

EL FUTURO DE LOS DIARIOS

EL FUTURO DE LOS DIARIOS

©Varios autores

Primera Edición

1000 ejemplares - Diciembre 2002

Editor:

Edgar P. Jaramillo S.

ISBN 9978-55-032-1

Código de Barras 9789978550328

Registro derecho autoral N°017218

Portada:

GRAPHUS

Diagramación texto:

Fernando Rivadeneira L.

Impresión:

Editorial "Quipus" . CIESPAL

Quito, Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores, y no expresan necesariamente el pensamiento del CIESPAL.

CONTENIDO

		<u>Pág.</u>
Introducción:		
El futuro de los medios escritos en América Latina	<i>Edgar Jaramillo S.</i>	5
El futuro de los diarios	<i>Guadalupe Mantilla</i>	11
Riqueza informativa, miseria comunicacional	<i>Juan Manuel Rodríguez</i>	19
El uso del Internet en los medios impresos	<i>Peter Van De Pol</i>	41
Desafíos económicos de los diarios	<i>Charles Leyton</i>	51
Peligros de los controles corporativos	<i>Mary Walton</i>	65
Presente y futuro del Internet	<i>Julio Bailes</i>	79
El futuro de las agencias internacionales de noticias	<i>Pilar Valero</i>	85
Los consultores y los cambios de los diarios	<i>Charles Layton</i>	103
La creatividad en la sala de redacción	<i>Mary Walton</i>	117
La ética y el periodismo	<i>Luis E. Proaño</i>	131
Periodismo "virtual"	<i>Marcela Sánchez B.</i>	147

Periodismo "virtual"

*Marcela Sánchez B.**

Antes que nada quiero agradecer a CIESPAL y a la OEA por invitarme a este oportuno seminario sobre el futuro de los medios escritos en Latinoamérica y El Caribe. Particularmente agradezco a Mario Martínez y Palacios por considerar que puedo aportar algo a este encuentro.

Me siento complacida por esta oportunidad de apartarme, por unas horas, de la última y comprensible obsesión que se vive en Washington. Cuando salí de la capital estadounidense, ni George W. Bush, ni Al Gore, eran aún presidente. También les decía que este seminario es oportuno pues las últimas elecciones presidenciales en Estados Unidos me han permitido fortalecer mi convicción acerca de la importancia de la prensa escrita en pleno siglo XXI.

El 7 de noviembre del 2000 probablemente pasará a los anales de la historia del periodismo electrónico en Estados Unidos, como el día que todos quisieran olvidar. Poco después que las urnas cerraran a las 7 p.m. en la Florida, las principales cadenas de radio y televisión anunciaron errónea, o al menos anticipadamente la victoria del candidato demócrata Al Gore. Hacia las 10 de la noche, para un informe de televisión que diariamente hago, tuve la oportunidad de entrevistar al editor nacional encargado de toda la cobertura electoral, quien le dijo, al menos a la teleaudiencia local de Univisión, que declarar a Gore ganador era todavía prematuro.

* *Colombiana, periodista. Redactora del Washington Post, Washington, D.C.*

A la mañana siguiente el *Washington Post*, WP, sacó un récord de seis ediciones, sin anunciar en ninguna de ellas un ganador. Además siguió actualizando permanentemente su página en Internet, que desde el día de las elecciones aumentó su tráfico promedio de usuarios en un 60 por ciento. WashingtonPost.com registró más de 10 millones de visitantes el día siguiente de las elecciones, un récord en los 4 años y medio desde su lanzamiento. (Quienes conocen de Internet saben que para servir eficientemente un volumen de visitantes de ese calibre, se requiere estar preparado técnicamente con anticipación).

Pero con todo esto no pretendo insinuar que la prensa escrita, ni siquiera el *Washington Post* en Internet, tenga garantizada su subsistencia en los próximos días. No en vano, parte del éxito de un periodismo responsable y exacto es, precisamente, el escepticismo y constante cuestionamiento a lo que podría parecer a primera vista una verdad incuestionable.

¿Por qué comprar o suscribirse a un periódico o una revista cuando Internet tiene esa y mucha más información?

Supongo que por la misma razón que siguen haciéndolo millones de lectores desde la creación del telégrafo hace más de 150 años, o desde la aparición de la radio hace 84 años o incluso desde los inicios de la televisión hace más de 70. Leí hace poco en una historia de los medios impresos, que Samuel Morse instaló el primer telégrafo para transmitir de Baltimore a Washington los resultados de una convención política. En ese momento el editor del *New York Herald* pronosticó la primera de muchas muertes anunciadas de los periódicos, debido a un avance tecnológico. Lo que sucedió, en cambio, fue que los diarios se convirtieron en el principal usuario del telégrafo, ya que los reporteros lo utilizaron como su mejor herramienta para transmitir reportajes a sus periódicos.

Pero ¿por qué acudir a los periódicos cuando su contenido, multiplicado exponencialmente, se encuentra en mi pantalla de computador?

Precisamente por eso, pienso yo. Internet o, para ser más exactos, el *World Wide Web*, tiene probablemente su principal fuerte y a la vez su principal debilidad en su tamaño. El *Washington Post*, y seguramente muchos otros diarios a lo largo del país, alcanzaron récords de lectores al día, siguiente de las elecciones pasadas, posiblemente por que fueron considerados como la más completa y conveniente fuente de información sobre los históricos acontecimientos, en comparación con el resto de contenido en Internet. En otras palabras, diarios establecidos y respetados hoy en día hacen también el trabajo para el cual, en general, los usuarios de Internet no tienen tiempo: discriminar y dar prioridad a la cantidad ilimitada de información.

¿Para qué seguir publicando en papel cuando toda la información puede estar en Internet, con todo su potencial interactivo y de permanente actualización y complementación?

La respuesta más lógica, por ahora, es que aún quienes tienen acceso a la red no son la mayoría, pero obviamente esto está cambiando a diario. En Estados Unidos la última cifra que conozco indica que un 41 por ciento de la población usa ahora la red. Las proyecciones de uso de Internet en América Latina varían ampliamente y probablemente ustedes manejen ya otras cifras. Las que encontré calculan que en Latinoamérica podría haber entre 19 millones de usuarios para el 2002 a 66 millones para el 2005.

Otra obvia razón es que hasta ahora publicar en Internet no es negocio, por mucho que reduzca gastos y abra infinidad de posibilidades. Después de un fallido intento de publicar en Internet a través de una red particular, el *Washington Post* lanzó su página en el *www* en junio de 1996. Los gastos de operación en la red le representaron al WP el año pasado un total de \$85 millones de dólares, mientras que el total en entradas fue de cerca de \$17 millones o sea una quinta parte. Aunque se estima que los ingresos se duplicarán este año, los gastos de operación han aumentado a más de \$130 millones.

Aunque todavía es muy pronto para predecir el tipo de amenaza que representará en el futuro la red de Internet para los medios escritos, lo cierto es que sigue siendo una inversión muy arriesgada.

Por ahora podemos concluir entonces tres cosas:

1. Más que una amenaza, la red informática se ha convertido en un importante complemento, o mejor una extensión lógica para el objetivo final de los diarios. A través de la Internet, el *Washington Post*, por ejemplo, como mínimo ha duplicado su cantidad de lectores diarios. Actualmente la circulación del *Washington Post* impreso en papel entre semana, es de cerca de 800.000 copias, los domingos supera el millón. El tráfico de usuarios de washingtonpost.com es de un promedio diario entre semana de 5.6 millones, los fines de semana el uso baja substancialmente. Se calcula que esos 5.6 millones de 'hits' o entradas a las páginas del *Washington Post* en la red representan un promedio de cuatro hits por persona. Se puede decir que más de un millón de personas alrededor del mundo están leyendo el contenido del *Washington Post* gracias al Internet.

2. Los diarios, sean impresos o en la red, constituyen una especie de guía o filtro necesario para discriminar la ilimitada cantidad y variada calidad de información que se encuentra hoy en día en Internet.

3. El escasamente explorado mundo de la Internet ofrece infinidad de ventajas y oportunidades, pero todavía no representa las ganancias monetarias que ha representado para otros tipos de industria y servicios. Claro que también en ese aspecto han empezado a surgir grandes dudas y muchas iniciativas en Internet han tenido que declararse en bancarrota en los últimos meses.

Pero con estos antecedentes sobre la distribución de noticias en

Internet, cabe ahora considerar algunos aspectos de la otra parte esencial en nuestro trabajo: la recolección de noticias. Antes que nada pienso que si Internet termina causando la desaparición de los medios escritos, eso no debería preocuparnos tanto a nosotros. La verdad es que gracias a la red y a inversionistas dispuestos a tomar riesgos, los periodistas estamos en demanda. No en vano, hoy en día, más que periodistas se nos llama: generadores de contenido, algo que confiamos que los computadores solos no podrán hacer por algún tiempo.

Ahora bien, es cierto que el Internet es tan flexible que ha permitido a muchas más personas convertirse en periodistas, editores, analistas, comentaristas y críticos. (Amazon.com)

Pero aún así, no hay duda que en el mundo del Internet las jerarquías todavía funcionan y no es lo mismo escribir para un medio cuya credibilidad y reputación han sido ganados con años de experiencia en los otros medios de información tradicionales, que escribir para un medio nuevo creado exclusivamente para la red. Incluso para un usuario en Marte, que no conozca la reputación de CNN, *El Clarín*, *El Comercio* o cualquiera de los medios que ustedes representan, la calidad y presentación del contenido probablemente lo llevarán a reconocer fácilmente cuáles son las mejores fuentes de información.

Hay que reconocer, obviamente, que a pesar de sus pocos años en la red, publicaciones exclusivas de Internet han hecho importantes avances. Matt Drudge, por ejemplo, con su *Drudge Report* en la red, fue el primero en escribir sobre el famoso escándalo de Mónica Lewinski. Pero la verdad es que solo hasta cuando diarios como el *Washington Post* lo publicaron, no fue verdaderamente noticia alrededor del mundo.

Pero sin importar para quien se escriba, lo cierto es que la red de la Internet se ha convertido en una indispensable herramienta para la práctica del periodismo de hoy. Su

incorporación y adaptación a la rutina diaria de un periódico han sido tan asombrosas, que muchos periodistas, editores e investigadores se preguntan hoy en día cómo podían hacer su labor anteriormente.

En pocas palabras, el Internet sencillamente ha facilitado mucho nuestra labor. Gracias a la red, periodistas en Washington, en Caracas o en Santiago cada vez más tienen acceso a la misma información, al mismo tiempo. Pienso, por ejemplo, en las transcripciones de ruedas de prensa de la Casa Blanca o el Departamento de Estado que a veces son consultadas por periodistas en otros países, quizás con más frecuencia e interés que en la propia ciudad de Washington.

Obviamente esto ha impuesto también nuevos retos a periodistas, reporteros, investigadores y editores. Aprender a identificar los servicios más útiles, legítimos y confiables en la red, es una labor de reportería igual de importante y compleja que cualquier otra. Mejorar el manejo de otros idiomas es una obligación para quien quiera aumentar el potencial y eficaz uso de dichos servicios. Esta nueva ventana a la información también se traduce en nuevos riesgos que requieren de periodistas y editores extremadamente responsable. Los riesgos de errores y manipulación son incuestionables y múltiples. (corresponsales vs. editores).

Internet ha creado, sin lugar a dudas, nuevas y ágiles herramientas para la labor periodística. Pero no estoy todavía segura de que eso permita hablar ya de un género totalmente diferente en el periodismo. Más que hablar de periodismo virtual, supongo que debemos hablar de periodismo “virtual”. Finalmente he de admitir que no mucho de lo que hice por años como corresponsal para un medio impreso, lo sigo haciendo hoy para publicar en la red. Tal vez la principal diferencia es que ahora hago incluso más, debido a los nuevos elementos a mi alcance.

Desde hace unas semanas, por ejemplo, mi columna aparece con un enlace que permite al lector enviarme mensajes

directamente. Esto implica que ahora no solo tengo mi buzón de correo electrónico personal, donde ya recibo infinidad de información. Ahora tengo un buzón de lectores que me proporcionan un feedback casi inmediato, con ideas, reacciones y comentarios extremadamente útiles.

El hecho de permitir, como otros medios electrónicos, la permanente actualización de la información, implica que cualquier hora es buena para dedicarse a escribir. En otras palabras, la tentación es permanente y para el periodista dedicado la posibilidad es poder hacerlo las 24 horas al día. Esto, obviamente ha comenzado a generar ya algunos impases laborales, que sindicatos de periodistas están empezando a considerar, principalmente debido a que Internet se traduce con frecuencia en mayores presiones para el periodista de prensa escrita, sin ninguna remuneración adicional.

También en la presentación misma de la información, Internet ofrece oportunidades que podrían multiplicar radicalmente las horas de trabajo para la elaboración de un artículo. Aunque para mi columna aún no lo hacemos, seguramente ustedes han visto las versiones de artículos, particularmente de investigación, que aparecen complementados con toda clase de enlaces que permiten al lector verificar o confirmar inmediatamente la veracidad de la información.

Internet permite además mantener a disposición de todos los usuarios un archivo de artículos que se convierten en una fuente de referencia muy útil. Para mí, el hecho que mis columnas se mantengan archivadas en línea es, sin duda, un gran recurso para mi labor periodística. Si nadie más lo usa, les puede asegurar que al menos yo sí lo consulto.

Finalmente, quiero compartir con ustedes algo que he notado en estos pocos meses de incursionar en el mundo del periodismo cibernético y que confío llegue a cambiar con el tiempo. Se trata de esa percepción que ronda dentro y fuera de las salas de redacción de que el periodismo “virtual” es un periodismo marginal, irreverente o con estándares menos rígidos. Estoy convencida que

para que perdure y tenga éxito esta nueva forma de periodismo, quienes lo practicamos debemos mantener las más estrictas normas de ética profesional que han sido la clave, creo yo, de la supervivencia de los medios de prensa escrita en sus varios siglos de historia.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

Pregunta. Siempre se ha hablado de las dificultades de los periodistas, de los artistas, de los profesionales de penetrar dentro del mercado norteamericano. Para tí que trabajas en un diario tan importante como el *Washington Post*, ¿Cuál ha sido tu experiencia periodística en norteamérica que es tan distinta a la de América Latina?

Respuesta. Soy tal vez la primera persona de habla española, que ha incursionado en el *Washington Post*. Empecé a medio tiempo editando temas de fútbol en lo que fue el primer experimento del diario de publicar información en español, al considerar que hay en Estados Unidos miles de lectores que buscan información en su propio idioma y que el fútbol era la forma más lógica para llegar a esta comunidad. Este ha sido un proceso muy largo y por ahora hacemos un informe diario de televisión en el único noticiero local en español del área metropolitana de Wáshington. Lo que hago yo, sencillamente, es seleccionar un artículo, una noticia que va a salir en el diario al día siguiente, resumirla y hacer un informe desde la sala de redacción del *Washington Post* para el noticiero. El diario tiene más de 160 reporteros y, entonces, su información es muchísimo más extensa. Todo eso nos sirve para una columna de asuntos latinoamericanos, escrita en español, que también se hace en inglés para así llegar a ese potencial número de lectores en todo el mundo a través del internet. Hay diversos diarios en Estados Unidos que publican exclusivamente en español, lo que ha permitido a muchos periodistas de habla hispana tener trabajo. Un ejemplo interesante es el *Miami Herald*, que en su versión en español, es totalmente original, que empezó a apoderarse de la publicidad que tenía el *Miami Herald*, con lo que se convirtió

el nuevo Herald en un diario incluso más fuerte, por obvias razones. Se ve así como siguen creciendo las posibilidades para periodistas que escriban en español en diarios norteamericanos.

Pregunta . Frente al *Washington Times* con su versión en español que es *Tiempos del Mundo*, ¿qué posibilidad hay de que el *Washington Post* tenga su propio diario en español?

Respuesta. Esto se viene estudiando desde hace años, obviamente les gustaría hacerlo, pero quieren estar seguros que va a estar bien hecho y que tendrá éxito. Eso es difícil saberlo, pero no sería en realidad competencia con la publicación del *Washington Times*, porque *Tiempos del Mundo* es una publicación encaminada a ser distribuida más en América Latina que en Washington, donde yo no encuentro sus copias tan fácilmente como en otras partes del hemisferio.

Pregunta. ¿Cuál es la estructura organizativa del *Washington Post* para la red y en qué gastó setenta y cinco millones de dólares el *Washington Post*?

Respuesta. *El Washington Post.com* es en realidad, casi una empresa autónoma, con director, jerarquía, organización, personal periodístico propios. Ellos actualizan información durante el día con sus propios periodistas, pero en todo lo demás son como una empresa independiente que, en efecto, gasta como 85 millones. Mi columna es casi la excepción. Normalmente lo que sale en papel en el *Washington Post* luego va al *Washington Post.com*; lo mío va directamente al *Washington Post.com*. Entonces soy la primera persona de la sala de redacción del *Washington Post* que también trabaja directa y exclusivamente para *Washington Post.com*. Tienen un edificio inmenso en Virginia con oficinas, periodistas, editores, toda una gran estructura y obviamente también vendedores; y esto es una parte fundamental, todo un grupo de personas que el *Washington Post* han pasado a vender exclusivamente avisos para *Washington Post.com*, como para que este sea un negocio exitoso y en este sentido, es un

experimento interesante. Precisamente leí un artículo de una concesionaria de autos en el área de Washington, que al momento está vendiendo casi el 10% de sus automóviles a través de sus avisos en internet, y ¿por qué?, porque en realidad, ahora los avisos clasificados del *Washington Post* salen también en *Washington Post.com*. Entonces se ha convertido en un gran servicio para gente que busca algo y consigue respuestas; por ejemplo, alguien que desea un auto, lo único que hace es poner la dirección donde reside, el tipo de auto que busca, las características de año, modelo, e inmediatamente con la búsqueda le dan los resultados de qué concesionarios lo tienen, con qué precio y toda esta información se manda a las concesionarias, a las cuales les corresponde hacer todo, contactar y hacer una venta a través de los mensajes de correo electrónico y de los avisos que están en el internet.

Pregunta. Quisiera saber ¿qué elementos nuevos debe incorporar la formación de los comunicadores profesionales para adaptarse mejor a un mercado de los medios no tradicionales?

Respuesta. Pienso que es fundamental comenzar con un criterio muy amplio, e identificar lo que es legítimo y lo que no es legítimo en la red, conocer la información más adecuada, más conveniente y más seria dentro de la red. Saber otros idiomas, por ejemplo, es fundamental, porque abre al periodista grandes posibilidades, puesto que la red no está en inglés solamente, y también el manejo tecnológico, conocer cómo funciona el internet, y manejarlo. Todo eso es fundamental, para el periodista puesto que al estar actualizado, puede hacer enlaces a su información, hacer correcciones si es necesario, actuando directamente desde su terminal.

Pregunta. A título de inquietud, ¿cómo lograr que haya una actitud más comprensiva de los asuntos de América Latina desde Estados Unidos, que no sea apenas una coyuntura, una anécdota, que no sea el diario vivir de nuestros países, sino que se mire el contexto de una problemática social, de una

problemática política con matices muy particulares, que se mire el contexto, que se conozca desde los medios una América Latina con expectativas, pero también con muchos problemas y no solo lo coyuntural, lo cotidiano, lo diario?

Respuesta. Buena pregunta y buen argumento. En cuanto a qué se puede hacer para que los diarios norteamericanos puedan cubrir con mayor contexto la realidad latinoamericana, esa es una crítica permanente, es una crítica que he escuchado toda la vida a los diarios norteamericanos y la respuesta que ellos normalmente dan es “nosotros hacemos lo que podemos con los recursos que tenemos”. El *Washington Post* tiene en este momento más corresponsales en el hemisferio que cualquier otro diario, pero como en el caso de Perú el periodista allí asignado supuestamente también tiene que cubrir Bolivia, Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay. Obviamente, al atender la situación conflictiva de uno de los países, desafortunadamente desatiende lo del resto de la región. Pienso que si algo puede permitir la red, de pronto, en el futuro, es eso precisamente, porque la ventaja de tenerla es ilimitada. En los periódicos dependiendo de la publicidad, se excusan los editores, que no hay espacio para dar contexto, para dedicar una página a toda Latinoamérica o una página diaria para un país latinoamericano. Es obvio que no hay ese espacio, pero el internet supuestamente es ilimitado, entonces sería importante que, en algún momento, se permitiera un contenido más contextualizado de la información, y yo creo que ahí está también el gran potencial de internet.

Pregunta. Usted es una periodista latina escribiendo para un mercado latino en un diario norteamericano. Nosotros hemos estado hablando en este seminario acerca de la especialización de los periodistas como una opción para perfilarse mejor en el mercado latinoamericano. Mi pregunta es ¿cuánto mercado hay, cuánto campo laboral tiene un periodista latino especializado en temas como el seguro social o la ley de discriminación en los diarios norteamericanos la única persona contratada por el *Washington Post* para una versión en internet,

entonces quiero saber qué campo de acción, en un país primer mundista como Estados Unidos, tienen los periodistas latinos especializados?

Respuesta. Yo creo que están empezando a crecer, y confío plenamente en que no seré la única periodista latina que va a contratar el *Washington Post*; esto va a seguir creciendo, y estimo que los periodistas bien capacitados y los temas, sobre América Latina empezarán a tener aún más cobertura en español en la red.



LA ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS

La Organización de los Estados Americanos (OEA) es la organización regional más antigua del mundo, ya que se remonta a la Primera Conferencia Internacional de Estados Americanos, celebrada en Washington, D.C., de octubre de 1889 a abril de 1890. En esta reunión se aprobó la creación de la Unión Internacional de Repúblicas Americanas. La Carta de la OEA se suscribió en Bogotá en 1948 y entró en vigencia en diciembre de 1951. Posteriormente la Carta fue enmendada por el Protocolo de Buenos Aires, suscrito en 1967, el cual entró en vigencia en febrero de 1970; por el Protocolo de Cartagena de Indias, suscrito en 1985, el cual entró en vigencia en noviembre de 1988; por el Protocolo de Managua, suscrito en 1993, el cual entró en vigencia el 29 de enero de 1996; y por el Protocolo de Washington, suscrito en 1992, el cual entró en vigor el 25 de septiembre de 1997. En la actualidad la OEA tiene 35 Estados miembros. Además, la Organización ha otorgado categoría de Observador Permanente a 49 Estados, así como a la Unión Europea.

Los propósitos esenciales de la OEA son los siguientes: afianzar la paz y la seguridad del Continente; promover y consolidar la democracia representativa dentro del respeto al principio de no intervención; prevenir las posibles causas de dificultades y asegurar la solución pacífica de las controversias que surjan entre los Estados miembros, organizar la acción solidaria de éstos en caso de agresión; procurar la solución de los problemas políticos, jurídicos y económicos que se susciten entre ellos; promover, por medio de la acción cooperativa, su desarrollo económico, social y cultural, y alcanzar una efectiva limitación de armamentos convencionales que permita dedicar el mayor número de recursos al desarrollo económico y social de los Estados miembros.

La OEA realiza sus fines por medio de los siguientes órganos: la Asamblea General; la Reunión de Consulta de Ministros de Relaciones Exteriores; los Consejos (el Consejo Permanente y el Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral); el Comité Jurídico Interamericano; la Comisión Interamericana de Derechos Humanos; la Secretaría General; las Conferencias Especializadas; los Organismos Especializados, y otras entidades establecidas por la Asamblea General.

La Asamblea General celebra períodos ordinarios de sesiones una vez por año. En circunstancias especiales se reúne en períodos extraordinarios de sesiones. La Reunión de Consulta se convoca con el fin de considerar asuntos de carácter urgente y de interés común, y para servir de Organismo de Consulta en la aplicación del Tratado Interamericano de Asistencia Recíproca (TIAR), que es el principal instrumento para la acción solidaria en caso de agresión. El Consejo Permanente conoce de los asuntos que le encomienda la Asamblea General o la Reunión de Consulta y ejecuta las decisiones de ambas cuando su cumplimiento no haya sido encomendado a otra entidad; vela por el mantenimiento de las relaciones de amistad entre los Estados miembros así como por la observancia de las normas que regulan el funcionamiento de la Secretaría General, y además, actúa provisionalmente como Organismo de Consulta para la aplicación del TIAR. La Secretaría General es el órgano central y permanente de la OEA. La Sede tanto del Consejo Permanente como de la Secretaría General está ubicada en Washington, D.C.

ESTADOS MIEMBROS: **Antigua y Barbuda, Argentina, Bahamas** (*Commonwealth de las*) **Barbados, Belice, Bolivia, Canadá, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Dominica,** (*Commonwealth de*) **Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Grenada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Saint Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Suriname, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela.**

Este libro de la colección
"Encuentros" se terminó de imprimir
en diciembre del 2002,
en Editorial Quipus, siendo
Director General de CIESPAL
el Dr. Edgar Jaramillo S.

