Miami, Florida; Lourdes de Obaldía, La Prensa, de Ciudad Panamá, Panamá y Fabio Sales de O Estado de S. Paulo, São Paulo Brasil, protagonizaron un interesante intercambio sobre la investigación internacional sobre corrupción pública que ha revitalizado la importancia del periodismo de investigación en nuestro tiempo y que el moderador de la sesión fue Miguel Franjul, *Listín Diario*, Santo Domingo, República Dominicana

CONSIDERANDO que el primer panel sobre Ciberseguridad contó con la participación de un distinguido panel integrado por Michael Kaiser, National Cybersecurity Alliance, Washington, DC; Alison Treppel; OAS, Washington, DC y John McClurg, Cylance, Irvine, California

CONSIDERANDO que durante el almuerzo del domingo la SIP entregó el Premio Presidencial al legado de Gary Neelman y su esposa Rose Neeleman, quienes en 1988 ayudaron por primera vez a organizar la reunión anual de la SIP en Salt Lake City

CONSIDERANDO que en el segundo panel sobre Ciberseguridad se escucharon las presentaciones de los expertos Stephan Somogyi, Jigsaw/Google, Nueva York, N.Y.; Stephen Cobb, Cyber Security Mac Anti Virus, San Diego, California; Robert Jorgensen, Utah Valley University, Orem, Utah y Michael Kaiser, National Cybersecurity Alliance, Washington, DC

CONSIDERANDO que el domingo por la tarde Dany Bahar, Brookings Institution, Washington, DC; Moisés Rendón, Center for strategic & International Studies, Washington, DC; Miguel Henrique Otero, El Nacional, Caracas, Venezuela, con Idania Chirinos, NTN24.com, Bogotá, Colombia, como moderadora, ofrecieron diversos puntos de vista sobre la crisis de Venezuela, uno de los tópicos centrales de la Asamblea

CONSIDERANDO que la cena y ceremonia de entrega de premios del concurso Excelencia Periodística de la SIP se realizó en el Museo de Historia Natural de Salt Lake City y que el vicepresidente de la Comisión de Premios, Carlos Salinas, El Diario de Coahuila, Saltillo, México, encabezó ese acto que además contó con la presentación musical de Banda Rumba Libre

CONSIDERANDO que el lunes por la mañana un panel compuesto por: Javier Palomarez, US Hispanic Chamber of Commerce; Natalie Gochmour, The University of Utah y, como moderador, el presidente de la SIP, Matthew Sanders, abordó el tema sobre las nuevas relaciones comerciales entre el Norte y el Sur del hemisferio

CONSIDERANDO que durante el almuerzo del lunes el orador principal fue Laurent Cordier, director ejecutivo de Google Global Partnerships y que Fabricio Altamirano, El Diario de Hoy, San Salvador, El Salvador, tuvo a su cargo la presentación del ejecutivo

CONSIDERANDO que en la última presentación del programa, Paul Boyle, de News Media Alliance, Arlington, Virginia, disertó sobre la sustentabilidad de los medios de información frente al dominio que ejercen las empresas Google y Facebook sobre la monetización de los contenidos en Internet

CONSIDERANDO que la ceremonia de clausura tuvo lugar durante una cena recepción en el Hotel Little America en la que el nuevo presidente de la SIP, Gustavo Mohme, ofreció su discurso inaugural del próximo período

CONSIDERANDO que Carlos Jornet, *La Voz del Interior*, Argentina; Claudia Gurisatti, NTN24, Colombia; Oswaldo Quintana, RCTV, Venezuela; Daniel Dessein, *La Gaceta de Tucumán*, Argentina; Osmín Martínez, *Diario Las Américas*, Estados Unidos y Juan Pablo Illanes, *El Mercurio*, Chile; contribuyeron en la coordinación de la recopilación y edición de los informes, las resoluciones y conclusiones de la Asamblea.

CONSIDERANDO que todo el equipo de trabajo de la SIP conformado por Melba Jiménez, Paola Dirube, Martha Estrada, Alfonso Juárez y Horacio Ruiz ha efectuado un extraordinario trabajo durante el desarrollo de la asamblea

LA 73 ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP RESUELVE

expresar de parte del presidente, sus autoridades, directores y miembros, sus más profundos sentimientos de agradecimiento y aprecio a las personas y empresas que contribuyeron y apoyaron esta exitosa 73ª Asamblea General.

SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA

73^a ASAMBLEA GENERAL

SALT LAKE CITY, UTAH

27 A 30 DE OCTUBRE DE 2017

Informe de la Comisión de Libertad de Prensa e Información

País por País

*Informe oficial de la SIP
aprobado por la Asamblea General
el 30 de octubre de 2017*

ARGENTINA

En el país se registra un alto nivel de libertad de prensa. La industria de los medios atraviesa, como en buena parte del mundo, las vicisitudes de un cambio de paradigma tecnológico y económico que demanda nuevas respuestas para sostener el rol institucional de la prensa en el debate de la cosa pública y el escrutinio de los actos de gobierno.

Los medios enfrentan estos desafíos dentro de un clima de respeto por la diversidad de opiniones y el ejercicio de la crítica. Existen, no obstante, muestras de intolerancia, asignaturas pendientes y fenómenos nuevos para estar alertas.

El monitoreo del Foro de Periodismo Argentino y los informes de libertad de prensa de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas registraron más de 60 agresiones, amenazas o condicionamientos a periodistas o medios en lo que va del año. Los más preocupantes son los siguientes:

En abril, el Secretario de Comunicación de la provincia de Jujuy amenazó a una productora de Radio Universidad con la suspensión de pauta oficial a raíz de su enfoque periodístico.

A fines de ese mes, el fotógrafo de la Asociación de Trabajadores del Estado Jorge Riquelme sufrió una herida en su cabeza generada por parte de efectivos de la policía provincial durante la cobertura de una manifestación frente a la residencia de la gobernadora de la provincia de Santa Cruz.

En mayo, José Allende, dirigente gremial y diputado provincial por Entre Ríos, amenazó de muerte al periodista Martín Carbone, a raíz de sus denuncias al ministro de Salud de su provincia.

En junio, periodistas de Canal 12, Radio Mitre y Radio Continental fueron agredidos y amenazados por afiliados de la Unión Tranviarios del Automotor, durante la cobertura de un paro de actividades en la ciudad de Córdoba.

Dentro del mismo mes, el periodista radial Alejandro García denunció actos de intimidación pública con armas de fuego por parte de un policía del Comando de Patrullas de la localidad bonaerense de Gonnet, a raíz de sus denuncias sobre el accionar policial.

En julio, periodistas de Crónica TV y *La Nación* sufrieron golpes por parte de fuerzas policiales durante la cobertura del desalojo de una planta de la empresa Pepsico, en la localidad de Florida, provincia de Buenos Aires.

En agosto, una bomba molotov fue arrojada contra un móvil del diario *Jornada*, de la provincia de Chubut. El episodio aparentemente está conectado con protestas del grupo mapuche RAM, que protagonizó distintos hechos de violencia en el Sur y en la capital argentina. El *Grupo Jornada* sufrió distintos ataques por parte de este grupo en los últimos meses, como el corte de los tensores de la antena de su radio y pintadas intimidatorias en la fachada de su sede.

El 3 de octubre, el diputado nacional Axel Kicillof, del opositor Frente para la Victoria, sostuvo que los medios privados viven de la extorsión a los políticos. "La información es un bien público y por ello la debería brindar sólo el Estado, porque es el único que puede publicar información objetiva", dijo.

El 30 de septiembre, en marchas realizadas en distintos puntos del país por la desaparición del joven Santiago Maldonado, fueron agredidos periodistas de América, Crónica TV, C5N, TN, *Clarín* y medios locales de la provincia de Río Negro.

A raíz de la repetición de hechos de violencia contra periodistas, Adepa impulsó la inclusión de los trabajadores de prensa en un proyecto de ley que establece el agravamiento de penas a quienes atenten contra sus vidas. Aunque ciertos sectores exhiben preocupantes dosis de intolerancia, la sociedad celebró hace una semana elecciones legislativas precedidas por campañas políticas que se desarrollaron, en términos generales, dentro de un marco de convivencia cívica y altos niveles de libertad de expresión.

Las intimidaciones y ataques del narcotráfico constituyen un fenómeno en ascenso en el país. El 12 de octubre familiares de integrantes de la banda narcocriminal rosarina denominada Los Monos interrumpieron la presentación de un libro de investigación periodística referido al accionar de esa organización.

Pero fue a fines de julio cuando se llevó a cabo uno de los mayores atentados contra periodistas de todos los registrados en las últimas dos décadas, posteriores al asesinato de José Luis Cabezas. El periodista Jesús Báez do Nascimento, propietario de la radio FM Carretera 101, ubicada en San Antonio, provincia de Misiones, en la frontera con Brasil, recibió cuatro balazos en el abdomen y en uno de sus brazos, con el claro propósito de matarlo. Múltiples indicios sugieren que el ataque está relacionado a sectores del narcotráfico local y a las denuncias realizadas por Báez en su radio. Báez logró recuperarse y entró al protocolo de protección de periodistas implementado desde hace un año por el Ministerio de Seguridad de la Nación con el asesoramiento de organizaciones que nuclean a periodistas y a empresas de medios. Este protocolo fue activado para proteger a distintos periodistas en diversas oportunidades durante 2017.

Dos diarios porteños publicaron una solicitada firmada por un grupo de periodistas en solidaridad con su colega Horacio Verbitsky ante eventuales represalias gubernamentales por notas de este publicadas en el matutino *Página/12*. Otros colegas expresaron su desacuerdo con estas manifestaciones, señalando que la denuncia se apoya en versiones que no se tradujeron en acciones constatables que hayan afectado la libertad de expresión.

En materia de publicidad oficial, la autorregulación del Poder Ejecutivo en la asignación de esos recursos, con base en pautas objetivas, fue un paso relevante para evitar su uso discriminatorio y propagandístico, como también para transparentarlo. Pero todavía está pendiente la sanción de una ley que regule adecuadamente su distribución.

La Ley de Acceso a la Información Pública, sancionada el año pasado, fue uno de los hitos institucionales de la nueva gestión gubernamental y un gran paso en la agenda de libertad de expresión. Hubo, no obstante, modificaciones recientes y sustanciales a la norma, a través del decreto reglamentario correspondiente. El organismo de aplicación pierde, como estaba previsto en la normativa, la facultad de diseñar su estructura orgánicamente, quedando esta atribución bajo la órbita de la Jefatura de Gabinete de la Nación. Por otra parte, la puesta en marcha del organismo está supeditada a las atribuciones presupuestarias de la Jefatura de Gabinete. Se trata de reformas a una ley estratégica para la transparencia y la dinámica institucional que deberían debatirse en el ámbito legislativo con la amplitud y profundidad que demanda una norma de esa trascendencia.

La sanción de normas similares, siguen siendo asignaturas pendientes en la mayoría de las provincias argentinas.

BOLIVIA

El estigma social como instrumento de ataque verbal del gobierno y militantes del partido oficial contra medios de información, reporteros y camarógrafos genera preocupación porque ese mensaje se traduce en violencia contra el trabajo periodístico.

Calificativos como "oposición" y "cártel de la mentira" son empleados por funcionarios y políticos oficialistas para referirse a medios y periodistas independientes, con la finalidad de desviar la atención de denuncias de corrupción en diferentes niveles de gobierno, central y locales.

La Asociación Nacional de la Prensa de Bolivia (ANP) pidió respeto al trabajo de periodistas. Su Unidad de Monitoreo informó que en los primeros 10 meses del año se registraron agresiones frecuentes a reporteros, fotógrafos y camarógrafos que cubrían manifestaciones y protestas de sectores sociales. Las agresiones afectan a periodistas de medios independientes y gubernamentales.

A principios de agosto, un grupo de colonos y seguidores del presidente Evo Morales impidió el trabajo de periodistas en el Territorio Indígena Parque Nacional Isiboro Séure (TIPNIS), intimidándolos con presiones psicológicas y amenazas. Fueron afectados periodistas de los diarios *El Deber*, *Los Tiempos*, *Opinión* y de canales de TV y radioemisoras del departamento de Cochabamba que intentaban verificar la ejecución de obras viales mientras estaba vigente una norma de protección a la zona rica en biodiversidad.

El presidente Morales promulgó una ley que levantó la protección del TIPNIS, el 13 de agosto.

La periodista Beatriz Layme y el fotógrafo Álvaro Valero, ambos del diario *Página Siete*, salvaron su vida tras una persecución protagonizada por colonos afines al gobierno que apoyan la construcción de una carretera que atraviesa el TIPNIS. Los enviados recorrieron la zona entre el 13 y el 16 de agosto, y fueron víctimas de hostigamiento, amenazas y presiones psicológicas.

El periodista Agustín Mamani fue detenido el 29 de agosto, y su cámara fue decomisada por policías antimotines mientras cubría una manifestación de pobladores de una región agrícola que demandaban mejoras viales. No se le restituyó el equipo a pesar de las gestiones de la ANP. Mamani, detenido por 93 horas, también fue

imputado indebidamente por supuestos daños a bienes del municipio de La Paz.

El periodista Adolfo Yavarí sufrió un atentado en su domicilio en la ciudad de Villa Montes, en el departamento de Tarija, el 18 de septiembre. Un funcionario de la empresa local de agua le cerceó un dedo de un mordisco. El hecho se debería a una represalia por las denuncias del periodista sobre la contaminación del agua.

La ANP lideró una demanda para que se excluya a los periodistas y comunicadores del artículo de "mala práctica profesional" del proyecto del Código del Sistema Penal. En una reunión convocada por los presidentes de las cámaras legislativas, el 10 de octubre de 2017, se anunció la modificación en la redacción de la norma para no incluir a los periodistas.

En un acta de compromiso se ratificó el respeto al trabajo de la prensa de acuerdo a la Constitución Política del Estado y la Ley de Imprenta. Se acordó la redacción de un artículo que preserve la libre emisión del pensamiento y garantiza la circulación, emisión y difusión de medios impresos y el trabajo de otros medios audiovisuales, electrónicos o digitales.

BRASIL

En el año 2016 Brasil ocupó la séptima posición en el mundo en cuanto al número de periodistas asesinados. Durante 2016 fueron siete.

La buena noticia es que, hasta este momento, no ha habido ningún periodista asesinado durante 2017.

La disminución de los crímenes puede deberse a que este año no es electoral, principalmente las elecciones municipales cuando los ánimos se exaltan más. Pero también pudiera atribuirse al trabajo permanente de la Asociación Nacional de Periódicos (ANJ), de la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y de Televisión, (ABERT) y de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), que han acompañado los casos, exigiendo el escrutinio y el juicio, para de esta forma eliminar la impunidad.

Aquí cabe hacer un registro histórico y un reconocimiento: la práctica de acompañamiento de los casos de asesinato de periodistas en Brasil se debe a un excelente trabajo de la SIP, iniciado incluso antes de la fundación de las asociaciones nacionales, y ha servido de ejemplo al que las entidades han venido haciendo de manera regular.

En el período, también disminuyeron los casos contra la libertad de prensa, debido a la reducción de las grandes manifestaciones populares que venían ocurriendo en el país en los últimos años, cuando se registraron innumerables episodios de agresión a periodistas, tanto por parte de los manifestantes como de los policías. No hubo asesinato de periodistas.

No obstante, la intolerancia y falta de comprensión respecto del papel de la prensa en la sociedad democrática dieron lugar en los últimos meses a episodios de agresiones físicas y verbales, amenazas y detenciones injustificadas.

La Asociación Nacional de Diarios (ANJ) y la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión (ABERT) registraron desde principios de año 9 casos de agresión, 4 de amenazas, 5 de detenciones injustificadas y 2 de intimidación.

En este punto, cabe destacar de la Asociación Brasileña de Periodismo de Investigación (Abraji, por sus siglas en portugués) que acaba de presentar el "Proyecto Tim Lopes" para investigar el asesinato de periodistas, con el título "Quién mató, quién mandó a matar".

Las amenazas, agresiones o intimidaciones a periodistas en el ejercicio de su actividad profesional parten casi siempre de militantes políticos inconformes con el libre ejercicio del periodismo. Un caso emblemático ocurrió el 3 de junio con la periodista Miriam Leitão, columnista de O Globo, TV Globo, Globonews y Rádio CBN. Miriam fue insultada durante una hora y cuarenta minutos, tiempo que tomó el vuelo entre Brasilia y Río de Janeiro, por militantes de un partido político que habían asistido a un congreso de su partido en la capital. Miriam fue obligada a escuchar ofensas y amenazas motivadas por su actividad profesional.

Por otro lado, la policía brasileña prosigue con su truculencia y falta de preparación en su relación con los periodistas. Las cinco detenciones de periodistas registradas en 2017 por la ANJ, hasta ahora, no tuvieron justificación y no resultaron en ningún tipo de investigación o proceso. Se trató de casos de reporteros, fotógrafos o camarógrafos que trabajaban en el recuento de hechos periodísticos y fueron detenidos por policías inconformes con la perspectiva de que divulgaran su acción violenta o irrespetuosa con los ciudadanos. Las fiscalías —de la Unión y de los Estados— mostraron gran preocupación por la incapacidad de las autoridades policiales para tratar con los periodistas. Se realizaron seminarios y audiencias para debatir el tema y apuntar soluciones, como cursos para los policías y el establecimiento de reglas claras para la actuación policial durante manifestaciones públicas.

Resulta prometedor señalar que disminuyeron sensiblemente los casos de censura judicial. En el primer semestre de 2017 sólo hubo un caso de este tipo. En los últimos años, estos casos habían sido rutina en el país, aunque la constitución brasileña determina de forma muy clara la prohibición de cualquier tipo de censura antes de la divulgación de informaciones, opiniones o contenidos. Es importante apuntar que la censura judicial en Brasil ocurre casi siempre por decisiones de la primera instancia del Poder Judicial, luego revocadas por las instancias superiores. Pero lo esencial es que se trata de una inconstitucionalidad, atentatoria del derecho de informar y de ser informado, aunque en vigor durante un corto período.

La vigilancia de las entidades que representan a las empresas periodísticas y de comunicación, así como las de periodistas, ha sido esencial para evitar que prosperen iniciativas contrarias al principio mayor de la libertad de prensa. El ejemplo fue el episodio ocurrido a principios de octubre de este año, cuando el Congreso de Brasil aprobó legislación electoral que permitiría a los candidatos a cargos electivos en 2018 impedir la transmisión en internet de informaciones y opiniones, con independencia de la decisión del Poder Judicial. El clamor público, liderado por asociaciones como ANJ, ABERT y la Asociación Nacional de Editores de Revistas (ANER), llevó al Presidente de la República a vetar el instrumento que permitía la censura.

Otros casos registrados durante el semestre:

En mayo, al menos siete periodistas fueron agredidos durante una manifestación "Ocupa Brasilia", que pedía la salida del presidente Michel Temer.

El 29 de agosto la Policía Civil de Paraíba arrestó a cinco personas sospechosas de participar en el asesinato del periodista radial Ivanildo Viana, ocurrido el 27 de febrero de 2015, en Santa Rita, región metropolitana de João Pessoa (Paraíba), entre ellos hay tres expolicías. Aún no se ha identificado la motivación del crimen, ni su autor intelectual.

El 4 de septiembre la reportera Thais Nunes, de televisión SBT, fue detenida por la Policía Militar por negarse a entregar su teléfono tras grabar una acción policial violenta en una plaza de São Paulo.

El 7 de septiembre Roseli Ferreira Pimentel, alcaldesa de la ciudad de Santa Luzia, en Belo Horizonte, fue detenida y acusada de implicación en el asesinato del periodista Mauricio Campos Rosa, del diario O Grito, ocurrido el 17 de agosto de 2016. El Superior Tribunal de Justicia (STF) ordenó el 5 de octubre arresto domiciliario con brazalete electrónico. La policía no descartó la hipótesis de que el reportero haya tratado de chantajear a la alcaldesa con la amenaza de divulgar críticas a su gestión durante la campaña electoral.

El 12 de septiembre policías militares agredieron a los periodistas Douglas Freitas e Isadora Neumann, cuando estos cubrían la protesta por el cierre de la exposición Queermuseu, en Santander Cultural, en Porto Alegre (RS); Freitas, de la organización Amigos da Terra, fue arrestado y liberado el mismo día; Isadora, del diario Zero Hora, fue atacada con gas pimienta.

El 29 de septiembre Fernando Oliveira, presentador del programa "Mujeres", de la red de televisión Gazeta, y "Estación Plural", de TV Brasil, denunció haber recibido amenazas de muerte y ser víctima de homofobia a través de las redes sociales.

El 28 de septiembre las organizaciones no gubernamentales Artículo 19, Transparencia Brasil, Asociación Brasileña de Periodismo Investigativo (Abraji) y Programa de Transparencia Pública, de la Fundación Getulio Vargas, publicaron una Carta Abierta en la que destacan los avances en la Ley de Acceso a la Información durante los cinco años de su vigencia y demandan mejoras, como la estandarización de la aplicación de la ley. La carta también sugiere la creación de un órgano independiente para evaluar la transparencia pública en todo el país y la protección de la identidad de quien hace las solicitudes de datos.

En septiembre el Núcleo de Combate a Crímenes Cibernéticos del Ministerio Público (MP) del Estado de São Paulo anunció que trabajará para identificar y castigar a los agresores que amenazan por Internet a profesionales de comunicación. La decisión fue tomada a partir de una denuncia hecha al MP sobre amenazas y agresiones sufridas por el periodista deportivo Mauro Cezar Pereira, de ESPN.

CANADÁ

Hay numerosos cambios en la situación de la prensa.

Es importante recordar que, aunque el gobierno de Justin Trudeau asumió de inmediato la tarea de retirar la censura a científicos y funcionarios, abriendo nuevos espacios al derecho ciudadano, aún existe la percepción generalizada de que existe una carencia de transparencia en ciertos temas que se han convertido cada vez más en el centro de atención, ya que hay un nuevo gobierno en Estados Unidos.

Resulta difícil el tratamiento de temas relacionados con la vigilancia compartida, la seguridad fronteriza y la posible violación de las libertades individuales debido a la forma en que las agencias de seguridad fronteriza rastrean el uso de teléfonos celulares y otros dispositivos electrónicos de ciudadanos que cruzan hacia y desde Estados Unidos.

La Asociación Canadiense de Periodistas (CAJ, por sus siglas en inglés) anunció su satisfacción de que el Parlamento se disponga a aprobar el proyecto de ley S-231, que "fortalece la protección de fuentes confidenciales de periodistas". El proyecto de ley, también conocido como Ley de protección de las fuentes periodísticas, fue aprobado en su tercera lectura a fines de septiembre. Se espera que en breve reciba el consentimiento real.

Esta nueva ley permitirá a los periodistas negarse a revelar información que pudiera servir para identificar una fuente anónima, salvo en ciertas circunstancias.

La decisión pone de relieve el caso de varios periodistas de Quebec que fueron puestos bajo vigilancia policial en un esfuerzo por identificar sus fuentes. Los periodistas estaban investigando la conducta impropia de oficiales de la policía frente a pandillas y narcotraficantes. Lo preocupante era que, bajo la ley común, en la mayor parte de Canadá el Tribunal Supremo ha confirmado que las fuentes periodísticas pueden protegerse, pero que dicha protección debe decidirse caso por caso.

Otra gran preocupación actual es el ahora muy evidente y tangible descenso del número de lectores de la prensa escrita.

CARIBE

Jamaica

Hay varios hechos en contra de la libertad que deben revisarse.

La etiqueta de "noticias falsas", que ha hecho tan popular el presidente de Estados Unidos, fue adoptada por el actual gobierno y parece estar dirigida y reservada a determinados medios de comunicación que han estado tratando de que rinda cuentas de su gestión.

Hay casos en los que el gobierno participa de forma selectiva en foros y eventos de tipo editorial. Allí los reporteros tienen dificultad en acceder a funcionarios para entrevistas, entre ellos el primer ministro. Hay omisión en las listas de invitados para reuniones informativas del primer Ministro y divulgación selectiva de información gubernamental para determinados medios de comunicación y periodistas.

El gobierno ha ido tan lejos que presentó la TV de la Oficina del Primer Ministro (OPM TV), un canal de medios sociales orientado a promover las actividades del premier a pesar de la prolongada existencia de servicios de información gubernamentales como Jamaica Information Service (JIS) y Public Broadcasting Corporation de Jamaica (PBCJ). En el anuncio del lanzamiento de la OPM TV, el primer ministro había tuiteado que el portal online daría al público toda la información necesaria.

Una reciente noticia reavivó el debate sobre la creación de un consejo independiente de reclamaciones de los medios de comunicación. Se relaciona con la publicación, por parte del Gleaner, de un artículo titulado "No a usted, señora! Respondo al contratista general, dice el primer ministro al ombudsman", que difundió la interpretación de la respuesta del premier a una pregunta.

El titular se refirió a una respuesta de la Oficina del Primer Ministro que, en lugar de dirigirse directamente al medio en cuestión en la persona de su director, o editor ejecutivo, prefirió mostrar su inconformidad a través de otros medios. Esto suscitó una serie de debates que provocaron tanto críticas como apoyos, pero lo más importante es que ha puesto sobre la mesa la necesidad de establecer un consejo de reclamaciones de los medios de comunicación independientes.

La última discusión sobre el establecimiento de un Consejo Independiente de Reclamaciones de los medios de comunicación se celebró en 2013 cuando la Asociación de Prensa de Jamaica (periodistas) publicó y actualizó el código de ética de medios y solicitó el apoyo de la Asociación de Medios de Comunicación de Jamaica (propietarios de medios) para una firma conjunta del documento. Las dos asociaciones pudieron convenir en la mayoría de los elementos del código, pero hubo desacuerdo con una cláusula referida al auxilio a personas lesionadas en sus derechos por los medios de comunicación. La propuesta era que apelaran a un consejo de medios independientes, constituido por exprofesionales de los medios y personalidades del área legal, entre otros, quienes podrían imponer medidas correctivas a ciertos medios, incluso si estos no están de acuerdo.

Este órgano propuesto por la Asociación de la Prensa sería establecido y financiado íntegramente por la Asociación de Medios de Comunicación. El MAJ objetó la propuesta sobre la base de que el poder de un consejo de prensa abusivo o corrupto podría tener un efecto glacial sobre la libertad de prensa. En su lugar, la mayoría de los medios prefiere adoptar y hacer cumplir los códigos de conducta y promover el recurso ante los tribunales para determinar si las reclamaciones de los agraviados son justificadas. Al menos uno de los medios estableció un cargo de "ombudsman editorial" para presidir los procesos internos sobre resolución de quejas. En 2014 las asociaciones tomaron nota del desacuerdo y el asunto no prosiguió. El resurgimiento en 2017 de esta cuestión hará que se debata fuertemente durante el resto del año y quizás también durante el próximo.

El primer ministro había presentado un interdicto contra una estación de televisión a fin de impedir la repetición de un programa sobre su persona, su condición de contribuyente y propietario de tierras. Los tribunales le negaron una extensión del requerimiento inicial después de que el productor de programas hizo una declaración en corte y la estación presentó su lado de la historia. Que el premier intentara usar la corte para evitar la repetición del programa, y que se le concediera el recurso antes de la audiencia del tribunal para conocer el punto de vista del editor, destaca el efecto paralizador, aunque de forma temporal, sobre la libertad de expresión. La revocación del interdicto establece precedente para el futuro.

El 10 de marzo Ruel Reid, ministro de Información de Jamaica, señaló en el Senado que el gobierno estaba en conversaciones con la Comisión de Radiodifusión (el organismo de radiodifusión del país) sobre propuestas para gestionar su relación con los medios. Reid les dijo a sus colegas en la Cámara Alta que la administración se estaba moviendo para abordar el consumo y la influencia del contenido de los medios. "En esta era de desinformación y reclutamiento de terroristas, existe la necesidad de hallar un nuevo equilibrio entre los derechos a la privacidad y las preocupaciones legítimas sobre seguridad", afirmó. La Asociación de Prensa de Jamaica (PAJ) advirtió poco después que el organismo de control de los medios de comunicación no permitirá que se erosionen los derechos a la libertad de expresión protegidos por la Constitución de Jamaica.

La Asociación de Prensa preguntó si el Gobierno tenía la intención de promulgar leyes para imponer nuevas reglamentaciones a los medios de comunicación, y de ser así, de qué tipo; y, además, por qué la administración estaba manteniendo conversaciones con la Comisión de Radiodifusión cuando el organismo regulador no tenía jurisdicción sobre el contenido en Internet.

El panorama de los medios de Jamaica comprende tres estaciones de televisión de licencia libre, tres diarios nacionales, cerca de 35 estaciones nacionales de radio bajo licencia y más de 40 proveedores de cable, incluido un nuevo operador de cable de suscripción inalámbrica.

Barbados

Durante este período no se produjeron violaciones importantes a la libertad de prensa.

Los medios de comunicación continúan trabajando en un entorno en el que no existen conferencias de prensa de manera regular con el primer ministro o su gabinete, como es el caso en los países vecinos del Caribe. En junio de 2016, después de haber servido como primer ministro durante seis años, Freundel Stuart celebró su primera conferencia de prensa oficial. No se ha repetido desde entonces.

Nueve años después de la redacción de la Ley de Libertad de Información, aún no se ha presentado ante el Parlamento.

Otros asuntos que tienen implicaciones para la prensa incluyen a las redes sociales y las difíciles circunstancias económicas.

En los últimos años ha existido una expansión en el uso local de las redes sociales. Eso viene aparejado con cierto nivel de abuso, ya que las personas han utilizado las redes para hacer circular noticias que no provienen de fuentes adecuadas, no están verificadas ni confirmadas. No existen requisitos sobre estándares y las redes

sociales ofrecen la posibilidad de que individuos anónimos publiquen declaraciones sin confirmar. Esta tendencia ha provocado que los medios hayan sido juzgados negativamente frente a las noticias de las redes sociales. Sigue existiendo la preocupación de que los excesos en las redes sociales podrían provocar una reacción legal que podría involucrar a los medios.

Con varios años de crecimiento económico bajo o nulo, los medios sufrieron una disminución en los ingresos por publicidad. Al mismo tiempo, aumentó la cantidad de medios durante el mismo período. El resultado ha sido que más medios de comunicación compiten por ingresos ya disminuidos, una situación que podría poner en peligro la viabilidad de algunas de las publicaciones más pequeñas.

CHILE

Durante este período, las principales amenazas a la libertad de prensa y expresión tienen relación con proyectos de ley.

La Corte Suprema se ha pronunciado sobre el derecho al olvido, señalando claramente que corresponde a un derecho no reconocido por la legislación y obligando al medio de comunicación a realizar una actualización de la noticia publicada. A pesar de esto, el Congreso continuó con la tramitación del proyecto de ley que pretende consagrarlo como facultad irrenunciable de un titular de datos personales para exigir su eliminación de publicaciones.

Algunos fiscales amenazaron a los medios que publicaron información sobre hechos constitutivos de delitos contra la ley de lavado de activos. Dicha ley sanciona con penas de presidio a quienes difundan información de cualquier naturaleza acerca de antecedentes de la investigación. En la práctica se trata de una mordaza legal.

El gobierno nacional comprometió la presentación al Congreso de un proyecto de ley para modificar la Constitución Política. Existen dudas sobre las garantías a la libre expresión que pueda invocarse en el nuevo texto.

Un conjunto de proyectos ley apunta a resguardar la vida privada, la honra e imagen de niños y de mujeres que se encuentren en situación de vulnerabilidad, en especial aquellos que fueron objeto de violencia. Sin embargo, por su generalidad y ambigüedad podrían generar restricciones a informaciones sobre hechos de interés público.

COLOMBIA

Uno de los hechos más graves ocurridos en este período fue el secuestro de los periodistas holandeses Derk Johannes Bolt y Eugenio Ernest Marie Follender el lunes 19 de junio en la región del Catatumbo, nororiente del país. El responsable del hecho fue el Ejército de Liberación Nacional, que tras afirmar que se había tratado de un error, los liberó días después.

Preocupa el aumento en los ataques contra la prensa en comparación con las cifras de 2016. A esta fecha se registraron 237 casos, 21 más que en el período anterior. De acuerdo con el registro de la Fundación para la Libertad de Prensa, FLIP, la amenaza es la agresión más frecuente en Colombia, con 102 casos, cifra que duplica la de 2010.

Se documentaron 151 casos de agresiones a la prensa, en especial en los departamentos de Cauca, Antioquia, Valle del Cauca y Bogotá, según la FLIP. Muchas de estas agresiones son cometidas por funcionarios públicos, mediante amenazas y acoso judicial.

Se registraron algunas detenciones ilegales de periodistas por parte de la fuerza pública. Una de ellas ocurrió el 1 de julio: la periodista María Montiel, corresponsal de la agencia Colombia Informa en el departamento de Santander, fue detenida ilegalmente en el sur del departamento del César por espacio de 31 horas cuando cubría una protesta pública.

El exdirector del extinto Departamento Administrativo de Seguridad, DAS, Jorge Noguera fue condenado a siete años, 10 meses y 15 días de prisión por la Corte Suprema de Justicia por interceptaciones ilegales a opositores del gobierno del presidente Álvaro Uribe (2002-2010). Entre los opositores se encontraban varios periodistas.

El expresidente Uribe, el 14 de julio, acusó al columnista Daniel Samper Ospina desde Twitter de "ser un violador de niños", en respuesta a un comentario humorístico que este había hecho sobre el nombre de la hija de una congresista del partido del expresidente. Samper acudió a la justicia mediante una acción de tutela resuelta a su favor, que obligó al ex mandatario a retractarse públicamente. No obstante, Uribe apeló la decisión judicial. Uribe, también por Twitter, calificó al periodista Julián Martínez, del noticiero Noticias Uno, de "Pro Farc".

El 26 de mayo, el general del Ejército Javier Flórez le reclamó a la periodista del canal RCN Martiza Aristizábal por haber tenido acceso a una comunicación confidencial en la que el oficial le expresaba al alto comisionado para la paz, Sergio Jaramillo, una preocupación por el carácter político que tendría un evento de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, Farc, en el marco del proceso de entrega de armas de la organización.

En un hecho de gran repercusión, el subsecretario del Senado nacional, Saúl Cruz, fingió una agresión por parte de un camarógrafo del noticiero Noticias Uno, lo que generó una ola de repudio entre los senadores. Los parlamentarios luego se retractaron cuando supieron que el hecho fue ficticio.

Un hecho positivo fue la condena del 11 de agosto del autor material del asesinato de la periodista Flor Alba Núñez, en Pitalito, departamento del Huila. El juzgado tercero penal de Neiva, condenó a ocho años de prisión a Juan Camilo Ortiz alias "el Loco" por su participación en este crimen. No existen avances sobre la identificación de los autores intelectuales del homicidio.

Entre el 22 y el 23 de agosto se desarrolló en la Corte Interamericana de Derechos Humanos el caso Carvajal Carvajal y otros vs. Colombia. Carvajal fue asesinado en Pitalito, Huila, el 16 de abril de 1998 luego de denunciar actos de corrupción que involucraban a políticos y empresarios de este municipio. La defensa del gobierno colombiano esgrimió argumentos protestados por parte de la FLIP.

El caso lo investigó la SIP en 2002 y después de presentarlo ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, esta en 2015 lo remitió a la Corte Interamericana. Recomendó al Estado reabrir los procesos y realizar una investigación efectiva dentro de un plazo razonable. Once familiares del periodista abandonaron el país debido a amenazas por sus denuncias.

El 13 de junio, el juez tercero penal de Buga, Valle del Cauca, autorizó una búsqueda en el perfil de Facebook del periodista William Solan, tras la petición de un fiscal que investiga a Solano por el presunto delito de injuria. Al acceder a su perfil, se pretendía tener acceso a las fuentes del comunicador violentando el secreto profesional.

El 25 de agosto, el periodista Mauricio Cardoso, del diario Extra de Caquetá, fue víctima de golpes y heridas de cuchillo por hombres que lo conminaron a guardar silencio.

Un fallo de la Corte Constitucional ordenó a Google remover contenidos alojados en la plataforma Blogger ante el reclamo presentado por una persona a quien desde un blog anónimo lo tildaron de estafador y ladrón. El individuo inició una acción de tutela en contra de Google para obtener la eliminación del contenido que en su concepto era difamatorio.

La Corte Constitucional también ordenó al Ministerio de Telecomunicaciones (MINTIC) establecer una regulación nacional "con miras a lograr la protección de los derechos de los usuarios de Internet, especialmente en lo que tiene que ver con publicaciones abusivas, difamatorias, deshonrosas, calumniosas e injuriantes, que atenten contra el honor de las personas en Internet, para evitar la repetición de hechos como los tratados en la presente acción. Asimismo, dicha regulación deberá ofrecer asesoría y acompañamiento a las víctimas de esta clase de publicaciones abusivas ante las plataformas digitales en las que estas hayan sido publicadas".

En su fallo, catalogó a Blogger como un servicio de telecomunicaciones y ordenó a Google y Google Inc. registrarse ante el MINTIC como proveedor de redes y servicios de telecomunicaciones. Según el tribunal "sus actividades y objeto corresponden al sector TIC".

Preocupa que se haya ordenado al MINTIC establecer la regulación nacional cuando esta dependencia no debería tener interferencia por tratarse de derechos de tipo constitucional que no pueden ser regulados por una entidad administrativa. Dicha interpretación sin fundamento dentro del texto del fallo, tendrá, a juicio de expertos, graves consecuencias.

En marzo de 2017, las exministras Gina Parody y Cecilia Álvarez, ante unos hallazgos de la Unidad Investigativa relacionados con el escándalo de corrupción de

Odebrecht en América Latina, optaron por acusar a Noticias RCN de producir noticias falsas y engañosas y emprendieron una seguidilla de señalamientos infundados en comunicados públicos y a través de sus cuentas de Twitter. Hoy, las exministras enfrentan investigaciones ante la Fiscalía y Procuraduría Colombianas por una polémica adición a una de las rutas adjudicadas al consorcio en el que participa Odebrecht.

En abril de 2017, el presidente Juan Manuel Santos realizó en Casa de Nariño un encuentro con los principales empresarios del país en el cual estos expresaron su preocupación por la situación económica del país. El Presidente respondió acusando a la prensa del ambiente de pesimismo que se respira en el Colombia y afirmando que los medios de comunicación "están perdiendo el norte". Por ello, exhortó a los empresarios a que llamaran a los directores de medios para influir en la producción de contenidos que, según el mandatario, fueran "positivos".

En el último año, la Corte Constitucional ha venido desarrollando jurisprudencia poco garantista de la libertad de expresión en internet. La Corte dictó un nuevo pronunciamiento regresivo en cuanto a libertad de expresión, continuando con la línea que empezó con la sentencia T-277 de 2015, en la cual sostuvo que los medios de comunicación tienen el deber de actualizar de oficio la información que publiquen en internet sobre procesos penales cuando el trámite se resuelva a favor del inculcado. En la sentencia T-725 de 2016, hecha pública en junio de 2017, la Corte sostuvo que los medios de comunicación deben actualizar todas las noticias que publiquen en línea cuando surja nueva información relevante.

Si bien la Corte no dice que la obligación sea de oficio, sino que se refiere a la facultad de la persona interesada de solicitar tal actualización, plantea que tal posibilidad se mantiene mientras la información esté disponible en Internet. Esta decisión genera preocupaciones. En primer lugar, la regla de la Corte no aplica únicamente a procesos penales sino a todo tipo de noticias publicadas en internet. Además, extiende la regla a cualquier tipo de nueva información relevante, sin aclarar qué puede considerarse como tal.

La denuncia de la excandidata presidencial Marta Lucía Ramírez dirigida a directores de medios sobre un texto que sería de un proyecto de ley de garantías y promoción de la participación ciudadana (resultado del acuerdo entre el Gobierno y las Farc) podría incluir herramientas de censura.

Tras la denuncia, el gobierno, a través del ministro del Interior, Guillermo Rivera, expresó que no ha radicado proyecto alguno, con lo cual desvirtuó el documento en el que Ramírez basó sus denuncias.

El ministro negó que alguno de los proyectos discutidos por el Ejecutivo incluyera disposiciones que buscaran prohibirle a servidores públicos "realizar señalamientos o brindar informaciones respecto de los miembros de los grupos sociales y las Farc así como la prohibición para los medios de comunicación de reproducir esa información".

Este año prescribieron dos casos de periodistas, los de Santiago Rodríguez Villalba, el 2 de febrero, y el de Freddy Elles Ahumada, el 18 de marzo, y se teme por otros casos que prescribirán en estos meses: los de Alejandro Jaramillo Barbosa, el 24 de octubre; Francisco Castro Menco, el 8 de noviembre, y Jairo Elías Márquez Gallego, el 20 de noviembre.

El homicidio del periodista Gerardo Bedoya fue declarado el 2 de marzo de 2017 como delito de lesa humanidad, lo cual evitó su prescripción.

Representantes de medios que actúan en provincia pidieron llamar la atención del Gobierno para que se abstenga de continuar retirando los esquemas de seguridad y protección de los periodistas que ejercen en esos territorios, en especial de aquellos que fueron objeto de atentados y amenazas. Solicitaron también a la Unidad Nacional de Protección cesar el desmonte de estas medidas, por ser un mensaje claro y directo para que los criminales atenten contra los periodistas.

COSTA RICA

El Poder Ejecutivo envió al Congreso en agosto dos proyectos de ley con disposiciones inquietantes en materia de libertad de prensa y expresión.

El proyecto de ley de acceso a la información pública proclama buenas intenciones, pero establece excepciones al derecho de acceso a la información en casos no contemplados en la actualidad, como las políticas monetarias y fiscales "en etapa previa a su ejecución". También hay derecho a sustraer del conocimiento público una materia "por disposición contenida en ley especial".

Esos procedimientos podrían resultar más engorrosos que los actuales. El país ha logrado, mediante el recurso de amparo, un régimen muy abierto de acceso a la información pública, si bien la celeridad de resolución no es la ideal. El cambio propuesto no garantiza la misma amplitud del derecho y podría resultar en procedimientos mucho más prolongados, en vía contencioso administrativa.

El proyecto de ley de libertad de expresión y prensa contiene importantes errores técnico jurídicos, como la contradictoria eliminación de la prueba de la verdad, sin eliminar la verdad como requisito para eximir al informador de pena. La redacción misma del artículo citado invita a la confusión, porque se titula "exclusión de delito" pero describe conductas que "no son punibles", es decir, confunde causas de justificación (eliminan totalmente lo antijurídico de la conducta) y causas de exculpación (el hecho antijurídico no hace surgir una responsabilidad penal, como en el caso de quien actúe bajo coacción invencible).

El planteamiento aleja al marco jurídico costarricense de la doctrina Sullivan o del desarrollo de la veracidad ex ante en la jurisprudencia española, con el efecto desafortunado de poner en duda avances jurisprudenciales logrados a lo largo de los años.

CUBA

La situación de la libertad de prensa se ha agravado en este período debido al incremento de las agresiones en contra de periodistas independientes y hasta sus familiares y usuarios de las redes sociales por parte de los órganos policiales del Ministerio del Interior y la colaboración del Ministerio de Justicia.

El crecimiento de las agresiones se debe también al contexto político; por un lado, el traspaso poder en febrero de 2018 a alguien fuera de la familia Castro y, por el otro, las relaciones más tensas con el gobierno de Donald Trump. A esto se suma un cada vez más tenso clima social debido a la situación económica como parte de mayores restricciones a la actividad privada.

El gran problema es que el ciudadano carece del mínimo control sobre las leyes. No puede cuestionarlas en público, usarlas para su defensa en contra del gobierno o sus agentes. La impunidad es absoluta.

El freno legal primario reside en el artículo 53 de la Constitución que reconoce la libertad de palabra y prensa siempre y cuando se use "conforme a los fines de la revolución socialista", y prohíbe la propiedad privada de los medios de difusión.

El Código Penal es el artilugio más empleado por las autoridades para restringir las libertades. El Art. 149 del Código Penal sobre "Usurpación de capacidad legal" es el que está siendo más usado para procesar o amenazar periodistas que carecen del título universitario.

El Art. 103.1 sobre propaganda enemiga estipula que castigará a quienes confeccionen o distribuyan propaganda, lo cual el gobierno considerará a todo trabajo crítico, y entre tantas otras disposiciones, castiga a quien difunda noticias falsas.

El Art. 130 castiga a quienes puedan haber indagado secretos del Estado, con lo que toda concepción de acceso a la información pública queda solo a discreción del Estado. El Art 144. 1. Penaliza a quien le falte el respeto a la autoridad, o a los funcionarios públicos. El Art. 147, a quien desobedezca las órdenes de las autoridades; y el 204 a quien denigre a las instituciones oficiales. El Art. 210 penaliza a los que impriman y circulen publicaciones, y el 228, a quien practique actividades comerciales sin licencia del Estado.

Respecto del Reglamento Escolar vigente desde 2012 para todos los estudiantes de 5 a 18 años, establece que deben "amar y estar dispuestos a defender la Patria Socialista" y no pueden entrar a la escuela materiales subversivos, bajo la advertencia de perder el derecho a estudiar en una universidad.

Respecto de la educación superior, los estudiantes de Periodismo deben afiliarse a la Unión de Jóvenes Comunistas - brazo político juvenil del Partido Comunista de Cuba - y deben realizar durante dos meses cada curso prácticas laborales obligatorias en los medios de prensa oficiales.

Los incipientes medios de prensa no solo enfrentan la agresividad de la Policía Nacional y la Seguridad del Estado. También se suman las limitantes legales y las precarias condiciones económicas en las que un paquete de 500 hojas tamaño carta cuesta un tercio del salario promedio del país, dos horas de conexión a internet valen 3 dólares y una laptop o una impresora son productos que solo pueden comprarse en el mercado negro.

También la ley 88, o Ley Mordaza, un instrumento legal cuyos artículos 4.1, 6.1, 7.1, 8.1, 9.1, 10, 11 y 12 están redactados en forma ambigua, permiten condenar a prácticamente cualquier persona que hable de libertad, aunque las autoridades prefieren censurar mediante el Código Penal.

El internet sigue estando controlada por el monopolio estatal de las telecomunicaciones, ETECSA, que cobra precios descomunales (casi 2 USD por hora de conexión, y unos 40 centavos de dólar por minuto de llamada en la telefonía celular, en un país con salario medio de 25 USD) y viola permanentemente la seguridad y privacidad de los usuarios, llegando incluso a permitir que agentes del Ministerio del Interior accedan a las cuentas personales de determinados usuarios y suplanten su identidad.

Tanto el contrato de acceso a Internet como el de telefonía celular contienen advertencias al usuario de que perderá el servicio si viola "las normas de comportamiento ético que promueve el Estado cubano" o la usa "contra la moral, el orden público, la seguridad del Estado", respectivamente.

La agresiones también están dirigidas contra nuevos proyectos de comunicación, como *Convivencia* (Pinar del Río), *Palenque Visión* (Guantánamo) y *La Hora de Cuba* (Camagüey) lo cual las hace más vulnerables por razones policiales y tecnológicas.

Estos son los hechos más sobresalientes del período:

En septiembre fue condenada a tres años de cárcel (prisión domiciliaria) Karina Gálvez Chiu, miembro del Consejo de Redacción de la revista *Convivencia* y su principal articulista de temas económicos. Su casa, sede de la revista fue confiscada, por un supuesto delito de evasión fiscal. Por la compra de su casa ya había sido multada por más de mil dólares.

Sol García Basulto, periodista y diseñadora gráfica de la revista *La Hora de Cuba*, se encuentra oficialmente en arresto domiciliario desde el 24 de julio, como medida cautelar. Se mantiene la investigación en su contra por el supuesto delito de "usurpación de capacidad legal" (artículo 149 del Código Penal cubano, sancionado con hasta 1 año de prisión) al "hacer entrevistas en la vía pública sin estar autorizada", acusación que le fue hecha el 20 de marzo. Desde entonces se le impide salir del país. A esto se suman seguimientos en la vía pública, uso de sus vecinos como vigilantes, interrogatorios policiales a sus fuentes periodísticas y amistades, espionaje de su teléfono celular y navegación por internet, y ciber-acoso desde blogs anónimos y en las redes sociales.

Maykel González Vivero, periodista, ha sido detenido en dos ocasiones mientras hacía entrevistas, y en ambas Seguridad del Estado borró su trabajo. Junto a su pareja, también periodista, fue conminado a desnudarse para revisión y se les tomó fotografías.

Karla Pérez Sánchez, estudiante de primer año de Periodismo en la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, y colaboradora del movimiento político Somos Más, fue expulsada de la universidad luego de un proceso político por haber publicado opiniones críticas en sitios digitales independientes, contra Somos Más.

Henry Constantín Ferreiro, director de la revista *La Hora de Cuba* y vicepresidente regional de la Comisión de Libertad de Prensa e Información de la SIP, está bajo investigación, desde el 17 de marzo, debido a "usurpación de capacidad legal" por hacer entrevistas en la calle. Se le prohíbe viajar fuera del país y cuando intenta viajar a otras partes del país se le cita a la policía para impedirle el viaje. Además, su teléfono y el de sus principales colaboradores, su acceso a internet y su domicilio están vigilados. *La Hora de Cuba* es víctima de ciber-acoso desde blogs anónimos y cuentas de Facebook de funcionarios oficiales.

Además, existen decenas de personas que cumplen prisión –en condiciones higiénicas y alimenticias graves, con pésima atención médica y mezclados con presos comunes de los que reciben frecuentes agresiones- solo haberse expresado en medios. El caso más relevante es de Eduardo Cardet, del Movimiento Cristiano Liberación, detenido, juzgado y condenado luego de emitir opiniones tras la muerte de Fidel Castro.

En este período, además, los juicios y las amenazas de juicio afectaron a Karina Gálvez, Iris Mariño, Inalkis Rodríguez, Sol García Basulto, Jorge Bello, Manuel León y Henry Constantín.

Varios periodistas fueron impedidos de viajar al extranjero, entre ellos, Regina Coyula, Sol García Basulto, Maykel González Vivero, Yoandy Izquierdo, Anderlay Guerra, Raúl Velázquez, Roberto de Jesús Quiñones, Iván Hernández Carrillo, Abel Estrada y Henry Constantín.

Otros como Dagoberto Valdés, Yoandy Izquierdo, Rolando Rodríguez Lobaina fueron requisados exhaustivamente en aeropuertos.

A muchos se les dictaron actas de emergencia: Iris Mariño, Sol García Basulto, Irina León, Lisandra Orraca, Iván García Quintero, Dagoberto Valdés, Yoandy Izquierdo, Jorge Bello y Ramón Góngora).

Numerosos periodistas vieron confiscados su herramientas de trabajo y borrados imágenes, audios y registros: Karina Gálvez, Martínez Jerez, Maykel González Vivero, Rolando Rodríguez Lobaina e Iván Hernández Carrillo.

Varios periodistas como Iris Mariño, Sol García Basulto, Serafín Morán, Maykel González Vivero, Mario Echevarría y Esteban Ajete denunciaron ser perseguidos en la vía pública.

También los familiares de varios periodistas como Iris Mariño, Sol García Basulto, Iván García Quintero, Rolando Rodríguez Lobaina y Henry Constantín fueron molestados por las autoridades.

Ante eventos públicos especiales, las autoridades prohibieron salir de sus viviendas y en algunos casos de sus provincias a los siguientes periodistas: Sol García Basulto, Karina Gálvez, Tania de la Torre, Santiago Márquez, Yordani Blanco, Roberto Moreno, Yuniel Blanco, Carlos Torres, Raúl Velázquez, Osniel Carmona y Henry Constantín).

Los periodistas Iris Mariño, Sol Basulto y Henry Constantín fueron espíados permanentemente, sufriendo casos de ciber-acoso a través de redes sociales y redes sociales anónimas.

Existen algunos hechos positivos.

La perseverancia de algunos proyectos comunicativos y periodistas que, no obstante haber sido especialmente agredidos, insisten en trabajar desde dentro de Cuba y sus provincias.

El envío de delegaciones europeas de alto nivel hasta provincias del interior del país, para que visitaran al equipo del proyecto *Convivencia* y a la sede de la revista *La Hora de Cuba*.

La extensión del acceso a Internet a barrios en varias ciudades del país. Pese a los altos precios, por lo menos se rompió la hegemonía de que los únicos que podían acceder a Internet eran aquellos en puestos de jerarquía en el gobierno.

ECUADOR

Los parámetros para el ejercicio periodístico mejoraron notablemente desde que asumió el presidente Lenín Moreno. Durante la segunda vuelta electoral, el ex presidente Rafael Correa mantuvo desavenencias airadas con los canales de televisión debido a la difusión de los resultados.

El presidente Moreno, en un hábito inusual al gobierno anterior, se acercó a los medios a los que pidió denunciar la corrupción. Al poco tiempo surgió el caso Odebrecht y en el cual está involucrado el vicepresidente Jorge Glas, quien dijo ser víctima de linchamiento mediático y censura por parte de la prensa.

Para dar a conocer los resultados de la segunda vuelta electoral, Ecuavisa, Teleamazonas y Canal Uno transmitieron las estadísticas de la empresa Cedatos. El ex presidente Correa, en el Enlace Ciudadano No. 518, calificó a Alfonso Espinosa de los Monteros de "sinvergüenza" por proclamar a Lasso como presidente.

La Supercom emitió una amonestación escrita a los medios de comunicación, advirtiéndoles que se "abstengan de reincidir" en este tipo de infracciones.

Por el involucramiento de Jorge Glas, de su tío Ricardo Rivera y de otros funcionarios con el caso Odebrecht, Correa, en su Enlace Ciudadano No. 521, cuestionó a los medios que no hayan replicado noticias como la solicitud de Glas a la Contraloría para un examen especial de su patrimonio; y que se malintencione el pedido a la Fiscalía de indagar a ministros y ex ministros para aclarar casos de corrupción.

Martín Pallares, periodista del portal 4Pelagatos, fue declarado inocente, el 3 de julio, tras una demanda de Correa por una nota titulada "Si a Correa le sorprenden robando podría decir que estaba cuidando", en la que explicaba que el ex presidente señaló que el pago de un millón de dólares de Odebrecht al exministro de Electricidad Alecksey Mosquera fue un acuerdo "entre privados".

El periodista Freddy Aponte, quien fue víctima de una persecución por parte del alcalde de Loja, José Bolívar Castillo, fue notificado con una nueva sentencia en su contra. El 3 de julio, la Unidad Judicial Civil de esa ciudad lo declaró insolvente y quedó incapacitado de administrar sus bienes y a salir del país.

Este es el sexto proceso que sigue el alcalde de Loja en contra del periodista, quien ya fue juzgado y sentenciado por el delito de insolvencia fraudulenta. La Sala Penal de la Corte Nacional de Justicia (CNJ) ratificó la inocencia de Aponte, el 29 de abril de 2015. Todo este proceso se derivó tras el no pago de aproximadamente 55 mil dólares como indemnización a Castillo, quien anteriormente demandó al periodista por daño moral y por injurias. EL 25 de septiembre la Sala Civil y Mercantil de la Corte Provincial de Loja confirmó el estado de insolvencia del periodista Fredy Vidal Aponte.

Anderson Boscán, periodista de diario *Expreso*, fue amenazado por la red social Twitter, después de divulgar una nota de su autoría titulada 'Odebrecht salpica corrupción petrolera'.

Por motivos de indagaciones, el vicepresidente Jorge Glas fue llamado a declarar en varias ocasiones por el caso Odebrecht, Glas aseguró que era víctima de linchamiento mediático por parte de medios que él los calificaba como 'mercantilistas' por las publicaciones que salían en torno al caso Odebrecht. También dijo que durante el período de investigación y en su defensa ofrecía entrevistas en los medios, pero que sufría de censura, ya que en radio Sucre le cortaron su intervención y en Teleamazonas y Ecuavisa le cancelaron el espacio.

Personas identificadas como simpatizantes del vicepresidente Jorge Glas agredieron a periodistas y camarógrafos durante su comparecencia ante la Fiscalía. Los profesionales son Diego Pallero, Henry Lapo, Carlos Granja, Jaime Acosta y José Vallejo.

"Bajo protesta", la estación televisiva Ecuavisa emitió un pedido de réplica de la Vicepresidencia de la República, en respuesta a una nota periodística que divulgó el canal, el 22 de septiembre, respecto de la filtración de correos electrónicos cursados entre el vicepresidente Jorge Glas y su tío, Ricardo Rivera, investigados por el caso Odebrecht.

Una vez posesionado como Presidente el 29 de mayo, Lenin Moreno, mantuvo un conversatorio con los medios. Su discurso fue relativo a las libertades, asegurando que no puede haber diálogo sin libertad de expresión. Ese fue el inicio remarcado de una relación fluida y de respeto que se mantiene hasta la actualidad con los periodistas de todo el país. En julio, Moreno se reunió con los directivos de los medios privados después de una década de ausencia de diálogo y fue la oportunidad para solicitarles que sean los primeros en denunciar la corrupción.

El primer mandatario también decidió 'refrescar' líneas en la administración de los medios públicos e incautados, motivándolos a que sean críticos e independientes.

En el Día de la Libertad de Prensa, la Unión Nacional de Periodistas (UNP) envió una carta abierta a Lenin Moreno y a la Asamblea Nacional. En la misiva, se pedía la eliminación del derecho a la comunicación como servicio público, una revisión profunda del sistema procesal que rige para el juzgamiento y sanciones que se imponen a los periodistas y medios. Además, la expulsión y depuración de figuras jurídicas "controversiales y ambiguas". Se solicitó la eliminación de la Superintendencia de Comunicación, la separación de ámbitos de legislación en diferentes materias y la sugerencia de que se redacte una nueva Ley Orgánica de Comunicación desde una perspectiva democrática.

El 24 de octubre, el gerente de Medios Públicos, Andrés Michelena, informó que la administración de los medios de comunicación en manos del Estado produjo una pérdida acumulada, en los últimos 10 años, de 23 millones de dólares.

El Presidente de la República había anunciado durante su campaña a la Presidencia que impulsaría una reforma a la Ley de Comunicación y al principal organismo de sanción, la Superintendencia de Comunicación o SUPERCOM. Sin embargo, hasta la fecha no se dio trámite al proyecto de ley que está en la Asamblea Nacional desde julio pasado.

Adicionalmente, el referéndum convocado en octubre por el Presidente de la República que apunta a conseguir reformas constitucionales urgentes no incluye ninguna pregunta referente a la Ley de Comunicación ni a las necesarias garantías para proteger las libertades de expresión y de prensa.

EL SALVADOR

Hay un creciente deterioro de la libertad de expresión de los últimos años como lo reflejaron índices internacionales.

Los medios digitales *El Faro* y *Revista Factum* recibieron amenazas luego de publicar investigaciones que revelarían la participación de policías en ejecuciones extrajudiciales.

Una de las amenazas, proveniente de un supuesto grupo de la Policía, difundida en la cuenta "Defensores Azules" en Twitter muestra una imagen con la leyenda "Los tengo que ver como Christian Poveda @RevistaFactum @_ELFARO_ muertos en mano de sus protegidos...".

Poveda, un cineasta franco español, fue asesinado el 2 de septiembre de 2009 por miembros de una pandilla, tras la filmación de un inédito documental sobre vida y muerte en una pandilla.

El 22 de agosto, *Revista Factum* publicó la investigación periodística "En la intimidad del escuadrón de la muerte de la policía". Durante tres meses monitorearon a dos grupos de chat en Whatsapp integrados por más de 40 policías que revelaron comunicaciones internas y crímenes de un grupo de exterminio en la policía.

El director de Comunicaciones de la Fiscalía, Salvador Martínez, confirmó que se abrió un expediente de investigación tras las amenazas a periodistas de la Revista Factum, aunque no se recibió denuncia formal.

El portal *El Faro* ha publicado investigaciones realizadas en julio de 2015, febrero de 2016 y marzo de 2017 sobre cómo agentes de la Policía habrían matado 14 personas en tres operativos distintos, en presuntos "enfrentamientos" con pandilleros.

El vicepresidente de la República, Óscar Ortiz, se limitó a decir que "hay que tocar madera para que no le pase algo a algún periodista". En contraste el Fiscal General, Douglas Meléndez, advirtió a los policías no lanzar amenazas contra periodistas.

El periodista Héctor Silva Ávalos, director de *Factum*, ha seguido siendo blanco de nuevas presiones judiciales. Un tribunal superior anuló la exoneración de cargos en su favor ordenada por un Tribunal de Sentencia.

Silva Ávalos ha sido acusado de calumnia y difamación por el empresario Enrique Rais, quien es buscado por la justicia salvadoreña. Abogados de Rais presentaron una nueva demanda contra el periodista por los delitos de violación de comunicaciones privadas y captación de comunicaciones por publicar informes que consideran difamatorios.

Silva es procesado por publicar una nota en la que se consignaba que tres aeronaves de propiedad de Rais era investigadas por autoridades de Florida, Estados Unidos, por presunto narcotráfico.

Rais, propietario de la empresa que recolecta y dispone los desechos sólidos del Gran San Salvador, está prófugo por presunto cohecho, falsedad ideológica y fraude procesal.

Otra de las amenazas que ha enfrentado la prensa es el proyecto de Ley del Sistema Nacional de Prevención de la Violencia (SINAPREV), que se presta para controlar a los medios independientes.

El artículo 30 establece: "Los medios de comunicación deberán contribuir en la promoción de la prevención de la violencia, la convivencia y la cultura de paz en la población, procurando la autorregulación ética de la información y contenidos no violentos para no afectar la salud mental de la población, sin perjuicio del respeto a la libertad de expresión, de prensa y de información".

Por ley se obliga a los medios a "contribuir" a promover la cultura de paz y "procurar la autorregulación ética de la información y contenidos no violentos", algo que se presta para un peligroso manejo subjetivo y arbitrario de la norma. Grupos que dicen representar a la "sociedad civil" y que son afectos al oficialismo concurren a la Asamblea Legislativa a presionar por su aprobación de la normativa, comprobándose el interés del gobierno por ejercer control sobre los medios.

Ha sido evidente la intención de la defensa de dilatar la celebración del juicio contra cinco acusados de perpetrar ataques cibernéticos contra los sitios web de *La Prensa Gráfica* y *El Diario de Hoy*, perpetrados en 2015.

Mediante diferentes maniobras, el juicio ha sido aplazado en dos ocasiones por gestiones de la defensa de los imputados, contra quienes se presentaron pruebas contundentes tales como un informe del Departamento de Justicia de los Estados Unidos que establece cómo se procedió para clonar las páginas web y colocar informaciones falsas.

Los procesados son la jefa de comunicaciones de la alcaldía de San Salvador y otras cuatro personas que trabajaban con la empresa contratada por la comuna para proyectos de comunicación digital. En el proceso aparece mencionado el alcalde Nayib Bukele, aunque aún no se presentaron cargos contra él.

Bukele ha promovido dos demandas contra *La Prensa Gráfica* por seis millones de dólares, alegando que se le ha dañado al vincularlo al caso de los ataques cibernéticos. Un tribunal superior, sin embargo, rechazó las demandas considerando que el funcionario no agotó previamente los medios legales para aclarar los hechos.

Anteriormente, el funcionario presentó una demanda contra *La Prensa Gráfica* por cuestionar un contrato de la comuna para la compra de cámara de videovigilancia. El tribunal determinó que fue el alcalde quien no se pronunció pese a que el periódico le pidió su posición y que las informaciones estaban debidamente sustentadas y documentadas.

El 22 de agosto, el periodista Jorge Beltrán, colaborador de *El Diario de Hoy*, sufrió un ataque con ácido contra su vehículo.

El atentado fue perpetrado un día después que *El Diario de Hoy* publicara un reportaje sobre la desaparición de un exguerrillero que es buscado por la justicia por la muerte de dos militares estadounidenses luego del derribo de un helicóptero en Lolotique, San Miguel, en 1990. La publicación daba cuenta de que hay orden de captura contra otros dos exguerrilleros por el mismo hecho. Sobre el auto fue dejada una nota con insultos.

Beltrán se ha dedicado a trabajar temas de pandillas, narcotráfico, violencia y especiales para el equipo de investigación Focus de *El Diario de Hoy*.

El viceministro de Justicia y Seguridad Pública, Raúl López, fue blanco de críticas tras responder con una insinuación a una periodista que le preguntaba sobre el asesinato de policías.

"Mi vida linda, te invito a un café mejor un día y ahí te doy la conferencia", contestó el funcionario a la profesional de El Noticiero de Canal 6 de Televisión.

Tras la tormenta de críticas que desató de inmediato en las redes sociales, el funcionario pidió disculpas públicas hacia la periodista, el gremio y las mujeres salvadoreñas en general.

La Fundación Democracia, Transparencia y Justicia (DTJ), un organismo privado para la consolidación del Estado de Derecho, está promoviendo una legislación específica para la protección de periodistas y defensores de derechos humanos.

Este anteproyecto se está discutiendo con periodistas y otros miembros del gremio antes de que se redacte una versión final que sería presentada ante la Asamblea Legislativa.

Entre algunos elementos para el futuro anteproyecto de ley que se están proponiendo en foros, figura la creación de un fiscal especial que vele por la protección de periodistas, la implementación de medidas cautelares en casos donde hay amenazas físicas y digitales y dar más fuerza legal para apoyar el trabajo de los comunicadores.

ESTADOS UNIDOS

Los medios de noticias permanecen a la defensiva ante la fuerte retórica contra la prensa del presidente Donald Trump mientras este se establece en el cargo. En el informe anterior detallamos cómo sus ataques verbales sin precedentes amenazaban el futuro de la recopilación de noticias y la libertad de prensa. Esos ataques, destinados aparentemente a desacreditar la información que él considera desfavorable, continúan. De hecho, los ataques —a menudo divulgados a través de su cuenta de Twitter— ahora promueven con frecuencia la intervención del gobierno para evitar una cobertura desfavorable. Esas declaraciones exacerban un clima ya hostil en el que los periodistas son objeto de crecientes ataques verbales y físicos en todo el país.

Desde nuestro último informe el gobierno de Trump ha intensificado sus agresiones verbales contra la credibilidad de los medios de comunicación. El Presidente continúa refiriéndose regularmente a organizaciones noticiosas prominentes, particularmente CNN, NBC y *The New York Times*, como "noticias falsas", un término originalmente concebido para calificar historias inventadas, deliberadamente falsas. Recientemente, en medio de un desastre natural —cuando el público depende de los medios de comunicación para obtener información que salva vidas—, Trump atacó verbalmente a la prensa e intentó socavar su credibilidad. Después de los informes sobre una lenta respuesta federal frente a la devastación del huracán María en Puerto Rico, Trump publicó en Twitter: "Al pueblo de Puerto Rico: ¡No crea en las noticias falsas!".

Los ataques recientes parecen alentar que el gobierno interfiera directamente con la libertad de prensa. En septiembre, por ejemplo, la secretaria de prensa de la Casa Blanca, Sarah Huckabee Sanders, afirmó que la cadena de deportes ESPN debía despedir al presentador Jemele Hill por criticar a Trump a través de Twitter. Es muy raro que los funcionarios de la Casa Blanca comenten sobre las prácticas de contratación de los medios de comunicación. En octubre, a través de su cuenta de Twitter, Trump pidió al Comité de Inteligencia del Senado investigar las "redes de noticias falsas". (El Comité investiga los vínculos de la campaña de Trump con Rusia, pero su presidente negó que la investigación incluyera a alguna organización noticiosa).

También en octubre, Trump publicó en Twitter que, "con todas las noticias falsas que salen de NBC y las redes, ¿en qué momento resultaría apropiado impugnar su licencia?" (las redes nacionales no tienen licencias y la Comisión Federal de Comunicaciones no regula el contenido, especialmente la cobertura de noticias, de los afiliados de radiodifusión locales). El mismo día declaró a los periodistas que "es francamente desagradable la forma en que la prensa puede escribir lo que se le antoja". La misma noche se refirió más directamente sobre la revocación de las licencias, tuiteando: "Las noticias de la red se han vuelto tan partidistas, distorsionadas y falsas que las licencias deben ser impugnadas y, si corresponde, revocadas. ¡No es justo para el público!".

Si bien nunca es fácil mostrar una correlación directa, este clima de retórica contra la prensa por parte de los funcionarios del gobierno ha coincidido con un número alarmante de ataques físicos y amenazas a los periodistas. Por ejemplo, un candidato al Congreso de Montana "golpeó" a un periodista de *The Guardian* y le rompió los lentes. El candidato fue acusado de asalto menor, pero al día siguiente ganó las elecciones a la Cámara de Representantes.

Después de ese incidente, un residente de Montana le dijo a un reportero de CNN: "Tienes suerte de que nadie te haya pegado". Oficiales de seguridad empujaron a otro reportero y luego lo expulsaron de un edificio federal en Washington, DC. El reportero había hecho una pregunta a un miembro de la Comisión Federal de Comunicaciones. Muchos temen que las declaraciones del Presidente hayan contribuido a crear este ambiente. De hecho, CNN —objetivo frecuente de las arremetidas de Trump— acusó al Presidente de condonar implícitamente la violencia contra periodistas cuando volvió a tuitear un video de él mismo luchando contra una persona con un logotipo de CNN superpuesto. La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) expresó su alarma y advirtió que esta y otras acciones de Trump "podrían incitar al público a cometer actos de violencia contra periodistas y medios de comunicación".

La retórica hostil del gobierno también tiene un efecto de dominó a escala estatal y local. Por ejemplo, el gobernador de Texas, Greg Abbott, y el alcalde de Tampa, Bob Buckhorn, han bromeado acerca de disparar contra miembros de los medios. El gobernador de Kentucky, Matt Bevin, utiliza regularmente la etiqueta de "noticias falsas" para atacar la credibilidad de los medios de comunicación y recientemente afirmó que los dos principales periódicos del Estado "en realidad no parecen preocuparse" por la gente. Días después, una persona desconocida disparó contra ventanas de uno de esos periódicos. Nadie resultó herido y no se estableció una conexión directa con las declaraciones de Bevin, pero el hecho causó preocupación entre los periodistas.

El U.S. Press Freedom Tracker, un proyecto de coalición de organizaciones de periodismo que incluye al Comité de Reporteros, ha documentado 29 agresiones físicas contra periodistas en lo que va de 2017, incluidos policías y manifestantes. Varios reporteros han sido rociados con gas pimienta o agredidos por la policía mientras cubrían las protestas. Otros fueron amenazados, empapados con agua o agredidos por los manifestantes. También se detalla el incidente de Montana en que un periodista fue golpeado, y el episodio en el que un senador del estado de Alaska abofeteó a un periodista en el edificio del capitolio estatal como reacción a una historia recién publicada sobre la legislación propuesta por el senador.

El Tracker también informa que la policía detuvo a 31 reporteros de todo el país mientras realizaban sus trabajos. Muchas de estas detenciones se efectuaron durante incidentes en los que la policía arrestó a muchos asistentes a protestas no autorizadas, y los agentes ignoraron a los reporteros cuando estos se identificaron. El recuento incluye también a un periodista que fue arrestado y encarcelado brevemente por hacer preguntas a gritos al Secretario de Salud y Servicios Humanos, Tom Price, cuando este transitaba por un edificio público. Los defensores de la libertad de prensa criticaron el arresto como "una afrenta a la libertad de prensa"; cuatro meses después fueron abandonados los cargos contra el reportero.

El gobierno dificulta frecuentemente que los medios de noticias informen sobre asuntos gubernamentales. Después de semanas de burlar la tradición de llevar a cabo conferencias de prensa, estas regresaron a la Casa Blanca a finales de julio con Sanders como secretaria de prensa. Sin embargo, los periodistas todavía afrontan dificultades para acceder a miembros de la administración, así como a los registros públicos. Los reporteros que cubren el Departamento de Defensa, por ejemplo, han criticado al departamento por que ahora tienen menor acceso al Secretario de Defensa James Mattis. Esto incluye una importante reducción en el número de periodistas autorizados a acompañar a Mattis en viajes oficiales.

Los funcionarios del gobierno federal continúan eliminando silenciosamente la información pública de los sitios web del gobierno, así como la información sobre el cambio climático. El gobierno anunció que no daría a conocer los registros de las visitas a la Casa Blanca, rompiendo con la práctica de la presidencia anterior de publicar tal información. En abril, la Fundación Sunlight declaró que Trump había "establecido uno de los peores récords de gobierno abierto en los primeros 100 días de una administración en la historia de Estados Unidos".

El fiscal general Jeff Sessions se ha opuesto durante mucho tiempo a una Ley Escudo que proteja a las fuentes de los periodistas en casos de filtraciones. Desde que asumió el cargo, dejó en claro que el Departamento de Justicia investigará proactivamente la divulgación de información gubernamental clasificada a los medios de comunicación. Sessions anunció en agosto que el Departamento "ha más que triplicado el número de investigaciones activas de filtraciones en comparación con el número pendiente al final de la última administración. Y ya hemos acusado a cuatro personas de revelar ilegalmente material clasificado o de ocultar contactos con oficiales de inteligencia extranjeros".

Al mismo tiempo, el fiscal general anunció una revisión de las pautas del Departamento de Justicia respecto de las citaciones de los fiscales federales para que muestren sus archivos. Las pautas actuales, enmendadas en 2015 con el aporte de una coalición de medios dirigida por el Comité de Reporteros, requieren que la mayoría de las solicitudes para tales citaciones sean aprobadas por el fiscal general y que "el gobierno haya hecho todos los intentos razonables para obtener la información de fuentes alternativas, no mediáticas". El Grupo Diálogo de Medios de Comunicación, creado por el fiscal general cuando se enmendaron las directrices, trabajará con el nuevo liderazgo del Departamento de Justicia para la revisión de esta política. La revisión está en sus primeras etapas, pero el objetivo del Grupo es mantener sin cambios las pautas de 2015.

Una tendencia preocupante para la libertad de prensa es la retórica del poder ejecutivo, e incluso de algunos miembros del Congreso. Sin embargo, la libertad de prensa está profundamente protegida por la ley, y la rama judicial del gobierno constituye un fuerte freno a la capacidad de las otras ramas para erosionar la libertad de prensa.

Un ejemplo reciente que muestra la victoria de los medios en las cortes se relaciona con Sarah Palin, una prominente figura política y partidaria de Trump. Palin demandó a *The New York Times* por difamación debido a un editorial que vinculaba la retórica violenta con tiroteos mortales. La demanda fue rápidamente desestimada, con palabras fuertes que apoyan una prensa libre y sólida. Si bien la creciente retórica de los políticos presenta muchos desafíos prácticos y físicos para los periodistas, los primeros aún tienen que enfrentarse a muchos impedimentos legales para coartar la libertad de prensa.

GUATEMALA

El país se encuentra en una acentuada crisis institucional causada por la polarización de los diferentes actores políticos. Las informaciones, opiniones y críticas sobre el gobierno nacional y los regionales suelen ser respondidas con violencia en contra de los periodistas.

A pesar de que en julio de 2016 el presidente Jimmy Morales se comprometió a dar seguimiento al Programa de Protección de Periodistas, ninguna acción efectiva se ha visto en este sentido. El mandatario ordenó a sus funcionarios trabajar en el tema y también se comprometió en la reunión de la SIP en Antigua.

Las agresiones a periodistas continúan, en especial en el interior. Varios alcaldes, el crimen organizado y el narcotráfico han implantado un alto nivel de censura y autocensura debido al hostigamiento y todo tipo de violencia.

La Comisión Internacional contra la Impunidad en Guatemala (CICIG) presentó acusaciones por corrupción en contra del Presidente, su hijo y su hermano. También recientemente lo hizo en contra del alcalde de la ciudad de Guatemala, Alvaro Arzú. Lo acusó de utilizar fondos municipales para pagar propaganda política en las elecciones generales del país, así como en la contratación de personas allegadas a reos famosos que permanecían en prisión como consecuencia de su participación en el asesinato de monseñor Juan Gerardi en 1998 (año en que el señor Arzú era presidente del país y los acusados eran sus guardias personales). El alcalde aceptó que contrató a esas personas y expresó que lo volvería a hacer.

El 27 de agosto, el presidente Morales declaró persona non grata al comisionado de la CICIG, Iván Velásquez, y ordenó su salida inmediata del país por sus denuncias sobre financiamiento electoral ilícito.

La Corte de Constitucionalidad ordenó al Presidente cesar sus acciones en contra de Velásquez.

El Congreso nacional realizó cambios al Código Penal en donde se permitía otorgar medidas a favor de todos aquellos que hubiesen sido condenados a cárcel por períodos menores a 10 años. Esta acción la realizaron como una abierta medida de protección hacia ellos mismos y al presidente Morales y su familia. Si esta modificación hubiese entrado en vigencia, se habría podido dar libertad a todos los convictos por violaciones, acoso sexual, robo, robo agravado y una infinidad de delitos con condenas de cárcel menor a 10 años.

En reacción, miles de personas se congregaron en la Plaza de la Constitución para solicitar la renuncia del Presidente. Estos eventos han polarizado a la sociedad.

A principios de octubre se realizó una manifestación en contra de Velásquez, en la que varios reporteros fueron intimidados y acosados por un bloguero y tuitero de nombre Rodrigo Polo quien les exigía identificación y que dijeran que la cobertura que harían sería equilibrada y objetiva. Los periodistas acosados fueron Edwin Bercián, de *Publinews*; Esbín García, de *Prensa Libre*; Félix Acajábón, de *elPeriódico*, y Michelle Mendoza, corresponsal de CNN, quien presentó una denuncia en la Procuraduría de los Derechos Humanos.

Los ataques desde net centers y cuentas anónimas de redes sociales en contra de periodistas y los ataques cibernéticos a sitios web de medios de comunicación se incrementaron en este semestre. Objeto de ataques han sido algunos periodistas que reportan desde las fuentes de la Presidencia y del Congreso, sobre todo los que tienen espacios de opinión y/o entrevistas en los medios de comunicación independientes. Los ataques son producidos cuando se critica al partido de gobierno (Frente de Convergencia Nacional, FCN Nación).

Dentro de la campaña de desprestigio, se realizaron feroces ofensivas en contra de Guatevisión y *Prensa Libre*, medios a los que se les ha acusado de ser "comunistas" o "de izquierda"; similares acusaciones se han difundido en contra de directivos de Soy502, Nómada (ambos sitios web) y el programa radial de opinión "Con Criterio".

Además de esta campaña de desprestigio, el canal Guatevisión ha sido objeto de bloqueo de su señal, particularmente en las empresas cableras del interior del país, cuando se transmite información relacionada con la corrupción. Precisamente son diputados, alcaldes o personajes "oscuros" los propietarios de muchas de estas empresas de cable.

La agenda de trabajo del presidente no es compartida a los medios independientes. Solamente a los medios que son considerados como "aliados" del gobierno. El bloqueo de información hacia los medios, es política de la Secretaría de Comunicación Social

Entre los avances en relación a las investigaciones de periodistas asesinados, en mayo se dictaron dos sentencias condenatorias en contra de los responsables de asesinar a dos periodistas en los departamentos de Jutiapa y Chiquimula. Lamentablemente no se logró procesar y sentenciar a los responsables intelectuales de los hechos. Asimismo, la segunda semana de octubre fueron condenados a 30 años de prisión los autores materiales del asesinato de Danilo López y Francisco Salazar, asesinados en marzo de 2015; lamentablemente, el acusado de la autoría intelectual, diputado al Congreso de la República, sigue en proceso de antejuicio que lleva un año en trámite y está paralizado.

HAITÍ

La situación de la libertad de prensa y la libertad de expresión durante este período permaneció gravitando en torno de la ley antidifamación aprobada por el Senado el 14 de marzo y que es vista como un impedimento contra el ejercicio del periodismo que, en el pasado, se ha visto inhibido de informar sobre casos de corrupción pública.

La Cámara de Diputados aún no se ha pronunciado sobre esa ley que prescribe penas de varios años de prisión a periodistas o individuos que sean hallados culpables de difamación contra funcionarios públicos y miembros de la fuerza policial.

El 3 de mayo, con motivo del Día Mundial de la Libertad de Prensa, el jefe de la misión de UNESCO en Haití, Paul Gomis, recordó ante un grupo de funcionarios y periodistas que "la democracia no puede avanzar sin el establecimiento de una sociedad democrática y sin el respeto de las autoridades del Estado a la libertad de prensa".

"No hay desarrollo durable ni hay paz sin la libertad de prensa", enfatizó Gomis.

Por su parte, el diputado Caleb Desrameaux, afirmó en esa misma reunión que dentro de la Comisión de Cultura y Comunicación de la cámara él comenzó a trabajar en una propuesta de ley de acceso a la información para periodistas y estudiantes.

El mismo diputado también expresó dudas sobre la nueva Comisión de Medios de Comunicación del Estado y de Servicio Público. El 17 de mayo un decreto presidencial anunció la creación de esa entidad pese a que, según Desrameaux, ya existen dependencias que se ocupan de esos medios, como el ministerio de Educación, el Consejo Nacional de Audiovisuales y otras.

HONDURAS

Se mantiene un clima inadecuado para el ejercicio de la libertad de prensa, especialmente por limitaciones legales que impiden un acceso satisfactorio a la información pública. Persisten elevados índices de impunidad en los casos que involucran la muerte o atentados contra periodistas, comunicadores y medios de comunicación, incluyendo, cada día con más frecuencia, ataques por medios electrónicos y redes sociales.

Aun no se derogan en el país figuras penales que criminalizan y castigan las expresiones críticas referidas a funcionarios públicos y sobre asuntos de interés público, situación que también afecta a profesionales de la comunicación y ciudadanos en general. Estas incluyen leyes penales para actos constitutivos de calumnia, injuria y difamación.

También se mantiene vigente la reforma al Código Penal, específicamente el artículo 335-B (por adición) que contraviene principios universalmente aceptados en materia de libertad de expresión. En la última Asamblea de la SIP se aprobó resolución mediante la cual solicitaba al Gobierno de Honduras derogar dicha reforma, lo cual a esta fecha no ha ocurrido.

Se mantienen vigentes leyes que restringen de manera ilegítima del acceso a la información pública, incluyendo la Ley para la Clasificación de Documentos Públicos Relacionados con la Seguridad y Defensa Nacional y la Ley de Inteligencia Nacional, las cuales contienen disposiciones contrarias a los principios de libertad de prensa y de acceso a la información pública y con base en las cuales, inclusive, ya se emitieron sentencias de parte de la Corte Suprema de Justicia para negar acceso a fuentes de información pública.

Estas normas denotan una clara tendencia del Estado de limitar el acceso a la información pública y de restringir la labor periodística.

En julio, el Colegio de Periodistas de Honduras exigió al Ministerio Público que procediera contra las personas que ejercían el periodismo de manera "ilegal" y pidió además que se les acusara por el delito de "usurpación de funciones" contemplado en el artículo 293 del Código Penal. Por ahora, el ente acusador no ha interpuesto acción alguna, pero la petición representa un peligro eminente a la libertad de expresión.

Casos relevantes:

El 15 de junio fue asesinado de varios disparos el comunicador Víctor Fúnez en la ciudad de La Ceiba, departamento de Atlántida. Laboraba para Canal 45 y dirigía el programa "Informe Nocturno".

El 24 de agosto, el director del diario *El Libertador*, Johny José Lagos, y su esposa sufrieron un atentado en Tegucigalpa. Su esposa resultó herida.

El 13 de septiembre fue asesinado de varios disparos el periodista Carlos William Flores, quien trabajaba para Canal 22 en el municipio de Omoa, departamento de Cortés.

El 4 de octubre, el comunicador Osmín Antonio España sufrió un atentado en la ciudad de Santa Rosa de Copán. Falleció al día siguiente como consecuencia de un disparo en la cabeza. Dirigía el programa televisivo humorístico y sátira política "El Show del Príncipe".

MÉXICO

En este período, la prensa ha sufrido una escalada de violencia. Siete periodistas fueron asesinados desde la reunión de Antigua y son 10 en lo que va del año. Los medios de comunicación tradicionales y digitales tuvieron amplio despliegue informativo de los sucesos que siguieron a los terremotos que afectaron al país. El 7 de septiembre, un sismo de magnitud 8.2 se sintió en Oaxaca y Chiapas y causó 96 muertes y daños a la infraestructura. El 19 de septiembre un temblor 7.1 sacudió de nuevo al país, con un saldo de 369 víctimas fatales y cuantiosas pérdidas materiales en Ciudad de México, Puebla, Estado de México, Guerrero y Oaxaca. Sobre la violencia contra periodistas, la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) estima que desde el 2000 hasta la fecha ocurrieron 130 homicidios; 38 de estos casos se dieron durante el actual gobierno del presidente Enrique Peña Nieto. Además, se vive un clima constante de agresiones, muchas de ellas cometidas y ordenadas por funcionarios públicos, por el crimen organizado y narcoterroristas.

Desde la reunión en Antigua fueron asesinados los periodistas Maximino Rodríguez, Javier Valdez, Jonathan Rodríguez, Salvador Adame Pardo, Cándido Ríos Vázquez, Juan Carlos Hernández y Édgar Daniel Esqueda.

Artículo 19 documentó 276 agresiones contra la prensa este año, un incremento del 23% comparado con el mismo período el año pasado. La CNDH asegura que solo en el 10 por ciento de los casos existe sentencia condenatoria. El resto no se investiga y queda en la impunidad.

En el marco de elecciones celebradas este año, se registró un aumento de agresiones a periodistas. En Coahuila hubo un incremento del 325% de agresiones contra la prensa. También aumentaron estos ataques en Ciudad de México y en Veracruz.

Por otra parte, se castiga y reprime a medios por sus críticas y denuncias, como en el caso del periodista Leonardo Curzio, quien durante 18 años había conducido el noticiero radiofónico estelar en el grupo NRM, Ciudad de México y tras anunciar su renuncia reveló haber recibido órdenes de sus directivos para despedir a dos colaboradores, analistas independientes. El incidente generó indicios de presión de funcionarios del gobierno mexicano sobre grupos mediáticos con el amago de cancelar pautas comerciales, que siguen sujetas a la discrecionalidad de la autoridad tanto a nivel nacional como en los estados.

El 14 septiembre, se conoció que autoridades municipales de Nuevo Laredo, Tamaulipas, interpusieron demandas en contra del diario El Mañana de Nuevo Laredo por la publicación de investigaciones periodísticas sobre corrupción pública. El periódico publicó reportajes sobre presuntos actos ilícitos que involucrarían la existencia de empresas fantasmas que adquirieron contratos millonarios por publicidad, casos de nepotismo y supuesto enriquecimiento por parte del alcalde Enrique Rivas y otros funcionarios locales. Estos cuestionamientos a funcionarios locales y proveedores habrían motivado litigios contra el periódico.

A continuación, los hechos más sobresalientes del semestre:

El 14 abril fue asesinado en La Paz, Baja California Sur, Maximino Rodríguez Palacios, colaborador del Colectivo Pericú. Fue atacado a balazos desde un vehículo

cuando el periodista descendía de su auto. A principios de junio fueron detenidos tres presuntos implicados en el homicidio.

El 15 mayo, Javier Valdez Cárdenas, cofundador de semanario Ríodoce y corresponsal de La Jornada, fue ejecutado en Culiacán, Sinaloa. Quedó tendido en una calle a pocos metros de la publicación y en pleno mediodía. A la fecha, las autoridades no muestran avance en las investigaciones.

Ese mismo día fue asesinado Jonathan Rodríguez Córdova, reportero del semanario El Costeño, en Autlán, Jalisco. Un grupo de hombres armados disparó 25 tiros contra el vehículo en el que viajaba con su madre. Cuatro balas impactaron el cuerpo del periodista, y su madre resultó herida de gravedad. El semanario había recibido amenazas.

El 18 mayo fue secuestrado Salvador Adame Pardo, propietario del Canal 6TV, en Múgica, Michoacán. Su cuerpo calcinado fue hallado el 26 junio. Se presume que el líder de un grupo criminal de la zona, Feliciano Ledezma, apodado "El Chano Peña", sería el responsable del crimen.

El 22 agosto fue asesinado Cándido Ríos Vázquez en el municipio de Hueyapan de Ocampo en Veracruz. Era colaborador del Diario de Acayucan y fundador de La Voz de Hueyapan. Publicaba información sobre casos de corrupción y abusos de poder.

El 5 de septiembre fue asesinado Juan Carlos Hernández, colaborador fotógrafo y auxiliar de redacción del portal La Bandera Noticias, en Yuririra, Guanajuato. Fue atacado por sujetos que le dispararon cuando salía en la noche de su casa. Medios locales informaron que el sitio de internet había denunciado amenazas.

El 5 octubre fue asesinado Édgar Daniel Esqueda Castro en San Luis Potosí. Era colaborador de los medios Vox Populi y Metrópoli, de San Luis. Sujetos vestidos con uniformes de policía ingresaron a su domicilio y se lo llevaron. Apareció muerto al día siguiente, con huellas de tortura, semidesnudo y con las manos atadas a la espalda. Daba cobertura a temas policiales y meses antes de su asesinato había denunciado amenazas.

El caso de San Luis Potosí agregó un factor adicional que preocupa. Posterior al asesinato apareció, de manos de un expolicía, un video donde el reportero, amenazado, menciona por nombre y medio a todos los reporteros de la plaza dedicados a cubrir el sector policiaco. Esto prendió alertas y movió al gobierno estatal a dotar de vigilancia (patrullas) a los reporteros. Sin embargo, el resultado fue peor. La gente en las redacciones está temerosa por tanta presencia policiaca y ha empezado a renunciar.

El 16 octubre, la periodista locutora Cecilia Méndez sufrió un grave atentado en Zapopan, Jalisco. Méndez viajaba a bordo de su vehículo tras salir de la estación en el que transmite el programa "Yo siempre estoy bien", en Zapopan, Jalisco. Sujetos que se movilizaban en una motocicleta le dispararon en el rostro y en el tórax. Su estado de salud es delicado.

El alto índice de impunidad y de la inseguridad en la que trabajan los periodistas en el país, queda evidenciado en la falta de resultados de investigaciones que deriven en el castigo a los responsables de los asesinatos y agresiones.

NICARAGUA

La democracia ha sufrido un grave quebrantamiento a lo largo de los 10 años que Daniel Ortega lleva en el poder desde enero de 2007. La libertad de prensa fue severamente restringida mediante la monopolización oficialista de medios de comunicación, la presión sobre los pocos medios independientes y el cierre de los accesos a todas las fuentes de información del gobierno.

Todos los poderes del Estado fueron subordinados al Poder Ejecutivo.

La seguridad jurídica fue sustituida por un poder dictatorial y discrecional que reconoce, reparte o niega derechos constitucionales.

Ya no hubo más elecciones libres y limpias. Ya no existe el principio y norma de la alternabilidad democrática, mientras que el Ejército y la Policía fueron obligados a "regresar a sus orígenes sandinistas".

Los gobiernos municipales y las universidades públicas perdieron su autonomía constitucional.

La oposición fue dividida y devastada y una buena parte de ella ilegalizada y excluida.

Las organizaciones de la sociedad civil fueron privadas de la cooperación externa —por presión del Estado a los cooperantes—, acosadas y debilitadas.

La Educación perdió su carácter nacional y su sentido humanista y científico para convertirse en un medio de adoctrinamiento de los niños, adolescentes y jóvenes estudiantes.

El agravamiento de la libertad de prensa en este período se vio reflejado por los siguientes hechos:

La Ley de Acceso a la Información se ha reducido a letra muerta, pues no se cumple en lo más mínimo. Ninguno de los poderes estatales ni los entes autónomos dan información a los medios independientes. Los periodistas independientes son impedidos de entrar a las conferencias de prensa y otros actos gubernamentales, así sea para aquellos en los que se anuncian medidas preventivas de catástrofes, actos para celebrar las fiestas patrias o inauguraciones de obras públicas.

Existe un control de la mayor parte de los medios de comunicación, a través de un duopolio en la televisión y la radio. Solo existe un canal abierto y unos dos canales por cable que no son controlados o neutralizados por el gobierno o la familia presidencial.

Los entes autónomos o las empresas en las que el Gobierno gerencia, no asignan publicidad a medios independientes, salvo pequeños anuncios que publican para licitaciones en conjunto con instituciones financieras multilaterales.

Otros hechos importantes:

El 3 de abril el programa radial Onda Local, que se transmitía en Radio La Primerísima, fue cerrado por la dirección de la misma radioemisora. Onda Local inició sus transmisiones en el año 2000, estuvo al aire 17 años como espacio independiente para informar y generar debate en torno de problemáticas municipales desde la perspectiva de sus actores. La decisión habría sido influenciada por el gobierno.

El 16 de mayo *La Prensa* publicó declaraciones del secretario general administrativo del Poder Judicial, Berman Martínez. En represalia, la Corte impidió a la periodista Martha Vásquez Larios de *La Prensa* entrar al complejo judicial. Un magistrado y el vocero del Poder Judicial dijeron que el diario tiene una campaña difamatoria y misógina contra la presidenta de ese poder, Alba Luz Ramos, que tienen el derecho a defenderse y que no pueden "dar facilidades para que nos entierren el puñal en nuestra propia casa".

Para las celebraciones de las fiestas patrias, el personal de seguridad interna del Ministerio de Educación impidió que el equipo de *La Prensa* realizara entrevistas a las autoridades y se le negó la nota de prensa que entregaron a otros medios.

El diputado Mario Valle del partido oficialista FSLN, amenazó a la periodista de *La Prensa* Lucía Navas, cuando esta le preguntó por qué en la reforma al presupuesto de 2017 se le asignaron 300,000 córdobas (unos US\$ 10,000) a la universidad privada Universidad de Managua de la que él es presidente y su esposa, rectora. "¿Usted es agente de la CIA?" "¿Cuánto le paga la Embajada?" "Usted está grabando y no ha pedido permiso" vociferó el diputado y que si la periodista fuera hombre le daría una respuesta distinta.

El jefe de la bancada del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), diputado Edwin Castro, justificó los fondos diciendo que no eran para la universidad, sino para transmitir por televisión el programa La Liga del Saber, en el cual se hace propaganda al gobierno.

PANAMÁ

El Tribunal Electoral se encuentra en proceso de elaboración de la reglamentación de las últimas reformas a la Ley Electoral, que regirá las elecciones generales de 2019. Se han detectado varias disposiciones que podrían comprometer la libertad de expresión y el ejercicio libre del periodismo, entre prohibiciones a los medios de comunicación de emitir noticias, entrevistas, reportajes e investigaciones en las cuales puedan ser mencionados o intervenir candidatos y partidos políticos.

Algunas de las reglamentaciones de la publicidad política también podrían limitar la libertad de expresión.

El Tribunal Electoral ha mostrado abierto al diálogo con los medios y gremios periodísticos.

El Tribunal Electoral ha propuesto la firma de un Pacto Ético Electoral con los medios de comunicación, tema que se encuentra pendiente.

El 6 de julio, el fotógrafo Alexander Arosemena, de *La Prensa*, fue detenido, esposado y conducido por las autoridades mientras tomaba fotografías de la sede diplomática del Vaticano. La Prensa señaló que ni el fotógrafo ni su dron entraron en el perímetro de la sede diplomática. Arosemena fue liberado horas después.

El Ministerio Público presentó a inicios de octubre un proyecto de ley que intentó modificar y adicionar artículos al Código Penal, relacionados con el cibercrimen. Se logró detectar que varias de las normas propuestas afectarían al ejercicio del periodismo. Luego, el Ministerio Público los retiró del proyecto y abrió un espacio de conversaciones que se darán en los próximos meses.

En este semestre, el *Grupo Editorial GESE (El Siglo y La Estrella de Panamá)* continuó asediado por la Oficina de Control de Activos Extranjeros (OFAC) del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, que incluyó en la denominada Lista Clinton al principal accionista de los periódicos. Esto a pesar de que en reiteradas ocasiones las autoridades estadounidenses señalaron que los periódicos no eran objeto de investigación. Luego de una misión de la SIP para abordar el tema, el 23 de octubre se anunció que el propietario transfirió por medio de una donación a título gratuito el 51% de las acciones de las empresas propietarias de los diarios a la Fundación Publicando Historia, cuyo propósito será mantener la operación de los periódicos y de la cual todos los beneficios revierten a los periódicos. Hecho este anuncio, la Ofac desbloqueó a los diarios de las sanciones impuestas, luego de 17 meses.

Segue pendiente de respuesta la nota que la SIP envió hace cerca de un año al director general del Servicio Nacional de Migración para solicitar explicación sobre la detención de la que fue objeto el periodista Santiago Fascetto, del diario *Panamá-América*, en el aeropuerto Tocumen.

La *Editora Panamá-América (EPASA)*, en reiteradas ocasiones ha denunciado una campaña de intimidación por parte del Gobierno. La Procuradora General de la Nación, el 26 de junio pasado, confirmó en conferencia de prensa que realiza una investigación a la que denominó "New Business", basada en una denuncia del diputado de gobierno Jorge Iván Arrocha hecha pública el 6 de febrero de 2017 ante la Asamblea Nacional en la cual solicitó que se "investigue" al "licenciado Ricardo Chanis que en la actualidad es Presidente del Grupo Epasa". Chanis no ha regresado a Panamá después que el año pasado viajó a la asamblea general de la SIP en México, por acciones que considera violatorias a sus derechos.

El 7 de febrero de 2017 el diputado Arrocha dijo en la Asamblea Nacional: "No importa cuantas cosas saque el *Panamá América*, o la *Crítica* en contra de Jorge Iván Arrocha, todos los días voy a dar un nombre diferente y si es mentira salgan a desmentirlo".

EPASA considera que estas investigaciones buscan intimidar a los diarios *Panamá-América* y *Crítica*, debido a las informaciones relacionadas con casos de corrupción que han publicado. Esta situación hizo que se cumpliera con el mandato de la SIP de realizar una misión a Panamá, la cual externó su preocupación ante la posibilidad de cierre de los medios que edita EPASA. Actualmente, la investigación está pendiente de decisión del Órgano Judicial si otorga mayor tiempo al Ministerio Público para las pesquisas. Los gremios periodísticos de Panamá han urgido reiteradamente al Ministerio Público a que de estas investigaciones sea informada en detalle la ciudadanía y que las mismas tengan una finalización rápida, para no afectar el funcionamiento de los diarios.

Seguen sin resolverse los alcances fiscales contra EPASA, iniciados en enero de 2015, por un monto de 1.7 millones de dólares que podría ascender hasta 10 veces más.

Recientemente resurgió la preocupación sobre el contenido del artículo 195 del Código Penal panameño, que tipifica la injuria y la calumnia cuando estas se cometen a través de medios de comunicación, aunque fue despenalizada cuando se trata de que la "supuesta víctima" es un funcionario con mando y jurisdicción nacional. Y se han dado casos recientes en que exfuncionarios utilizaron esa norma contra periodistas y directivos de medios. "Aumenta la preocupación por casos de demandas civiles (injuria y calumnia) que al no tener limitación en la cuantía pueden terminar convirtiéndose en una herramienta para el cierre de medios de comunicación"

En el Parlamento Latinoamericano (Parlatino), con sede en Panamá, está pendiente de trámite el proyecto presentado por el asambleísta ecuatoriano Octavio Villacreces que busca dictar una ley marco de comunicaciones para los países integrantes del Parlatino, "sobre el derecho al libre acceso a la comunicación". También busca establecer mecanismos de control por parte del Estado para "monitorear, advertir y promover" sobre los contenidos de los medios.

PARAGUAY

El último semestre comenzó con violencia. Miembros del grupo montado de la Policía Nacional dispararon contra las instalaciones del diario *ABC Color* mientras perseguían a un grupo de manifestantes en fuga. Destrozaron la puerta y los fragmentos hirieron a dos empleados del diario.

Los manifestantes escapaban de la policía después de protagonizar protestas por una votación a puertas cerradas de un grupo de senadores nacionales que buscaban una reforma constitucional para apoyar la reelección del presidente Horacio Cartes.

Tras las fuertes protestas ciudadanas, Cartes renunció a su idea y el 26 de abril la Cámara de Diputados rechazó el proyecto de enmienda constitucional.

Todo esto ha intensificado las tensiones entre el gobierno y la prensa. Numerosas denuncias de presiones a los medios suscitan interrogantes sobre las interferencias a la libertad de expresión. A ello se suma que Cartes responsabiliza a los medios de generar el clima de crispación social y que el vicepresidente del país, Juan Afara, dijo que se retribuiría a los propietarios de las radioemisoras del interior que transmitieran noticias favorables al gobierno y al proyecto de enmienda constitucional.

A tres años del asesinato del corresponsal del diario *ABC Color* Pablo Medina y su asistente, Antonia Almada, el inicio del juicio oral y público a Vilmar Acosta Marques, ex intendente de Ypejhú, previsto para el 16 de octubre, fue pospuesto por el juez Ramón Trinidad Zelaya, presidente del Tribunal de Sentencia. Ante la presión de la prensa, los demás miembros del Tribunal decidieron fijar el inicio para el 23 de octubre.

Otros casos en este período:

Al menos 22 periodistas y reporteros gráficos sufrieron agresiones físicas durante la cobertura de las manifestaciones frente al Congreso Nacional el viernes 31 de marzo.

En abril, periodistas de la cadena argentina Telefé abandonaron la ciudad de Pedro Juan Caballero tras amenazas de narcotraficantes a través de redes sociales, llamadas telefónicas y filmaciones enviadas al corresponsal de *ABC Color* en la zona, Cándido Figueredo, quien ayudaba a los periodistas extranjeros a investigar el narcotráfico.

En mayo, el ministro de Obras Públicas y Comunicaciones, Ramón Jiménez Gaona, anunció que demandaría al director del diario *ABC Color*, Aldo Zuccolillo Moscarda, por el «daño moral» sufrido a causa de las informaciones sobre irregularidades en la construcción de un viaducto. *ABC Color* coincide con la investigación de la Policía Judicial española sobre la participación del empresario catalán Jordi Pujol Ferrusola en una trama de corrupción internacional para amañar contratos públicos con gobiernos de otros países.

En junio, en Ciudad del Este, el presidente Horacio Cartes acusó a los periodistas de televisión Óscar Acosta y Menchi Barriocanal de «incitar a la violencia» y afirmó que deberían estar presos por su cobertura en torno de los episodios sobre la reelección.

En junio, el dirigente colorado, Javier Zacarías Irún, de Alto Paraná, señaló que el diario *ABC Color* merece una demanda penal, a raíz de las publicaciones sobre el intento de despojo de tierras del Estado para destinarlas al Hard Rock Hotel y Casino en Ciudad del Este, donde salieron a la luz los bienes de Zacarías Irún y su esposa, la actual intendenta de Ciudad del Este, Sandra McLeod de Zacarías.

En julio, Milciades Mailyn (39) quedó en libertad luego de cumplir 16 de los 25 años a los que fue condenado por el asesinato del periodista Salvador Medina (27), perpetrado el 5 de enero del 2001 en un camino rural del distrito de Capiibary, departamento de San Pedro, zona del país en la cual el comunicador denunciaba el actuar del crimen organizado a través de su programa en la radioemisora Ñemity FM. Salvador Medina era hermano de Pablo Medina, corresponsal de *ABC Color* asesinado en el 2014.

En septiembre, el senador Victor Bogado (ANR) presentó una querrela contra el director del diario *ABC Color*, Aldo Zuccolillo Moscarda, por difamación, calumnia e injuria, exigiendo un resarcimiento de 5,4 millones de guaraníes, unos US\$ 956.000 (Novecientos cincuenta y seis mil dólares) El senador ya había presentado una querrela por el mismo motivo el año pasado.

ABC Color ha publicado investigaciones sobre delitos económicos del senador Víctor Bogado y enriquecimiento ilícito de su presunto testaferro, Miguel Ángel Carballo, alias el «Mecánico de Oro», quien es acusado por la Fiscalía de cobro ilegal de sueldos públicos.

En octubre, miembros del Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP) y comunicadores independientes protestaron ante la sede del Instituto Nacional de Desarrollo Rural y de la Tierra (Indert) por las amenazas hechas por su titular, Justo Pastor Cárdenas, a una periodista del diario ABC Color a raíz de una investigación sobre el creciente patrimonio del funcionario.

PERÚ

Durante este período continuó el retroceso en las libertades de prensa. A partir de septiembre, superada la crisis política que produjo la salida del Primer Ministro Fernando Zavala y el recambio del gabinete, se registraron actos hostiles contra la prensa, que se suman al magro avance de las investigaciones policiales por el asesinato de periodistas ocurridos anteriormente en diversas regiones del país.

Preocupan iniciativas legislativas vinculadas al ejercicio del periodismo y a los medios de comunicación presentadas por el partido de oposición y mayoría en el Congreso, Fuerza Popular.

Hechos sobresalientes de este período:

En abril, el vocero alterno de Fuerza Popular, Héctor Becerril y nueve congresistas fujimoristas más, suscribieron un proyecto de ley que establecería la obligación de las compañías "que tienen como objeto principal la edición, publicación y distribución de diarios, semanarios, revistas o billetes de lotería" a destinar 2% de sus ventas anuales a un "fondo nacional del seguro social del canillita. El referido impuesto financiaría el "régimen especial de pensiones del canillita" y el "régimen contributivo de la seguridad social en Essalud".

El 20 de junio, los congresistas fujimoristas Miguel Castro y Carlos Domínguez presentaron un proyecto de ley que modificaría los alcances del decreto legislativo N° 829, mediante el cual se creó el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP en 2006. La iniciativa, suscrita por el actual presidente del Congreso, Luis Galarreta y otros representantes de Fuerza Popular, dispondría que 30% de la programación diaria de la televisión del Estado dé igual prioridad a la cobertura de noticias del Ejecutivo como a aquellas provenientes de los poderes Legislativo y Judicial; así como a "contenidos educativos, informativos y culturales que promueven la identidad nacional".

El 28 de junio el Congreso aprobó por unanimidad el dictamen del proyecto de Ley N.º 772/2016-CR, iniciativa del congresista Marco Miyashiro Arashiro del Grupo Parlamentario Fuerza Popular que modifica los artículos 2, 10, 17, 38 del decreto legislativo 1141, de fortalecimiento y modernización del Sistema de Inteligencia Nacional — SINA y de la Dirección Nacional de Inteligencia — DINI, con el objetivo de regular la seguridad digital. Se resalta que la Comisión de Inteligencia incorporó diversas observaciones a la propuesta original presentadas por especialistas convocados del sector privado y público. No obstante las correcciones, la norma continúa concediendo especial preeminencia al ámbito de acción de la DINI, por lo que correspondería al gobierno elaborar una política nacional de ciber seguridad.

En septiembre, la decisión inconsulta de los miembros de la Mesa Directiva parlamentaria del Congreso de cambiar el nombre de la sala de conferencias Gustavo Mohme Llona, que desde 2001 distinguía al fundador del diario *La República*, por el de "Héroes Defensores de la Democracia" fue percibida por algunos sectores como una represalia contra el *Grupo La República*. Días después, 10 congresistas de bancadas diferentes enviaron una carta al Presidente del Congreso para solicitar que se reconsidere la decisión.

El 16 de octubre, durante una conferencia de prensa, el presidente del Congreso pidió a las empresas que retiren su publicidad al periodista Rafael León y a la revista *Caretas*. Calificó de "ataque cobarde" el estilo y los comentarios con los que el periodista alude a varias congresistas de la bancada de oposición en su columna "La China Tudela", en *Caretas*, bajo el seudónimo de 'Lorena Tudela Loveday'. La actitud del congresista recuerda el boicot publicitario alentado contra *Caretas* por el gobierno de Alberto Fujimori.

"Se trata de una columna satírica, una caricatura, y debe juzgarse en ese sentido. Puede no gustar, a veces ser muy mordaz, pero es una caricatura", dijo Marcos Zileri, director de *Caretas*.

El 16 mayo el Relator Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Edison Lanza, advirtió sobre la falta de información sobre las investigaciones de la Policía Nacional por el asesinato del conductor del programa "La voz del pueblo", Hernán Choquepata, asesinado a balazos por sicarios en su cabina radial. También pidió información sobre el periodista Yrinea Martínez Purihuamán, muerto en octubre de 2016 luego de recibir impactos de bala mientras cubría un enfrentamiento entre comuneros e invasores de tierras en el departamento de Lambayeque.

En cuanto al juicio por el asesinato de Hugo Bustios de *Caretas* Hugo Bustios, a manos de militares en Huanta, Ayacucho, en 1988, el fiscal superior Luis Landa Burgos, imputó penalmente al exministro del Interior, Daniel Urresti, como coautor. Preciso que se le acusaba de autoría mediata, pero nueva evidencia indica que hubo una planificación militar en la emboscada contra el periodista.

La sentencia del Décimo Sexto Juzgado Penal de Lima que absuelve al periodista Fernando Valencia Osorio del delito de difamación agravada, representa un precedente positivo para de la libertad de prensa. Valencia enfrentaba una condena de 1 año y 8 meses de pena privativa de la libertad suspendida, el pago de 100,000 nuevos soles como reparación civil y 1,900 nuevos soles de multa, por la publicación de un titular en un medio.

Respecto de la controversia sobre la adquisición del *Grupo EPENSA* por el *Grupo El Comercio*, tanto el *Grupo La República* como *PRENSMART* y *GEC* solicitan al Poder Judicial resolver el fondo de esta controversia cuanto antes y no seguir incurriendo en una demora que hace tiempo ha sobrepasado los plazos razonables. En línea con ello, los tres grupos apoyaron la resolución aprobada durante la Asamblea General de la SIP de México, invocando al Poder Judicial a resolver la controversia a la brevedad posible.

El 8 de septiembre, durante un operativo policial para incautar insumos químicos y gasolina utilizados para la minería ilegal, en el distrito de Mazuko, Manuel Calloquispe reportero y director del programa "La voz del pueblo" que transmite Canal 33 en la región Madre de Dios, fue insultado, amenazado y agredido a pedradas por una turba. El periodista denuncia a las mafias vinculadas al tráfico de insumos y personas.

El 2 de septiembre, Romina Caballero, reportera de Canal N, denunció que fue agredida por una manifestación gremial de maestros.

Anteriormente, Mónica Gismondi Chauca, directora periodística del diario digital Chimbolenlinea.com denunció que personal de la oficina de Imagen del Ministerio Público le advirtió en un comunicado que le iniciarían acciones legales por difundir "información de carácter reservado" sobre una investigación fiscal a un grupo de supuestos sicarios vinculados a una mafia de traficantes de tierras.

PUERTO RICO

La catástrofe del huracán María el 20 de septiembre mantiene bajo prueba al ejercicio del periodismo debido a la lenta restauración de los servicios básicos y de infraestructura de la comunicación, en el marco de la crisis financiera y las fuertes medidas de austeridad decretadas por la junta que supervisa las finanzas del país.

El 4 de octubre, el Grupo Ferré Rangel, que a través de su división GFR Media edita el principal diario del país, El Nuevo Día, así como Primera Hora e Índice, anunció varias medidas internas "para garantizar la continuidad de sus empresas a largo plazo".

El grupo GFR indicó que "existen clientes y anunciantes sin servicio de electricidad y sin comunicación". Las compañías de telecomunicaciones y servicio de internet del mismo grupo están ofreciendo espacio de oficina a sus clientes afectados para que puedan reanudar sus operaciones.

La presidenta del Grupo Ferré Rangel, María Luisa Ferré Rangel, manifestó que esta crisis "nos obliga a reinventarnos y a acelerar nuestra información".

Después del huracán, tanto El Nuevo Día como Primera Hora mantienen un promedio combinado de circulación diaria de 170.000 ejemplares.

Por otra parte, en mayo, el gobernador Ricardo Roselló presentó una nueva medida legislativa para garantizar el acceso a la información pública a periodistas y ciudadanos, la cual obligaría a las tres ramas del gobierno, la ejecutiva, legislativa y judicial, a ofrecer la información inmediata si se tiene accesible o, de ser necesario,

en un plazo de 10 días.

El Congreso ha votado anteriormente en contra de este tipo de legislación.

La Gobernación anunció que, en busca de una aprobación rápida, abrió canales de diálogo con organizaciones de periodistas y de la sociedad civil como el Overseas Press Club, la Asociación de Periodistas de Puerto Rico (Asppro) y la Red de Transparencia compuesta por Abre PR, el Instituto de Estadísticas de Puerto Rico, Espacios Abiertos, el Centro de Periodismo Investigativo y Agenda Ciudadana, entre otras.

REPÚBLICA DOMINICANA

Existen dos iniciativas legislativas que pretenden introducir algunas cláusulas que limitarían el ejercicio del periodismo y regularían el uso de las redes sociales durante campañas electorales.

Un paquete de leyes está bajo estudio de una comisión bicameral del Congreso sobre la definición de lo que son medios de comunicación, los alcances de la libertad de expresión y el derecho a la intimidad, el honor y el buen nombre, con penalidades que todavía se mantienen vigentes en el Código Penal.

Diferentes partidos políticos agrupados en el Foro Permanente de Partidos Políticos presentaron una solicitud ante la Junta Central Electoral para que regule el uso de cuentas falsas en las redes sociales para las elecciones generales de 2020. Piden que esta propuesta sea incluida en la nueva ley electoral y ley de partidos, actualmente bajo estudio.

La Sociedad Dominicana de Diarios designó una comisión de juristas para discutir el tema con la comisión bicameral del Congreso.

Respecto del ambiente en que desarrollan su oficio los reporteros, este sigue siendo afectado por los episodios de atropellos físicos, irrespetos y amenazas de muerte por parte de autoridades y civiles.

Unos 30 periodistas y camarógrafos fueron víctimas de agresiones.

La Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía acusó a la periodista Claudia Pérez Ramírez, del programa "Eficiencia social", canal 45 Teleradio América, de proferir expresiones vulgares y discriminatorias contra el presidente de la República y el Procurador General.

Al comentarista Álvaro Arvelo hijo, del programa "El gobierno de la Mañana" de la estación Z-101, se le prohibió hablar durante 20 días en la radio por expresiones injuriosas contra la figura de Juan Pablo Duarte, uno de los fundadores de la nación.

A ambos periodistas se les prohibió hablar durante varios días en sus respectivos programas por usar un lenguaje vulgar y difamatorio. Por su parte, el Instituto Duartiano acusó al periodista Arvelo de violar el artículo 6 de la ley 127-01 y los reglamentos de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía. En tanto la entidad emplazó a los propietarios, directores, conductores, encargados o afines de los diferentes canales y programas televisivos para que regularicen la transmisión de contenidos.

La ong Participación Ciudadana denunció que se están imponiendo trabas al cumplimiento de la ley general de libre acceso a la información pública, que lleva ya 13 años de vigencia. Expresó que ningún partido político cumple con el mandato de dicha ley, muchas instituciones no publican la nómina oficial en formato claro y actualizado, en tanto los presupuestos y su ejecución se publican en formatos cerrados. Agregó que las instituciones públicas limitan la información sobre los procesos de compras y contrataciones. Propuso la creación de un órgano autónomo, independiente y con facultades y competencias especiales para que ejerza la función de control, socialización y difusión del derecho de acceso a la información pública.

URUGUAY

Ha comenzado una tendencia entre autoridades de gobierno a formular denuncias penales por presuntos delitos de difamación e injurias para intentar callar a los medios de comunicación.

Una denuncia contra el diario *El Observador* y dos contra el diario *El País* por una misma información marcaron la tónica, que fue calificada por el ex presidente de la Comisión de Libertad de Prensa de la SIP Claudio Paolillo como un intento de "judicialización del periodismo".

Esta escalada judicial se inició con la aparición de un libro sobre el entonces vicepresidente de la República, Raúl Sendic, titulado "Sendic. La carrera del hijo pródigo", de las periodistas Patricia Madrid y Viviana Ruggiero, donde se denuncian graves irregularidades sobre él y su entorno mientras estuvo al frente de la empresa estatal petrolera Ancap. "La gota colmó el vaso", dijo Sendic, y agregó: "Hace mucho tiempo que vengo soportando una campaña feroz contra mí y no me callo más. En Uruguay se ha instalado un relato en determinados sectores del periodismo que buscan liquidar la honorabilidad de las personas, sin tener el mínimo sustento de nada (...)" Agregó que Madrid y Ruggiero tienen "una forma de actuar despreciable". Y "ellas van a tener que llevar sus dudas y sobre todo sus pruebas a la justicia penal y a la justicia civil. Van a tener que responder con su patrimonio".

Sendic incluyó a los periodistas como parte de una conspiración internacional. "Son operaciones que no se crean acá, sino en Atlanta (Estados Unidos)... Se usa un sector de la prensa, a veces un sector de la Justicia y de partidos políticos para manipular la opinión pública con el fin de desestabilizar a otros sectores políticos".

En junio, el semanario Búsqueda publicó información obtenida a través de la Ley de Acceso a la Información Pública, sobre gastos realizados por Sendic con la tarjeta corporativa de Ancap para compras personales en tiendas de ropa, joyerías, mueblerías, supermercados. Sendic rechazó las acusaciones, pero renunció a la Vicepresidencia presionado por su propio partido, por manejos "inaceptables" de dineros públicos. Ahora está a disposición de la justicia penal.

El 25 de marzo, el diario *El País* publicó una información sobre una empresa que compró un inmueble en US\$ 750.000 y dos días después lo vendió como único oferente a la Intendencia de Montevideo en una licitación en US\$ 1.490.000. Una ganancia de 740 mil dólares en 48 horas.

La operación fue observada por el Tribunal de Cuentas de la República. El Intendente dejó sin efecto el negocio, pero se instó desde el oficialista partido Frente Amplio a crear una comisión para investigar por qué esa información fue difundida por el diario "con el propósito de lesionar la gestión de gobierno".

El 26 de mayo, Hernán Melino, asesor del intendente municipal de Montevideo Daniel Martínez, reclamó al director periodístico del diario *El País*, Martín Aguirre, por el tratamiento informativo que el periódico le da a la información municipal. Dijo no estar conforme con la manera que se trató la potencial enajenación de un parque de la ciudad donde tiene su cancha el Club Atlético Fénix, de la Primera División del fútbol, así como con la información referida al déficit municipal (unos 100 millones de dólares de déficit). Criticó el trabajo específico de varios periodistas del matutino y sugirió cómo tratar algunas noticias.

El 3 de agosto, la presidente de Administración de los Servicios de Salud del Estado (ASSE), Susana Muñiz, presentó una demanda contra el periodista de *El Observador* Gabriel Pereyra por una columna de opinión: "¡Hola Susana!, ni los buitres se salvan en sus hospitales", donde se denuncian una serie de irregularidades. La audiencia se realizó el 15 de agosto. Pereyra dijo que no tuvo ánimo de difamar. La "exceptio veritatis" y real malicia no se mencionaron.

El 15 de agosto, el diario *El País* fue notificado de una demanda, por difamación e injurias, presentada por José Coya, expresidente y sucesor de Raúl Sendic al frente de Ancap. El demandado es el periodista Daniel Isgleas, por una nota titulada "Coya adjudicó una obra de US\$ 64 millones sin pasar por Directorio", y el diario *El País*, por el editorial "El despeñadero interminable". Washington Beltrán, director del diario y autor del editorial, asumió la autoría. Tanto la información como el editorial se fundamentan en declaraciones del diputado nacional Pablo Abdala, que ratificó sus dichos en sede judicial. Aún falta una segunda audiencia para escuchar a las partes.

El 7 de septiembre, la jueza de Cerro Largo, Mariela Tejera, condenó al canal 12 de Melo (Cerro Largo) a pagar una multa de US\$ 350.000 por una violación del derecho a la privacidad de dos menores de edad que fueron entrevistados en un informe emitido hace un año. Se trata del monto máximo que prevé la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en su artículo 182.

El caso llegó a la jueza Tejera a raíz de una denuncia realizada por el INAU, por entender que el medio de comunicación violó las disposiciones del artículo 31 de dicha ley, que refiere al derecho y privacidad de niños y adolescentes. El hecho ocurrió el 3 de octubre de 2016. Bajo el título "Declara en la sede judicial un hombre acusado por su esposa de abuso sexual a su hijo", el canal departamental difundió una entrevista a una madre y su hijo, presunta víctima de abuso sexual. La nota

periodística fue realizada en la puerta del juzgado a pedido de la madre, que llamó al canal y pidió que su hijo hiciera declaraciones.

La entrevista fue editada: los rostros del niño de 12 años y de su hermana de nueve fueron difuminados (no pixelados) y se brindaron direcciones falsas. La sentencia fue apelada.

La severa multa puede provocar su desaparición, en caso de que se decida su aplicación.

VENEZUELA

El régimen de Nicolás Maduro a continuación del de Hugo Chávez, avala el principio de que en una dictadura, la libertad de expresión es siempre la primera víctima. La prensa, como uno de los vehículos que hace posible su ejercicio, es el blanco prioritario. El régimen ha ido evolucionando desde mecanismos de censura muy sutiles, que incluían la distribución de la propaganda oficial como un premio a los medios de comunicación más complacientes o serviles, pasando por las demandas judiciales por difamación, las amenazas a periodistas, el cierre de estaciones de radio y televisión, el bloqueo de sitios web y plataformas digitales, las detenciones arbitrarias y los juicios militares a periodistas, hasta las formas más sangrientas de censura.

Actualmente, el mero hecho de cubrir una manifestación pública en contra del gobierno puede ser calificado como un acto "terrorista", de competencia de los tribunales militares. Enviar un tweet, pintar una caricatura o hacer un chiste puede tener consecuencias penales severas.

El régimen no acepta el pluralismo político. Rememorando las prácticas del estalinismo, se ha llegado a declarar interdicto por demencia a un ex candidato presidencial, con lo que se intentó silenciar a una de las voces más lúcidas de la oposición y del periodismo. No hay ningún medio de comunicación, opinión o información que haya escapado a la censura. El que una película -como "El Inca"- haya sido premiada y aplaudida por la crítica tampoco ha impedido que su exhibición fuera censurada por la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia (TSJ). Cualquier forma de expresión, incluyendo la simple protesta del ciudadano en la calle o el comentario del ama de casa en un auto mercado, es objeto de la represión más severa.

El régimen controla tanto lo que se dice como lo que no se puede decir. Por iniciativa de Diosdado Cabello, vicepresidente del PSUV, en cada oficina pública, incluido el aeropuerto internacional de Maiquetía, hay un inmenso letrero que dice: "Aquí no se habla mal de Chávez".

El cierre de plantas televisoras y radiodifusoras ha seguido sin pausa. También las "inspecciones técnicas" de CONATEL a radioemisoras y teledifusoras. La plataforma digital del Diario *Tal Cual* ha sido bloqueada durante horas.

El 11 de agosto pasado, CONATEL abrió un proceso disciplinario en contra de Venevisión y Televen, por "no dar cobertura a la elección de los constituyentistas que conformarán la Asamblea Nacional Constituyente". Algunos medios impresos, como consecuencia de la negativa del régimen a venderles papel, han debido reducir su número de páginas, continuar operando sólo en forma digital o paralizar sus operaciones, lo que deriva no solo en un problema de libertad de expresión sino también de pérdida de fuentes de empleo.

CONATEL ordenó sacar de la programación por cable las señales de canales internacionales (como CNN en español, El Tiempo TV, Caracol TV, o Todo Noticias), porque su línea editorial no se ajustaba a los requerimientos del "socialismo del siglo XXI". Siguen las presiones para que los medios prescinden de periodistas demasiado críticos, como es el caso de la reciente salida de Nelson Bocaranda de Unión Radio. Continúa castigándose a periodistas como César Miguel Rondón, a quien, al llegar al aeropuerto, se le negó la salida del país, pues, supuestamente, su pasaporte "había sido denunciado como robado". Dos días antes Maduro dijo que Rondón debía ir preso.

Las demandas en contra de periodistas y medios no han amainado. Maduro amenazó con demandar al Bloque de Armas, editor del diario 2001, por su portada del 8 de junio. En una amenaza velada, el 17 de julio Maduro acusó de "conspiradores" y "golpistas" a los canales de televisión Venevisión y Televen por transmitir la declaración de un grupo de ex presidentes latinoamericanos sobre la situación política.

Informes de organizaciones como Espacio Público, Provea e IPYS, entre otras estiman que se cometieron numerosos casos de agresiones físicas de funcionarios policiales o militares a periodistas, reporteros, fotógrafos y camarógrafos en este período. Sufrieron golpizas y con frecuencia sus equipos (cámaras, micrófonos, teléfonos celulares, tabletas, chalecos antibalas, máscaras antigases o vehículos de transporte) fueron destruidos o decomisados. En un caso se ha identificado con sus apellidos a los militares autores de esas agresiones, no se tiene conocimiento de ninguna investigación judicial que se haya iniciado en contra de ellos.

Esos informes remarcan que las manifestaciones públicas por descontento ante la inflación, el desabastecimiento y la persecución, fueron reprimidas de manera brutal y sangrienta, dejando más de un centenar de muertos y miles de heridos. En muchos casos hubo aversión especial de los policías y militares contra periodistas que sufrieron el impacto de bombas lacrimógenas, perdigones disparados a quemarropa, el chorro de agua lanzado por "la ballena", los golpes de porra y las patadas. Una periodista fue rociada con gas en la cara por un funcionario de la PNB y un oficial al mando de la Guardia Nacional ordenó "ir en contra de los periodistas".

El 24 de mayo, un testigo relató cómo la GN disparó en contra de la prensa que se encontraba cubriendo una manifestación en Bello Monte.

En muchos casos la policía y la Guardia Nacional impidieron que los periodistas puedan realizar su trabajo. No se permite tomar fotografías en determinadas zonas como en destacamentos policiales o formaciones policiales en la morgue de Bello Monte o en la Defensoría del Pueblo. Tampoco se pueden acercar a los edificios del TSJ o al CNE y a veces no se les permite cubrir actos en la Asamblea Nacional. Varios periodistas, fotógrafos y camarógrafos fueron expulsados de ruedas de prensa o no han sido admitidos. Bandas armadas atacaron las instalaciones de periódicos, plantas teledifusoras y radiodifusoras.

Muchas agresiones contra la prensa cometidas por civiles que fueron armados por el gobierno, ocurrieron en presencia de la Guardia Nacional y ante su mirada complaciente.

Numerosos periodistas han sido detenidos y sometidos a la justicia militar. Periodistas extranjeros han sido detenidos arbitrariamente. Dos periodistas franceses, de la agencia CAPA, cuando ya se disponían a regresar a su país, fueron detenidos durante 10 días. No se permitió la entrada al país del periodista argentino Jorge Lanata, cuando intentaba cubrir la elección de los miembros de la Asamblea Nacional Constituyente. Semanas después, a la periodista chilena Gabriela Donoso, de la agencia *Reuters*, también le fue negado el ingreso al país y fue puesta en un avión con destino a Panamá. El periodista Anatoly Kumanaev, del *The Wall Street Journal*, fue expulsado del Poliedro de Caracas y obligado a borrar material grabado. Un equipo de la agencia *Reuters* fue expulsado de la rueda de prensa ofrecida por Maduro el 19 de agosto, "por transmitir en vivo".

Como parte de una demanda en contra de los directores de *Tal Cual*, *La Patilla*, *El Nacional*, un tribunal condenó a *La Patilla* a pagar a Diosdado Cabello una indemnización de mil millones de bolívares por haber reproducido una información de otro medio (el diario *ABC*, de España), en el que Leamsy Salazar, un ex colaborador de Cabello, señalaba que éste estaría involucrado en delitos de narcotráfico.

Paradójicamente, a todo este ambiente de censura el presidente Maduro ha propuesto a la Asamblea Nacional Constituyente la aprobación de una ley contra el odio y la intolerancia. El proyecto sanciona el odio en términos genéricos, sin definirlo, y excede con creces lo previsto en el artículo 20 del Pacto de Derechos Civiles y Políticos, que prohíbe "toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituya incitación a la discriminación, la hostilidad o la violencia". El régimen pretende prohibir el odio como tal, reservándose el derecho de determinar qué constituye odio y qué es lo que debe ser sancionado. Sin dudas se trata de otro mecanismo para censurar y crear autocensura.

Además, las retenciones indebidas de pasaportes y otros documentos de identificación personal a sectores de la oposición, de tal manera que mediante tal mecanismo se impide la movilización y adicionalmente se violenta el derecho a la identificación y a detentar una nacionalidad, en violación a la Convención Americana sobre Derechos Humanos y al Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de la ONU.

Este [enlace](#) contiene un informe pormenorizado de los casos de violaciones a la libertad prensa y expresión ocurridos en el semestre en Venezuela.