

PERIODISMO **UNIVERSITARIO**

— EN EL SIGLO XXI —

Compiladora

[Olga Behar Leiser](#) 



EDITORIAL



Periodismo universitario en el siglo XXI / Olga Behar Leiser [y otros]. -- Edición Edward Javier Ordóñez. -- Cali : Universidad Santiago de Cali, 2018.
228 páginas : fotos ; 17 X 24 cm.
Incluye índice.

1. Periodismo universitario - Siglo XXI 2. Periodismo
3. Comunicación social 4. Tecnologías de la información y la comunicación. I. Behar, Olga, autora. II. Ordóñez, Edward Javier, editor.
070.4 cd 21 ed.
A1609762

ISBN: 978-958-5522-05-3

ISBN (Libro digital): 978-958-5522-06-0

CEP-Banco de la República-Biblioteca Luis Ángel Arango



Periodismo universitario en el siglo XXI.

© Universidad Santiago de Cali.

© **Autores:** Olga Behar, Sandro Buitrago, Leidy Johana Castillo Muñoz, Alejandra Quintero Nonsoque, Carlos Cruz, Kevin García, Rodolfo Prada Penagos, Marisol Jordán, Alejandro González Ochoa, Joaquín A. Gómez Meneses, Lida Ximena Tabares Higueta, Jorge Manrique, César Alzate Vargas, Alejandro Higueta, Hugo Mario Cárdenas, Libia Carolina Pinzón Camargo, Edwin Alexander Amaya Vera, Marcelo Gabriel Franco, Pablo Navarrete y Luis Enrique Albesiano Fernández.

1a. Edición

Cali, Colombia - 2018

ISBN: 978-958-5522-05-3

ISBN (Libro digital): 978-958-5522-06-0

Fondo Editorial University Press Team

Carlos Andrés Pérez Galindo

Rector

Rosa del Pilar Cogua Romero

Directora General de Investigaciones

Edward Javier Ordóñez

Editor en Jefe

Comité Editorial Editorial Board

Jorge Antonio Silva Leal

Rosa del Pilar Cogua Romero

Yeny Mabel Lara Parra

Diego León Gómez Martínez

Edwin Flórez López

María Fernanda Díaz Velásquez

Sandra Yanina López Duque

Deyby Sebastian Salas Tosne

William Salazar Ríos

Edward Javier Ordóñez

Proceso de arbitraje doble ciego:

“Double blind” peer-review

Recepción/Submission:

Octubre (October) de 2017

Evaluación de contenidos/ Peer-review outcome:

Febrero (February) de 2018

Correcciones de autor/ Improved version submission:

Junio (June) de 2018

Aprobación/Acceptance:

Septiembre (September) de 2018



La editorial de la Universidad Santiago de Cali se adhiere a la filosofía de acceso abierto. Este libro está licenciado bajo los términos de la Atribución 4.0 de Creative Commons (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), que permite el uso, el intercambio, adaptación, distribución y reproducción en cualquier medio o formato, siempre y cuando se dé crédito al autor o autores originales y a la fuente <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

CONTENIDO

Presentación, Periodismo: del espejo plano al compromiso social

Rodolfo Prada Penagos, *Politécnico Grancolombiano* 11

CAPÍTULO 1

Periodismo, humanismo sin humanidad

Alejandro Higueta Rivera, *Universidad de Manizales*.....21

CAPÍTULO 2

Unimedios: Laboratorio de periodismo

Sandro Buitrago, *Universidad Santiago de Cali*

Marisol Jordán, *Universidad Santiago de Cali*

Olga Behar, *Universidad Santiago de Cali*

Johana Castillo, *Universidad Santiago de Cali*.....41

CAPÍTULO 3

Periodismo siglo XXI: una crisis de vocación

César Alzate Vargas, *Universidad de Antioquia*55

CAPÍTULO 4

¿Cómo pueden los nuevos comunicadores hacer periodismo de investigación en la era digital?

Hugo Mario Cárdenas, *Pontificia Universidad Javeriana*67

CAPÍTULO 5

El periodismo universitario como herramienta pedagógica para la construcción de memoria

Olga Behar, *Universidad Santiago de Cali*

Kevin García, *Universidad del Valle*89

CAPÍTULO 6

Herramientas tic para futuros periodistas digitales

Carlos Andrés Cruz, *Universidad Santiago de Cali*103

CAPÍTULO 7

Periodismo en los tiempos del like

Alejandra Quintero Nonsoque, *Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN*.....125

CAPÍTULO 8

Viaje a la furia de un volcán y al olvido de los hombres

Jorge Manrique Grisales, Pontificia Universidad Javeriana 139

CAPÍTULO 9

Periodista multitarea, un pulpo en el que espero no convertirme

Alejandro González Ochoa, Universidad de Antioquia 149

CAPÍTULO 10

La investigación narrativa en el nuevo periodismo: la historia del Queso Paipa

Libia Carolina Pinzón Camargo, Universidad de Boyacá

Luis Enrique Albesiano Fernández, Universidad de Boyacá 165

CAPÍTULO 11

Ser pilo paga: logros de una experiencia con el periodismo convergente

Joaquín Alonso Gómez Meneses, Universidad Pontificia Bolivariana

Lida Ximena Tabares Higueta, Universidad Pontificia Bolivariana

Edwin Alexander Amaya Vera, Universidad Pontificia Bolivariana..... 177

CAPÍTULO 12

Periodismo universitario en tiempos de paz y reconciliación

Pablo Navarrete, Universidad Santiago de Cali 191

CAPÍTULO 13

Noticias falsas siempre hubo: reinventar gramática de la relevancia, desafío del periodismo universitario

Marcelo Franco, Universidad Icesi 205

Acerca de los autores..... 219

Pares evaluadores 227

TABLE OF CONTENTS

Presentation, Journalism: from the flat mirror to social commitment

Rodolfo Prada Penagos, Politécnico Grancolombiano 11

CHAPTER 1

Journalism, humanism without humanity

Alejandro Higueta Rivera, Universidad de Manizales..... 21

CHAPTER 2

Unimedios: Journalism Laboratory

Sandro Buitrago, Universidad Santiago de Cali

Marisol Jordán, Universidad Santiago de Cali

Olga Behar, Universidad Santiago de Cali

Johana Castillo, Universidad Santiago de Cali..... 41

CHAPTER 3

21st Century Journalism: a crisis of vocation

César Alzate Vargas, Universidad de Antioquia 55

CHAPTER 4

How can new communicators do investigative journalism in the digital age?

Hugo Mario Cárdenas, Pontificia Universidad Javeriana 67

CHAPTER 5

University journalism as a pedagogical tool for the construction of memory

Olga Behar, Universidad Santiago de Cali

Kevin García, Universidad del Valle 89

CHAPTER 6

ICT tools for future digital journalists

Carlos Andrés Cruz, Universidad Santiago de Cali 103

CHAPTER 7

Journalism in the times of like

Alejandra Quintero Nonsoque, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN..... 125

CHAPTER 8

Journey to the fury of a volcano and the oblivion of men

Jorge Manrique Grisales, Pontificia Universidad Javeriana 139

CHAPTER 9

Multitasking journalist, an octopus I hope not to become

Alejandro González Ochoa, Universidad de Antioquia 149

CHAPTER 10

Narrative research in the new journalism: the history of Paipa cheese

Libia Carolina Pinzón Camargo, Universidad de Boyacá

Luis Enrique Albesiano Fernández, Universidad de Boyacá 165

CHAPTER 11

Being a paid pilot: achievements of experience with convergent journalism

Joaquín Alonso Gómez Meneses, Universidad Pontificia Bolivariana

Lida Ximena Tabares Higueta, Universidad Pontificia Bolivariana

Edwin Alexander Amaya Vera, Universidad Pontificia Bolivariana..... 177

CHAPTER 12

University Journalism in Times of Peace and Reconciliation

Pablo Navarrete, Universidad Santiago de Cali 191

CHAPTER 13

Fake News always there: reinventing the grammar of relevance, the challenge for University Journalism

Marcelo Franco, Universidad Icesi 205

About the authors..... 219

Peer reviewers..... 227

El periodismo universitario ha creado un mundo de fenómenos en torno a reportería, expresiones, descripciones, historias, planteamientos y problemáticas que han aportado profundamente al proceso de perdonar y sanar las mentes y los corazones de la sociedad colombiana; parte de ese mundo se encuentra en este documento que hemos organizado, en un lenguaje dinámico y cronológico, para reconocer la labor del periodista universitario

Olga Behar y Pablo Navarrete



PRESENTACIÓN

Periodismo: del espejo plano al compromiso social

Rodolfo Prada Penagos 

Ahora, cuando al periodismo se le demandan nuevas miradas sobre el futuro de Colombia, los periodistas universitarios, es decir quienes ejercen el oficio en el camino hacia la obtención del título profesional, deberán aprender a cultivar *el arte de la criticidad* y la reflexión, para que sus notas de prensa no sean el eco de las fuentes de poder, sino el producto de un ejercicio intelectual, responsable, meditado y reflexivo en procura de un cambio social positivo.

No se trata de sugerir algo extraordinario. Por el contrario, la reflexión crítica es la actitud que se espera de los periodistas, como quiera que es esa postura la que asegura que su trabajo desemboque en un insumo informativo y orientador. Lo que sucede es que, en los actuales momentos de saturación de información, de medios y de eficientes herramientas para propagar contenidos, la búsqueda de la verdad se torna más compleja.

Las noticias falsas no son de reciente invención, pero hoy abundan en la vida cotidiana gracias, especialmente, al impacto y cubrimiento que han alcanzado las redes sociales. Hoy el término anglosajón *fake news* se ha vuelto de uso popular en nuestro medio y ha activado, como nunca antes, las alarmas de quienes tienen la preocupación por una información depurada y útil para el ejercicio ciudadano.

Posverdad y *viralidad*, por ejemplo, son palabras que han entrado a engordar el acervo lingüístico de la profesión y se ciernen también como amenazas para la tarea de informar con responsabilidad. En este estado de cosas, la verificación de las noticias, o *fact-checking*, se ha convertido en una regla de oro ante las inmensas mareas de información de dudosa procedencia.

Además de esos fenómenos que enrarecen el debate ciudadano, hoy los periodistas se ven enfrentados a serios desafíos tecnológicos para mantener

el control de su profesión. Fenómenos como el ‘periodismo automático’, es decir, la producción de contenidos informativos por parte de máquinas o robots, dejó de ser hace tiempo tema de la ciencia ficción para convertirse en una realidad que se ha instalado en las redacciones de grandes agencias de prensa y periódicos de gran influencia en el mundo.

Como si todo este acontecer no fuera lo suficientemente azaroso para la profesión, hay que advertir que el modelo de negocio tradicional de los medios de prensa, basado en la publicidad, se quebró y las empresas periodísticas dan palos de ciego tratando de encontrar la fórmula milagrosa que las saque del apuro. A algunas parece estarles funcionando, como ha ocurrido con The New York Times (Nafría, 2017).

En este escenario caótico de redes sociales, plataformas digitales, robots y móviles, la producción y divulgación de contenidos de calidad se hace más exigente para quienes tienen la misión de informar con responsabilidad a un público que tiene hoy más y mejores herramientas para hacerse oír en el ámbito de la discusión pública.

PAUTAS PARA LA INVESTIGACIÓN DESDE EL PERIODISMO UNIVERSITARIO

En 2010, el Grupo de Investigación en Periodismo de la Universidad de La Sabana publicó un estudio bajo el título *La mirada prejuiciosa de la prensa a los reinsertados* (2010). Se condensaban allí los resultados de una investigación que permitió concluir que los medios de prensa no habían hecho bien su trabajo a la hora de cubrir e investigar los eventos derivados del proceso de desmovilización con grupos paramilitares.

El estudio abarcó un poco más de un centenar de noticias relacionadas con dicho proceso, publicadas entre 2005 y 2006 por cuatro influyentes medios de comunicación: los periódicos *El Espectador* y *El Tiempo*, y las revistas *Semana* y *Cambio*.

Entre las conclusiones, se observó cómo las notas de prensa privilegiaban un enfoque conflictivo al presentar a los reinsertados en condición de victimarios y como causantes de hondo malestar social. Más aún, quienes se habían desmovilizado y buscaban un retorno a la sociedad civil aparecían

señalados como personas no gratas para el resto de la sociedad, dado su pasado en las armas.

Los enfoques de las informaciones analizadas mostraron una tendencia periodística a descalificar o, por lo menos, cuestionar el proceso de diálogo y negociación con los grupos paramilitares; de esta manera, se minaba la confianza en el Proceso de Paz de La Habana y la esperanza de ver superado un conflicto que tanto dolor había dejado en Colombia.

Adicionalmente, el estudio evidenciaba ciertas deficiencias que presentaban los escritos periodísticos, en términos de rigor profesional y de ética. La mayor cantidad de notas presentaba debilidad en calidad y variedad de fuentes de información, lo que reflejaba un bajo contraste y una acentuada descontextualización.

Los resultados de la investigación invitaban a una reflexión acerca del papel de los medios de prensa en procesos de negociación política con actores al margen de la ley y, por supuesto, en escenarios de *posacuerdo* que, más allá de las negociaciones, buscaban consolidar el cambio social y cultural para la superación del conflicto armado.

UN CASO RECIENTE

En un ejercicio más reciente, el Semillero en Análisis del Discurso de la misma Facultad de Comunicación adelantó una investigación para determinar las intenciones comunicativas de siete influyentes medios de prensa acerca del proceso de paz con las Farc-EP, expresadas en Twitter.

Los estudiantes y profesores que hacen parte de esa unidad de investigación partieron del presupuesto de que, en los últimos seis años, Twitter ha sido adoptada por los medios de prensa colombianos como un espacio para la interacción con los públicos y para la promoción y divulgación de sus contenidos informativos y de opinión. En efecto, recuperaron 314 trinos mediante los cuales los medios en estudio hicieron referencia a los dos momentos más importantes en el proceso de negociación con las Farc-EP: el anuncio que hizo el presidente Juan Manuel Santos sobre el inicio de los diálogos, el 26 de agosto de 2012, y la (primera) firma del Acuerdo Final en Cartagena de Indias, el 26 de septiembre de 2016.

En la primera fase del estudio se pudo determinar que los siete medios analizados les dieron prelación a las fuentes oficiales públicas, esto es, a las del gobierno, en tanto que muy pocas visibilidades les prestaron a otras fuentes de la sociedad civil que, se supone, son relevantes en un proceso de paz.

El estudio ha dejado ver que, por ejemplo, los partidos políticos no tuvieron presencia significativa durante el debate que suscitó el proceso de paz (Prada, 2017). Esto, sin embargo, hay que verlo desde diferentes ángulos: bien por el hecho de que los partidos han perdido su esencia o bien porque los medios no los consideran escenarios reales para catapultar el debate ciudadano.

En todo caso, el estudio de Universidad de La Sabana vuelve a llamar la atención sobre la manera como los medios privilegian ciertas fuentes y miran con desdén a otras, dejando el debate en torno a un asunto tan sensible como el de la paz en manos del oficialismo.

Los resultados de estos estudios deberían traducirse en un llamado a los medios de comunicación, a que cuiden los contenidos que ofrecen, a que revisen los fundamentos de su quehacer y a que procuren una información mejor contrastada y equilibrada, lo cual no puede ser posible si se sigue por la senda del “unifuentismo” y el “oficialismo”.

En lo que toca a los medios universitarios, el llamado es a no desfallecer en la tarea de poner en práctica lo aprendido, esto es, en aterrizar en los periódicos, en las plataformas digitales, en los sistemas de audio y video, los aprendizajes del buen periodismo.

PERIODISMO UNIVERSITARIO Y POSACUERDO

Atendiendo a esta reflexión, debe entenderse el papel vital de la prensa en un nuevo escenario social como el que hoy experimenta el país, con un grupo guerrillero (las Farc-EP) en desmovilización y reincorporación a la vida civil y otro (el ELN) intentando una negociación con el gobierno, en medio de una polarización política.

El éxito del posacuerdo no se agota en el desarme y la desmovilización, sino en la inserción real de los excombatientes en el entorno sociocultural. Esto

implica velar por un ambiente solidario, respetuoso y tolerante, que elimine las fronteras históricas entre grupos de ciudadanos. Esto, en otras palabras, significa dejar de creer que existen ciudadanos buenos y ciudadanos malos y, peor aún, que a los malos hay que eliminarlos.

La construcción de un país fundado en el respeto a la ley y a la democracia, y en la defensa de los derechos fundamentales, comienza por reconocer al otro para validar su propia existencia. Para llegar a ello, será necesario que, desde los distintos escenarios de construcción ciudadana, se concentren esfuerzos hacia el cambio de nuestra mentalidad. Uno de tales escenarios es el de la prensa, que es un lugar simbólico de enunciación, como lo ha señalado Raiter (2001, pág. 25).

La prensa produce y pone en circulación mensajes que influyen en la manera de pensar y actuar de la gente. Las noticias llevan consigo representaciones construidas por las empresas periodísticas que pueden ayudar a construir una sociedad democrática alrededor de la Paz o debilitarla y disolverla en el debate polarizado y la mezquindad.

COMPROMISO SOCIAL

En consecuencia, quienes lideramos proyectos periodísticos universitarios creemos, o deberíamos creer, que no es suficiente enseñarles a nuestros estudiantes las técnicas del oficio y otros compendios conceptuales sobre su ejercicio efectivo. Será menester inspirar en los estudiantes hacia una reflexión constante sobre su papel como periodistas, pero, especialmente, como ciudadanos, en una sociedad que apenas remienda las heridas de la guerra y se dirige a madurar desde la democracia.

Si esto lo hacemos en los proyectos de periodismo universitario, estaremos colaborando con el proyecto nacional de construir un país con los conflictos propios de una sociedad, pero civilizadamente.

PERIODISMO Y COMPETENCIAS ACADÉMICAS

Ahora bien, un proyecto periodístico adscrito a una escuela o facultad de comunicación, tanto es reflejo del currículo como insumo para el mejoramiento de este, pues la experiencia periodística llevada al escenario real reporta significativos aprendizajes que alimentan el trasegar académico.

Dado que estos proyectos hacen parte del andamiaje curricular de las instituciones, vale la pena abordar esta reflexión desde diferentes perspectivas, pero en especial desde las competencias académicas.

La competencia define lo que un estudiante sabe y es capaz de hacer con lo que sabe (Ministerio de Educación Nacional, 2006); y esa capacidad se debe vincular a su rol de ciudadano dinámico en una sociedad afianzada en los principios democráticos.

En ese orden de ideas, será válido y pertinente pensar en cuáles competencias les ayudarán a los estudiantes de periodismo a entender el contexto sociocultural, desde un escenario de posacuerdo, y asimilar los procesos y productos de comunicación que más contribuyan a la construcción de un país en Paz.

A manera de ejemplo, los proyectos periodísticos que se gestan y tienen curso en el escenario académico se tornan en espacios ideales para la recuperación de la memoria y para fomentar la reconciliación, el reencuentro y el debate público.

Los medios digitales, con todas sus posibilidades expresivas, y los llamados *medios tradicionales*, son espacios en donde deberían desembocar no sólo los talentos individuales de algunos estudiantes y profesores, sino la producción colectiva que proviene del plan de estudios.

En ese sentido, los proyectos de periodismo deberían estar abiertos no solo a las asignaturas propias de la disciplina, como las de redacción, sino a esos 'otros espacios' que permiten el encuentro con la ética del oficio, con los análisis de coyuntura, con la investigación y con la comprensión del entorno social.

Los medios universitarios son plataformas de información y también, y al mismo tiempo, espacios para la medición de la calidad académica y de proyección social de las instituciones educativas.

Como nunca antes, el periodismo navega hacia rumbos inciertos, marcados, entre otras cosas, por las infinitas posibilidades que ahora existen para contar historias, por las nuevas formas de distribución, por los nuevos modelos de negocio, por los retos que anteponen fenómenos como las noticias falsas (*fake news*), la *viralidad* y la *posverdad*, y por las tendencias del periodismo de datos, de alta tecnología, global, de laboratorio y de gran formato (Salaverría, 2015).

En medio de estos avatares, la academia está llamada a responder a los cambios, pero también a preservar la calidad en los fundamentos del oficio. Conviene, entonces, recordar la “naturaleza prudencial del periodismo” de la que habla Gabriel Galdón (2002, p. 13), sobre todo en el contexto de una sociedad ansiosa de información precisa, clara y oportuna, y necesitada de la voz serena de unos medios de comunicación y de unos periodistas que la orienten en el proceso de asumir el desafío de la Paz.

Sólo con la intención de abrir el debate, nos deberíamos apartar de aquel principio periodístico que pregonó Camilo José Cela, y que demanda de los periodistas ser “tan objetivos como un espejo plano”. En el mundo de la vida, no estará mal y, por el contrario, será deseable que el periodista tome partido por la Paz, por la democracia y por un mundo mejor.

Que no se dejen a un lado la buena redacción, el contraste de las fuentes y la pulcritud del lenguaje. Así debe ser. Pero que prevalezca la preocupación por el cambio social y la formación de seres pensantes y esperanzados en un mundo posible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Galdón, G. (2002). *Teoría y práctica de la documentación informativa*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Grupo de Investigación en Periodismo (GIP). (2010). La mirada prejuiciosa de la prensa a los reinsertado. *Signo y pensamiento*, 376-387.
- Ministerio de Educación Nacional. (2006). *Estándares Básicos de Competencias en Lenguaje, Matemáticas, Ciencias y Ciudadanas*. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional.
- Nafría, I. (2017) La reinención de The New York Times. Cómo la “dama gris” del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil. Austin: Centro Knight para el Periodismo en las Américas.
- Prada, R. (2017). La paz en 140 caracteres: Intenciones comunicativas en Twitter de siete medios de prensa acerca del proceso de paz con las Farc-EP. En R. Cetina Presuel, F. Gutiérrez Atala, & L. Corredoira y Alfonso (Edits.), *Periodismo de frontera y dignidad humana* (págs. 22-37). Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid, EPrints Complutense.
- Raiter, A. (2001). Representaciones Sociales. En A. Raiter (Ed.), *Representaciones Sociales* (págs. 9-29). Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires (Eudeba).
- Salaverría, R. (19 de enero de 2015). *Cuadernos de periodismo*. Obtenido de Periodismo en 2014: balance y tendencias: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/periodismo-en-2014-balance-y-tendencias/>



PERIODISMO, HUMANISMO SIN HUMANIDAD

Alejandro Higuera Rivera

PERIODISMO, HUMANISMO SIN HUMANIDAD

Alejandro Higuíta Rivera

Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0002-5240-3245>

INTRODUCCIÓN

Dos casos colombianos permiten una reflexión del periodismo en relación con las humanidades. Son ellos el Programa Itea, desarrollado en una vereda remota del departamento de Caldas, y el papel de los comunicadores en el proceso de exhumación de cadáveres con posterioridad a la masacre de Bojayá, Chocó (ocurrida el 2 de mayo de 2002, cuando las Farc y un grupo paramilitar se enfrentaron, con saldo de un centenar de víctimas).

Este ejercicio lleva a una reflexión sobre el papel de las humanidades en el periodismo, un análisis sobre el humanismo clásico y un humanismo sin humanidad y, a su vez, un nuevo humanismo que conduzca a nuevas vías del ejercicio periodístico en términos éticos para comprender la diferencia.

El autor, se pregunta por las humanidades, las tecnologías en desarrollo y las polifonías de los actores sociales para visibilizar al otro, sobre todo, en el escenario del posconflicto que vive Colombia. Se analiza el papel de la construcción de memoria histórica a partir de un ejercicio periodístico mecánico, donde las víctimas en muchas ocasiones son revictimizadas al pedírseles que repitan sus historias de sufrimiento una y otra vez, en un contexto donde tras dar sus testimonios, se les deja solos con sus propios problemas.

Cita este capítulo

Higuíta Rivera, A. (2018). Periodismo, humanismo sin humanidad. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 21-40). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.1>

El texto reflexiona sobre la discusión actual en la academia sobre la importancia de las humanidades en la formación de profesionales con criterio, y la tendencia global a restarle importancia a las mismas en el currículo universitario.

CASO 1: PROGRAMA ITEA.

En la vereda El Vergel de Marquetalia (Caldas), durante tres días de mayo del 2017, cerca de 30 profesionales de la salud mental adelantaron una terapia de sanación del trauma en 160 personas víctimas de la guerra con síntomas de estrés postraumático (sufrieron por los asesinatos, secuestros, desapariciones, hostigamientos y amenazas por parte del Frente 47 de las Farc, los paramilitares y el Ejército).

Los profesionales pusieron en práctica el Programa de Intervención Temprana con Terapia de Reprocesamiento del Trauma Aplicada por Auxiliadores, más conocido como Programa Itea. Estas intervenciones buscan sanar las memorias perturbadoras de las víctimas, aliviar sus sufrimientos causados por el trauma, y promover la resiliencia psicológica y emocional.

Según los protocolos del Itea las víctimas no tienen por qué verbalizar sus tragedias, ellas realizan dibujos a partir de unas preguntas muy precisas relacionadas con lo que les ha sucedido, pero esas preguntas no mencionan concretamente hechos, personajes, lugares y situaciones violentas; además se les enseñan técnicas de respiración y de regulación emocional como el abrazo de la mariposa (ejercicio que estimula diversos puntos de acupuntura).

La visita de estos profesionales a El Vergel despertó el interés de la prensa. Era un escenario ideal para construir crónicas a partir de lo que sucedería en esos tres días, para entrevistar a las víctimas o para realizar un reportaje gráfico o un documental pero... los periodistas no fueron invitados. En realidad yo fui el único que estuvo, pero con el compromiso de no ejercer mi profesión, estuve para ver cómo es la aplicación del Itea.

No se aceptó la presencia de la prensa porque, según estos profesionales de la salud mental, los periodistas solo construyen sus narrativas a partir de los testimonios verbales de las víctimas, o de sus rostros en el caso de la fotografía o el video, y eso lo que hace es re-victimizarlas, hace que revivan sus tragedias y hasta puede llevar a que las consecuencias emocionales y sociales que padecieron por el trauma regresen (que una víctima retome su adicción al licor, que maltrate a su pareja sentimental, que se aíse socialmente...).

Estos psicólogos que trabajan con el Programa Itea piensan que se hace más mal que bien cuando se le pregunta a una víctima qué pasó. El solo hecho de pensar en la tragedia que vivió y verbalizarla ahonda la herida si la víctima no sabe cómo volver a guardar en su memoria lo que le ocurrió, o si el psicólogo no está preparado para asesorarla en ese proceso. Detrás de este argumento hay una serie de teorías de la neurociencia y de la neurolingüística en particular, que los periodistas desconocemos.

El error es más grave cuando quien pregunta, fotografía y graba a las víctimas es el periodista, porque no sabe cómo tratar sus traumas, simplemente pregunta, se va y deja a la víctima –su fuente o testimonio– con la herida abierta.

CASO 2: LA INTIMIDAD VS. LA VERDAD.

En el mismo mes mayo del 2017 la Fiscalía realizó el proceso de exhumación de algunos restos humanos de quienes murieron en la masacre de Bojayá (el 2 de mayo de 2002, un enfrentamiento entre las Farc y los paramilitares dejó entre 74 y 119 civiles muertos en este caserío del Chocó). Además se celebraron ceremonias rituales para los difuntos. Varios periodistas llegaron para cubrir el hecho, entre ellos Patricia Nieto, pero... el Comité por los Derechos de las Víctimas de Bojayá, respaldado por un protocolo para manejo de comunicaciones elaborado con la asesoría de la ONU, impidió el cubrimiento periodístico.

Nieto, en una crónica titulada *El Silencio de Bojayá* denuncia esa censura por parte del Comité. Ella se pregunta: “¿A quién beneficia una única narrativa de la segunda exhumación en Bojayá? ¿Cómo se configurará el escenario para el trabajo de la prensa una vez se instale la

Comisión de la Verdad en Colombia?”. Luego puntualiza: “Me atterra pensar que así como sucede en la guerra, la verdad sea el costo que Colombia va a pagar por el desarme de las Farc” (Nieto, p. 2017).

Una semana después de esta publicación, el portal Verdad Abierta entrevista a Leyner Palacios, miembro del Comité. Así como Nieto aboga por el derecho a la información, en la entrevista *Desenterrar sus cuerpos: el íntimo proceso de Bojayá*, Palacios defiende la intimidad como derecho fundamental. Sostiene que las acciones que ocurrieron en la exhumación y en las ceremonias fúnebres fueron íntimas. “Estamos hablando de una esfera, de una esencia, de unos lugares, que para nosotros son sagrados” (S.A., 2017). En su cosmogonía la presencia de seres vivos foráneos y de objetos puede interferir en los ritos (las cámaras de video que registren ese hecho deben ser sometidas a un ritual de protección). Asegura que en otras ocasiones conmemorativas llegaron periodistas con sus artefactos, y las personas de Bojayá se quejaron porque cuando querían llorar “ahí mismo los periodistas los grababan” (S.A., 2017). En esos momentos de dolor lo que menos querían era tener una cámara, un micrófono, un periodista acosándolos.

Cuando Verdad Abierta le pregunta qué sentido tiene el ritual, responde que dos: pedirle permiso a la Madre Tierra y al alma del difunto “porque lo vamos a tocar, lo vamos a manipular, entonces nosotros creemos que eso es sagrado. También buscamos que esa alma no les haga daño a los que vamos a intervenir. Esa es nuestra concepción. Eso fue lo que nos dijeron los sabedores: ‘si ustedes no les piden permiso a esas almas, van a tener problemas’. A otra gente le cuesta mucho creerlo y comprenderlo” (S.A., 2017).

La periodista de la revista *Semana*, María Jimena Duzán en su columna de opinión *El fin del periodismo*, se refiere a otro hecho ocurrido en el 2016 cuando el mismo Comité vetó la presencia de los periodistas en el acto de perdón de las Farc a sus víctimas. “Algo debíamos estar haciendo muy mal para que una comunidad como la de Bojayá hubiera prohibido la entrada de periodistas el día de la ceremonia de reconciliación por considerarnos un agente perturbador” (Duzán, M.J., 2016).

Estos casos dejan muchos interrogantes a los medios de comunicación y a los periodistas, también a los programas de periodismo. ¿Por

qué los profesionales de la salud creen que no sabemos abordar a las víctimas de Marquetalia? ¿Qué le podemos responder al señor Palacios cuando nos pregunta, como si fuese una súplica: “¿Por qué no nos comprenden?”

LAS HUMANIDADES

¿Por qué no comprendemos los periodistas?

Dice la historia que los primeros cursos de periodismo en Colombia se impartieron en la Universidad Pontificia Javeriana, hace 80 años. Luego se creó el pregrado y como nació en una Facultad de Filosofía y Letras, las asignaturas de las humanidades estaban presentes. Los pregrados se expandieron por el país bajo el nombre de comunicación social y periodismo (u otra variación). La polémica unión entre comunicación y periodismo obligó a integrar y eliminar cursos y, en este proceso, comenzaron a ser excluidas las humanidades. A esta unión se le sumó la comunicación organizacional, y otras humanidades fueron exiliadas. Llegó la televisión y su industria audiovisual, y había que formar luminotécnicos, sonidistas, guionistas, productores y hasta presentadores y... otras humanidades fueron eliminadas. Después tomó fuerza la dicotomía de si los cursos de periodismo debían ser prácticos o teóricos. Se hicieron más prácticos. En este punto las humanidades fueron menos que un decorado.

Ahora el siglo XXI nos acosa con la imperiosa necesidad de imponer en los pregrados las nuevas tecnologías o tecnologías en desarrollo. Esta presión es respaldada por el Plan Bolonia, que obliga a las naciones de la Unión Europea a unificar criterios educativos en sus universidades para facilitar la empleabilidad, la movilidad y el reconocimiento de los títulos universitarios en Europa. El Plan exige, entre otras cosas, que los pregrados no pasen de 240 créditos, distribuidos en cuatro años. Su aplicación en España ha llevado, en los pregrados de periodismo, al incremento de las asignaturas especializadas, prácticas y obligatorias, y a la eliminación de las teóricas, humanísticas y transversales.

Latinoamérica, para competir con los europeos, acoge varias de esas decisiones. Juan-Miguel Fernández-Balboa Balaguer, PhD en Educa-

ción de la University of Massachusetts-Amherst, en su ensayo **¿Bologna en Latinoamérica? Reflexiones críticas sobre su planteamiento y aplicación**, se declara ludita. Los Luditas fueron un grupo proletario que se opuso a los cambios tecnológicos que la Revolución Industrial implantó en el Reino Unido a inicios del siglo XIX. Se oponían a ellas porque consideraban que dichas tecnologías afectaban sus costumbres, sus relaciones, y su propia identidad.

Hoy, asegura Fernández-Balboa, las nuevas tecnologías en las asignaturas universitarias han sido impuestas por grandes compañías para aumentar su poder y, claro, para aumentar sus ganancias. Asevera que en algunas universidades del Reino Unido se han cambiado algunos contenidos tradicionales (como los relacionados con la geografía) por cursos de aprendizaje del manejo de Google y Wikipedia, y advierte sobre el peligro que representa el gran volumen de información que tienen estas organizaciones, porque lo que se busca allí “se convierte, a su vez, en una búsqueda *sobre mí*, cuyos resultados, además, pueden utilizarse *contra mí*” (Fernández-Balboa J., et al 2009).

Afirma que tener mucha información da lugar a un hecho político: a medida que el volumen crece, el control se centraliza y agudiza. Por eso aconseja ser cautelosos con estas nuevas tecnologías, “ya que la nueva colonización tecnológica de la universidad representa otra (aún más potente y peligrosa) estrategia para crear, manipular o eliminar ciertos discursos y conocimientos y moldear, vigilar e, incluso, castigar las mentes y los cuerpos del alumnado y del profesorado. Dicho de otro modo, las nuevas tecnologías constituyen un nuevo tipo de control social” (Fernández-Balboa J., et al 2009).

HUMANIDADES SIN HUMANIDAD

Podemos concluir que es urgente volver a implantar los cursos de humanidades en los programas de periodismo. Pero así como genera desconfianza esta moda de las tecnologías mutantes, también generan desconfianza las pocas humanidades presentes en las universidades, las que van desapareciendo por estas mutaciones tecnológicas. El periodismo que aprendimos en las aulas se alimenta de esas humanidades.

Algunos de nosotros, asistimos a cursos de humanidades heredadas del mundo occidental. Unas humanidades que ven de soslayo al otro –al no blanco, al no europeo, al no racional– como un ser al que hay que educar, darle alma, conocimiento, sentido de vida, al que hay que sacar de la barbarie. Algunos aprendimos de historia, por lo general la de héroes (masculinos la mayoría), batallas, fechas, de vencedores y derrotados (indígenas, negros, subversivos, desorientados sexuales, y otros marginados). Algunos vimos otra historia, la narrada por el bando político o armado, contrario al poder pero con los mismos vicios de la otra versión. Aprendimos de arte, pero de las bellas artes como única posibilidad de elaborar material sensible, estético. Nos acercamos al libro y al cine como únicas maneras de adquirir conocimiento y goce estético. La antropología nos enseñó que el objeto de estudio son los indígenas, los negros, los subdesarrollados, los miserables. Y la sociología nos llevó a mirar la sociedad como un todo, sin tener en cuenta a los hombres y mujeres y otras identidades con sus particularidades. A unos pocos les tocó estudiar latín y griego, a la mayoría la gramática de la Real Academia de la Lengua Española. Nos aseguraron que el español sí es un idioma y muy muerto, porque se nos negó la creatividad de nombrar las cosas de otra manera; y nos dijeron que las lenguas indígenas solo eran dialectos. Hoy chapuceamos el inglés, nos ahogamos en el español.

La lingüística y la semiología nos enseñaron el poder de la palabra, de la imagen, de los símbolos. Nos marcó el psicoanálisis y su intención de ver todo bajo la sombra de lo sexual, o esa psicología atravesada por la dictadura de la moral judeo-cristiana. De la psicología solo aprovechamos técnicas para entrevistar a las fuentes, para saber si nos mentían, si estaban nerviosas, o para manipularlas (o seducirlas si queremos ser políticamente correctos).

Nos enseñaron que las fuentes tenían que darnos declaraciones, que nosotros, los periodistas, teníamos el derecho y el poder de contar las historias de los otros, éramos los únicos “autorizados” para narrar el país, y teníamos la dictadura del aberrante eslogan: Somos la voz de los que no tienen voz.

Pero hay voces disidentes. El maestro en ética periodística Javier Darío Restrepo, en declaraciones dadas al diario *El Espectador* en el texto *Bojayá pone en debate el periodismo y la dignidad de las víc-*

timas, sostiene: “Es importante destacar que nadie está obligado a responderle a un periodista y cualquier decisión de las personas en ese sentido es respetable” (Gómez, 2017).

María Emma Wills Obregón, del Centro Nacional de Memoria Histórica, ahonda en este asunto. En su reflexión *Narrar la memoria: ¿Quiénes, cómo y para quiénes?* asevera que las artes, las ciencias y los medios de información han desconocido el principio de respetar la voz y la historia de cada quien. Artistas, científicos y periodistas “representaron, investigaron, divulgaron e intervinieron en historias –voces y cuerpos– que en realidad pertenecían a otros. El ciudadano, bajo la mirada de esos otros imbuidos del poder instituido de las artes, las ciencias y las letras, perdió el control de su propia voz y su propio cuerpo, y se convirtió en ‘objeto de indagación, representación e intervención’” (Wills, 2017).

La ciencia ha esterilizado a la fuerza a las mujeres; mientras el arte y el periodismo se han apropiado de las imágenes e historias de otros para representarlos en sus soportes artísticos y periodísticos. De lo dicho por Wills podemos interpretar que desde lo ético, a nombre de un bien supremo como es el derecho a estar informado, no podemos quitarles a las víctimas sus historias. Puntualiza: “Mi voz, mi historia, mi cuerpo, ante todo me pertenece, y yo, víctima individual o colectiva, decido cuándo, cómo y a quién contársela” (Wills, 2017).

Sobre el poder de la palabra un grupo de 16 académicos alimentan el debate al redactar la carta ¿A qué responsabilidades nos llama el compromiso con la construcción de la paz?, dirigida a la periodista Nieto. Sostienen que no siempre la palabra, la documentación y la puesta en público desenmascaran los silencios o hacen audibles verdades.

Creemos que esto lo saben muy bien los periodistas y nos sorprende que usted (Nieto) quien, justamente, lidera en el país la reflexión sobre lo que implica hacer periodismo en tiempos de transición, no tenga en cuenta esos matices del silencio y la palabra en estos contextos. (S.A., 2017).

Creo que este grupo de académicos se equivoca. Los periodistas no sabemos lo que ellos plantean, aunque lo hayamos estudiado. Creo eso por nuestra pobre formación académica y humanista; porque

tenemos un capital simbólico periodístico de violencia, de corrupción, de politiquería, de fútbol y de frivolidades. Apenas estamos experimentando cómo hacer periodismo en el llamado posconflicto, sabemos poco de cómo cubrir la paz, en descubrir lo noticioso en una comunidad que no genera violencia, hechos de corrupción y politiquería.

El filósofo Peter Sloterdijk, citado por Jürgen Horlbeck en su ensayo *Por qué estudios humanísticos en una facultad de comunicación*, piensa que las humanidades

...estuvieron aliadas con élites, fueron cómplices de poderes fascistas y totalitarios, nacionalistas e imperialistas, sofocaron libertades, excluyeron y diezmaron etnias, castraron condiciones sociales y sexuales, mataron credos ajenos, exaltaron la razón y la piel del hombre blanco, la del europeo que justificó esclavitudes” (Horlbeck J., 2010).

Esas humanidades, con su origen greco-romano, luego con el aporte judeo-cristiano, de las artes liberales y de las *ciencias*, nos legaron una humanidad salvaje. El filósofo George Steiner en su libro *En el castillo de Barba Azul* plantea que la enseñanza de ese humanismo clásico no nos lleva a la humanidad: “En otras palabras, las bibliotecas, los museos, los teatros, las universidades, los centros de investigación por obra de los cuales se transmiten las humanidades y las ciencias pueden prosperar en las proximidades de los campos de concentración” (Steiner G., 2013).

NUEVAS NARRATIVAS

Cuando Nieto se pregunta a quién beneficia una única narrativa, la respuesta es a nadie, así como tampoco nos beneficia una única narrativa de los periodistas, esa que es evidente en los noticieros de televisión y radio, en los periódicos y algunas revistas, y hasta en los textos periodísticos que elabora la academia. A nadie beneficia una única narrativa que siempre insista en lo mismo...

Pero qué hacer cuando nuestras fuentes o posibles testimonios de Marquetalia o Bojayá no quieren narrarnos sus historias, dejarse fo-

tografiar o grabar. Pues buscar otras narrativas, adaptar o inventar otras técnicas, abordar o crear otros géneros periodísticos, ahondar en otros temas relacionados con el mismo hecho. Decirlo parece fácil, pero no lo es. Para buscar esas nuevas narrativas se requiere de una nueva formación humanística.

Leyner Palacios da unas pautas cuando le responde a la periodista Nubia Rojas en el texto *El porqué del silencio de Bojayá*, que los periodistas deben reflejar la diversidad cultural de Colombia, “las diferentes maneras que tienen los indígenas, los negros, los mestizos, de relacionarse con el mundo y con la naturaleza, con la vida y la muerte. Estoy convencido de que la construcción de la paz va a ayudarnos a que todo esto se haga visible” (Rojas, N., 2017). Puntualiza que algunos medios no están preparados para construir una nueva relación con las víctimas desde la humanización de esa relación.

Hoy los periodistas tienen el desafío de escuchar múltiples voces, o el reto más complicado que es enfrentarnos a que esas voces no quieran a los periodistas como intermediarios para ser escuchadas, o ejerzan su derecho a callarse, a no ser registradas en imágenes. Los periodistas ya no somos la voz de quienes no tienen voz.

El antropólogo y teólogo Jesús Alfonso Flórez, en la entrevista *Bojayá no censura*, del periodista español Paco Gómez Nadal, considera que los medios masivos (yo agregaría que la misma academia) con más capacidad de influir no han cambiado sus narrativas y siguen posicionados en un tema de oferta y demanda del mercado, en empaquetar unos productos periodísticos que se consumen fácil y masivamente. Anota que

...los medios no tienen que convertirse en terapeutas, pero sí deben ofrecer diferentes aristas a eso que llamamos verdad y ayudar a que las víctimas puedan expresar mejor sus dolores, porque los victimarios ya lo están haciendo, todo el tiempo (Gómez, 2017).

UN NUEVO HUMANISMO

El 10 de diciembre de 2015 la filósofa Martha Nussbaum, al recibir el Doctorado Honoris Causa en Filosofía por parte de la Universidad de Antioquia, manifestó en su discurso que, por asuntos de rentabilidad, las naciones y sus sistemas de educación están eliminando habilidades necesarias para mantener vivas las democracias. Asevera que las universidades están “produciendo generaciones de máquinas útiles, en lugar de ciudadanos completos”. Por eso propone tres habilidades, esenciales para formar una ciudadanía democrática decente (están en su obra *El Cultivo de la Humanidad* 2005):

1. La habilidad socrática de autocrítica y de pensamiento crítico acerca de las tradiciones propias de cada uno. Los ciudadanos deben pensar por sí mismos, y no delegar su pensamiento a la autoridad (sea política, militar, económica, religiosa y hasta de los medios de información). Para prevenir atrocidades de estas autoridades se necesita hasta de una cultura de disidencia individual.

Los ciudadanos deben deliberar sobre los problemas políticos de su país, sobre todo si es una sociedad compuesta por varias etnias, religiones, ideologías políticas...

Sólo tendremos la oportunidad de un diálogo adecuado que atraviese fronteras si los ciudadanos jóvenes saben cómo participar en el diálogo y la deliberación en primer lugar. Y sólo sabrán cómo hacerlo si aprenden a examinarse a sí mismos y a pensar en las razones por las que son proclives a apoyar una cosa en lugar de otra (Nussbaum, 2012).

Asegura que el pensamiento crítico permite “ver a quienes no están de acuerdo no como enemigos a ser derrotados, sino en cambio, como personas que tienen razones para lo que piensan” (Nussbaum, 2012). Y eso humaniza al “otro” político.

Plantea que la universidad debe enseñar este pensamiento crítico a través de cursos de ética filosófica y el estudio de grandes textos de filosofía. Pero la autocrítica también debe hacerse en los programas de comunicación social y periodismo que titulan a periodistas sin preparación académica. El comunicador Yebraíl Álvarez Santoyo, del

Centro de Investigación y Educación Popular (Cinep), entrevistado por Gómez Nadal, dice que “el problema es saber si la prensa está dispuesta a hacer autocrítica. Lo que vemos es que cuando usted se acerca a la tragedia colombiana, es fácil descubrir el papel manipulador y guerrillero de los medios masivos de información” (Gómez, 2017).

2. La habilidad de verse a sí mismo como miembro de una nación y un mundo heterogéneo. Afirma Nussbaum que esto nos puede conducir a una comprensión del mundo sin estereotipos, sin visiones sesgadas de otras culturas o de los sectores marginados.

Propone que

Todos los estudiantes universitarios deben aprender los rudimentos de la historia del mundo y deben tener una comprensión rica y no estereotipada de las principales religiones del mundo, y luego deben aprender a indagar con mayor profundidad en al menos una tradición desconocida, adquiriendo de esta manera herramientas que luego pueden utilizar en otros lugares. Al mismo tiempo, deben aprender sobre las grandes tradiciones, mayoría y minoría, dentro de su propio país, centrándose en la comprensión de cómo las diferencias de religión, raza y género han sido asociadas con diferentes oportunidades de vida. Todos, en fin, deben aprender bien al menos una lengua extranjera, así: al ver que otro grupo de seres humanos inteligentes ha contado el mundo de otra manera, que toda traducción es interpretación, le da al joven una lección esencial de humildad cultural (Nussbaum, 2012).

3. La habilidad de tener imaginación narrativa para sentir compasión, para pensar en lo que piensa y siente el otro.

El antropólogo y etnólogo Lévi-Strauss descubre al “otro” en el Amazonas, y ese otro lo sumerge en otra manera de pensar, en donde el mito desempeña un papel más importante que la razón. A partir de ese otro se entiende que el hombre occidental es una construcción histórica particular, que existen muchos “otros” hombres como sistemas culturales hay en el mundo.

Aprender a ver a otro ser humano no como una cosa sino como una persona completa, no es un logro automático: debe ser promovido por una educación que refine la capacidad de pensar acerca de lo que puede ser la vida interna de otro, y también para entender

por qué no es posible captar plenamente ese mundo interior, por qué una persona es siempre hasta cierto punto un enigma para el otro. Esta capacidad brinda un apoyo crucial tanto al pensamiento crítico como a la ciudadanía mundial. Se promociona, sobre todo, a través de la enseñanza de la literatura y las artes. (Nussbaum, 2012).

Sostuvo que el cultivo de la imaginación también es importante para el crecimiento económico, pues la innovación requiere imaginaciones capacitadas. Por esta razón China y Singapur han incluido en su sistema educativo más arte y literatura.

A través de la imaginación podemos tener una especie de visión de la experiencia de otro grupo o persona que es muy difícil de lograr en la vida diaria, en particular cuando en nuestro mundo se han construido separaciones claras entre los grupos, y las sospechas que hacen difícil cualquier encuentro. (Nussbaum, 2012).

Ella cree que la imaginación literaria desarrolla la compasión, y la compasión es esencial para la responsabilidad cívica. Entonces a través de la literatura podríamos conocer las experiencias de grupos marginados de nuestra sociedad y de otras culturas, y a los que necesitamos entender con urgencia, como las minorías étnicas y raciales, como a las mujeres, lesbianas y gays.

Nussbaum propone un nuevo humanismo centrado en el reconocimiento de la otredad. Y el ejercicio periodístico no lo podemos hacer sin el otro.

SOÑAR UN NUEVO PENSUM

A estas tres habilidades agrego una cuarta. La habilidad de dominar las tecnologías en desarrollo y las que vengan para ponerlas al servicio del otro, del pensamiento crítico y la imaginación narrativa. Si Albert Einstein decía que el conocimiento sin imaginación es insuficiente, el filósofo Mauricio Ferrari sostiene que la tecnología es más grande que el pensamiento, ya que permite expresarlo.

Acusa Steiner que los mismos defensores de las humanidades las disociaron de la ciencia y la tecnología. Disociaron la sensibilidad hu-

manística de la sensibilidad científica. Binarismo que ha hecho daño al hombre al dividir todo en opuestos, ciencia-tecnología versus humanidades, civilizado-bárbaro, racional-emocional... un binarismo de dominantes y dominados.

Debemos integrar de nuevo la sensibilidad humanista con la científica-tecnológica. Y a esas sensibilidades humanista-científica-tecnológica deberían estar al servicio de los otros, esos otros de Marquetalia, Bojayá y de diferentes lugares de nuestra geografía.

Pero para ello debemos preparar bien a los futuros periodistas con planes de estudios que, entre otras propuestas, incluya:

- Unas humanidades contemporáneas inclusivas, que pongan en contexto el humanismo clásico
- Un nuevo espectro de las artes
- La ética como faro
- Un entendimiento y defensa de las libertades: religiosa, de expresión, de prensa, de asociación, de establecer relaciones íntimas consensuadas...
- La realización de investigaciones que sean efectivas en develar y plantear soluciones a los problemas sociales
- La integración de diferentes disciplinas de otros pregrados, que permita ver a esas otras disciplinas no solamente como fuentes sino como colegas académicos en pos de la construcción conjunta de conocimiento e información
- La posibilidad de expandir el conocimiento con posgrados, y su integración a los pre-gradados de periodismo
- La regionalización de los procesos de formación de los estudiantes
- La internacionalización de los procesos de formación de los estudiantes
- La actualización de los textos académicos (históricos, sociológicos, periodísticos) usados por los docentes
- La enseñanza de un concepto poco conocido, el etno-periodismo: un periodismo hecho por periodistas desde su cultura

para su cultura, sin la mirada invasiva de un periodismo de la cultura dominante

- La inmersión en otra cultura, que nos permita saber y valorar tradiciones distintas, y que pueden tener una visión diferente del periodismo
- La defensa en esos planes de estudio de los cursos de política, economía, antropología, historia, lingüística y semiología
- La enseñanza de las tecnologías en desarrollo y su influencia y aplicabilidad en la sociedad

Sé que esto es demasiado para un pregrado, por lo mismo me pregunto si es ético formar a los periodistas en unos pregrados que no le han garantizado, no le están garantizando ni le garantizarán a la sociedad unos profesionales responsables en el ejercicio del periodismo. Creo que el estudio del periodismo debería estar instalado en los posgrados, o que se convierta en unas asignaturas de las otras disciplinas de los pregrados. Creo que puede tener mejor formación de periodista un sociólogo, un médico, un psicólogo, un antropólogo, un físico, un artista que estudie esos cursos en su pregrado.

DE REGRESO A LOS OTROS

Para finalizar, regreso a los casos de Marquetalia y Bojayá, a esa relación con esos otros y sus silencios y palabras. En la reflexión *El silencio del otro como testimonio*, el profesor Juan Pablo Aranguren Romero, del Departamento de Psicología de la Universidad de Los Andes, expresa lo siguiente:

Sentirse convocado a hablar de una experiencia de dolor y sufrimiento supone entender que lo indecible se erige también como resultado de no encontrar en el otro nada que autorice moral y socialmente a contar. Lo no-dicho se entreteje con los marcos sociales en los que se inscribe su testimonio. Quien retiene su palabra también lo hace como una manera de gestionar su identidad, como una manera de darle sentido en la intimidad a aquello que ha impactado la dignidad, como una estrategia para hacer frente a la im-

posibilidad de encontrar en el otro a alguien que realmente escuche su experiencia (Aranguren, 2017).

Agrega más tarde:

El silencio también testimonia y a veces cuesta entender que la negativa del otro para hablar (me) es, en realidad, una forma de narrar. El desespero del saber académico ante el silencio del otro, ha terminado por acallar lo que en este se narra (Aranguren, 2017).

Y ese silencio ante la prensa puede ser igualmente un acto de autonomía y resistencia de un sujeto o de comunidad hacia los medios de comunicación, hacia los periodistas, hacia una academia fomentada en un humanismo sin humanidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aranguren, J.O. (2017). *El silencio del otro como testimonio*. Recuperado 23 de mayo de 2017 en: <http://www.verdadabierta.com/debate-la-prensa-en-torno-de-las-victimas/6650-el-silencio-del-otro-como-testimonio>
- Duzán, M.J. (2016). *El fin del periodismo*. Colombia. Recuperado 20 de febrero de 2016 en: <http://www.semana.com/opinion/articulo/maria-jimena-duzan-el-fin-del-periodismo/461264>
- Fernández-Balboa, J. et al (2009). ¿Bolonia en Latinoamérica? Reflexiones críticas sobre su planteamiento y aplicación. Capítulo del libro *Universidad, currículo y educación física*. Medellín. Funámbulos Editores. Universidad de Antioquia
- Gómez, P. (2017). *Bojayá pone en debate el periodismo y la dignidad de las víctimas*. Recuperado 19 de mayo de 2017 en: <http://www.elespectador.com/noticias/nacional/bojaya-pone-en-debate-el-periodismo-y-la-dignidad-de-las-victimas-articulo-694477>
- Gómez, P. (2017). *Bojayá no censura*. Recuperado 18 de mayo de 2017 en <https://colombiaplural.com/bojaya-no-censura/>
- Horlbeck, J. (2010). ¿Por qué estudios humanísticos en una facultad de comunicación? Recuperado 2010 en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2549>
- Nieto, Patricia. (2017). *El silencio de Bojayá*. Colombia. Recuperado 16 de mayo de 2017 en: <http://www.verdadabierta.com/victimas-seccion/organizaciones/6634-el-silencio-de-bojaya>
- Nussbaum, M. (2012). El cultivo de la humanidad. Una defensa clásica de la reforma en la educación liberal (J. Pailaya, Trad.). Recuperado 10 de diciembre de 2016 en: <https://es.scribd.com/document/310953110/Discurso-de-Martha-Nussbaum-al-recibir-el-doctorado-honoris-cause-en-UdeA-pdf>
- Rojas, N. (2017). *El porqué del silencio de Bojayá*. Recuperado 23 de mayo de 2017 en: <http://www.verdadabierta.com/debate-la-prensa-en-torno-de-las-victimas/6651-el-por-que-del-silencio-de-bojaya>
- S.A. (2017). *Desenterrar sus cuerpos: el íntimo proceso de Bojayá*. Colombia. Recuperado 22 de mayo de 2017 en: <http://www.verdadabierta.com/de>

bate-la-prensa-en-torno-de-las-victimas/6645-desenterrar-sus-cuerpos-el-intimo-proceso-de-bojaya

S.A. (2017). *¿A qué responsabilidades nos llama el compromiso con la construcción de la paz?* Recuperado 18 de mayo de 2017 en: <https://colombiaplural.com/responsabilidades-nos-llama-compromiso-la-construccion-la-paz/>

Steiner, George. (1991). *En el castillo de Barba Azul*. Aproximación a un nuevo concepto de cultura. Barcelona: Gedisa.

Wills, M. E. (2017). *Narrar la memoria: ¿Quiénes, cómo y para quiénes?* Recuperado 22 de mayo de 2017 en: <http://www.verdadabierta.com/debate-la-prensa-en-torno-de-las-victimas/6648-narrar-la-memoria-quienes-como-y-para-quienes>

UNIMEDIOS: LABORATORIO DE PERIODISMO

*Sandro Buitrago
Marisol Jordán
Olga Behar
Johana Castillo*

UNIMEDIOS: LABORATORIO DE PERIODISMO

Sandro Buitrago

Universidad Santiago de Cali. Cali, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0001-6665-0573>

Marisol Jordán

Universidad Santiago de Cali. Cali, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0002-4813-9066>

Olga Behar

Universidad Santiago de Cali. Cali, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0003-3032-3778>

Leydi Johana Castillo

Universidad Santiago de Cali. Cali, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0002-6937-3556>

INTRODUCCIÓN

Unimedios es una concreción del Plan Estratégico Institucional (PEI) de la Universidad Santiago de Cali, que busca dotar a la institución de espacios para la práctica profesional en los grados y posgrados, y pretende ser un laboratorio para la realización de productos informativos en todos los formatos (prensa, radio, audiovisual y digital) así como productos periodísticos multimedia, y en todos los géneros periodísticos.

El proyecto, que duró alrededor de diez años en gestación y desarrollo, se materializó en el año 2013, en un espacio cercano a las instalaciones del Estudio de Televisión del CEPA (Centro de producción Audiovi-

Cita este capítulo

Buitrago, S.; Jordán, M.; Behar Leiser, O. & Castillo, L. J. (2018). Periodismo, humanismo sin humanidad. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 41-53). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.2>

sual). Desde allí, bajo el liderazgo de la profesora y periodista Olga Behar, se comenzó a realizar un ejercicio de laboratorio periodístico en el cual han participado estudiantes y docentes. Productos como el periódico *Utópicos*, en versión impresa y web; los espacios de la marca *Cali Hoy*, como *Cali hoy crónicas*, emitido por el Canal Regional Telepácifico, *Cali hoy entrevistas* y *Cali hoy documentales*, emitidos por el Canal nacional *Zoom*, son sólo algunos de los productos que permiten la articulación de la academia y el sector externo, proyectando el trabajo de estudiantes y profesores, más allá del aula de clases.

Unimedios, además, responde a la misión del programa de Comunicación Social¹ de formar profesionales con competencias que corresponden al interés de reforzar la responsabilidad social de sus profesionales, es decir, formar comunicadores, publicistas y trabajadores sociales que conozcan cuáles son las problemáticas de su entorno, la ciudad de Cali, el departamento del Valle del Cauca y el suroccidente de Colombia, y sus causas, para incidir en ellas.

El Manual de Estilo Unimedios, es el libro guía a partir del cual todo el grupo de estudiantes y docentes, trabaja con unos parámetros claramente establecidos. En dicho texto se encuentran las pautas no sólo para desarrollar los productos, sino para convivir y manejar los espacios en este laboratorio de periodismo.

¿DE DÓNDE SURGE EL MANUAL DE ESTILO DE UNIMEDIOS?

De una reflexión académica e intelectual de los profesores del Área de Expresión de la Facultad, a partir de las experiencias de enseñanza-aprendizaje en el ámbito del periodismo en prensa, radio, televisión y digital, y de la necesidad de sistematizar tales experiencias para organizar y regular la confección de los productos periodísticos.

¹ Misión: Contribuir a formar ciudadanas y ciudadanos de las más altas calidades intelectuales, profesionales y éticas en este campo de práctica y estudio; capaces de comprender los procesos comunicacionales con humanismo crítico, proactividad técnica y respeto por lo público para incidir socialmente en favor de la dignificación de la vida de las comunidades.

La Unidad de medios de la Facultad de Comunicación y Publicidad, Unimedios, es un laboratorio que permite la formación y un espacio de práctica profesional para nuevos periodistas. Aquí se desarrollan las competencias necesarias para desempeñarse dentro de una empresa multimedia- periodística.

Fruto de este ejercicio se elaboró un primer documento que fue sometido a evaluación de los profesores de las demás áreas de la Facultad, y sobre el cual se introdujeron los cambios que se consideraron pertinentes. Posteriormente se realizaron trabajos y talleres con los estudiantes, a fin de poner en práctica lo consignado en el nuevo documento, que, tras ser sometido a la evaluación de pares académicos externos, se convirtió en el Manual de Estilo de Unimedios.

Como lo indican los autores en la presentación del Manual, “con el fin de unificar las estrategias y los procedimientos, durante 2016 se delineó este documento, que corresponde, además, a una reflexión intelectual y académica sustentada en los procesos de enseñanza-aprendizaje orientada a la creación de instrumentos que faciliten a los estudiantes la apropiación de competencias profesionales en periodismo e investigación”. (*Unimedios Manual de estilo*. Behar, 2016. p.5). Esta pieza escrita surge a partir de nuestro medio insignia, el periódico *Utópicos*, impreso, que circula cada dos meses. Desde allí se fue avanzando para que los demás medios de comunicación y productos de Unimedios tuvieran un manual propio. Estos, en conjunto, conforman la plataforma *Utópicos* de información, de la que también hace parte el programa periodístico *Cali Hoy Crónicas*, que se transmite los martes a las 6:00 pm en el canal regional de televisión Telepacífico.

CINCO AÑOS DE UTOPIÁS

El *Utópicos* impreso es una publicación bimestral, tiene un formato tabloide europeo, con 20 páginas. La portada, contraportada y páginas centrales son a todo color. Su organización no obedece a secciones, pues el principio ordenador de los contenidos se hace a partir de los géneros periodísticos: noticias, entrevistas, crónicas, reportajes, informes especiales, columnas, artículos de opinión, foto noticias y foto reportajes, entre otros.

Sus contenidos se realizan bajo una visión crítica-constructiva de la realidad, y de manera independiente. Los temas tratados responden a criterios periodísticos y no a las necesidades o demandas institucionales de la USC, que son tratadas, si así lo ameritan desde los parámetros del periodismo, en el entendido de que la Universidad cuenta con medios de carácter institucional, producidos por su Unidad de Comunicación.

Los contenidos del periódico *Utópicos* son redactados por estudiantes y profesores, con énfasis en la reportería, la necesidad y obligación de consultar las fuentes de información y confrontarlas para lograr un producto periodístico de calidad.

La nueva etapa del periódico empezó en 2013, con la incorporación de la profesora Olga Behar como docente de dedicación exclusiva de la Universidad Santiago de Cali. Desde ese momento hasta hoy se han editado 22 números; entre ellos algunas ediciones especiales cuando la actualidad informativa así lo demanda. Como resultado de este esfuerzo, estudiantes del programa de Comunicación Social han recibido reconocimientos en concursos como los premios Alfonso Bonilla Aragón, en categoría Periodismo Universitario, y en el IX Concurso Nacional de Crónica de la Universidad Externado de Colombia. También se han publicado artículos del *Utópicos*, en periódicos de ámbito nacional como *El Espectador* –en la plataforma 20/20–, el *Diario Occidente* de Cali, y en los portales web internacionales www.lopolitico.com en México y www.elmolinoonline.com en Estados Unidos, lo que posibilita una gran visibilización de los artículos escritos por estudiantes.

El periódico es un canal de difusión de los hechos originados en el amplio contexto de la realidad, tanto local como regional y nacional con una visión crítica constructiva. Es un medio en el que los estudiantes-periodistas fortalecen sus competencias en escritura y producción de textos periodísticos de cualquier género.

Este medio de comunicación tiene como público fiel la comunidad universitaria; sin embargo, su universo está constituido por lectores de todo el sur occidente colombiano y algunas universidades del país que hacen parte de la Red Colombiana de Periodismo Universitario.

UTÓPICOS SEMANAL Y UTÓPICOS FACULTAD

En el primer semestre del 2017, bajo la coordinación del docente Óscar Cardona, se empezaron a producir dos publicaciones más en plataformas digitales (www.issuu.com y www.calameo.com), bajo el sello de Unimedios, con la marca Utópicos.

Utópicos Facultad: un quincenario institucional que recoge la actualidad de la Facultad de Comunicación y Publicidad. Este boletín está dirigido a los estamentos que conforman la USC: estudiantes, docentes, directivos y administrativos.

Aquí los estudiantes-periodistas desarrollan notas periodísticas y noticias relacionadas con la Facultad; es un medio organizacional que lo realizan especialmente estudiantes en periodo de práctica de los programas de Comunicación Social y Publicidad.

Utópicos Semanal: un informativo de actualidad periodística que recoge información de la ciudad y sus alrededores, realizado por los estudiantes de la asignatura Redacción Periodística.

En el Utópicos Semanal, los estudiantes del curso de Redacción Periodística hacen un ejercicio de reportería que fortalece sus competencias en la producción de noticias. La realización de este medio es semanal pues busca poner en generación en los estudiantes-periodistas una simulación en tiempo real de cómo se trabaja en un medio de comunicación.

UNA UTOPIÍA HECHA REALIDAD: UTÓPICOS WEB 2.0

Uno de los retos que tenía la Unidad de Medios era poder complementar la publicación de la prensa escrita, con una plataforma web que permitiera trabajar utilizando las nuevas tecnologías y así facilitar la visibilización de contenidos periodísticos en redes sociales. Con este fin se creó en 2015 Utópicos Web 2.0, bajo la dirección de los profesores Carlos Cruz y Olga Behar.

El objetivo principal era fortalecer las producciones basadas en el desarrollo de los géneros periodísticos (la crónica, el reportaje, el informe especial) y generar en el público un reconocimiento de ellos, de acuerdo con las nuevas reglas impuestas por el desarrollo vertiginoso de los medios digitales.

Desde el primer semestre del 2015, con las diferentes alianzas que tenemos con medios nacionales como el Diario Occidente, la Plataforma de Paz Colombia 2020, www.Las2orillas.com, y con medios internacionales como los portales web www.lopolitico.com en México y www.elmolinoonline.com en Estados Unidos, hemos creado un laboratorio de aprendizaje para la elaboración e intercambio de contenidos web.

Los convenios consisten en compartir productos periodísticos con estos medios de comunicación, con el fin de generar sinergias que potencien los portales. Estos convenios han tenido buena acogida por parte de los lectores. Lo más importante es que los estudiantes son nuestros periodistas y son ellos quienes escriben para Utópicos Web.

En nuestro laboratorio también destacamos producciones radiales, transmitidas por la emisora virtual La Radio USC, (laradio.usc.edu.co) y productos audiovisuales realizados por estudiantes de diversos cursos orientados por los docentes de nuestra Facultad.

También en nuestro portal reproducimos el programa Cali Hoy Crónicas, que se transmite por el canal Regional Telepacífico y por Canal Zoom, además de todos los productos de la marca Cali Hoy.

DEL PDF AL PORTAL WEB

En 2014, Utópicos Web arrancó con unas publicaciones que se subían en formato PDF a la plataforma ISSUU. El público podía mirar las producciones de nuestros estudiantes simulando una revista virtual; sin embargo, bajo la dirección del profesor Carlos Cruz, se le dio orden al material multimedia y pudimos migrar hacia el verdadero mundo digital, a través del portal web <http://utopicos.com.co>

Hoy tenemos la facilidad de ser encontrados en cualquier buscador de la red, inclusive apareciendo en primer lugar en el buscador Goo-

gle. Estos son buenos indicadores, que han incrementado las visitas al sitio web y facilitan el ejercicio de compartir los contenidos a través de redes sociales. Es así como el público ya reconoce a nuestros periodistas, y de forma sistemática se empiezan a tejer más redes a nivel local y nacional.

Es un aprendizaje continuo el que se genera en los estudiantes, pues tienen la experiencia de vivir todo el proceso: hacer la reportería y luego construir su texto en la sala de redacción. Con los audios de las entrevistas se crean también piezas sonoras que suben a la plataforma de laradio.usc.edu.co y se hace toda la articulación multimedia en la página web.

El Laboratorio ha servido para fortalecer el trabajo interactivo para estudiantes de la Facultad, pues dos de los programas académicos adscritos, Comunicación Social y Publicidad, convergen entre sí para el buen desarrollo de las producciones.

Además de los medios nombrados anteriormente, la marca Utópicos está en diversos formatos, entre ellos Utópicos Radio, programa que hace parte de la emisora virtual laradio.usc.edu.co. También existe *Utópicos Ciudadano*, un espacio dentro de nuestro portal para la gente del común, que a través de un artículo quiere expresar una denuncia o contarnos qué es lo que pasa en su entorno. Los parámetros para la publicación de este texto están orientados por el Comité de Publicaciones de la marca Utópicos y pasa por los filtros de buena redacción, de acuerdo con el Manual de Estilo, y los parámetros de publicación en la web.

UTÓPICOS VISUAL

Posterior a la creación del periódico Utópicos, los profesores Sandro Buitrago y Marisol Jordán, junto con otros docentes que imparten cursos de audiovisual y de periodismo pensaron en la idea de que Utópicos ampliara su espectro de medios.

Utópicos visual es el resultado de esta reflexión. Es un contenedor digital de productos que tienen que ver con el área audiovisual y el periodismo. Las cuatro modalidades principales de Utópicos Visual son:

Noticias del día, Cápsulas informativas, Reportajes gráficos y micro noticieros.

Noticias del día se realiza con un semillero extracurricular, por lo tanto no es propiamente el resultado de los cursos. Son estudiantes que quieren fortalecer competencias en temas como presentación frente a la cámara. Para ello, cada semestre se abre un *casting* y los jóvenes que quieran pertenecer se presentan a Utópicos Visual-Noticias del día. Deben tener competencias en presentación y desenvolvimiento frente a una cámara y estar siempre informados de las noticias del día.

Cápsulas informativas es el resultado del curso Periodismo Audiovisual, en donde, semanalmente, los estudiantes realizan producciones cortas con sus móviles sobre temas de su entorno. El resultado es un *micro noticiero* que reúne las producciones de todo el semestre de los estudiantes.

Los Reportajes gráficos son productos de la asignatura Imagen, que se imparte a estudiantes de primer semestre de los programas de Comunicación Social y de Publicidad.

CALI HOY

Tres proyectos están enmarcados por Cali Hoy: Cali Hoy Crónicas, Cali Hoy Entrevistas y Cali Hoy Documentales.

El espacio más permanente es el programa Cali Hoy Crónicas, que es un programa que se transmite por el Canal Regional Telepacífico los días martes a las 6 de la tarde. Además se retransmite en el Canal Universitario Nacional Zoom.

Es un programa periodístico que se encarga de contar historias que no se trabajan en los grandes medios de comunicación. Sus formatos periodísticos son la crónica y la historia de vida. Se transmiten dos crónicas por programa, que se complementan con entrevistas abiertas alusivas al tema tratado, con el fin de profundizar o controvertir el contenido de la crónica respectiva.

Tiene también un espacio llamado Panorama, en el que se divulgan notas cortas sobre el entorno, o contenidos institucionales originalmente elaborados para el espacio La Santiago Es, que realiza el Centro de Producción Audiovisual –Cepa–.

En Cali Hoy Entrevistas se presentan diálogos con invitados que llegan a la USC, este programa se transmite por el Canal Universitario Zoom y por el canal del Cepa en YouTube.

Así mismo, Unimedios tiene una coordinación editorial a cargo del docente Sandro Buitrago, sección encargada de que los libros, las ponencias y otros contenidos académicos de Unimedios queden listos para su publicación.

Gracias a este trabajo, se han editado obras como el *Manual de Estilo de Unimedios*, que es un documento pedagógico que corresponde a una reflexión intelectual y académica enmarcada en los procesos de enseñanza y aprendizaje orientados a la formulación de instrumentos que faciliten a los estudiantes de Comunicación Social de la USC la aproximación a competencias profesionales en periodismo investigativo, prensa, radio, televisión y medios digitales.

Esta obra surgió de la experiencia en creación de diversos medios universitarios en este Laboratorio de la Facultad de Comunicación y Publicidad de la Universidad Santiago de Cali, con el fin de unificar las estrategias y los procedimientos para el diseño de contenidos y la publicación de todo tipo de piezas creadas especialmente por los estudiantes de diversos semestres académicos.

Según la parte introductoria de este Manual,

Su aplicación contribuirá enormemente en los propósitos de lograr que, en el inmediato futuro, periodistas y comunicadores de calidad que egresan de la USC sean líderes en los escenarios laborales y participen en la construcción de audiencias mejor informadas y con compromiso social (Behar, 2016, p. 5).

Algunas de las publicaciones realizadas en Unimedios son: *Pistas para narrar la Justicia Penal Internacional* (publicado por la Editorial USC en coedición con la organización Consejo de Redacción)², *Con la Punta del Pie*³, *Ahijados para Nunca Olvidar*⁴ y *Manual de Periodismo Universitario en camino a la Paz y la Reconciliación*⁵.

La aplicación de todas estas estrategias permite además cumplir con la Misión de este centro de educación superior:

Uno de los propósitos de formación de Unimedios es el desarrollo del pensamiento crítico del estudiantado a través del abordaje de las causas de las problemáticas sociales, trascendiendo el nivel de descripción de las mismas e incluyendo la búsqueda del contexto, las fuentes vivas y documentales, y la aplicación de herramientas del periodismo investigativo (Behar, 2016, p. 9).

2 Es un manual de pistas para los periodistas que quieran acercarse a la Justicia Penal Internacional.

3 Con la Punta del pie, libro que surgió a partir del trabajo de grado de la Egresada Johana Castillo, donde se narra algunos de los imaginarios urbanos de los bailarines de salsa en Cali.

4 Ahijados, producto de la culminación del proyecto de investigación Estrategia educomunicativa como herramienta de intervención para los procesos de resocialización de adolescentes infractores recluidos en el Centro de Formación Juvenil Buen Pastor (Cali).

5 Manual de periodismo universitario fue trabajo realizado por un estudiante de comunicación de tercer semestre y su docente investigadora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Behar, O. (2016) *Manual de estilo Unimedios*. Santiago de Cali: Universidad Santiago de Cali

Behar, O (2014). Utópicos Web 2.0. Santiago de Cali: Utópicos <http://utopicos.com.co>

Unimedios, (2015). Plataforma de Utópicos Semana. Santiago de Cali: Utópicos Semanal <https://es.calameo.com/accounts/4108034>

Universidad Santiago de Cali, (2006). La Radio USC. Santiago de Cali: <https://la-radio.usc.edu.co/>

Facultad de Comunicación y Publicidad, (2017). Plataforma Utópicos Facultad. Santiago de Cali: <https://issuu.com/utopicos>

PERIODISMO SIGLO XXI: UNA CRISIS DE VOCACIÓN

César Alzate Vargas



PERIODISMO SIGLO XXI: UNA CRISIS DE VOCACIÓN

César Alzate Vargas

Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0001-7556-0553>

INTRODUCCIÓN

Durante muchos años, los recién graduados sentían un don particular para escoger el periodismo como profesión. Hoy en día, la falta de vocación de los estudiantes hacia esta disciplina ha generado una crisis en la nueva ola de periodistas, convirtiéndose esta situación en uno de los más grandes desafíos del periodismo en el siglo XXI, y en una evidente preocupación para el ejercicio del periodismo en general.

El autor se hace una serie de interrogantes que permiten evidenciar la crisis de vocación en la nueva era de periodistas y se lamenta de que en esta época, los periodistas tienen todas las herramientas y posibilidades para hacer un maravilloso periodismo, pero, paradójicamente, ahora es más difícil que nunca atreverse a la búsqueda de la verdad y publicar contenidos que le faciliten al ciudadano la toma de decisiones.

La era digital, la crisis en los salarios de los periodistas y los mismos peligros que implica la profesión, han generado una barrera en las nuevas generaciones de comunicadores, que no ven en este ejerci-

Cita este capítulo

Alzate Vargas, C. (2018). Periodismo siglo XXI: una crisis de vocación. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 55-65). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.3>

cio una opción laboral rentable o siquiera llamativa. Persisten aun quienes ven en el periodismo una vocación, un llamado, y son esos pocos los que aún mantienen la rueda girando. Sin embargo, no se vislumbran salidas aún para la pauperización en los niveles salariales de los periodistas. El autor presenta algunas opciones y salidas para esta crisis de vocación y analiza el panorama en que se desenvuelven estas nuevas generaciones de periodistas.

1. En 1987, cuando salí del colegio, sobre todas las cosas del mundo sabía que mi deseo era estudiar periodismo. Había descubierto mi vocación un par de lustros antes, cuando leí *Cien años de soledad* y escarbando en la biografía de su autor descubrí que era periodista. Desde entonces empecé a detectar una cierta tendencia a que mis novelistas admirados se dedicaran también a este oficio, de tal manera que me enamoré del periodismo a partir de su ángulo más voluptuoso pero quizá menos útil: el de la narración de historias, aquel en que se acerca más a la literatura. Desde luego, también habría que admitir que hubo otro héroe que me indujo tal enamoramiento, pero esta es más bien una confesión vergonzante, porque dicho héroe fue Supermán, ese paradigma de lo que no me gusta en el periodismo. Cuando usaba gafas y tenía el cabello del todo negro y un cierto encanto, había quienes me llamaban Clark, como el álter ego torpe del seudohéroe *kriptoniano*, y esto me gustaba por aquello de los clichés que a uno no le importa tanto encarnar en la adolescencia y la primera juventud. Sin embargo, ni Clark Kent ni su personalidad oculta lograron nunca demostrar que tuvieran realmente algo que hacer en este oficio: tendían a la dispersión y a la escasez de talento y, sobre todo, defendían concepciones del bien con las que tuve serias desavenencias mientras corría la vida.

Poco a poco descubrí otra variante del oficio que me entusiasmó: la del servicio, la del apoyo a la libertad, la de la búsqueda de la verdad. Esa que los estadounidenses Tom Rosenstiel y Bill Kovach (2004) resumen en esta sentencia: el principal propósito del periodismo consiste en proporcionar al ciudadano la información que necesita para

ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo. Se trata de un compromiso que a cada segundo cumplen miles y miles de periodistas en medios de todos los tamaños y alcances en el mundo entero: el de informar siguiendo estas premisas, con una suerte de heroísmo que poco tiene que ver con las películas y la gran literatura, y mucho, en cambio, con lo que más importa: con la gente. El periodismo es uno de los fundamentos de la democracia.

En estas cosas pienso ahora, a treinta años de una reflexión que empezó en los libros y en las salas de cine, continuó en las aulas, las salas de redacción, las calles, y se mantiene en la academia. Me doy cuenta de que la fascinación por el periodismo se fundamenta en un elemento clave: la vocación.

Vamos a la fuente de las definiciones, el diccionario de la Real Academia (deberíamos acostumbrar, más bien, decir que el de las Academias: las de España, América y un par de países africanos y asiáticos donde el idioma se habla, se vive y se define). Bien, señalemos que el DRAE 2017 documenta cuatro acepciones de la palabra vocación, indicando de entrada que esta proviene del latín *vocatio*, *-onis*, que significa ‘acción de llamar’. Muy católica como es, la Academia dedica la primera acepción a señalar a Dios en el origen de ese llamado: “Inspiración con que Dios llama a algún estado” y matiza el asunto indicando que el principal ‘estado’ al que llama Dios es el de religión. Desde luego, tengo un par de reproches que hacerle a esta definición, pero de ella me gusta el componente de inspiración. Enseguida, el Diccionario define a la vocación como ‘advocación, y tres de las cuatro acepciones que del término ‘advocación’ recoge se relacionan con lo divino.

Siguiendo con “vocación”, el tercer significado que le reconoce la RAE nos acerca más a lo que nos interesa: “Inclinación a un estado, una profesión o una carrera”. Finalmente, nos informa que el cuarto significado está en desuso y lo señala como convocación y llamamiento. Aclarar los significados es importante porque, insisto, la vocación es fundamental para el éxito de las empresas en que nos embarcamos. La actriz y directora del Festival Internacional de Teatro de Bogotá,

Fanny Mikey, decía que la clave de la felicidad estaba en dedicarnos a aquello que nos gusta, a aquello para lo que somos llamados. En este punto es necesario señalar, desde luego, que unido al problema de la vocación se halla uno tan importante como ella, el talento. Trágicamente, como profesional y como profesor, son muchas las vocaciones que he visto naufragar porque no están acompañadas por el talento. Pero busquemos más allá del diccionario y hurguemos en lo que piensan los profesionales del oficio. Me llama la atención este pensamiento de María Elena Gronemeyer, profesora de la Pontificia Universidad Católica de Chile:

Entendido el periodismo como una vocación, como un llamado y compromiso de resguardar y potenciar especialmente unos determinados valores en la comunidad humana, como son la verdad, la libertad y la justicia, su correcto ejercicio constituye una participación activa en el plan de salvación y tiene por ende un sustento teológico claro. La actividad periodística, como una propuesta humanista y cristiana, se centra en el hombre y en la comunidad y busca contribuir a dignificar a ambos. Esta vocación de servicio a la persona y de servicio público se orienta en principios éticos de la profesión que tienen sus raíces en nuestra cultura occidental y cristiana, razón por la cual el aporte de la teología a un correcto ejercicio del periodismo puede ser fundamental (2003).

Es necesario diferir de la profesora Gronemeyer en todo lo que de cristiana y religiosa tiene su idea del periodismo, pero en cambio estoy de acuerdo con ella cuando entiende al oficio como una vocación y lo reconoce como una actividad relacionada con la verdad y puesta al servicio del individuo y de la comunidad. En estos elementos, básicamente, descansa cualquier definición del periodismo.

2. Siendo profesor de la Universidad de Antioquia, tengo elementos para tocar ahora un asunto espinoso de nuestra carrera. Vuelvo a la historia.

Cuando estaba terminando el bachillerato y tenía claro a qué deseaba dedicarme en la vida, descubrí con desánimo que en las universidades el periodismo era apenas el segundo componente de una carrera

que se denominaba Comunicación Social. Entonces lo intuía, y la vida me lo ha ratificado de mil maneras: el periodismo y la comunicación (social, corporativa, para el desarrollo... como quieran denominarla en cada institución) son dos opuestos epistemológicos y ontológicos. Su unión, como tantas anomalías académicas, se debe a los estadounidenses, que a mediados del siglo XX nos impusieron las escuelas de ciencias de la comunicación, uniendo en ellas dos prácticas opuestas en el manejo de un mismo objeto: la información. El pragmatismo por encima del rigor acabó imponiéndose, para daño del hacer periodístico y para satisfacción de la urgencia laboral de tantos graduados. Dicho de otro modo, tengo que reconocer que yo mismo, que empecé mirando con desdén el componente de comunicación social de mi profesión, muchas veces he solucionado mis problemas de supervivencia empleándome en él. En los días que corren, habiendo transcurrido casi dos décadas desde cuando en la Universidad de Antioquia tomamos la decisión de separar lo que académicamente estaba mal unido, y el que era un pregrado se escindió en tres, debo admitir que el mercado laboral nos obliga a la reflexión sobre la posibilidad de acercar de nuevo las dos disciplinas opuestas, porque nuestros egresados de periodismo suelen encontrar nicho en el ramo de las comunicaciones. Qué le vamos a hacer; es la vida. Ahora estamos en un proceso de reformulación del currículo que nos permite pensar, por ejemplo, en mecanismos como la doble titulación dentro de la misma Facultad.⁶

Para ilustrar mejor mi reticencia a la unión entre periodismo y comunicaciones, doy el salto hasta una de las generaciones posteriores a la mía. Ilustro el asunto con las palabras de las estudiantes Lizeth Zúñiga Batista y Yarley Cuesta Moreno en un artículo publicado en la quinta edición para Urabá de nuestro periódico *De la Urbe*. Indican las estudiantes: “Una de las causas más conocidas de esta situación es la ‘puerta giratoria’ que hay entre el periodismo y las comunicaciones, especialmente en las regiones. En un periodo muy corto, una persona que ejercía el periodismo puede resultar en los equipos de

⁶ Es importante aclarar que, en todo caso, no hemos incurrido en un irreconciliable divorcio epistemológico y que desde hace una década revivimos para las sedes regionales de la Universidad el pregrado de Comunicación Social Periodismo.

comunicaciones de las administraciones municipales o de grandes empresas. Luego, regresar al periodismo y más tarde, de nuevo, a las comunicaciones. Así se crean relaciones que pueden ir en contra de la independencia”.

3. Llegó entonces la era digital y lo trastornó todo en el mundo. Asistimos a la más grande revolución que la humanidad ha vivido desde los días en que Gutenberg experimentaba con los tipos móviles. Como entonces, la posibilidad de que la información llegue a todos y en todas partes (o por lo menos a muchos y en muchas partes) implica un radical cambio de paradigmas que, insisto, lo trastorna todo. Asistimos a un impensable giro en el destino del mundo que no sabemos a dónde nos llevará. Todos estamos en crisis. En todas las profesiones y oficios, en las formas de relacionarnos entre nosotros y con el planeta; el mundo entero está dejando de ser lo que nunca supimos qué era, pero nos habíamos acomodado a ello, para convertirse en una cosa etérea, inasible, incontrolable. A la imprenta de Gutenberg le tomó quinientos años llevarnos a la Luna. Sospecho que a la Internet y sus derivados les tomará mucho menos diluirnos y regresarnos a las estrellas.

Por lo pronto, oficios como el nuestro viven el final de su era dorada y, paradójicamente, cuando tienen más instrumentos tecnológicos para cumplir mejor su misión, enfrentan la mayor dificultad de su historia para lograrlo. Lo tenemos todo para hacer un maravilloso periodismo, pero ahora es más difícil que nunca embarcarnos en la búsqueda de la verdad y, como proponían Rosenstiel y Kovach, entregar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo.

El profesor Josep Carles Rius, de la Universidad de Barcelona, nos explica:

El paradigma ha cambiado. Una parte importante de la sociedad ya no pone su visión del mundo en manos de un periódico, sino que configura su propia percepción de la realidad a partir de múltiples fuentes. Somos nosotros quienes elegimos qué debemos saber y cuándo; la jerarquía de los hechos y, especialmente, su trascen-

dencia y relevancia para nuestra vida. Y somos nosotros quienes decimos qué opinamos a partir de todas las informaciones que nos llegan, algunas aún provenientes de los medios tradicionales, los periódicos entre ellos, pero muchas de nuestro “círculo de confianza” en la red. Un círculo en el que tienen un papel predominante familiares, amigos y expertos a los que nosotros concedemos credibilidad. Son nuestros prescriptores, y el sueño de todo periodista, y de todo medio de comunicación, es llegar a formar parte de este “círculo de confianza” de los ciudadanos (2016).

Dos son las principales situaciones desencadenadas por la revolución digital en desmedro del oficio. La primera de ellas, es el hecho de que cualquier sujeto esté en posibilidad de procesar y emitir información. No quiero con esto decir que no sea positivo el que cualquiera pueda ser emisor de información, pues en la libre circulación de la misma se fundamenta la salud de la democracia. Sin embargo, el fenómeno de las redes sociales es ilustración más que evidente de cuánto de falaz puede haber en la excesiva circulación de información no procesada con rigor. La segunda situación a que aludo es la pauperización laboral de los periodistas.

La primera de esas situaciones se afronta, precisamente, con la esencia del periodismo. Y quiero decir, precisamente porque en la era de las redes sociales cualquiera emite información, es más necesario que nunca el papel de quienes lo hacen profesionalmente. Esto es, de quienes están en disposición y capacidad de consultar múltiples fuentes, contrastarlas y, a través de la duda y la investigación, acercarse a la verdad. En realidad, hoy más que nunca el mundo necesita de los (buenos) periodistas: en ellos brillan los últimos fulgores de la claridad en una época de confusión sin fin. Más que nunca, entonces, el trabajo periodístico es un asunto de vocación. La de aquellos que están dispuestos a hacer de su oficio un auténtico apostolado.

Para la pauperización laboral no se ha encontrado aún un remedio. Se habla de creatividad –lo que no hace otra cosa que ponerle otro nombre al problema y evadir la solución– y hasta de quitarles el periodismo a los medios tradicionales. Es aquí donde reside la más grave preocupación del periodismo actual y donde el asunto de la

vocación se convierte en un verdadero desafío. No sé qué va a pasar ni qué caminos proponer a los estudiantes en esta aparente sin salida del oficio, pero tengo claro que el periodismo sigue tan vigente como cuando leí aquella novela, en tiempos remotos de la humanidad y de mí mismo, y que más allá de las enormes dificultades que representa lo económico –se solucionarán de alguna manera– se alza el que siempre ha sido nuestro más grande logro: el posibilitar y sostener el diálogo entre los hombres y las culturas, entre las épocas y los seres humanos. Siempre habrá quien desee ser ese mediador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gronemeyer, María Elena (2003). El periodismo como vocación y opción creyente. En: *Teología y vida*, v. 44, n. 1. Santiago, Universidad Católica de Chile. En línea: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0049-34492003000100003.
- Kovach, Bill y Tom Rosenstiel (2004). *Los elementos del periodismo*. Bogotá, Ediciones El País.
- Rius, Josep Carles (2016). *Periodismo en reconstrucción*. Barcelona: Universitat de Barcelona, p. 107.
- Zúñiga Batista, Lizeth y Yarley Cuesta Moreno (junio 2017). Así es hacer periodismo en Urabá. En: *De la Urbe Regiones* N° 5. Apartadó: Universidad de Antioquia, p. 9.



**¿CÓMO PUEDEN LOS NUEVOS
COMUNICADORES HACER
PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN
EN LA ERA DIGITAL?**

Hugo Mario Cárdenas



¿CÓMO PUEDEN LOS NUEVOS COMUNICADORES HACER PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN LA ERA DIGITAL?

Hugo Mario Cárdenas

Pontificia Universidad Javeriana. Cali, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0002-0332-2238>

INTRODUCCIÓN

El periodismo de investigación es una técnica que han ido afinando los grandes medios de comunicación para hacer elaborados informes en profundidad. Aquí, el tiempo no es un impedimento pues, hasta que la información no esté completa y se logren unos mínimos publicables, el informe no sale a la luz. A lo largo de este texto, los estudiantes de comunicación social encontrarán varias técnicas y herramientas para la elaboración de propuestas periodísticas con un enfoque profundo sobre temáticas de enorme impacto como la corrupción con dineros estatales, la evasión de impuestos, la malversación de recursos y la ineficiencia de la gestión gubernamental, entre muchos otros.

El presente es un texto enfocado, principalmente, en transmitir y enseñar a las nuevas generaciones la manera de trabajar con bases de datos o fuentes digitales que serán de gran ayuda para los comunica-

Cita este capítulo

Cárdenas, H. M. (2018). ¿Cómo pueden los nuevos comunicadores hacer periodismo de investigación en la era digital?. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 67-88). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.4>

dores en formación o recién egresados que pretenden sumergirse en el apasionante mundo del periodismo de investigación.

El periodista Hugo Mario Cárdenas revela no sólo las formas técnicas de indagar y deducir a partir de bases de datos, sino que relata sus propias problemáticas, cómo han sido sus experiencias, y las estrategias utilizadas para superarlas. Se parte de la premisa de que el periodismo investigativo como tal debe confrontarse con el poder y sacar a la luz acciones, hechos o cuestiones ocultas que perjudican a un grupo de personas o a la población en general.

La idea es esbozar unas herramientas básicas para hacer periodismo más allá del día a día, y que esto genere un impacto para lo sociedad. Los jóvenes comunicadores en formación pueden encontrar en este texto, formas diferentes de indagar, conseguir y analizar información, que los lleven a encontrar problemáticas y exponerlas a la opinión pública.

El *Manual de Periodismo de Investigación* publicado por la Unesco, lo define como “la tarea de revelar cuestiones encubiertas de manera deliberada, por alguien en una posición de poder, o de manera accidental, detrás de una masa caótica de datos y circunstancias que dificultan la comprensión. Es una actividad que requiere el uso de fuentes y documentos tanto públicos como secretos” (Hunter, 2013, p. 3).

En ese orden de ideas, es importante que los estudiantes de las facultades de comunicación del país entiendan que el periodismo de investigación no es un nuevo género ni una especialidad del oficio, sino el nombre con el que se conoce a ese periodismo en profundidad que ha adoptado una metodología y unas herramientas para conocer y denunciar hechos de corrupción cometidos por quienes ostentan una condición de poder.

Aunque el maestro Gabriel García Márquez aseguraba que “todo el periodismo debe ser investigativo por definición” (FNIP, 2018), para

que haya periodismo de investigación es necesario que se confronte el poder y se saque a la luz algo que se pretende ocultar, que la información tenga un gran impacto en la sociedad y que la gran mayoría de la información se obtenga por iniciativa del periodista.

El surgimiento de las redes sociales y de los nuevos medios de comunicación en formato digital hacen mucho más fácil ese trabajo dispendioso que anteriormente realizaban los periodistas de investigación, cuando tenían que ir a los despachos y encontrarse con montañas de carpetas y empezar a leer hoja por hoja de entre un enorme volumen de folios en los juzgados; si es que lograban acceder a ellos.

Las nuevas tecnologías han simplificado el trabajo porque se han desarrollado, entre muchas otras cosas, motores de búsquedas avanzadas a través de Internet que permiten a quienes se apasionan por el periodismo en profundidad, adelantar, incluso, hasta el 90% de una investigación, sentados en sus oficinas frente a un computador consultando bases de datos oficiales; el otro 10% del trabajo corresponderá a la labor de campo, a la confrontación directa con los implicados y los afectados con el presunto hecho de corrupción.

Normalmente, en la noticia se hace uso de esa premisa de la escuela periodística norteamericana de las famosas *cinco w*: quién, qué, cómo, cuándo y dónde. Sin embargo, lo que hacemos en el periodismo de investigación, o en profundidad, es variar un poco el esquema de la búsqueda. Lo central para nosotros es quién lo hizo, cómo lo hizo, valiéndose de quién y qué tanto daño causó.

¿Por qué?, porque, por ejemplo, si bien en el diario El País de Cali hacemos investigación de cualquier temática, el gran objetivo siempre será el de seguirle la pista a los dineros públicos y sacar a la luz todo evento relacionado con corrupción administrativa, la malversación o el apropiamiento de los recursos de todos. Y para eso es fundamental saber de dónde viene el dinero, cómo debe invertirse, adónde debe llegar, cuál era la mejor oferta, qué trayectoria o antecedentes tiene el contratista. El paso siguiente es mirar el objeto del contrato, si se cumple con el pliego de condiciones, si se están haciendo las inter-

ventorías a las obras y si se están siguiendo al pie de la letra las especificaciones técnicas de las mismas.

Para que los futuros comunicadores logren hacer periodismo de investigación de calidad, hemos identificado algunas claves que no forman parte de un estudio de comprobación científica, pero que tienen fundamento en la experiencia adquirida durante varios años por la Unidad Investigativa del diario El País:

El rompecabezas: La diferencia entre el periodismo que se realiza en el día a día, centrado en el registro inmediato de la información, y el periodismo de investigación o denuncia es que en el primero, el reportero sabe cuáles son las fuentes que debe consultar para obtener la información y conoce exactamente cuál es la contraparte. Lo que viene después es darle orden y jerarquía a la noticia para presentarla al lector de una manera atractiva y clara.

En el periodismo de investigación, que no es una especialidad del oficio, el principal problema es que el reportero no sabe quién tiene las piezas del ‘rompecabezas’ y tampoco sabe dónde ir a buscarlas, como lo definió el periodista argentino Daniel Santoro, al señalar que el periodismo investigativo se dedica, “a armar, pieza por pieza, el rompecabezas que el poder quiere ocultar” (Salamanca, Sierra, & Huertas, 2018). Incluso, es frecuente que quien tiene cada una de las piezas de ese rompecabezas no está interesado en que se conozcan y trata de ocultarlas. Ese es el reto al que se enfrentarán los estudiantes de las facultades de comunicación social a la hora de hacer, ya como profesionales, periodismo de investigación.

Una manera de ir tras esas piezas del rompecabezas es enderezar la pirámide invertida que desde la universidad nos sugiere que escribir presentando los datos de mayor a menor importancia. En esta técnica periodística es importante ubicar la pirámide con la parte gruesa abajo, y empezar a investigar de allí hacia arriba, para ir descubriendo luego a esos mandos medios, que son quienes tienen el acceso directo a las cabezas de la organización, y los responsables principales de corrupción, estafas o fraudes.

Normalmente, las investigaciones en Colombia se quedan en la mitad de la pirámide; muy pocas veces llegan, en el plano judicial, a afectar a los principales responsables de los delitos cometidos con recursos públicos. Quienes terminan respondiendo penal, fiscal y disciplinariamente son los niveles bajos o medios de la estructura armada para defraudar al Estado. Las cabezas casi siempre quedan exentas de cualquier responsabilidad.

Tanto para los medios de comunicación como para la Fiscalía General de la Nación resulta complicado probar la responsabilidad de un funcionario o de un mandatario en la comisión de un acto de corrupción. El propósito en el ámbito informativo y penal es el mismo: desarticular y develar el entramado orquestado por una suerte de 'trilogía del mal', conformada por políticos, contratistas e interventores. En cualquier caso, el periodista investigativo debe reunir las pruebas documentales, gráficas y testimoniales que demuestren la responsabilidad de la persona contra quien se realiza la denuncia. No serán pocas las oportunidades en las que los nuevos periodistas probarán el mal sabor de estar seguros de las andanzas o la responsabilidad de algunos de los investigados en casos de corrupción y no poder publicarlas por falta de una prueba.

Pero eso también es parte de la responsabilidad que como periodistas y como formadores de opinión debemos tener con nuestras audiencias. A eso se van a enfrentar seguramente los estudiantes universitarios durante el ejercicio del, bien llamado por Gabriel García Márquez, 'el mejor oficio del mundo' y esa prudencia será fundamental para evitar demandas civiles y penales.

Para evitar este tipo de situaciones legales, en el caso del diario El País, los informes de la Unidad Investigativa no solo son revisados por el Director de Información, sino que deben contar con el visto bueno de la Dirección Jurídica, donde la abogada revisa detalladamente, párrafo por párrafo, y confronta la información y cada uno de los señalamientos con las pruebas documentales que se le van presentando. Igualmente, se revisa el lenguaje utilizado en el informe para evitar que el medio de comunicación se refiera a la persona a

quien aún la justicia en Colombia no la ha condenado como si fuera culpable de un delito.

Un consejo para los estudiantes de periodismo es que si van a citar en un informe a una fuente anónima, a alguien que por problemas de seguridad o porque queda en riesgo no puede revelar su identidad, que su testimonio no sea un señalamiento en contra de otra persona, porque eso le resta credibilidad a la investigación.

Se encontrarán también, y no es motivo de preocupación cuando se sabe que el trabajo emitido se ha hecho con profesionalismo, que luego de hacer pública una investigación aparece como primer mecanismo de defensa de los implicados una denuncia por injuria y calumnia. Después, hacen una rueda de prensa y dicen que todo lo que está en el texto es falso. Dicen: “ya los denuncié”, pero ¿en qué quedan esas denuncias? Todas son archivadas.

Es por eso tan importante, a la hora de iniciar una investigación, trazarse unos mínimos publicables. Es decir, saber cuánta información debemos tener para que se publique el informe y cuando es insuficiente para hacerlo público.

El propósito en el periodismo de investigación: El propósito del periodismo es informar, contar de manera fidedigna los diferentes ángulos de una noticia para que las audiencias se hagan su propia idea y saquen sus conclusiones. Eso es formar opinión pública.

Por su parte, el propósito del periodismo de investigación es hacer público todo aquello que una persona no quiere que se conozca y cuyo actuar afecta gravemente a parte importante de la sociedad. Si existe periodismo de investigación es porque en algún lugar hay alguien que tiene algo oculto y mediante técnicas buscamos saber qué es eso que esconde. El maestro Gabriel García Márquez alguna vez dijo que el periodismo es una pasión, pero la investigación periodística es una droga. Y somos privilegiados quienes podemos sentir el efecto alucinante de hallar una pequeña pista y empezar a halar

el hilo, y ver cómo van apareciendo nombres, alianzas, propiedades, contratos y situaciones comprometedoras.

Para lograrlo es fundamental que quienes empiezan a andar por la senda del periodismo de investigación conozcan y se apropien del manejo de las bases de datos públicas, donde está contenida una mina de información a la espera de que alguien quiera explotarla.

Elemento disparador: Es ese detalle que nos siembra una espinita para creer que de allí puede surgir una muy buena investigación. Colombia, para fortuna o infortunio nuestro, es un país donde pasan muchísimas cosas, pero como todo ocurre muy de seguido, la primicia de hoy eclipsa la noticia de ayer y así sucesivamente. Todo el tiempo estamos produciendo noticias de coyuntura y la audiencia no tiene tiempo de digerir muy bien los hechos, cuando ya le estamos presentando un suceso aún más impactante. Eso lleva obligatoriamente a que pasen inadvertidos muchos hechos que ameritaban mayor atención.

La clave está en que los estudiantes en práctica o los que apenas egresan de las facultades de Comunicación Social aprendan a escuchar o leer con atención, para que puedan identificar ese elemento disparador. Muchos periodistas van a las ruedas de prensa o toman la información de un boletín y se limitan a transcribir el contenido. Por fortuna para la sociedad, el periodismo de investigación no tiene la obligación de publicar diariamente y eso le ofrece el tiempo suficiente para hacer esa pausa que la inmediatez no permite, empezar a mirar en un contexto amplio los hechos, auscultar qué es lo que hay detrás de cada uno de esos elementos y dar inicio a ese trabajo en profundidad. Hay que estar muy pendientes, porque ese elemento disparador puede estar en cualquier detalle, en un verbo o en un mal dato; hay quienes dicen que la casualidad solo les ayuda a los espíritus preparados. Si el periodista no está preparado para saber exactamente qué es lo que le está llegando, se le puede presentar la oportunidad de su vida y dejarla pasar porque no se enteró, o no supo cómo aprovecharla.

Dominio de la Información: Cuando se hace periodismo de registro, en el día a día, la información la domina la fuente. Lo que hace el reportero es ir a donde ella para que le cuente lo que sabe, busca luego el testimonio de la contraparte y pone en la balanza esa información para que el lector determine cuál de las dos versiones cree que se ajusta más a la realidad.

Pero cuando se hace periodismo en profundidad, con técnicas de investigación, la información ya la tiene el reportero. Ha sido tan exhaustiva la pre-reportería que ya no va a la fuente a pedirle ningún dato, sino a confrontarla sobre los hechos que el periodista conoce y que tiene sustentados en documentos públicos.

Si el reportero llega a decir: *ayúdeme, necesito encontrar algo...* lo más probable es que le nieguen la información. Pero cuando de entrada le pregunta a un personaje: *¿Usted es responsable de este hecho? ¿Para qué se reunió con tal persona en tal sitio? ¿Tiene algo que explicar sobre cierta situación?*, le está diciendo que ya conoce todo, lo obliga a que hable y empieza finalmente a armar el rompecabezas.

Una recomendación para los periodistas en formación es que durante la pre-reportería, traten de hablar con exgerentes, exesposas, examigos, examantes; ellos, normalmente, hablan más de la cuenta y están dispuestos a revelar las facetas más oscuras de los personajes; son las llamadas “viudas del poder”.

Hacer investigaciones sobre recursos que no son públicos es más complicado porque el reportero no puede pedirle a un particular, mediante un derecho de petición, que le cuente en qué ha invertido la plata que se ha ganado. Sin embargo, si esa empresa privada maneja o ejecuta recursos del Estado, sí podemos presentarlo.

INMEDIATEZ VERSUS INVESTIGACIÓN

Actualmente, el tiempo en el periodismo ha sido afectado por la inmediatez. Esas mismas redes sociales que nos han servido para facilitar el proceso de investigación de algún hecho de corrupción están imponiendo las agendas de los medios de comunicación. Es una dinámica en la que cualquier hecho noticioso debe estar de inmediato albergado en las páginas web de periódicos, emisoras y canales de noticias, en una competencia enfrentada con las redes sociales. En ese escenario, los medios impresos han optado por salir el día siguiente con amplio desarrollo y análisis de esos acontecimientos que en el imaginario colectivo, no obstante, pareciera que es una noticia trillada del día anterior; esto los ha obligado a reinventarse cada día para ofrecerles a las audiencias productos especiales como crónicas, análisis o investigaciones.

El periodismo de investigación no tiene tiempos definidos porque tampoco es posible saber cuánto tardará el periodista en acopiar toda la información. Normalmente hay trabajos en los que el medio puede tomarse una o dos semanas, pero hay otros que pueden tardar meses o, incluso, años.

Las claves para mantener el orden en una investigación son:

Estructurar muy bien la agenda. Es fundamental saber cuándo se empieza. Lo recomendable es hacer una matriz donde se apuntan las hipótesis, las posibles fuentes, a quiénes habría que consultar, a quienes no, qué fuentes documentales llegarían a utilizarse en caso de emitir la publicación. Es organizar muy bien esa agenda y hacer carpetas, porque muchas veces hay información que se va quedando y que puede resurgir más adelante.

1. Crear tu propia base de datos. Un periodista de investigación debe tener el hábito de ir armando una tabla Excel o Word, con datos de las personas y los hechos en los que los registra, porque en cualquier momento ese mismo nombre puede surgir en otra investigación o puede convertirse en fuente de consulta frente a otro caso a desarrollar.

Las fuentes propias son fundamentales para saber exactamente a dónde llegar. No se debe desechar ninguna de ellas: todas pueden ser importantes en un momento determinado. También mantener una agenda de corto, medio y largo plazo.

2. Entrevistas cara a cara. Son primordiales en el periodismo de investigación. Hoy en día se hacen entrevistas por WhatsApp y es imposible a través de redes o del teléfono crear vínculo de confianza con la fuente. Un consejo útil a los nuevos periodistas es que traten de hablar con la fuente al menos dos o tres veces antes de la entrevista definitiva, para ir generando ese lazo y que luego el personaje se sienta muy cómodo al hablar sobre el tema que nos interesa, que se sienta como hablando con un amigo y se abra al diálogo con mayor confianza.

3. En la piel del corrupto. Muchas veces el periodista tiene que pensar como lo haría el corrupto a la hora de actuar, para tratar de saber en qué dirección puede haberse movido. Es empezar a mirar por dónde ellos pueden empezar a influenciar o manejar documentación por debajo de la mesa e ir en esa misma dirección. Muchas veces, al pensar como ellos se acierta y terminamos yendo por el camino inequívoco.

4. Manejo responsable: Los medios de comunicación son considerados, con toda razón, el “cuarto poder”. Eso implica una enorme responsabilidad de parte del periodista porque lo que sí está demostrado es que, luego de que por error del reportero se afecta la imagen de una persona, es imposible cambiar esa percepción del imaginario colectivo.

Filtraciones: Las filtraciones no se enmarcan dentro del periodismo de investigación y pueden ser muy peligrosas. De ahí que muchas personas aseguren que no es periodismo de investigación lo que se presentó en el caso de los “Los papeles de Panamá”⁷. No hay allí un

⁷ Panama Papers (Los Papeles de Panamá) es el nombre de una investigación basada en la filtración de 2,6terabytes de información contenida en documentos y bases de datos del bufete de abogados Mossack Fonseca, lograda originalmente por el periódico alemán Süddeutsche Zeitung y luego compartida a un equipo multidisciplinario de diferentes medios del mundo, agrupados en el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación, en el que

esfuerzo mayor del periodista por buscar una información cuando lo que ocurre es que una fuente entrega toda una masa caótica de datos y el único trabajo del reportero, que en realidad es un analista quien lo hace, es ordenar esos datos.

Pero independientemente de ello, lo importante es que hay que tener mucho cuidado con el tema de las filtraciones y ponerlas sobre la balanza del interés que tiene esa persona que entrega la información. Es necesario, como periodista, saber qué tengo, si lo que están filtrando es importante para mi audiencia, si es superior el interés general que puede generar o si el interés es solamente para la persona que me está entregando la información. Si al terminar el trabajo resulta que el informe le sirve más a quien me filtró la información que a un sector enorme de la población, terminamos siendo los tontos útiles de esa persona.

La fórmula mágica: En el periodismo de investigación, la estructura del texto dista mucho de la manera en la que se ordena la noticia. Constantemente, los estudiantes universitarios preguntan por la fórmula para realizar una investigación, y lo maravilloso de esta técnica de periodismo es, precisamente, que no existe. Ningún informe se parece a otro y cada uno demanda una estructura distinta, aunque la técnica parezca la misma; eso hace que el periodismo de investigación no caiga en la monotonía o en la estructura mecánica. En cada caso hay que buscar información en entidades distintas, cambian las fuentes y hay que encontrar herramientas innovadoras para tratar de conseguir la información. Lo importante es conservar una jerarquía de la información y dosificar por todo el trabajo final los principales hallazgos de la investigación para evitar que pierda interés en algunos apartes y que el lector abandone el texto. Se trata de saber sorprender en los momentos adecuados.

Bases de Datos: Se han convertido en el aliado principal de los periodistas de investigación. Tanto así, que los grandes medios de comunicación en el mundo tienen sus propias secciones de periodismo

una gran cantidad de dirigentes y personas de reconocimiento público terminaron involucrados en casos de ocultamiento de bienes y evasión tributaria.

de datos, donde se dedican a extraer información de las cifras, a buscar tendencias entre esos datos y a darles voz a esos números.

Esos volúmenes enormes de cifras, puestos sobre una tabla de Excel, facilitan el proceso de visualización interactiva a través de herramientas o programas creados exclusivamente para ese propósito. Igualmente, el periodismo de datos ha cambiado la conformación de las salas de redacción porque ya no es un espacio exclusivo para periodistas, sino que los analistas de datos, desarrolladores, ingenieros y programadores, entre otros han encontrado un lugar.

¿Credibilidad 100% en las bases de datos?

Colombia hace parte de los países que ha avanzado en el *Open Data*, es decir, gobiernos claros, que hacen pública toda la información; es una tendencia en la que han entrado casi todos los gobiernos del mundo, que sirve para que las empresas calificadoras de riesgo informen a los inversionistas si determinado país es confiable para invertir o no.

Colombia está relativamente bien calificada en ese ranking, pero en realidad no es tan fácil el acceso a la información como parece; puede deberse a que son procesos que desarrollan seres humanos y siempre son susceptibles de cometer errores en el proceso de consolidación de la información. En ese caso, tenemos que trabajar con la fuente oficial de donde obtuvimos los datos y revelar en el informe cuál es esa fuente primaria.

ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En este tópico, el país está un poco quedado; de ahí que sea necesario que los estudiantes de periodismo pongan su atención en la parte inferior o superior de las páginas en donde se hace referencia a la época de la última actualización de la página consultada. Es importante evidenciar en el informe: *el nombre de la entidad de la que se tomó la base de datos y la fecha en la que fue actualizada por última vez*. Ahí

quedará implícito a los lectores que es probable que la información se haya modificado en algo desde esa fecha hasta el presente.

En las bases de datos de Gobierno Abierto⁸ hay algunos sets de datos que tienen como última fecha de actualización, por ejemplo, el año 2011. Entonces, cuando es tan antigua, lo mejor es no hacer uso de ella, porque le resta mucho, al estar basada en información de varios años atrás, pudiendo quitarle peso al informe y restar credibilidad.

Herramientas más utilizadas en el periodismo de investigación:

Las siguientes bases de datos son todas públicas y gratuitas; cualquier persona y todo estudiante de periodismo pueden ingresar en ellas y buscar la información que considere de importancia para un trabajo periodístico:

SECP I y SECOP II: Esta base de datos alberga la totalidad de procesos de contratación abiertos, adjudicados o concluidos de todos los entes del Estado que manejan recursos públicos: alcaldías, gobernaciones, ministerios, Presidencia de la República, Fuerzas Armadas, institutos descentralizados y corporaciones autónomas, entre muchos otros.

En ambas plataformas es posible conocer y descargar, en formato Pdf, los pliegos de condiciones del contrato, los oferentes, el tipo de proceso de contratación, el acta de adjudicación, el contrato mismo, las observaciones, el nombre del contratista, el representante legal y el número del NIT, entre otros.

Base de prestadores de servicios de salud⁹: Esta base de datos permite buscar información del registro de prestadores de salud en Colombia. En esta plataforma es posible conocer, por ejemplo, cuántos hospitales hay en su región, quiénes son los dueños de los hospitales y cuáles son los servicios que pueden prestar; muchas veces hay clínicas que prestan unos servicios para los que no están autorizadas y allí es posible conocerlo. Además, quien realiza la investigación puede saber quiénes son los dueños de las ambulancias que circulan en determinada

⁸ <http://agacolombia.org/>

⁹ <https://prestadores.minsalud.gov.co/habilitacion/>

región, cuáles funcionan en el municipio y toda la información de los propietarios y los operadores.

También se puede ingresar a la base de datos del Ministerio de Salud, donde se puede encontrar información referente a medicamentos, sus costos y cuales están o no aprobados en el POS¹⁰.

Cuentas Claras¹¹: Es una base de datos muy útil para hacer seguimiento al tema electoral en Colombia. Allí están registrados oficialmente todos los que han sido candidatos a los diferentes cargos de elección popular en el país a partir del 2011. Se pueden conocer detalles de la campaña de un candidato en particular como el nombre del contador, el director de la campaña, cuánto se gastaron, quiénes fueron los donantes –tema fundamental–; si suscribieron créditos, quién otorgó esos préstamos. Toda la información sobre los candidatos y sus campañas puede descargarse en formatos Pdf, en Excel y en Word para ajustarla a las necesidades de quien necesita la información.

Base de datos del SISBÉN¹²: Con esta base de datos es posible darse cuenta de cuál es el nivel socioeconómico que tiene una persona en Colombia, si está inscrita o no en el Sistema de Beneficios del Estado y a qué tiene derecho; allí se puede mirar el puntaje, si pertenece a Familias en Acción¹³ o recibe algún otro recurso o beneficio de los que ofrece el Gobierno Nacional como el Régimen Subsidiado de Salud.

Base del SISPRO¹⁴: Esta base de datos entrega toda la información laboral de una persona. Basta con el número de cédula para poder verificar en qué cajas de compensación ha estado afiliado, de qué año a que año, si está activo o no, si ha recibido ayudas del gobierno y

10 Antiguo sistema de selección de medicamentos autorizados dentro del Plan Obligatorio de Salud. Esta condición fue modificada en 2017.

11 <http://www.cnecuentasclaras.com/>

12 <http://www.sisben.gov.co/>

13 Programa de Transferencia Condicionada de Recursos (TCR), que también existe en otros países del mundo, mediante el cual el gobierno asigna un monto bimestral fijo a las familias de menos recursos que, en contraprestación, se obligan a cumplir con ciertas condiciones, como que los menores de edad estén escolarizados. ...

14 <http://ruafsvr2.sispro.gov.co/>

de qué tipo han sido, a qué régimen pensional pertenece, si le pagan cesantías por aparte, qué tipo de actividad laboral ha realizado a lo largo de su vida laboral, entre otras.

Lo judicial¹⁵: En esta base de datos se pueden encontrar expedientes de procesos penales, civiles, laborales o de familia, por ejemplo. Solo proporcionando un nombre completo o el número de cédula, arroja cuántos casos penales tiene el indagado y cuál es el estado de cada uno. Sin embargo, esta página tiene un costo, si es que queremos buscar información más detallada de alguna persona.

Expedientes¹⁶: Aunque el acceso es gratuito, se debe pagar para conocer los informes en profundidad. Cuando se entra a la página, ella arroja si el consultado tiene casos pendientes con la justicia, cuántos procesos en su contra, dónde están radicados esas denuncias, por qué delitos es señalado, si tiene pedido de extradición de algún país, si tiene investigaciones disciplinarias en la Procuraduría, entre otros datos.

DATOS DE UNIVERSIDADES, A TRAVÉS DE GOOGLE

No son bases de datos, pero es muy útil el buscador avanzado de Google¹⁷, que permite, con la terminación .edu.co, encontrar todo lo que tiene que ver con investigaciones de universidades. Para el periodismo de investigación resultan muy útiles las tesis, porque allí se encuentra muchísima información. Normalmente, esa enorme labor que realiza un estudiante en el proceso de construcción de su trabajo de grado no es bien aprovechada y una manera útil de hacer el mejor uso es la búsqueda por esta vía.

15 www.Lojudicial.com

16 <http://www.expedientes.poderjudicial.gub.uy/>

17 https://www.google.com/advanced_search

El buscador Google Avanzado solo pide dos o tres datos y tiene la gran ventaja de que muestra lo que no aparece en el Google tradicional, porque incluye archivos en Excel y Pdf, y da acceso a las universidades que tienen información pública. De esta manera, se pueden leer sin necesidad de desplazarse a las sedes físicas de las universidades en cualquier lugar del planeta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agorapulse. (s.f.). *Agorapulse*. Obtenido de Agorapulse.com: www.agorapulse.com/es/
- Barrios Rubio, A. y. & Zambrano, William (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles del periodista. *Anagramas*, pp. 221-238.
- Behar, N. y. (2017). *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación*. Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Behar, O. (2016). Memoria en blanco y negro: ¿abusos de la memoria? En C. d. Redacción, *Pistas para narrar la memoria* (pág. 204). Bogotá: Consejo de Redacción (CdR).
- Behar, O., & Navarrete, P. (2017). *Periodismo universitario en camino a la paz y la reconciliación*. Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Bentley, E. (s.f.). *otranscribe*. Obtenido de otranscribe: <http://otranscribe.com/>
- Bradshaw, P. (2013). *Scraping for Journalists: How to Grab Data from Hundreds of Sources, Put it in a Form You Can Interrogate and Still Hit Deadlines*. British Columbia: Leanpub.
- Carles Ruis, J. (2016). *Periodismo en reconstrucción. De la crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente y libre*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Centro Nacional de Memoria Histórica (2012). Informe Basta Ya. En C. N. Histórica, *Informe Basta Ya*. Bogotá: CNMH.
- De Alzaga, P., & Pastor, E. (5 de Mayo de 2000). *El Mundo (España)* . Obtenido de <http://www.elmundo.es>: http://www.elmundo.es/navegante/2000/05/05/ailofiu_virus.html
- Díaz, C. A. (04 de Febrero de 2011). Casi el 75% de la población mundial tiene un teléfono móvil . *Enter*, págs. <http://www.enter.co/cultura-digital/negocios/casi-el-75-de-la-poblacion-mundial-tiene-un-telefono-movil/>.
- Edo, C. (2002). Información e interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11 de septiembre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, pp. 71-86.

- Espiritusanto, Ó. & Rodríguez, G. P. (2011). *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación*. Barcelona : Ariel, S.A.
- FNPI. (30 de 07 de 2018). *FNPI*. Obtenido de Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo iberoamericano: <http://especialgabo.fnpi.org/las-ideas-de-gabo/el-mejor-oficio-del-mundo/>
- Galván, E. R. (2016). Libertad de expresión e Internet. En E. R. Galván, *Libertad de expresión e Internet* (pág. 46). Argentina : Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa (SADIO).
- García Avilés, J. A. & Ramón, S. (2008). *Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa*.
- García Márquez, G. (1996). El mejor oficio del mundo. *52a. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa* (pág. 8). Los Ángeles: Sin Editorial.
- Gómez Polo, G. (1 de Diciembre de 2015). Un cerebro a la vez: los riesgos del 'multitasking'. *El Espectador*, pág. Educación.
- Herrán, M. T. & Darío, R. J. (2005). *Ética para Periodistas*. Bogotá D.C. : Norma.
- Herrero, G. F., Álvarez, N. A. & López, O. M. (2011). Revista Latina de Comunicación Social, en la red social Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 526 - 548.
- Herreros, C. M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información . *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 345-361.
- <https://feedly.com>. (s.f.). *feedly*. Obtenido de feedly.com: <https://feedly.com>
- Hunter, L. M. (2013). *Manual de periodismo de investigación*. Montevideo, Uruguay: UNESCO.
- ICFJ. (s.f.). *Securereporter*. Obtenido de securereporter.org/: <https://securereporter.org/>
- Inc., C. (s.f.). *crunchbase*. Obtenido de [crunchbase.com: www.crunchbase.com/organization/tweetfeel](http://www.crunchbase.com/organization/tweetfeel)
- Inc., E. (s.f.). *emarketer*. Obtenido de [emarketer.com](http://www.emarketer.com) : www.emarketer.com
- Inc., G. (s.f.). *Google Display Planner*. Obtenido de Google Display Planner: https://ads.google.com/intl/es_CO/home/
- Inc., G. (s.f.). *Support.google*. Obtenido de [support.google.com: https://support.google.com/webmasters/answer/93713?hl=es](https://support.google.com/webmasters/answer/93713?hl=es)

- Inc., h. (s.f.). *Hootsuite*. Obtenido de hootsuite.com: <https://hootsuite.com/es/>
- Jiménez, D. R. (30 de 07 de 2018). *Por una poética del bucle en la era de la comunicación universal*. Obtenido de <http://estetica.uc.cl>: http://estetica.uc.cl/imagenes/stories/librovsimposio/04_roman%20dominguez.pdf
- Joseph, B., Joseph, I., & Frese, D. (s.f.). <https://www.pexels.com/>. Obtenido de <https://www.pexels.com/>: <https://www.pexels.com/>
- Konrad Adenauer Stiftung. (2014). *El boom del fact checking en América Latina*. Konrad Adenauer Stiftung.
- Ltd, W. W. (s.f.). *onlinenewspapers*. Obtenido de onlinenewspapers.com: <http://www.onlinenewspapers.com/>
- Martínez, T. & Mario, C. (Miércoles de Mayo de 2011). *Informativo Móvil Noticias*. Obtenido de Facebook : <https://www.facebook.com/Informativo-M%C3%B3vil-Noticias-219003971447597/>
- Nafría, I. (2017). *La reinención de The New York Times. Cómo la “dama gris” del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Austin: Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.
- Navarrete, P., & Behar, O. (2017). Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación. En P. Navarrete, & O. Behar, *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación* (pág. 100). Cali: Universidad Santiago de Cali.
- OCCRP. (s.f.). *Personadeinteres*. Obtenido de [personadeinteres.org/](https://www.personadeinteres.org/) : <https://www.personadeinteres.org/>
- Project, O. C. (s.f.). *Investigativedashboard*. Obtenido de investigativedashboard.org: <https://investigativedashboard.org/>
- Quantcast. (s.f.). *quantcast*. Obtenido de [quantcast.com](https://www.quantcast.com): <https://www.quantcast.com/>
- Ramón, S. (2008). Salaverría, Ramón & García Avilés, José Alberto. En S. Ramón, *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo* (pág. 32). Barcelona : Tripodos.
- Sabando, D. D. (30 de 07 de 2018). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de repositorio.ug.edu.ec: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21123/1/Sabando%20Diaz%20Diana%20Carolina.pdf>

- Salamanca, N., Sierra, J. L., & Huertas, C. E. (30 de 07 de 2018). *El periodista de investigación latinoamericano en la era digital*. Obtenido de www.connectas.org: https://www.connectas.org/RECURSOS/manual_de_periodismo_IC-FJ-CONNECTAS.compressed.pdf
- Salaverría, R. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 31-47.
- Salaverría, R., & Sancho, F. S. (30 de 07 de 2018). *Del papel a la Web*. Obtenido de dadun.unav.edu: https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf
- Schmidt, R. (11 de Diciembre de 2013). *abc (España)* . Obtenido de <https://www.abc.es>: <https://www.abc.es/internacional/20131211/abci-periodista-capturo-selfie-obama-201312112204.html>
- talktyper. (s.f.). *talktyper.com*. Obtenido de [talktyper](https://talktyper.com): <https://talktyper.com/es/index.html>
- Toffler, A. (1972). *Future Shock* . New York : Random House.
- Unesco, F. y. (2009). *Informe Final del proyecto: Mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe (2009)*. Lima: Felafacs y Unesco.
- Union Metrics, a. T. (s.f.). *tweetreach*. Obtenido de tweetreach.com: <http://tweetreach.com>
- Valerio, M. L. (2012). *Estrategias de promoción turística a través de Facebook*. 318-338. Revista: Palabra Clave. Bogotá.
- Verdad Abierta. (18 de noviembre de 2012). *www.verdadabierta.com*. Obtenido de www.verdadabierta.com: <https://verdadabierta.com/el-origen-1953-1964/>



**EL PERIODISMO
UNIVERSITARIO COMO
HERRAMIENTA PEDAGÓGICA
PARA LA CONSTRUCCIÓN DE
MEMORIA**

*Olga Behar
Kevin García*



EL PERIODISMO UNIVERSITARIO COMO HERRAMIENTA PEDAGÓGICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE MEMORIA

Olga Behar

Universidad Santiago de Cali. Cali. Colombia

 <https://orcid.org/0000-0003-3032-3778>

Kevin García

Universidad del Valle. Cali. Colombia

 <https://orcid.org/0000-0002-8412-9156>

INTRODUCCIÓN

En Colombia a través del tiempo, el periodismo universitario ha tenido un auge importante en el ejercicio. Los estudiantes, en sus textos periodísticos, están reconstruyendo la historia de nuestro país con productos de calidad y cumpliendo con los parámetros establecidos desde la disciplina. Estas producciones realizadas por los nuevos periodistas han sido tomadas en cuenta por los grandes medios de comunicación para su reproducción.

Cientos de periódicos, emisoras y canales universitarios, vienen haciendo una ardua y exhaustiva labor periodística, con un seguimiento pedagógico que procura realizar trabajos de calidad, críticos y que aporten no sólo a la formación de los estudiantes, sino al campo del periodismo en general.

Cita este capítulo

Behar Leiser, O. y García, K. (2018). ¿Cómo pueden los nuevos comunicadores hacer periodismo de investigación en la era digital?. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 89-101). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.5>

En ese sentido, muchos de los informes sobre el conflicto, el posconflicto y la construcción de memoria histórica, hechos desde las universidades, terminan siendo mucho más profundos y arriesgados, que los de los grandes medios. Esto debido a que hay una cierta libertad económica, de opinión y de ideologías, en el periodismo universitario, que es difícil encontrar en los medios masivos.

¿Cuáles son las herramientas para la construcción de la memoria histórica desde el periodismo universitario? Este es el interrogante que se resolverá en este documento, en el que se buscará aportar estrategias aplicables tanto por docentes como por estudiantes de comunicación, que a través de los medios universitarios buscan la construcción de la memoria histórica desde la perspectiva del posconflicto.

Los estudiantes-periodistas¹⁸ y las universidades pueden convertirse en dinamizadores de la construcción de la memoria. ¿Por qué? Con el periodismo se pueden hacer preguntas claves y generar respuestas necesarias para trenzar acontecimientos, vivencias, emociones y elementos que permitan hilar unos con otros. El periodista no debe juzgar, debe tratar de entrevistar a quien tiene la historia, a quien es capaz de explicar el cómo, y sobre todo encontrar el porqué de lo que sucedió; esta es la base fundamental para construir memoria.

Las preguntas son fuente de pensamiento para contribuir al desarrollo de las ideas en un país que ha estado inmerso en la ininterrumpida espiral de odios; son el punto de partida con el que se identifica la esencia que subyace en la historia, y si lo que se busca es narrar desde el posconflicto, los estudiantes deben empoderarse del papel como periodistas universitarios.

Desde esta perspectiva, la academia está trabajando en la elaboración de contenidos relacionados con el posconflicto, con multiplicidad de voces, equilibrio periodístico, dándoles voz a la víctima y al victimario. Hace dos años, no teníamos ni siquiera la oportunidad de que estudiantes de los programas de Comunicación pudieran hablar en estos términos, ni de ir al lugar de los hechos, pues estaban vetados

¹⁸ Estudiantes de programas de Comunicación que hacen periodismo en medios universitarios.

'como *periodistas*' para muchos miembros de la sociedad colombiana y también para los propios periodistas.

Poder hacer la reportería, construir a partir del periodismo de investigación y entrevistar a quienes fueron actores del conflicto, testigos, víctimas, nos va a permitir construir la memoria. Algunas preguntas a formular para la academia y para los medios de comunicación pueden ser:

1. ¿Cuál es la labor de los medios universitarios en la construcción de la ruta al posconflicto?
2. ¿Cuál es el papel que los estudiantes de comunicación social cumplen en el proceso de implementación del Acuerdo de Paz firmado entre las Farc-EP y el Gobierno nacional?
3. ¿Cuáles son sus ventajas y desventajas como agentes narrativos de la construcción de la Paz?

Estas preguntas, que a lo largo de este artículo se irán recorriendo y respondiendo, ubican al lector en escenarios de Paz que, en gran parte, han sido poco explorados por el periodismo tradicional y, al mismo tiempo, permiten identificar:

- Personajes
- Contextos
- Conflictos
- Diferentes maneras de contar la historia

Esta propuesta está relacionada con las dificultades que tenemos como docentes-periodistas y que también se topan a diario los estudiantes, especialmente para encontrar fuentes confiables, no ideológicas ni sesgadas, frente al tema del posconflicto. Este escrito, así como el libro *Pistas para narrar la memoria* (2016), publicado por la organización Consejo de Redacción¹⁹, en el que somos coescritores, son propuestas que traducen la historia tan compleja y tan convulsa del conflicto armado colombiano a un lenguaje comprensible para nuestros estudiantes.

19 Consejo de Redacción es una asociación de periodistas sin ánimo de lucro <https://consejoderedaccion.org/>

Así pues, empezaremos abordando la primera pregunta, viajando al pasado:

1. ¿Cuál es la labor de los medios universitarios en la construcción de la ruta al posconflicto?

Si se busca entender los porqués del presente y del futuro, es necesario que se explore en lo que hemos heredado del conflicto que viene de décadas atrás, según el *Informe Basta Ya (2013)*, elaborado por el Centro Nacional de Memoria Histórica:

Las dimensiones de la violencia letal muestran que el conflicto armado colombiano es uno de los más sangrientos de la historia contemporánea de América Latina. La investigación realizada por el GMH (Grupo de Memoria Histórica) permite concluir que en este conflicto se ha causado la muerte de aproximadamente 220.000 personas entre el 1º de enero de 1958 y el 31 de diciembre de 2012. Su dimensión es tan abrumadora que, si se toma como referente el ámbito interno, los muertos equivalen a la desaparición de la población de ciudades enteras como Popayán o Sincelejo. Es preciso reconocer que la violencia que ha padecido Colombia durante muchas décadas no es simplemente una suma de hechos, víctimas o actores armados. La violencia es producto de acciones intencionales que se inscriben mayoritariamente en estrategias políticas y militares, y se asientan sobre complejas alianzas y dinámicas sociales. Desde este conflicto se pueden identificar diferentes responsabilidades políticas y sociales frente a lo que ha pasado (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2012).

Y si ponemos las conclusiones de esa investigación bajo la perspectiva de un producto investigativo realizado por un *docente-periodista* y un *estudiante-periodista*, vale la pena mirar el libro *Manual de Periodismo universitario en camino a la Paz y a la reconciliación* (2017), escrito por Pablo Navarrete, estudiante de comunicación social de la USC y por la coautora de este capítulo Olga Behar. En este documento, los autores afirmamos que:

Entender la estructura del conflicto armado es lo complejo, pues la violencia en Colombia no sólo está compuesta por víctimas y

victimarios, la discusión frente a 60 años de guerra es mucho más profunda que eso pues el ataque constante entre ejército, paramilitares y guerrilla siempre ha tenido como objetivo la agresión física del enemigo, pero estas agresiones han dejado como víctimas colaterales a la población civil, la que tuvo que crear maneras para defenderse del inmanejable crecimiento de tácticas de guerra que los bandos utilizaban (Behar N. y., 2017).

En conclusión, los medios universitarios tienen la posibilidad y la responsabilidad de escribir la nueva historia de Colombia y de darle rostro al fin del conflicto armado desde las aulas de clase, utilizando estrategias pedagógicas efectivas, para develar personajes e historias.

Los docentes-periodistas son los encargados de que la nueva generación reproduzca narraciones que cuenten la verdad, para dejar a la comunidad el legado y las bases para comprender, perdonar y reconciliarse.

Algunas de las herramientas para tener en cuenta en la realización de piezas escritas sobre el posconflicto son las siguientes:

1. No caer en algunos clichés: algunos de ellos son, la manipulación de la información o mostrar los mismos enfoques noticiosos que los grandes medios presentan a diario.
2. Evitar abusar de la memoria: si hacemos un abuso de ella, vamos a estar haciendo lo mismo que han hecho los relatores de la historia en tiempos de antes, repetir sin investigar a profundidad.
3. Re-victimizar a la víctima: esto causa un nuevo dolor y altera su posibilidad de reparación emocional.
4. Seleccionar la información: finalmente siempre lo hacemos sin tener una idea preconcebida de la misma, debemos mirar todas las perspectivas posibles.

La responsabilidad de los jóvenes para informar acerca de los avances que se van dando en medio de un dilatado proceso de implementación es enorme, teniendo en cuenta que delante de ellos hay generaciones enteras que han tenido que comunicar los fracasos de los procesos anteriores y las desilusiones que ha traído consigo la esperanza de la Paz durante más de 30 años.

El desafío que tienen los docentes y la academia es que los estudiantes aprendan de la historia dentro de su ejercicio periodístico, en la universidad, en los medios universitarios. Que los medios y los editores no se quejen cuando lleguen estudiantes a hacer sus prácticas y digan que están ignorando el siglo XX colombiano, que desconocen qué ha pasado en el país y que desconocen hechos puntuales.

Tenemos que pensarnos como miembros de la sociedad colombiana, que somos personas mejor informadas que otras. Nuestro papel en la historia es prestarle un servicio a la sociedad de una manera muy interesante, al contribuir a generar un nuevo ambiente en que rompa con la polarización. Para lograrlo, es necesario participar en la construcción de la verdad y la memoria.

¿Cuál es el rol que los estudiantes de comunicación social cumplen en el proceso de implementación del Acuerdo de Paz firmado entre las Farc-EP y el Gobierno nacional y en el proceso de reconstrucción de memoria?

Para responder esta pregunta es necesario seguir dando una mirada a los tiempos de guerra que ha recorrido nuestro país y entender qué fueron las Farc, como grupo armado, para el territorio colombiano. Según un informe de Verdad Abierta

Las Farc tienen sus raíces en los estertores de un conflicto anterior. Guerrilleros liberales, nacidos del enfrentamiento entre los partidos tradicionales en los años cuarenta, se habían mantenido en armas instigados por sus dirigentes en los Llanos y en Tolima. Al sur de este último departamento, conservadores y liberales se sumieron en la violencia. De ahí nacieron tanto las guerrillas liberales, como las de autodefensas campesinas, de influencia comunista. (Verdad Abierta, 2012).

Con los años, ese pequeño grupo de campesinos se convirtió en la guerrilla más grande y antigua del mundo:

(...) Las guerrillas recurrieron a los secuestros, los asesinatos selectivos, los ataques contra bienes civiles, el pillaje, los atentados terroristas, las amenazas, el reclutamiento ilícito y el desplazamiento forzado selectivo. Además, afectaron a la población civil como

efecto colateral de los ataques a los centros urbanos, y de la siembra masiva e indiscriminada de minas antipersonales. La violencia de los miembros de la Fuerza Pública se centró en las detenciones arbitrarias, las torturas, los asesinatos selectivos y las desapariciones forzadas, así como en los daños colaterales producto de los bombardeos, y del uso desmedido y desproporcionado de la fuerza. (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2012).

Más allá de la “voluntad de Paz”, el trabajo del periodista universitario es entender que se está queriendo la implementación del Acuerdo de Paz porque ha habido ciclos inenarrables de procesos fracasados y de muertos sin nombre, que deben empezar a tener voz y rostro en la discusión actual. ¿Por qué el periodista universitario y los estudiantes de comunicación social se vuelven interlocutores en esa discusión? Las ideas limpias, sin prejuicios, los formatos innovadores para la difusión y discusión de la información y el espíritu inquieto de los jóvenes, les permiten ponerse en sintonía con las historias de Paz y con los contenidos que construyen miradas diferentes sobre el cambio y la ruta al posconflicto.

Y para profundizar en el papel que la información, como herramienta para la construcción de la memoria, juega en manos de los estudiantes, podemos reflexionar a partir del capítulo Memoria en blanco y negro: ¿abusos de la memoria?, parte del capítulo 2 del libro *Pistas para narrar la memoria*, publicado por Consejo de Redacción (CdR):

En un país donde la información es utilizada como arma de guerra, es necesario que ahora ella se convierta en un instrumento hacia la paz.

Sin embargo, la memoria no puede ser idealizada, ni utilizada como mecanismo para profundizar las divergencias. Esta última posibilidad es siempre viable, en la medida en que Colombia no ha sufrido los rigores de un conflicto vertical (ese que se da cuando la disputa es entre el poder y el pueblo, como en el caso de las dictaduras), sino las consecuencias de la horizontalidad del mismo.

Una multiplicidad de actores, provenientes de las más diversas vertientes políticas y de los más siniestros intereses de todo tipo, se ha enfrentado durante más de sesenta años. ¿Qué nos puede garantizar una toma de conciencia de esos actores, para construir una memoria colectiva basada en la verdad?

(...) La forma cómo se seleccionen y combinen los hechos, los documentos y los testimonios, es posible que lleve a construir versiones de la historia que pueden no ser exactas, e incluso contradictorias de otras que recojan los mismos elementos (Behar O. , *Memoria en blanco y negro: ¿abusos de la memoria?*, 2016, pág. 62).

El posconflicto, la transición, la construcción de memoria histórica, la restitución de tierras y el tratamiento con víctimas va a ser parte de la agenda pública para los próximos 15 años y nuestros estudiantes-periodistas tienen que saber de ello. Por eso Jesús Martín Barbero plantea la noción de que *informar es dar forma* (Barbero, 2003). Desde ese concepto se podría observar la labor de los medios nacionales, públicos, regionales, locales y universitarios como un mecanismo para darles forma y sentido a los relatos que se van gestando en la búsqueda de la Paz. Esos medios juegan un papel clave en la transformación que los protagonistas del conflicto armado buscan al querer cambiar las armas por ideas, pues de nada serviría dejar las armas y quedarse sin herramientas para comunicar lo que empieza a nacer desde sus iniciativas después de la guerra, y para informar sobre los avances que se irán dando en el cumplimiento del Acuerdo de Paz.

Los medios deben ser plataformas que garanticen el derecho a expresarse, a informarse e informar con libertad. Así es como lo enuncia el Acuerdo de Paz de La Habana en el punto dos (Participación Política), cuando hace referencia a la participación de los medios de comunicación en el posconflicto:

La promoción, tanto del pluralismo político como de las organizaciones y movimientos sociales, particularmente de mujeres, jóvenes y demás sectores excluidos del ejercicio de la política y, en general, del debate democrático, requiere de nuevos espacios de difusión para que los partidos, organizaciones y las comunidades que participan en la construcción de la Paz, tengan acceso a espacios en canales y emisoras en los niveles nacional, regional y local (...) Apoyar, mediante asistencia legal y técnica, la creación y el fortalecimiento de las organizaciones y movimientos sociales. Sin perjuicio del principio de igualdad, se apoyará con medidas extraordinarias a las organizaciones de mujeres, de jóvenes y de grupos históricamente discriminados (...) La participación ciudadana en los medios comunitarios contribuye además a la construcción de una cultura democrática basada en los principios de libertad,

dignidad y pertenencia, y a fortalecer las comunidades con lazos de vecindad o colaboración mutuos. Adicionalmente, en un escenario de fin del conflicto, los medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales, contribuirán al desarrollo y promoción de una cultura de participación, igualdad y no discriminación, convivencia pacífica, Paz con justicia social y reconciliación, incorporando en sus contenidos valores no discriminatorios (Acuerdo de Paz de La Habana, 2016).

Para cerrar el interrogante, es necesario resaltar que a diario nacen propuestas para construir canales que cuenten la Paz a las nuevas generaciones desde los territorios y desde la perspectiva del periodismo estudiantil, para hacer visibles los conflictos, las transformaciones y los procesos culturales que trae consigo la Paz.

2. ¿Cuáles son las ventajas del periodista universitario para lograr narrar la Paz?

Pablo Navarrete, coautor de *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación* y estudiante de comunicación social de la USC, tuvo la oportunidad de viajar a la Zona Veredal de Normalización Transitoria de la Elvira en Buenos Aires, Cauca, en abril de 2017. Era el único estudiante de la Universidad Santiago de Cali, entre 70 jóvenes de otras universidades de la ciudad que quisieron ir toda esa Semana Santa a aportar al proceso de implementación del Acuerdo de Paz firmado en La Habana entre las Farc-EP y el Gobierno nacional. Allí pudo entrevistar a Tanja Nijmeijer, y así narra Pablo en el libro su primer encuentro con la guerrillera holandesa:

Me acerqué a Tanja un poco tímido: *Hola, Alexandra. Yo soy Pablo Navarrete.*

Ella me miró seria y dijo: *Hola, ¿de qué medio viene?*

Soy periodista universitario, estudio en la Universidad Santiago de Cali, me encanta conocerla. Le extendí mi mano, noté que su actitud cambió conmigo, estaba prevenida al principio, pero recibió mi saludo.

¿Tiene tiempo ahora? Allí hay unas sillas Rimax que podemos utilizar- dijo. Inmediatamente corrí por las sillas, las puse junto a la co-

cina del campamento y empezamos a hablar. Fue una conversación que duró casi dos horas (Navarrete & Behar, 2017).

Crear vínculos en espacios en los que el periodismo universitario, difícilmente, había tenido acceso en el pasado, es un tema que hoy, gracias a la firma del Acuerdo de Paz, ha empezado a ser posible. Los estudiantes tienen la ventaja de aprender y crecer constantemente con el quehacer; por eso, su meta informativa debe ser más profunda que escuchar y contar la historia; están volviéndose constructores de memoria y, por esta misma razón, cada entrevista debe estar dentro de un marco formativo, analítico y respetuoso con quien se sienta frente al periodista a revivir su pasado, pues se corre el riesgo de victimizar (o revictimizar, en el caso de los que han sido afectados por el conflicto) a quien les habla.

El periodista universitario tiene, además, la gran ventaja de no verse afectado por la estigmatización que con frecuencia sufren los periodistas profesionales, por parte de diversas fuentes, especialmente víctimas, autoridades (más las militares que las civiles) y victimarios. Y no es precisamente una prevención gratuita. Durante cinco décadas los medios masivos de comunicación hicieron un cubrimiento parcializado –cuando no manipulador–, descontextualizado y con frecuencia sensacionalista, y ahora, de repente, no es tan fácil que las fuentes decidan confiar en el periodismo que antes los maltrató.

Esa gran desventaja para los periodistas curtidos en el oficio, acostumbrados a la estadística diaria del delito y del recuento de muertos, se convierte en un potencial favorable para las voces frescas e independientes de los jóvenes que, sin duda, podrán cumplir con ese papel de convertirse en partícipes de la construcción de memoria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Behar, O. Navarrete, P. (2017) *Manual de Periodismo universitario en camino a la Paz y a la reconciliación*. Cali, Colombia: Editorial USC

Cardona Alzate, J y otros. (2016) *Pistas para narrar la memoria*, capítulo 2. CdR: Bogotá Kornad Adenauer Stiftung.

Gómez. G. (2013) *Informe Basta Ya*. Centro Nacional de Memoria Histórica. Colombia: Centro Nacional de Memoria Histórica.

Martín Barbero, J. (2003) *Acuerdo de Paz de La Habana 2016* (pág. 30 de adelante) <http://www.urnadecristal.gov.co/sites/default/files/acuerdo-final-habana.pdf>

HERRAMIENTAS TIC PARA FUTUROS PERIODISTAS DIGITALES

Carlos Andrés Cruz



HERRAMIENTAS TIC PARA FUTUROS PERIODISTAS DIGITALES

“El periodista de hoy escucha, debate y genera opinión con su principal materia prima, los cibernautas”

Carlos Andrés Cruz

Universidad Santiago de Cali. Cali. Colombia

 <https://orcid.org/0000-0003-3385-4427>

INTRODUCCIÓN

El fantástico mundo del periodismo sigue su cauce de evolución, no desperdicia ni una sola oportunidad de los avances que vivimos diariamente. Son casi innumerables las tendencias que surgen de la fusión del periodismo con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, desde un ciudadano que ahora le cuenta al mundo lo que sucede en su entorno, hasta un periodista que con solo un teléfono móvil, registró una de las imágenes más polémica del entonces presidente de los Estados Unidos, Barack Obama (Schmidt, 2013).

Para la década de 1950, el ejercicio del periodismo era casi una pasión exclusiva de los amantes de la investigación, la escritura, el pensamiento y la crítica. La poca tecnología del momento no trascendía al campo del periodista, era exclusiva de cada área, como lo manifiestan en el artículo *La convergencia tecnológica en los medios de*

Cita este capítulo

Cruz, C. A. (2018). Herramientas TIC para futuros periodistas digitales. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 103-124). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.6>

comunicación: retos para el periodismo de Ramón Salaverría y José Alberto García Avilés “Los periodistas se ven igualmente sometidos a esta espiral de la convergencia, ya que tienden a acumular labores profesionales –redacción, edición, documentación, fotografía, grabación...– que antes eran coto privado de especialistas en cada disciplina” (Ramón, 2008).

Los medios tradicionales eran los peces gordos en el mar de la información y el público tenía una participación mínima.

A mediados del siglo XXI, la comunicación empezó a convertirse en el centro de nuestras vidas. Ahora, en este nuevo mar de información casi todos somos usuarios de la comunicación y, a su vez, interactuamos en micro-redes, ya sea aportando contenido o deshilando una noticia para contarla de diferentes formas, tal como se cita en el libro *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación*.

La audiencia ahora nos ofrece modelos profesional-aficionado que eran impensables e inviables hace diez años: ProPublica, para abarcar todos los actos electorales de Iowa en 2008, contó con periodistas ciudadanos, una hazaña que no hubiera sido posible de otro modo; al igual que la reconfiguración de la política presidencial de Corea por OhmyNews, sitio de periodismo pro-am... (Espiritusanto & Rodríguez, 2011).

Estamos en un punto tan alto de importancia y dependencia de la tecnología que, por ejemplo, sin Internet, no habría suficiente información; recordemos el año que colapsó Internet con el famoso «virus del amor» (De Alzaga & Pastor, 2000) y eso que apenas nos adentrábamos al mundo de las redes sociales.

Siendo así, vamos enfilando conceptos, ideas y herramientas que nos permitan navegar por encima de este mar, con una mirada más crítica pero constructiva, más profunda y completa.

Este escrito ilustra al lector y lo encamina hacia la utilización de herramientas digitales para la realización de piezas escritas y digitales

desde un entorno académico. Además, muestra las facetas que son apetecidas por el mercado laboral e incita al lector a la buena utilización de aplicaciones y plataformas gratuitas que existen en la web.

USTED ES RESPONSABLE DE LO QUE DICE

La administración de las redes sociales es una pelea muy compleja y estamos luchando contra esos sufrimientos y emociones que llegan a producir. Es una pelea que no se acabará por ahora, ni en el próximo lustro, ya lo hemos visto con la generación que tenemos y la que viene, las Tecnologías de la Información y la Comunicación son su día a día y se aprende en el camino, no hay un manual previo para usarlas. Por ejemplo, estamos atravesando momentos en los que una parte de la sociedad ha transformado el derecho de la *libertad de expresión*; pero no solo lo ha transformado, también lo ha desfigurado; una buena parte de las personas pasa por encima de ella, ahora se dice: “Yo tengo derecho a opinar y mi opinión es más importante que la suya”. Y se utiliza en cualquier tipo de plataformas digitales para generar contenidos y expresiones, sin un control serio, o en el caso más extremo, moviendo varios frentes internacionales en pro de la censura a la libre expresión (Galván, 2016).

Por eso es importante dejar claro en este capítulo que las herramientas digitales son instrumentos que están para agilizar, generar interacción o permitirnos inmediatez en el cubrimiento de un hecho noticioso. Sin embargo, somos nosotros quienes debemos filtrar el tipo de contenido que compartimos o convenir pautas sobre la interacción. Por eso, siempre propongo hacer las siguientes preguntas antes de publicar algo:

¿Qué voy a publicar de todo lo que estoy viendo o escuchando?

¿Qué aporte le dará a la sociedad lo que voy a compartir?

¿Qué puede pasar después de compartir esta noticia o comentario?

Es indiscutible que este maravilloso mundo del periodismo siempre nos cautiva más así cambien las formas de contar la noticia. Si sé que lo que voy a contar será la transformación para bien de un grupo de personas; es misión cumplida, pero vamos por más. Por eso hay que acompañar al futuro profesional del periodismo, encaminarlo hacia el sentido crítico pero ético, hacerlo responsable de lo que transmite, porque la responsabilidad es uno de los términos más importantes en este medio y va más allá de su compromiso interpersonal (Herrán & Darío, 2005), se proyecta hacia el trabajo social, porque nosotros somos actores principales de este mundo. Demostrarle a ese joven periodista que el titular no puede ser un señuelo para un contenido insulso, que hay varias fuentes de información y que no todas las entrevistas son iguales o que hay un molde para hacerlas. No es así, porque no es lo mismo entrevistar al Presidente de la República en su despacho, que entrevistarlo en su casa. El contexto, por ejemplo, lo cambia todo. No es lo mismo entrevistarlo hoy que dentro de diez años. Cada situación, condición y entorno del actor de la noticia nos define la pauta de lo que vamos a publicar.

Ahora, no se trata de publicar porque hay que sacar algo como sea. La sociedad se enfrenta diariamente a un sinnúmero de datos, cifras y titulares que a veces agobian, desconsuelan o generan esperanzas injustificadas, convirtiéndose en un contenido innecesario.

Ya lo había predicho en los primeros años de la década del 70 Alvin Toffler, en su libro *The Future Shock* (Toffler, 1972), la sociedad se ve afectada por demasiados cambios en periodos muy cortos. Toffler bautizó como ‘*information overload*’ a la sobrecarga de información que recibe el usuario. Resulta paradójico que 40 años después, se utilice el mismo concepto para definir la sobresaturación que recibe el usuario –por ejemplo, vía correo electrónico–, que sobrepasa la capacidad para analizarla en tan poco tiempo.

Y ENTONCES, ¿QUÉ PUBLICAR?

La siguiente es una estructura muy interesante presentada por el periodista inglés Paul Bradshaw (Bradshaw, 2013) sobre el trabajo de periodismo y bases de datos:

- Recolección de datos (*scraping*)
- Depuración y contexto
- Cruce y análisis
- Verificación
- Presentación

PERIODISMO DESDE LAS AULAS

El nuevo reto para los formadores de futuros comunicadores sociales y periodistas no está en las herramientas tecnológicas como tal, no está en qué tipo de aplicación vamos a enseñar para cubrir un hecho noticioso o enseñarles a conseguir bastantes seguidores en las redes sociales. Lo que más requieren esos próximos profesionales son los valores, tales como la responsabilidad con su trabajo, con la fuente y con su público, saber que es más importante el impacto que podrá tener una noticia que la misma inmediatez; entender que las herramientas digitales están al alcance de cualquier persona y si mi noticia tiene cierto sentido de doble moral, podrá ser interesante para unos pero destructivo para otros.

Entendamos que el mundo no es de nadie, que es una gran esfera y cada vez sus habitantes son más propensos a pensar y actuar libremente de acuerdo a sus intereses personales y no grupales, por eso hay que enseñar a trabajar en equipo, a formar uniones y congregar; las formas de pensar individuales son poco trascendentales para una sociedad, hay hitos históricos que podemos demostrarlos en el aula de clase y donde se ha segmentado la sociedad encontramos los grandes dolores de cabeza de los líderes sociales.

EL TELÉFONO, LA NUEVA HERRAMIENTA

En el año 2011, en un aula de clases de la Universidad Santiago de Cali, un grupo de estudiantes presentaba un proyecto llamado Informativo Móvil Noticias (Martínez & Mario, 2011); una propuesta que apuntaba a aprovechar el auge de la telefonía móvil para que la misma ciudadanía enviara videos cortos o fotografías de hechos noticiosos para luego presentarlos en un micro-noticiero. Quién iba a creer que una propuesta como esta sea ahora una de las estrategias más empleadas por los nuevos y tradicionales medios de comunicación para informar el acontecer diario de cada región. Lo que no se pensó en su momento era que si cualquiera podía enviar información, también cualquiera podría alterar o agregarle su toque subjetivo a ese reporte, incurriendo en cientos de apreciaciones que ahora por ejemplo impactan en entornos, sociales y hasta en la misma legislación de cada país. Vemos cómo hay apartes dentro de las propias leyes de la sociedad donde se toman estrictas medidas sobre casos del famoso “matoneo” en clases o donde una persona es expuesta al escarnio público por un comportamiento de menor impacto.

Entendamos pues que los dispositivos móviles son la plataforma digital más usada en la actualidad; basta con decir que en el año 2011 el diario digital Enter.com confirmaba que el 75% de la población mundial tenía en su momento un teléfono móvil, eso partía de un estudio de la firma RBC Capital Markets (Díaz, 2011); a la fecha seguro la cifra ha crecido al igual que el acceso a las redes sociales y que allí llegan y salen contenidos que construyen o degradan la sociedad, por eso estamos llamados a informar cada vez más con responsabilidad, por el bien de los que nos rodean.

HERRAMIENTAS ÚTILES

Veamos una serie de herramientas interesantes para trabajar desde el aula con nuestros futuros periodistas, algunas plataformas digitales y de qué forma podemos encaminar a los próximos profesionales de la comunicación para que su contenido sea constructivo.

Hay diversas herramientas que usamos a diario y nos sirven para trabajar de manera rápida y efectiva, sin perder la calidad, la ética y la crítica para ejercer el periodismo.

OTranscribe (web) (Bentley, s.f.): se utiliza para transcribir las entrevistas, para no tener que sentarse a escuchar el audio e ir transcribiendo a paso de “tortuga”, y parar a cada rato. Se ingresa a la plataforma, se selecciona el audio, se ponen los audífonos y la plataforma online abre una especie de documento de texto, el usuario puede hacer que el audio se vuelva más lento o más rápido y así podrá transcribir al ritmo que sea apropiado.

También se pueden agregar enlaces de **YouTube** y se pueden transcribir entrevistas o documentales; como ven, una herramienta útil en clase para pasar los audios a texto y así construir un documento.

En el caso de los que prefieren dictarle al dispositivo para que este transcriba, se pueden usar plataformas como **Talktyper** (talktyper, s.f.), un sitio *online*, que no necesita instalación, simplemente se abre y se dicta a través del micrófono de la computadora, lográndose que empiece a transcribir lo que se le va diciendo.

Pero la más sencilla de todas es **Whatsapp**: se abre, se presiona el botón de micrófono y se dicta, así empiezan a aparecer los textos escritos, que deberán ser pulidos una vez copiados en el computador, pues *Whatsapp* no ofrece puntuación automática, además de que, en ocasiones, el sistema no copia fielmente lo grabado o no identifica ciertas palabras, ya sea porque no ‘entendió’ lo que la voz decía, o porque no figura en su diccionario.

LAS REDES SOCIALES

Uno escucha: *Tengo una cuenta en Twitter, somos el medio con más seguidores en Twitter, somos el medio con más información en Instagram.* Se siente un interés bárbaro en sumar seguidores: *Somos los que más tenemos, somos los que tenemos mejores máquinas, mejores*

computadores. Pero no, no se trata de cifras, se trata de calidad en contenido y de emplear la plataforma que sea de forma adecuada, tener contenido atractivo para un público específico.

En la actualidad, podríamos asegurar que un buen porcentaje de personas puede escribir contenidos para la web, pero pocos saben informar o crear contenidos atractivos para la web. Por ejemplo, el diseño y la estructura de un periódico digital es distinto al de una versión impresa; con frecuencia, lo que se hace es trasladar el periódico físico, tal cual, a lo digital y allí hay bastantes vacíos y debilidades que terminan opacando el buen trabajo periodístico por no saber aprovechar las herramientas que nos dan las Nuevas Tecnologías.

Online Newspapers (Ltd, s.f.): Es una gran plataforma donde se encuentran casi todos los periódicos del mundo; está dividida por continentes, países y ciudades. En un ejercicio muy divertido, los profesores pueden poner a los estudiantes a analizar y comparar, por ejemplo, las diferencias entre un periódico digital de Argentina con uno de Arabia Saudita, o cómo se compara un periódico de Chile con uno de México.

Analizar la forma de abordar un hecho noticioso de orden mundial desde un aula de clase, identificar las herramientas más poderosas empleadas por los medios digitales para llegar al espectador o por ejemplo, cómo titulan y la ubicación de cada noticia.

EL DATO

En la página de inicio de un portal periodístico, un lector debe durar entre dos y cinco minutos, no hay necesidad de tener un menú tan grande en la página principal, pues no es apropiado llenarla de información.

Algunas de las plataformas que hoy se usan más en dispositivos móviles son:

Pexels (web) (Joseph, Joseph, & Frese, s.f.): Veamos ahora una plataforma muy interesante para los ejercicios en clase con fotografías. ¿Qué tal si buscamos una fotografía y le decimos a nuestros estudiantes que le pongan un titular? O en un caso más completo, decirles que redacten un texto con la estructura de la noticia de acuerdo a la fotografía asignada.

Pexels es una plataforma que nos permite encontrar miles de fotografías gratuitas en alta resolución, aunque es conveniente dar créditos y hasta donar dinero al propietario de las imágenes.

Otra plataforma es **Video.Pexels**, donde se encuentran *clips* de video gratuitos y funciona igual que en las fotografías, con donación o créditos.

EN REDES SOCIALES

Hablando de videos, se sugiere que los recursos audiovisuales que se publican en Instagram o Facebook tengan una medida de 700 x 700 pixeles, pues es la que ocupa la pantalla de los dispositivos móviles. Además, se debe intentar que no superen los 50 segundos, por el gasto de datos, que afecta a los usuarios.

Ahora abunda mucha información sobre las redes sociales y hay muchas palabras nuevas, aparecen términos diferentes como *tendencias*, el *hashtag*, *in bound*, *tweet*, *post*, *retweet*, *copy*, *bodycopy*, entre otras, que son claves y debemos implementar, para estar a la vanguardia.

<https://feedly.com> (<https://feedly.com>, s.f.).

“Toda la información que desees en un solo sitio”. Así se describe esta plataforma web. Es un lugar donde se pueden encontrar noticias de diferentes medios en una sola pantalla. Si al usuario le gusta el deporte o la política, basta con seleccionar los medios de comunicación preferidos y Feedly los mostrará en una misma interface.

Otros sitios de interés son:

- **www.agorapulse.com/es/** (Agorapulse, s.f.): Arroja las estadísticas de las principales redes sociales. En el caso de Facebook, ofrece la métrica en gráficos de los grupos o páginas que tenga el usuario.
- **www.crunchbase.com/organization/tweetfeel** (Inc. C. , s.f.): El usuario la utiliza para saber cuáles son los temas más importantes relacionados con su marca en Twitter, qué dice la gente de su *hashtag* y para encontrar estadísticas de los temas más vistos, entre otros.
- **http://tweetreach.com** (Union Metrics, s.f.): Es similar al sitio anterior, con la ventaja de que se puede ver el análisis completo de los *tuits* más sonados en esa red.
- **Hootsuite** (Inc. h. , s.f.): Sigue siendo una de las mejores plataformas para el control de las redes sociales donde la empresa participa. Allí, el administrador de redes podrá ver en una sola pantalla lo que sucede en Facebook, Twitter, LinkedIn, Google +, etc. Además, le permite publicar contenido desde esta web en todas sus redes sociales. Funciona muy bien en dispositivos móviles.
- **Google Display Planner** (Inc. G. , Google Display Planner, s.f.): Esta herramienta de Google permite saber el número de visitas, impresiones y descargas de un sitio web.
- **quantcast.com** (Quantcast, s.f.): Similar al sitio web anterior. Basta con escribir la URL del sitio que queremos analizar y el resultado lo veremos en forma de tortas y barras gráficas.

¿Qué hacer y no hacer en las Redes Sociales?

Al estudiante se le debe contextualizar, se le debe hacer un recorrido por las diferentes plataformas sociales y el uso adecuado en cada una de estas.

El hecho de tener presencia en las redes sociales no es solo estar a la moda, también es una responsabilidad en lo que se publica. Tengamos

en cuenta lo que publicamos, recordemos que si escribimos algo en una red social, le estamos mostrando a la sociedad nuestra forma de ser.

1. Soy lo que ves en mi perfil: ¿Sabía que en la actualidad, los seleccionadores o reclutadores de personal en las empresas acuden a su perfil para saber quién es? A veces hasta por una simple foto o un comentario, otros usuarios nos siguen o se retiran y en casos extremos, hasta podemos perder a una amistad.

2. Opine cuando tenga algo interesante por decir: A veces los comentarios inadecuados nos exponen al escarnio y terminamos siendo excluidos o ridiculizados.

3. Mi información está a disposición de otros: Para que el ciber-delincuente logre su cometido, hay que dejarle la puerta abierta. Con un comentario sabe: dónde está, qué días está solo, dónde trabaja, cuáles son los sitios que concurre, con quién vive, etc. Por eso, a través de la configuración en las redes, puede permitir o limitar el acceso a sus seguidores.

4. Perfiles Decorosos: Hasta ahora, ni Facebook ni Twitter permiten hacer rediseños animados en los perfiles. Instalar estas cosas, nos lleva a tener molestos anuncios o vulnerar la cuenta, por ejemplo pérdidas de acceso a la cuenta o virus.

5. Etiquetar y compartir sin permisos: Una de las peores estrategias para promover un evento es etiquetar. Cuando esto pasa sin permiso, una y otra vez, termina siendo cancelado y pierde credibilidad. Debe ser creativo y estratégico, cada usuario verá si los lee y los comparte.

6. Conectado no quiere decir disponible: Aunque aparezca un usuario conectado, tal vez es porque su dispositivo móvil esté así configurado, pero no quiere decir que estará disponible 24/7. A veces cae mal “un saludito” a las 3 de la mañana mientras usted duerme.

MANDAMIENTOS DE WHATSAPP

Una de las plataformas comunicativas más efectivas y de mayor uso en estos momentos es WhatsApp, una aplicación de comunicación sincrónica, con características diversas y cautivas para el ejercicio periodístico. Compartamos en el aula estas recomendaciones que seguro nos traerán muchos beneficios.

Grupos: Evite crear grupos innecesarios para cualquier tipo de actividad. Recuerde que el WhatsApp y el dispositivo móvil son personales y algunos no aceptan estos medios como herramientas de trabajo, ocio o estudio, especialmente en horas no laborales.

- Si decide crear un grupo temporal, así como fue creado debe ser eliminarlo. No deje el chat creado, pues a veces cuando se retira alguno de los usuarios se entiende como acto de mala educación.
- Especifica cuál es el fin del grupo. Algunos abusan de esto y lo toman como la mejor plataforma para hacer campañas de toda índole.
- Si alguien se retira, se debe respetar su decisión; tal vez hablando personalmente, explicará su motivo.
- No todos trasnochamos o madrugamos. No hay nada más molesto que ver cientos de mensajes en horarios no adecuados.
- Los mensajes de difusión pueden convertirse en molestas cadenas y seguramente terminará siendo bloqueado o eliminado. Hay que saber qué se comparte y de qué forma.
- No se impaciente. A veces, las personas leen el mensaje pero van conduciendo o se encuentran ocupadas. Demos tiempo y recuerde al rato a su interlocutor que le envió un mensaje, por si se le llegó a olvidar.

Si va a conducir, deje un *estado* que indique que va al volante.

- “El que busca encuentra” dice la frase. Evite caer en la tentación de interceptar los mensajes o espiar el WhatsApp de otra

persona. Esto puede ocasionar malestar o incluso una sanción penal. Si tiene dudas, entonces es que no le conviene.

- ¿Es interesante, importante o muy divertido lo que va a ser compartido? Piense y luego envíe. De lo contrario, podría fastidiar a los demás con contenidos poco agradables.
- Hay grupos en los que, a partir de un consenso, se acepta todo tipo de contenidos, revise si es su caso.

PERIODISMO E INVESTIGACIÓN

Hoy, la web permite investigar datos e informaciones con una gran efectividad. Veamos algunos de los sitios donde el futuro periodista-investigador podrá encontrar respuestas a sus preguntas:

<https://investigativedashboard.org/> (Project, s.f.): Plataforma colaborativa transnacional entre periodistas e investigadores para exponer el crimen organizado y la corrupción.

<https://securereporter.org/> (ICFJ, s.f.): Desarrollada por el International Center for Journalists, donde el periodista puede compartir de manera segura información de sus investigaciones. Es un trabajo colaborativo entre periodistas y permite compartir material y acceder a contenidos exclusivos de investigaciones de otros periodistas.

countrysmeters.info/es/: ¡Compare países en casi cualquier cosa! Fuente central de datos masiva y una forma práctica de comparar gráficamente las naciones. Puede obtener mapas y gráficos sobre todo tipo de estadísticas. Número de pobladores por país, nacimientos, PIB, etc.

<https://www.personadeinteres.org/> (OCCRP, s.f.): En el periodismo investigativo es importante conocer los archivos judiciales, los registros de propiedades, negocios, informes de inteligencia y hasta relaciones sociales sobre personas que hacen parte del crimen organizado. Esta plataforma nos dará una luz sobre este tipo de información.

TENGA EN CUENTA A LA HORA DE ENVIAR CORREOS MASIVOS

Una de las estrategias más antiguas en Internet y con mayor efectividad a la hora de comunicar algo, sigue siendo el correo electrónico, según un informe de www.emarketer.com (Inc. E. , s.f.).

Recordemos algunos puntos importantes al enviar correos masivos, para no caer en el indeseado *spam*.

- No enviar correos masivos después de las 6:00 pm. Si lo hace, posiblemente interrumpa las horas de descanso de los lectores. Lo ideal es hacerlo entre las 9:00 am y 4:00 pm.
- Escribir en el asunto del correo palabras como: Urgente, Descuento, Promoción o, incluso, dejar en blanco la casilla 'asunto'. Cuando se va a enviar un correo masivo, el 'asunto' debe enganchar, ser contundente y personalizado.
- Los correos con muchos adjuntos son molestos, recordemos que los Smartphone son tendencia tecnológica y a veces no soportan tanta descarga o determinados formatos. Además, la palabra descarga en muchos casos es asociada con un 'malware' (amenaza).
- No agregar en el espacio 'Para' a todos los contactos. Para incluir a más de un contacto en un correo existe el espacio BCC o CCO. Allí podremos agregar varios contactos y evitar que estos vean las direcciones de correo de los demás.
- Reenviar correos es otra mala estrategia para invitar a un evento o servicio. Es poco personalizado y posiblemente sirva para reclutar direcciones y bases de datos.
- No enviar correos masivos usando cuentas personales de Hotmail, Yahoo y Gmail. De esta manera se evita que la cuenta sea cerrada por considerársela *spammer* (Inc. G. , Support.google, s.f.). Pero si quiere usar estas cuentas, lo correcto es enviarlos dos veces a la semana, en diferentes horarios y no a más de 50 contactos por día.

PERFILES FALSOS, CÓMO IDENTIFICARLOS

El boom de las redes sociales y las plataformas de comunicación sincrónica como WhatsApp siguen ensanchando la vulnerabilidad de nuestra información. Por ejemplo, ¿Ha recibido usted alguna invitación en Facebook de una persona que no conoce y con la que ni siquiera tiene contactos en común? Aprendamos a identificar algunas cuentas falsas que han sido creadas para seguir nuestros pasos o que simplemente se crearon para un fin específico, como campañas políticas, deportivas o mercadeo.

Lo primero es saber algunos conceptos:

Stalkear: Un extranjerismo que resulta del “to stalk”, que equivale a acosar, espiar o perseguir. Es decir, el acto de observar el perfil, publicaciones y fotos de una o varias personas en particular, que puede tornarse obsesivo aunque simplemente se realice por hobby.

Phishing: Es cuando una persona malintencionada crea un perfil falso para obtener información confidencial, como nombres de usuario, contraseñas y detalles de tarjetas de crédito, haciéndose pasar por alguien que maneja una comunicación confiable y legítima.

Spoofing: Este término se usa para referirse a la técnica a través de la cual un atacante, generalmente con usos maliciosos o de investigación, se hace pasar por una entidad distinta a través de la falsificación de los datos en una comunicación.

Sexting: Otro concepto nacido en este siglo. Hace referencia al envío de contenidos de tipo sexual (principalmente fotografías y/o vídeos) a otras personas a través de teléfonos móviles.

Fake: Otro anglicismo que hace referencia a falso o bulo de una cuenta.

Ya sabiendo estos conceptos, vamos a aprender a identificar los perfiles falsos y cómo establecer si nuestros contactos quieren más que una amistad.

Sospeche si:

- La cuenta que le envió la invitación en Facebook o Instagram no tiene foto de perfil.
- La cuenta que le envió la invitación en Facebook o Instagram tiene pocas publicaciones o su primera publicación es reciente.
- Los datos son poco confiables (dirección, estudio, profesión, biografía, etc.).
- No tienen contactos en común.
- Si sus *post* o contenidos hacen referencia a temas como política, barras bravas, religión, moda, pornografía, mercadeo (Por lo general son cuentas falsas que se usan para ganar seguidores).

En el caso de Twitter, esta es una plataforma útil para saber cuántos perfiles falsos lo siguen y cuántos perfiles reales tiene: <https://www.twitteraudit.com/>

Si se paga, esta aplicación permite conocer cuáles son esas cuentas y bloquearlas.

Ahora, si quiere verificar su cuenta de Twitter, puede acceder a: <https://support.twitter.com/articles/20174919>

Para autenticar su Fanpage de Facebook, siga estos pasos:

Acceda a la Configuración de la página que desee verificar.

Sitúese en el menú General.

Vaya a la Verificación de la página.

En el caso de Instagram, puede verificar su cuenta de la siguiente forma: <https://help.instagram.com/854227311295302>

Cuando se trata de figuras públicas, siempre va a encontrar insignias que identifican que es una cuenta real, las demás son Fake (falsas).

De esta manera, cualquier usuario puede mejorar sus niveles de seguridad aunque nunca habrá la certeza absoluta de que podemos evitar ataques o acciones de escarbar en las identidades. Pero, por lo menos, estas herramientas le harán mucho más difícil la tarea a hackers y delincuentes digitales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agorapulse. (s.f.). *Agorapulse*. Obtenido de Agorapulse.com: www.agorapulse.com/es/
- Barrios Rubio, A. y. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles del periodista. *Anagramas*, 221-238.
- Behar, N. y. & Navarrete, P. (2017). *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación*. Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Behar, O. (2016). Memoria en blanco y negro: ¿abusos de la memoria? En C. d. Redacción, *Pistas para narrar la memoria* (pág. 204). Bogotá: Consejo de Redacción (CdR).
- Bentley, E. (s.f.). *otranscribe*. Obtenido de otranscribe: <http://otranscribe.com/>
- Bradshaw, P. (2013). *Scraping for Journalists: How to Grab Data from Hundreds of Sources, Put it in a Form You Can Interrogate and Still Hit Deadlines*. British Columbia: Leanpub.
- Carles Ruis, J. (2016). *Periodismo en reconstrucción. De la crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente y libre*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2012). Informe Basta Ya. En C. N. Histórica, *Informe Basta Ya*. Bogotá: CNMH.
- De Alzaga, P., & Pastor, E. (5 de Mayo de 2000). *El Mundo (España)* . Obtenido de <http://www.elmundo.es>: http://www.elmundo.es/navegante/2000/05/05/ailofiu_virus.html
- Díaz, C. A. (04 de Febrero de 2011). Casi el 75% de la población mundial tiene un teléfono móvil . *Enter*, págs. <http://www.enter.co/cultura-digital/negocios/casi-el-75-de-la-poblacion-mundial-tiene-un-telefono-movil/>.
- Edo, C. (2002). Información e interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11 de septiembre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, pp. 71-86.
- Espiritusanto, Ó. & Rodríguez, G. P. (2011). *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación* . Barcelona: Ariel, S.A.

- FNIP. (30 de 07 de 2018). *fnpi*. Obtenido de Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo iberoamericano: <http://especialgabo.fnpi.org/las-ideas-de-gabo/el-mejor-oficio-del-mundo/>
- Galván, E. R. (2016). Libertad de expresión e Internet. En E. R. Galván, *Libertad de expresión e Internet* (pág. 46). Argentina: Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa (SADIO).
- García Avilés, J. A., & Ramón, S. (2008). Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. Actas y memoria final : Congreso Internacional Fundacional AE-IC, Santiago de Compostela.
- García Márquez, G. (1996). El mejor oficio del mundo. *52a. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa* (pág. 8). Los Ángeles: Sin Editorial.
- Gómez Polo, G. (1 de Diciembre de 2015). Un cerebro a la vez: los riesgos del 'multitasking'. *El Espectador*, pág. Educación.
- Herrán, M. T., & Restrepo, D. (2005). *Ética para Periodistas*. Bogotá D.C. : Norma.
- Herrero, G. F., Álvarez, N. A., & López, O. M. (2011). Revista Latina de Comunicación Social, en la red social Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 526 - 548.
- Herreros, C. M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información . *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 345-361.
- <https://feedly.com>. (s.f.). *feedly*. Obtenido de feedly.com: <https://feedly.com>
- Hunter, L. M. (2013). *Manual de periodismo de investigación*. Montevideo, Uruguay: UNESCO.
- ICFJ. (s.f.). *Securereporter*. Obtenido de securereporter.org/: <https://securereporter.org/>
- Inc., C. (s.f.). *crunchbase*. Obtenido de crunchbase.com: www.crunchbase.com/organization/tweetfeel
- Inc., E. (s.f.). *Emarketer*. Obtenido de emarketer.com : www.emarketer.com
- Inc., G. (s.f.). *Google Display Planner*. Obtenido de Google Display Planner: https://ads.google.com/intl/es_CO/home/

- Inc., G. (s.f.). *Support.google*. Obtenido de support.google.com: <https://support.google.com/webmasters/answer/93713?hl=es>
- Inc., h. (s.f.). *Hootsuite*. Obtenido de hootsuite.com: <https://hootsuite.com/es/>
- Jiménez, D. R. (30 de 07 de 2018). *Por una poética del bucle en la era de la Comunicación universal*. Obtenido de <http://estetica.uc.cl>: http://estetica.uc.cl/images/stories/librovsimposio/04_roman%20dominguez.pdf
- Joseph, B., Joseph, I., & Frese, D. (s.f.). <https://www.pexels.com/>. Obtenido de <https://www.pexels.com/>: <https://www.pexels.com/>
- Konrad Adenauer Stiftung. (2014). *El boom del fact checking en América Latina*. Konrad Adenauer Stiftung.
- Ltd, W. W. (s.f.). *onlinenewspapers*. Obtenido de onlinenewspapers.com: <http://www.onlinenewspapers.com/>
- Martínez, T., & Mario, C. (Mayo 2011). *Informativo Móvil Noticias*. Obtenido de Facebook : <https://www.facebook.com/Informativo-M%C3%B3vil-Noticias-219003971447597/>
- Nafraía, I. (2017). *La reinención de The New York Times. Cómo la “dama gris” del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Austin: Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.
- Navarrete, P., & Behar, O. (2017). Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación. En P. Navarrete, & O. Behar, *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación* (pág. 100). Cali: Universidad Santiago de Cali.
- OCCRP. (s.f.). *Personadeinteres*. Obtenido de personadeinteres.org/ : <https://www.personadeinteres.org/>
- Project, O. C. (s.f.). *Investigativedashboard*. Obtenido de investigativedashboard.org: <https://investigativedashboard.org/>
- Quantcast. (s.f.). *quantcast*. Obtenido de quantcast.com: <https://www.quantcast.com/>
- Ramón, S. (2008). Salaverría Ramón ; García Avilés José Alberto. En S. Ramón, *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo* (pág. 32). Barcelona : Tripodos.

- Sabando, D. D. (30 de julio de 2018). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de repositorio.ug.edu.ec: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21123/1/Sabando%20Diaz%20Diana%20Carolina.pdf>
- Salamanca, N., Sierra, J. L., & Huertas, C. E. (30 de julio de 2018). *El periodista de investigación latinoamericano en la era digital*. Obtenido de www.connectas.org: https://www.connectas.org/RECURSOS/manual_de_periodismo_IC-FJ-CONNECTAS.compressed.pdf
- Salaverría, R. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 31-47.
- Salaverría, R., & Sancho, F. S. (30 de 07 de 2018). *Del papel a la Web*. Obtenido de dadun.unav.edu: https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf
- Schmidt, R. (11 de Diciembre de 2013). *abc (España)* . Obtenido de <https://www.abc.es>: <https://www.abc.es/internacional/20131211/abci-periodista-capturo-selfie-obama-201312112204.html>
- talktyper. (s.f.). *talktyper.com*. Obtenido de talktyper: <https://talktyper.com/es/index.html>
- Toffler, A. (1972). *Future Shock* . New York : Random House.
- Unesco, F. y. (2009). *Informe Final del proyecto: Mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe (2009)*. Lima: Felafacs y Unesco.
- Union Metrics, a. T. (s.f.). *tweetreach*. Obtenido de tweetreach.com: <http://tweetreach.com>
- Martínez-Valerio, Lizette, Estrategias de promoción turística a través de Facebook. Palabra Clave [en línea] 2012, 15 (Agosto-Sin mes) : [Fecha de consulta: 10 de septiembre de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923562006>> ISSN 0122-8285
- Verdad Abierta. (18 de noviembre de 2012). *www.verdadabierta.com*. Obtenido de www.verdadabierta.com: <https://verdadabierta.com/el-origen-1953-1964/>

PERIODISMO EN LOS TIEMPOS DEL LIKE

Alejandra Quintero Nonsoque



PERIODISMO EN LOS TIEMPOS DEL LIKE

Alejandra Quintero Nonsoque

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN. Bogotá, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0002-9998-3590>

INTRODUCCIÓN

La evolución de la comunicación en la actualidad ha logrado que las nuevas tecnologías y las redes sociales se conviertan en un apoyo, complemento o incluso una plataforma adicional para el periodismo. Nuevos elementos de comunicación como las *selfies*, *los memes*, *los gif*, entre otros, han llegado y se han adaptado a la sociedad con rapidez, su interacción está tan sólo a un clic y pueden ser útiles a la hora de llegar a nuevas audiencias.

El periodismo no ha sido ajeno a esa incursión de las nuevas tecnologías tanto en la producción como en la difusión y consumo de contenidos. En la actualidad los diarios y revistas experimentan cambios fundamentales en sus formas de producción, y esto ha generado una revolución en los mismos fundamentos de la producción y logística de hacer periodismo. Por ejemplo algunos diarios han dejado de ser impresos y se han pasado a versiones digitales, con los cambios que esto implica en cuanto a las formas de producción y de construcción narrativa. Igualmente la televisión experimenta cambios fundamentales en las formas de consumo y las plataformas de observación. Sin embargo, estos cambios en vez de hacer que la escritura, la investigación y el “olfato” periodístico sean cosa del pasado, han hecho

Cita este capítulo

Quintero Nonsoque, A. (2018). Periodismo en los tiempos del like. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 125-138). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.7>

necesario que éstas sean cualidades fundamentales para hacer un periodismo de calidad en la era actual. Las “Fake news”, y la proliferación de información descontextualizada en las redes sociales, hace necesario que el periodista de hoy, esté preparado para filtrar y corroborar contenidos de una manera ética y profesional. Esta amenaza de la sobreinformación, sólo puede ser contenida con profesionalismo tanto de los periodistas como de los medios.

Pero, ¿Cómo debemos utilizar éstas herramientas de manera correcta? Ese es el interrogante que se responde en este texto.

La *selfie* se ha convertido en nueva manera de comunicar; es una forma de llevar mensajes a través de fotografías que se popularizó gracias a las redes sociales. Diferentes personalidades publican diariamente parte de su intimidad, se vuelven más cercanos con sus seguidores y comparten parte de sus vidas a través de imágenes en las que se muestran a sí mismos en diferentes ambientes y actividades. “Dentro de estos espacios virtuales las denominadas *selfies*, han sido utilizadas como medio de expresión de distintas posturas adquiridas por los usuarios, donde se van construyendo estereotipos comunicativos sobre las características que son presentadas por medio de las imágenes”, (Sabando, 2018, pág. 25).

Pero ésta práctica no sucede solo con los “influenciadores”, en nuestro salón de clases es común ver estudiantes que sonríen a su celular mientras comparten en sus redes lo interesados o aburridos que están con lo que estamos diciendo, es una forma de decir *véanme y vean lo que estoy haciendo*.

Los *Gifs* tampoco son algo nuevo; el formato fue creado en 1987 para poder descargar imágenes de gran tamaño en poco tiempo, sin embargo, su popularidad está subiendo en la actualidad. “Se trata de pequeñas animaciones compuestas de dos o más imágenes o cuadros que pueden repetirse en bucle, para formar de esta manera microvideos con pocos fotogramas. Muchas, si no es que la mayoría de las publicidades y anuncios que infestan las páginas de internet, son *gifs*” (Jiménez, 2018, p. 70) Si vemos las conversaciones de nuestros estudiantes en cualquier red social, lo más posible es que muchas de

sus respuestas sean a través de estas imágenes en movimiento que les permiten expresar emociones de manera muy ágil y efectiva.

Para el mundo de ahora es muy importante que los otros vean todo lo que está sucediendo, ¿qué están pensando? ¿qué están sintiendo?, ¿en dónde están? y recibir un *like* o una reacción de aprobación o desaprobación ante lo que se publica. Pero ¿qué pasa? No es una práctica solamente personal, en las redes sociales se publica todo tipo de contenidos, hoy son las encargadas de marcar la agenda mediática en una buena proporción, convierten en primicia algo que está ocurriendo, *viralizan* o invisibilizan temas para sus audiencias “si no está en google, no existe” y varios medios de comunicación las toman como fuente oficial en sus comunicados.

LO QUE MUEVEN LAS REDES SOCIALES

Las redes mueven las noticias y los contenidos que buena parte de la población conoce; hay usuarios que se informan a través de twitter, con pocos caracteres; un titular y una imagen llamativa se llevan una idea de lo que sucede en el mundo y no llegan a profundizar. Encontramos casos de medios de comunicación como Publimetro y Pulzo, que están interesados en el *click* para sumar más “vistos” por lo que la mayor cantidad de su contenido está destinada a ésto. ¿Cómo funcionan estos medios? Reúnen noticias de farándula, deportes, curiosidades y temas llamativos para los usuarios, hacen un resumen de lo que otros medios han dicho, hipervinculan otras páginas para quienes quieran informarse a profundidad y lanzan un titular “vendedor” a través de las redes sociales, que no siempre responde a la verdad, pero llama la atención de los lectores y logran visitas a sus páginas. Aunque éstos medios no solo producen éste tipo de contenidos y también tienen especiales periodísticos, con investigación, fuentes, y diferentes géneros, el porcentaje de personas que entra a verlos es menor pues el contenido no tiene la misma dinámica activa en las redes sociales.

EL CONTEXTO Y LAS REDES

Usar redes sociales parece sencillo, finalmente cualquier persona puede tenerlas, su interfaz es intuitiva y son gratis. Sin embargo, es muy importante pensar quienes son mis seguidores y quién soy yo, cómo me comunico o qué quiero que los otros sepan de mí. Se debe entender qué red social estoy utilizando, todas son diferentes, tienen características y formas de hablar distintas, por lo que entender sus características será útil para utilizarlas correctamente. “Si bien es cierto que las redes sociales pueden ser consideradas como aplicaciones de nueva creación, cabe destacar que recientes estudios señalan que además de permitir la interacción entre personas, empresas, instituciones, marcas, etc., están siendo utilizadas por los profesionales de la información” (Herrero, Álvarez, & López, 2011).

Facebook: Es un investigador de mercado perfecto, acumula información acerca de cuántos libros leemos, cuántas películas vimos, a qué sitios vamos, qué nos gusta comer, quiénes son nuestros familiares, hasta reconoce nuestro árbol genealógico, ahí ponemos qué nos gusta y qué no. Facebook es la red social de los amigos; como le hablamos a nuestros amigos, así debemos hablar por el *Face*.

Twitter: Esa red social está dispuesta para que el usuario publique lo que piensa. En Twitter no tenemos amigos, tenemos seguidores. Las personas que nos siguen en Twitter lo hacen por nuestro pensamiento porque les interesa lo que opinamos, lo que hacemos. Además, es la red social más rápida de todas, un trino puede atraer en muy poco tiempo muchos trinos más, pero también hace que la información sea más efímera.

LinkedIn: Es una red social para poder comunicar temas relacionados con nuestra formación académica: *¿Qué estudié? ¿A dónde fui? ¿Qué tal estuvo? ¿En que soy experto?* Es la red social de las recomendaciones, aquí me califican como profesional, validan lo que sé hacer.

YouTube: Es la plataforma de video y la biblioteca más grande del mundo. Como red social funciona para mostrar lo que sé hacer, de allí surgen fenómenos como el de los *youtubers*. No se necesita mucha producción, no hay escenario, se graba con un celular y lo que importa realmente es tener una historia para contar con la cual se sientan identificados o sea útil para nuestros seguidores.

Snapchat: ¿Red social o noticia? Es la primera red social que incluyó las historias que desaparecen y ese es su factor diferencial. Información momentánea, en la que cuento algo que me está pasando en el momento a manera de *selfie* generalmente y no queda guardado en el celular del otro. Hay quienes piensan que es una red social para el entretenimiento solamente; sin embargo, algunas personalidades y medios de comunicación han utilizado correctamente sus características y han tenido éxito entre el público de la plataforma, que en su mayoría son jóvenes.

Mauricio Macri, actual presidente de Argentina, decidió usar Snapchat durante la visita de Barack Obama a su país. Ponían emoticones, hablaban del menú que iban a servir al presidente, destacaban el caso del fotógrafo que tuvo la oportunidad de fotografiar a cinco presidentes de Estados Unidos, y otros temas que no relataba ningún medio de comunicación. Escribían con las herramientas de esta red social y con ellas convertían a Macri en el primer presidente en estar en Snapchat; esa historia logró llegar a 75 mil personas. Cuando preguntaban a su equipo de comunicaciones por qué llevar a un presidente a ésta red la respuesta era sencilla “Ahí están las personas que van a recordar a Macri como el presidente que se acercó a ellos y como el presidente que estuvo con los jóvenes, no van a votar ahorita, pero en el momento en que lo hagan, lo recordarán”.

Los usuarios sienten que con Snapchat se les está diciendo la verdad, no hay edición y todo es contado desde el propio celular, lo que genera más confianza y más cercanía con los seguidores.

Un ejemplo de uso periodístico de ésta plataforma es el de The Wall Street Journal; hay quienes la entienden como una forma de llegar a nuevas audiencias más jóvenes, en una etapa de formación de hábitos de consumo para que, en un plazo de cinco años, decidan comprar una suscripción. El diario publica en Snapchat *The Powerball*, ocho instantáneas diferentes que van de forma vertical y hablan sobre negocios, mercados y tecnologías. Una publicación descriptiva y visual que sale todos los días a las 7am en donde lo más importante no es informar a los usuarios sino tener presencia en su contexto. “La aparición de las redes sociales ha representado un antes y un después en las comunicaciones a través de Internet. Gracias a las múltiples posibilidades que ofrecen se han convertido

en una de las formas preferidas de mantenerse en contacto”. (Valerio, 2012, p. 320).

NUEVAS GENERACIONES

Hay algo que debemos tener claro y es que la generación actual (y las que vienen), está conformada por jóvenes que nacieron, viven y vivirán conectados. Si queremos llegar a ellos, tenemos que pensar en digital y en cómo se cuentan las cosas, en dónde están ellos y qué están utilizando. Si queremos mantenernos, si queremos ganar más audiencias, si queremos hacer que otras personas nos escuchen, si queremos, incluso, que nuestros estudiantes nos pongan más cuidado en clase, tenemos que pensar en eso: en digital.

Las redes sociales han generado un mercado de trabajo para periodistas que sepan manejarlas y crear contenidos multimedia y por otro lado son útiles para el apoyo del trabajo periodístico; si hablamos de interacción gracias a ellas podemos construir relaciones con nuestros lectores, generan espacios de interactividad, el usuario tiene nuevos caminos y más directos para comunicarse con nosotros, incentivan el periodismo independiente, combatiendo los monopolios en la información y generando una discusión social que obliga a la prensa a incluir a sus usuarios en la generación de contenidos. Por la velocidad característica de éstas generan circulación inmediata de la información, más posibilidades de información para el usuario, nos dan la posibilidad de incluir imágenes y enlaces que amplían las noticias, nos permiten utilizar múltiples plataformas, construir caminos visuales para presentar los contenidos y tener más fuentes a la mano para contrastar. La tecnología nos brinda múltiples herramientas posibles de producción, muchas de ellas móviles que facilitarán nuestra labor periodística.

Actualmente no hay nada que esté oculto, la información se puede difundir más fácilmente, podemos llegar a cualquier lugar, personas de cualquier país y edad consumen nuestros contenidos por la red. Por esto, y por la cantidad de información que circula en la red, no podemos publicar siempre igual, no podemos limitarnos a copiar el *link* de la nota y ponerlo en Twitter esperando que alguien le de *like*, hay que crear, hay que publicar todo el tiempo, conversar con nues-

tros usuarios, no basta con circular contenidos de vez en cuando, las redes se hicieron para divertirse, para crear y para experimentar.

ESTRATEGIAS PARA UTILIZAR REDES SOCIALES

Para lograr un manejo exitoso de redes sociales debemos entender qué se puede publicar y qué no, tener en cuenta la frecuencia de publicación, conocer a nuestros seguidores y entender sus gustos, analizar casos de éxito y fracaso para ver por qué un medio o una persona se vuelve reconocida, conocer el valor de nuestra marca y tener coherencia en el mundo real y el virtual.

Cuando se formula una estrategia digital hay que pensar en sentimientos, actuaciones, lograr generar recordación, fidelidad y participación e interacción con nuestros seguidores. Un seguidor fiel es aquel que estará pendiente de nuestros contenidos, el que preferirá nuestra información sobre la de otros medios y siempre regresará para leernos, vernos o escucharnos. Esa fidelidad se logra con creatividad; es importante que encuentren algo que no les de otro medio. Para ello se pueden trabajar estrategias como:

- La creación de “personalidad”: nuestro sello debe estar implícito en los contenidos que creamos.
- La oportunidad, no es solo la “chiva”, es hablar de lo que tenemos que hablar, tener las fuentes indicadas, unirnos a las conversaciones del momento.
- Publicar en el momento adecuado, las redes sociales se mueven muy rápido, debemos estar atentos y listos para ese movimiento.
- Generar conectividad emocional, los usuarios nos quieren cerca de ellos, y se quieren emocionar, nuestra información los debe conectar, generarles una reacción.
- Ser reales; lo veíamos en el ejemplo de Snapchat, los seguidores creen en la persona o el medio que les está contando algo a través de una red social, debe ser humano y cada vez más cercano.

Y finalmente debemos tener suerte, no existe una fórmula para que un contenido se vuelva viral o una noticia sea la más leída, solo hay consejos para ponerlos en práctica y momentos en los que utilizamos la plataforma y el lenguaje indicado, la persona indicada nos lee y nos comparte en el momento indicado y logramos una mayor difusión de nuestros contenidos.

Recordemos que las redes sociales pueden convertirse en una buena herramienta de trabajo pues nos permiten obtener información, consultar *blogs* de otros periodistas, contar con contenido audiovisual de primera mano, buscar noticias de última hora, tener la información desde el lugar de los hechos gracias al auge del periodismo ciudadano, ver qué están publicando otros medios para así entender la agenda informativa, encontrar ideas para publicar artículos y mantener contacto con la audiencia.

Si como periodistas las utilizamos correctamente podemos agilizar nuestro trabajo de documentación y elaborar informes, llegar de forma más rápida y efectiva a personas importantes, cubrir más noticias en menor tiempo, mejorar nuestra productividad, trabajar en el fortalecimiento de nuestra marca personal, promocionándonos a nosotros mismos, conectándonos con nuestros lectores intercambiando comentarios y opiniones, mejorando nuestra credibilidad como profesionales etc. *Sin embargo, es importante tener en cuenta que no puede primar la rapidez sobre la veracidad o la brevedad sobre la contextualización, el periodista siempre confirma la información antes de publicar y puede tomar las redes como fuente de documentación, pero el periodismo se sigue haciendo en la calle.*

Está en nuestras manos, como formadores de periodistas, educar a nuevas generaciones que crecen y se educan en la era digital, que conocen el manejo de las herramientas, las aprovechan, pero son capaces de mantener el derecho a la información veraz.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agorapulse. (s.f.). *Agorapulse*. Obtenido de Agorapulse.com: www.agorapulse.com/es/
- Barrios Rubio, A. y. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles del periodista. *Anagramas*, 221-238.
- Behar, N. y. & Navarrete, P. (2017). *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación*. Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Behar, O. (2016). Memoria en blanco y negro: ¿abusos de la memoria? En C. d. Redacción, *Pistas para narrar la memoria* (pág. 204). Bogotá: Consejo de Redacción (CdR).
- Bentley, E. (s.f.). *otranscribe*. Obtenido de otranscribe: <http://otranscribe.com/>
- Bradshaw, P. (2013). *Scraping for Journalists: How to Grab Data from Hundreds of Sources, Put it in a Form You Can Interrogate and Still Hit Deadlines*. British Columbia: Leanpub.
- Carles Ruis, J. (2016). *Periodismo en reconstrucción. De la crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente y libre*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2012). Informe Basta Ya. En C. N. Histórica, *Informe Basta Ya*. Bogotá: CNMH.
- De Alzaga, P., & Pastor, E. (5 de Mayo de 2000). *El Mundo (España)* . Obtenido de <http://www.elmundo.es>: http://www.elmundo.es/navegante/2000/05/05/ailofiu_virus.html
- Díaz, C. A. (04 de Febrero de 2011). Casi el 75% de la población mundial tiene un teléfono móvil . *Enter*, págs. <http://www.enter.co/cultura-digital/negocios/casi-el-75-de-la-poblacion-mundial-tiene-un-telefono-movil/>.
- Edo, C. (2002). Información e interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11 de septiembre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 71-86.
- Espiritusanto, Ó. & Rodríguez, G. P. (2011). *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación* . Barcelona: Ariel, S.A.
- FNIP. (30 de 07 de 2018). *fmpi*. Obtenido de Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo iberoamericano: <http://especialgabo.fnpi.org/las-ideas-de-gabo/el-mejor-oficio-del-mundo/>

- Galván, E. R. (2016). Libertad de expresión e Internet. En E. R. Galván, *Libertad de expresión e Internet* (pág. 46). Argentina: Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa (SADIO).
- García Avilés, J. A., & Ramón, S. (2008). Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. Actas y memoria final : Congreso Internacional Fundacional AE-IC, Santiago de Compostela.
- García Márquez, G. (1996). El mejor oficio del mundo. *52a. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa* (pág. 8). Los Ángeles: Sin Editorial.
- Gómez Polo, G. (1 de Diciembre de 2015). Un cerebro a la vez: los riesgos del 'multitasking'. *El Espectador*, pág. Educación.
- Herrán, M. T., & Restrepo, D. (2005). *Ética para Periodistas*. Bogotá D.C. : Norma.
- Herrero, G. F., Álvarez, N. A., & López, O. M. (2011). Revista Latina de Comunicación Social, en la red social Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 526 - 548.
- Herreros, C. M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información . *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 345-361.
- <https://feedly.com>. (s.f.). *feedly*. Obtenido de feedly.com: <https://feedly.com>
- Hunter, L. M. (2013). *Manual de periodismo de investigación*. Montevideo, Uruguay: UNESCO.
- ICFJ. (s.f.). *Securereporter*. Obtenido de securereporter.org/: <https://securereporter.org/>
- Inc., C. (s.f.). *crunchbase*. Obtenido de [crunchbase.com: www.crunchbase.com/organization/tweetfeel](http://www.crunchbase.com/organization/tweetfeel)
- Inc., E. (s.f.). *Emarketer*. Obtenido de [emarketer.com](http://www.emarketer.com) : www.emarketer.com
- Inc., G. (s.f.). *Google Display Planner*. Obtenido de Google Display Planner: https://ads.google.com/intl/es_CO/home/
- Inc., G. (s.f.). *Support.google*. Obtenido de [support.google.com: https://support.google.com/webmasters/answer/93713?hl=es](https://support.google.com/webmasters/answer/93713?hl=es)
- Inc., h. (s.f.). *Hootsuite*. Obtenido de [hootsuite.com: https://hootsuite.com/es/](https://hootsuite.com/es/)
- Jiménez, D. R. (30 de 07 de 2018). *Por una poética del bucle en la era de la Comunicación universal*. Obtenido de <http://estetica.uc.cl>: http://estetica.uc.cl/images/stories/librovsimposio/04_roman%20dominguez.pdf
- Joseph, B., Joseph, I., & Frese, D. (s.f.). <https://www.pexels.com/>. Obtenido de <https://www.pexels.com/>: <https://www.pexels.com/>

- Konrad Adenauer Stiftung. (2014). *El boom del fact checking en América Latina*. Konrad Adenauer Stiftung.
- Ltd, W. W. (s.f.). *onlinenewspapers*. Obtenido de onlinenewspapers.com: <http://www.onlinenewspapers.com/>
- Martínez, T., & Mario, C. (Mayo 2011). *Informativo Móvil Noticias*. Obtenido de Facebook : <https://www.facebook.com/Informativo-M%C3%B3vil-Noticias-219003971447597/>
- Nafría, I. (2017). *La reinención de The New York Times. Cómo la “dama gris” del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Austin: Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.
- Navarrete, P., & Behar, O. (2017). Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación. En P. Navarrete, & O. Behar, *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación* (pág. 100). Cali: Universidad Santiago de Cali.
- OCCRP. (s.f.). *Personadeinteres*. Obtenido de personadeinteres.org/ : <https://www.personadeinteres.org/>
- Project, O. C. (s.f.). *Investigativedashboard*. Obtenido de investigativedashboard.org: <https://investigativedashboard.org/>
- Quantcast. (s.f.). *quantcast*. Obtenido de [quantcast.com](https://www.quantcast.com/): <https://www.quantcast.com/>
- Ramón, S. (2008). Salaverría Ramón ; García Avilés José Alberto. En S. Ramón, *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo* (pág. 32). Barcelona : Tripodos.
- Sabando, D. D. (30 de julio de 2018). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de [repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21123/1/Sabando%20Diaz%20Diana%20Carolina.pdf): <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21123/1/Sabando%20Diaz%20Diana%20Carolina.pdf>
- Salamanca, N., Sierra, J. L., & Huertas, C. E. (30 de julio de 2018). *El periodista de investigación latinoamericano en la era digital*. Obtenido de [www.connectas.org](https://www.connectas.org/RECURSOS/manual_de_periodismo_IC-FJ-CONNECTAS.compressed.pdf): https://www.connectas.org/RECURSOS/manual_de_periodismo_IC-FJ-CONNECTAS.compressed.pdf
- Salaverría, R. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 31-47.
- Salaverría, R., & Sancho, F. S. (30 de 07 de 2018). *Del papel a la Web*. Obtenido de [dadun.unav.edu](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf): https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf

Schmidt, R. (11 de Diciembre de 2013). *abc (España)* . Obtenido de <https://www.abc.es>: <https://www.abc.es/internacional/20131211/abci-periodista-capturo-selfie-obama-201312112204.html>

talktyper. (s.f.). *talktyper.com*. Obtenido de talktyper: <https://talktyper.com/es/index.html>

Toffler, A. (1972). *Future Shock* . New York : Random House.

Unesco, F. y. (2009). *Informe Final del proyecto: Mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe (2009)*. Lima: Felafacs y Unesco.

Union Metrics, a. T. (s.f.). *tweetreach*. Obtenido de tweetreach.com: <http://tweetreach.com>

Martínez-Valerio, Lizette, Estrategias de promoción turística a través de Facebook. Palabra Clave [en línea] 2012, 15 (Agosto-Sin mes): [Fecha de consulta: 10 de septiembre de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923562006>> ISSN 0122-8285

Verdad Abierta. (18 de noviembre de 2012). *www.verdadabierta.com*. Obtenido de www.verdadabierta.com: <https://verdadabierta.com/el-origen-1953-1964/>



VIAJE A LA FURIA DE UN VOLCÁN Y AL OLVIDO DE LOS HOMBRES

Jorge Manrique Grisales



VIAJE A LA FURIA DE UN VOLCÁN Y AL OLVIDO DE LOS HOMBRES

Jorge Manrique Grisales

Pontificia Universidad Javeriana. Cali, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0001-9546-5684>

INTRODUCCIÓN

Dos docentes de la Universidad Javeriana Cali, junto con sus estudiantes, investigaron sobre la desaparición de Armero, población del departamento del Tolima que fue arrasada, en noviembre de 1985, por una avalancha provocada por el deshielo del volcán-nevado del Ruiz.

Este texto narra la experiencia de este grupo de estudiantes que visitó el desaparecido pueblo de Armero, 30 años después de la tragedia, y cómo el diario El Espectador publicó el ejercicio periodístico universitario.

Un ejemplo de cómo el periodismo universitario puede profundizar y tomarse el tiempo de ampliar y contextualizar una noticia o acontecimiento. En este caso, un periodismo que procura por la construcción de memoria histórica de esta tragedia que hace parte de la historia nacional, y que involucró diferentes aristas desde lo periodístico, lo económico y lo político. El texto presenta a manera de crónica, el recorrido tanto periodístico como en ruta, del grupo de jóvenes que realizaron el viaje. Se cuenta la experiencia con el diario El Espectador, los mementos precisos que llevaron a la publicación del texto, e igualmente la experiencia de viaje que llevó al docente y los chicos a vivir no sólo una experiencia periodística, sino una experiencia de vida.

Cita este capítulo

Manrique Grisales, J. (2018). Viaje a la furia de un volcán y al olvido de los hombres. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 139-148). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.8>

Con datos, cifras, testimonios y una narración sobre sus recorridos, el texto introduce al lector en el viaje y en la forma en que se puede recopilar información de un hecho de hace 30 años y hacer construcción de memoria histórica.

Para los 25 mil habitantes del Armero, en el departamento del Tolima, todo terminó a las 11:30 de la noche del miércoles 13 de noviembre de 1985. Para el resto de Colombia y para las nuevas generaciones, ese día comenzó una monumental tarea: no dejar que Armero muera en el olvido.

Fue por esta razón que, treinta años después de que la muerte se descuajara en forma de avalancha, les propuse a mis estudiantes y al profesor Mauricio Hernández que nos pusiéramos en la tarea de ir hasta allá e investigar lo que había pasado en tres décadas en las que el lamento por Armero se escucha cada 13 de noviembre.

Había que prepararse no sólo para el viaje al valle de Armero sino también a la memoria y al corazón. Este fue un hecho que traumatizó y dolió a los que sobrevivieron y a los que en calidad de periodistas tuvimos que contarle esa triste historia al mundo.

Ahora, como profesor de periodismo, había que enfrentar nuevamente esa vieja deuda con la memoria. Mis estudiantes no habían nacido cuando ocurrió la tragedia y les causaba una mezcla de curiosidad y asombro todo aquello que el profe les había puesto a leer sobre una “ciudad blanca” llamada Armero que un día fue arrasada por la furia de un volcán.

PRIMERO LOS DATOS

Con los años, la información sobre Armero ha crecido exponencialmente en la red. Hay de todo, y eso complica la tarea de saber lo que es realmente valioso. Ese fue el primer desafío para los estudiantes de la asignatura de Periodismo Electrónico de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

Los muchachos encontraron de todo y la tarea del docente consistió primeramente en ayudarles a limpiar la “basura” para que los datos importantes fueran emergiendo. Nuevas miradas, organizaciones como Armando Armero²⁰ y personajes perdidos en la maraña del tiempo volvieron a aparecer como fantasmas del pasado (el alcalde, el cura, el pregonero del pueblo, el comandante del Cuerpo de Bomberos, etc).

Era necesario explicar documentos, libros y otras piezas audiovisuales que surgieron. El tiempo había pasado y era necesario confrontar el pasado con el presente. Para eso estaban allí los estudiantes, con sus preguntas y su escepticismo para mirar historias como las de miles de niños desaparecidos y entregados por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar en adopción “vía express”, a extranjeros que llevaban meses y hasta años esperando adoptar menores colombianos.

También supieron de la historia de un profesor de El Líbano, Tolima, que había alertado, con mucha anticipación, a los alcaldes de la zona acerca de lo que podía pasar con el río Lagunilla si el volcán Nevado del Ruiz hacía erupción.

Las tareas se dividieron y comenzaron a trabajarse varios frentes, incluida la mirada psicológica a las implicaciones de la tragedia en los sobrevivientes, teniendo en cuenta que en la clase de Periodismo Electrónico había tres estudiantes de Psicología que inscribieron la materia como electiva.

ALIANZA INFORMATIVA CON EL ESPECTADOR

El dinamismo del grupo por este proyecto hizo que se contemplara la posibilidad de realizar un especial multimedia con el periódico El Espectador, que se mostró interesado y puso a disposición del equipo todos sus archivos. En tres ocasiones se hicieron reuniones con el editor del diario, Jorge Cardona, y la coordinadora de la versión digital del periódico, Catalina González, para discutir enfoques y recur-

²⁰ Organización liderada por Francisco González, que busca reunir a las familias dispersas por la tragedia, incluyendo a más de 250 niños que sobrevivieron, pero fueron dados en adopción, a padres extranjeros en su mayoría.

sos multimediales que tendría el “Especial de Armero”, como empezó a denominarse el proyecto.

Gracias al concurso del profesor Mauricio Hernández, se creó una plataforma virtual para el montaje de las piezas de la investigación (textos, fotos, infografías, videos). De igual forma, se invitó a participar en el proyecto a los estudiantes Daniel Sánchez, de la carrera de Diseño de Comunicación Visual, y Lina Hincapié y Natalia Vivas, de Comunicación, por su experiencia en diseño y reportería gráfica, respectivamente.

A través de esta plataforma virtual se mantuvo un diálogo permanente con El Espectador, asumiendo el equipo de la Javeriana Cali la totalidad de los contenidos y el diseño básico del proyecto.

Se fijó el jueves 29 de octubre de 2015 como la fecha del cierre editorial y de diseño, pues la idea del El Espectador era que el producto circulara una semana antes de la conmemoración de los 30 años de la tragedia de Armero.

VIAJE A LA MEMORIA

Las actividades de la clase se encaminaron a la documentación y a la identificación de puntos de interés que apoyaran el trabajo de campo, que se planeó para el mes de septiembre. La Universidad facilitó el transporte y los estudiantes asumieron los gastos de alojamiento y alimentación.

El viernes 4 de septiembre se dio inicio a la tarea de confrontar sobre el terreno las historias que se habían documentado hasta ese momento. Todos los miembros del equipo leyeron el libro *No íbamos para Armero (2015)*, del geólogo residente en Canadá Víctor Hernán Cubillos²¹, uno de los sobrevivientes de la catástrofe y quien para la época de los acontecimientos era estudiante de Geología de la Universidad de Caldas. Los estudiantes tuvieron la oportunidad de observar una extensa entrevista que el profesor Manrique le realizó al personaje en Manizales, aprovechando que se encontraba en Colombia para el lanzamiento de su libro.

21 Cubillos, V. *No íbamos para Armero*. Testimonio de un sobreviviente.

Eran exactamente las doce de noche cuando el vehículo con el grupo de estudiantes de la Javeriana atravesó el camposanto de Armero. Así se los hice saber cuando en medio de la noche emergieron, alumbradas por la luna llena, las fachadas de las pocas casas que quedaron en pie luego del paso de la descomunal bestia que se tragó a Armero el 13 de noviembre de 1985.

La cordura pudo más que el impulso de algunos de echar pie a tierra para hacer fotos nocturnas. “A esta hora es mejor dejar tranquilos a los muertos... Recuerden que aquí reposan los restos de 25 mil personas”, les dije. Esas palabras les llegaron hondo y en silencio continuamos el viaje hasta Mariquita, donde teníamos previsto dormir.

En calidad de responsable de la excursión pregunté a todos si necesitaban algo. Creamos un grupo en Whatsapp y nos despedimos. No sé cuánto tiempo durmieron, pues sentí el celular vibrar toda la noche. “No olviden poner a cargar las baterías de sus cámaras”, escribió Lina Hincapié.

A las seis de la mañana, todos estaban listos para salir a desayunar en una cafetería que quedaba justo al frente del hotel. Nuestro conductor ya estaba en eso cuando llegamos. Huevos, caldo con costilla, pan mariquiteño, café y mucho tinto para despabilarse. El sol ya comenzaba a acosar cuando abordamos el vehículo. Mucho verde a lado y lado de la carretera y después colores tierra fueron dominando el paisaje.

RETAZOS DE UN PUEBLO

Un golpe de aire cálido nos azotó cuando entramos a Armero. Silencio, gallinazos disputándose los restos de algo y un hombre parado al lado de la carretera con algunos discos compactos en la mano. Dijo llamarse Omar Aragón. Recitaba de memoria los trozos de un relato antiguo que hablaba de un pueblo tragado por una avalancha. Después de escucharlo un rato, lo invitamos a que nos acompañara y nos siguiera hablando de las calles, la gente, los almacenes, las iglesias y, por supuesto, de Omaira Sánchez²², en quien los estudiantes habían puesto sus expectativas por saber sobre su vida y su muerte.

²² Niña cuyo cuerpo quedó sepultado por el lodo casi hasta el cuello y vivió varias horas de horror, hasta que murió, ante la imposibilidad de sacarla, por parte de las autoridades.

Armero se fue metiendo en las cámaras fotográficas, en los pensamientos, en las vidas de los muchachos que observaron asombrados la colosal piedra que trajo la avalancha y que quedó sembrada en la mitad del pueblo como una impronta de muerte y destrucción. Allí estaban escritos con pintura trozos del libro *Armero, un luto permanente* (2005), de Luz García, una sobreviviente.

El santuario de Omaira nos sobrecogió a todos. La mayoría recorrió en silencio el lugar plagado de imágenes religiosas, muñecas y miles de placas de agradecimiento por favores recibidos.

Árboles incrustados en las ruinas del hospital San Lorenzo y colonias de murciélagos despertados por los flashes de las cámaras nos despidieron del reino del olvido en que se convirtió Armero.

Sólo estábamos a la espera del conductor y de Luisa Fernanda Pérez, quien había ido hasta la vecina población de El Líbano a desenterrar los secretos del profesor Fernando Gallego²³, quien se cansó de decirles a las autoridades de la región que Armero iba a desaparecer a causa de la actividad del volcán nevado del Ruiz. La estudiante trajo en su cámara y sus manos copias de documentos que la hermana del docente amablemente puso a disposición de la investigación.

RUMBO AL VOLCÁN Y SUS MISTERIOS

Gracias a la disposición del conductor del vehículo, decidimos regresar por Manizales y pasar, en primera instancia, por el páramo de Letras, desde donde son visibles dos estructuras volcánicas: Cerro Bravo y el Ruiz.

Cerca de las cinco de la tarde, el Ruiz estaba despejado y pudimos observar y fotografiar su fumarola. A pesar de elevarse a más de 4.000 metros sobre el nivel del mar, todos estábamos en camisetas y en 'modo fotógrafo' para aprovechar al máximo la luz del día y las condiciones atmosféricas favorables.

23 Entonces, profesor del Colegio Claret, del municipio de Líbano, vecino de Armero, quien dos meses antes empezó a alertar sobre la inminencia de la tragedia, y fue severamente cuestionado, por autoridades y ciudadanos que lo apodaron 'el loco'.

No lo habíamos previsto, pero les propuse a los estudiantes pasar por el Observatorio Vulcanológico de Ingeominas en Manizales, con la esperanza que pudiéramos ver algo del monitoreo que se hace al volcán desde allí.

Eran cerca de las 6:30 de la tarde cuando parqueamos el vehículo frente al edificio blanco del Observatorio Vulcanológico. Les pedí a los muchachos que esperaran a ver qué se podía hacer, pues no teníamos cita previa. El vigilante hizo las consultas del caso con el coordinador de turno. Después de varias llamadas aceptaron que 13 estudiantes y su profesor ingresaran a uno de los laboratorios vulcanológicos más completos del mundo.

Dentro del edificio, la juventud rebosaba. Estudiantes de Geología de la Universidad de Caldas monitoreaban a cada minuto el volcán. En sus manos estaba el poder de activar una alarma de evacuación en poblaciones y asentamientos humanos de al menos tres departamentos. El protocolo estaba escrito y fijado en un lugar visible para todos.

Mientras explicaban la sofisticada tecnología de la ‘sala de cuidados intensivos’ que le mide el pulso al viejo volcán que tose fuego desde hace unos dos millones de años, se produjo un temblor con epicentro en el municipio de Toro, en el Valle del Cauca. La cámara fotográfica de Daniel Sánchez se activó a la velocidad del rayo y captó en uno de los sismógrafos el momento. Tuvimos la oportunidad de ver cómo se conectaba todo el sistema de Ingeominas para reportar el suceso.

Ya era de noche y el cansancio hacía mella en los viajeros que se subieron nuevamente al vehículo, quizá con la ilusión de dormir en el recorrido hasta Cali. Pero les informé que íbamos a pasar por la orilla del río Chinchiná, otro de los afluentes que se hinchó con la furia del Ruiz y que causó cerca de tres mil muertos en este municipio cercano a Manizales. Entonces, nuevamente la mirada se puso en alerta. Cuando termina el descenso, se recorre un terreno plano adyacente al hoy manso cauce del Chinchiná. Paramos un momento sobre el reconstruido puente que hace treinta años fue arrancado de cuajo por la fuerza de la avalancha. “Por aquí también pasó la bestia”, les dije, mostrándoles a la luz de la luna el cañón labrado por el desastre. Una parada más para comer y ahí sí directo hasta Cali.

REBOBINANDO LA PELÍCULA

En las dos semanas siguientes se hizo un largo procesamiento de la información en el tiempo de la clase y por fuera de ella. Había mucho material. Se fueron perfilando las historias y las piezas multimediales que harían parte del reportaje.

En una fotografía de la piedra de Armero, a la que popularmente llaman “la asesina”, quedó plasmado el número celular de Luz García, cuya mamá y otros familiares quedaron enterrados en la casa paterna. Marcamos inmediatamente y ella le contestó a Violeta González. Se puso el teléfono en altavoz y todos escuchamos una conversación sentida, que por momentos cortaba el aliento. Algunos preguntaron mientras que otros permanecieron en silencio procesando las imágenes de la tragedia que la escritora describía con lujo de detalles.

Por la conversación con Luz García, supimos que tenía un hermano que vivía en Cali, Omar García. Lo contactamos inmediatamente y yo mismo me encargué de recogerlo para que nos acompañara en la clase siguiente.

Omar García describió el drama de su familia, el último abrazo de su mamá y la tierna historia de su sobrino, que murió en Armero con un uniforme del Deportivo Cali que su tío le había regalado, cuando lo visitó en ese noviembre en la Sultana del Valle. Por momentos, el pecho se cerraba escuchándolo, pero había que terminar la tarea. Los tres estudiantes de psicología se lo llevaron aparte y trabajaron el enfoque de duelo que estaban investigando para el reportaje.

HORA DEL CIERRE

A medida que se aproximaba la hora del cierre iba subiendo la tensión en el grupo. Había que completar los datos y confrontar las observaciones hechas en el terreno. El tiempo de clase no era suficiente. Los fines de semana se llenaron de trabajo. Fuimos con el diseñador Daniel Sánchez a la última reunión de coordinación con El Espectador. Afortunadamente, el trabajo tuvo un alto grado de aceptación, pero no podíamos bajar la guardia.

Corrección tras corrección hasta que todo quedara perfecto. Decidimos entonces hacer una exposición fotográfica y comenzó la ardua tarea de curaduría de las miles de fotos que tomamos en dos días entre Armero, el páramo de Letras, Manizales y Chinchiná. Fue trabajo adicional, pero valió la pena.

El jueves 5 de noviembre a las tres de la tarde recibí un mensaje de Whatsapp con el enlace²⁴ de El Espectador. Al abrirlo comprobé que el especial había sido divulgado. Como estábamos en clase de Periodismo Electrónico, todos comenzamos a revisar minuciosamente. Algunos pillaron pequeños errores de digitación y en línea directa con Catalina González se hicieron esas últimas correcciones.

QR. Especial Armero



Durante los días siguientes movilizamos por redes sociales el especial sobre los 30 años de la tragedia natural más grande que ha sacudido a Colombia en toda su historia. Aparecieron sobrevivientes de Armero de varias partes del mundo, que nos compartían sus historias, o también cuestionando cosas que se dijeron en el informe. El caso es que Armero revivió en las voces que se comunicaron con nosotros y que aún siguen haciéndolo en la página de Facebook abierta para este fin²⁵ Así comprobamos que vale la pena hacer periodismo para que la memoria no muera.

24 http://www.elespectador.com/static_specials/14/armero/index.html .

25 <https://www.facebook.com/armero30/>



PERIODISTA MULTITAREA, UN PULPO EN EL QUE ESPERO NO CONVERTIRME

Alejandro González Ochoa



PERIODISTA MULTITAREA, UN PULPO EN EL QUE ESPERO NO CONVERTIRME

Alejandro González Ochoa

Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0003-2279-5281>

INTRODUCCIÓN

Varias razones son las que tengo para escribir esta reflexión. Todas apuntan a la defensa del periodismo en tiempos en que las redacciones se redefinen cada día para adaptarse a los desafíos tecnológicos y a la crisis económica. La convergencia digital demanda periodistas con capacidades múltiples. Labores que antes hacían varios profesionales, o estaban divididas según el medio de comunicación (radio, prensa, televisión, internet), ahora se juntan en un solo profesional, el periodista multitarea.

Sin embargo, pese a las nuevas posibilidades de aprendizaje en este reto para la profesión, la polivalencia ha contribuido a la reducción de las redacciones, a la precarización laboral y a la baja calidad en los contenidos periodísticos. Hoy, los medios tradicionales hacen parte de grandes grupos empresariales y no pueden generar pérdidas en medio de la crisis. Por eso, las redacciones deben ser menos costosas y más eficientes.

En primer lugar, tengo una inconformidad con la oferta laboral para periodistas. Nos sobrecargan con muchas labores, nos exigen más

Cita este capítulo

González Ochoa, A. (2018). Periodista multitarea, un pulpo en el que espero no convertirme. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 149-164). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.9>

capacidades, y no nos pagan más por cada especialidad que podamos sumarle a nuestro perfil.

También tengo la necesidad de reflexionar sobre los ingredientes que deben incluirse para la formación de periodistas en las universidades. Por eso me pregunto qué tanto estamos incidiendo las universidades en la precarización laboral de los periodistas.

A otros colegas docentes, de diferentes universidades, les escucho decir con frecuencia: “Estamos reformulando el pregrado para darle respuesta al mercado laboral”. Pienso que ese no es el necesario deber de las universidades; porque, sabemos, no todo lo que demanda el mercado es beneficioso para el oficio. Hago un llamado de atención sobre esto.

En la misma vía, la precarización laboral existe para todas las profesiones, debido a la convergencia, aclarando que la precarización laboral no es un fenómeno nuevo para los periodistas. Desde hace mucho, por ejemplo, medios de comunicación se autodenominan “escuelas” para pagar mal.

Nuestro oficio siempre es asociado con el trabajo duro y riesgoso, con jornadas de más de 12 horas diarias, sin domingos ni festivos libres, y con mala remuneración. Pero eso nunca nos ha importado para trabajar, mientras nuestra independencia, ni nuestra pasión, se vean afectadas. Pero hoy, tanto independencia como pasión están en jaque por la evolución de un modelo: ahora las redacciones son miradas bajo la lógica de empresas convencionales, los editores están siendo remplazados por administradores y los periodistas debemos ser peones multiuso, en función del rendimiento económico. Por eso, el mercado laboral dice que nuestro saber ya no es suficiente, y que la especialización está revaluada. Hoy, este mercado nos exige mutar para tener tentáculos capaces de hacer casi cualquier cosa a la vez. Así, estamos asistiendo a la precarización del periodismo que podría dejar de ser, como lo definió Gabriel García Márquez, “el mejor oficio del mundo” (1996).

Hoy, querer hacer buen periodismo va en contravía del actual espíritu evolutivo del oficio. Este espíritu está enmarcado desde hace más

de diez años en un fenómeno que conocemos como *convergencia* y que afecta a diferentes sectores y profesiones. Para entender sus implicaciones en el periodismo, Ramón Salaverría y José García Avilés aportaron la siguiente definición de convergencia periodística:

[Es] un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (2008, pág. 35).

La crisis económica y la convergencia tecnológica, son dos factores que alimentan al engendro tentacular del capitalismo en el que supuestamente debemos convertirnos, y que se conoce como periodista multitarea, o “periodista polivalente”, como lo caracterizó hace unos años —y proféticamente— Ramón Salaverría (2008).

Para entonces, este académico español llamó la atención sobre varias razones para mirar con recelo a la polivalencia, pues comenzaba a contribuir en un bajón de la calidad de los contenidos. En coautoría con José Alberto García Avilés, escribió en el artículo La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo:

Los condicionamientos de la producción informativa en el entorno de convergencia (actualización constante, adaptación a múltiples soportes, sobrecarga de trabajo, etc.) pueden incidir en el debilitamiento de los estándares periodísticos tales como la veracidad, la exactitud y el rigor. Por ello, hay que considerar en qué medida, a pesar de las ventajas que la convergencia de redacciones traiga consigo, la calidad de los contenidos periodísticos puede disminuir significativamente (2008).

En efecto, ambos autores tenían razón, y la calidad de los contenidos empezó a bajar porque, en medio de tantas labores y herramientas para manejar, los periodistas comenzamos a perder el tiempo de reflexionar, observar, profundizar, contrastar y corregir.

Esta disminución de calidad alude a un argumento básico para controvertir la idea de la multitarea: atender muchas cosas a la vez quiere decir realmente que no se está atendiendo a ninguna de ellas. Una idea respaldada por un estudio del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), en el cual se destaca que “hacer varias cosas al tiempo, y desviar la atención hacia distractores, no sólo entorpece los procesos de aprendizaje, sino que gasta recursos que le impiden al cerebro cumplir otras funciones” (Gómez Polo, 2015).

Aunque también existen otros estudios que hablan de los beneficios del trabajo multitarea para la estimulación cerebral, nunca hablan de una estimulación profesional. Volviendo a lo de hacer muchas cosas al tiempo, beneficioso o no para el cerebro, lo que crece con la multitarea es una gran sensación de explotación. Nos explotan para que produzcamos más y costemos menos. En eso consiste la idea del periodista multitarea y espero no ser absorbido por el sistema. Si he de ofrecer mis servicios a un medio, ojalá me paguen por cada una de mis especialidades. Si no se puede, intentaré hacer valer mi independencia buscando alternativas profesionales que me permitan hacer el periodismo que me gusta y que le sirve al ciudadano del común. Ahora, por fortuna, lo hago desde el periodismo universitario, blindado todavía y privilegiado en esta época en la que las empresas informativas cambiaron de dueño y comprometieron con el poder sus líneas editoriales.

LOS TENTÁCULOS DEL PULPO

El antecesor del periodista multitarea es el hombre orquesta. Incluso también se le conoce como el periodista orquesta. Existen además muchas caricaturas sobre este periodista, que siempre lo muestran con múltiples brazos, o extensiones mecánicas, para cada una de sus funciones y herramientas. Como se trata de una consecuencia del capitalismo, tiene los mismos tentáculos figurativos con los que este sistema manipula al mundo. Tal vez la única función que no tiene es la de predecir resultados deportivos, como lo hacía el pulpo Paul. En marzo de 2017, la revista madrileña XLSemanal mostró con mayor contundencia al periodista multitarea, con una fotografía en la que se ve a una reportera con rasgos orientales, quien utiliza un arnés adherido a su cuerpo, muy parecido al de la *Steadycam*. Se trata

de un soporte de unos 12 brazos, cada uno de los cuales sostiene un dispositivo para “grabar y emitir en *streaming*”²⁶. Se supone, según la publicación española, que así deben ser los periodistas del siglo XXI; que deben reinventarse o morir; que deben ser capaces de grabar imágenes, tomar notas, hacer fotografías, preguntar, *tuitear* y difundir la información, entre otras labores. Labores que a ciencia cierta no son tan difíciles de lograr. Pero ¿pueden todas, al tiempo, hacerse bien?

Además, con cada avance en las telecomunicaciones, las cosas se complican porque se crea una nueva necesidad de aprendizaje y se intensifica la sensación de obsolescencia en quienes decidieron estudiar el oficio por el amor a la escritura o por el largo aliento en cualquiera de sus formatos.

La idea de esta reflexión surgió hace unos meses, en el inicio del proceso de documentación para reformular el Sistema Informativo de la Urbe, enlazado a la transformación curricular del Pregrado en Periodismo de la Universidad de Antioquia. Fue útil la lectura del artículo *Convergencia Digital: nuevos perfiles profesionales del periodista*. Sobre el nuevo perfil polivalente requerido hoy en los medios de comunicación, describe algo que nos hizo sentir un producto inacabado:

Se requiere un periodista con aptitudes y actitudes para adaptarse a los cambios de las empresas mediáticas en un solo grupo multimedia; que conozca las características de la estructura de medios digitales; aplique elementos innovadores que estén en coherencia con las necesidades de las nuevas audiencias; desarrolle competencias para ejercer la interactividad en cualquier medio, y propicie la reflexión y la crítica sobre los nuevos paradigmas de la dimensión empresarial y del ecosistema de la comunicación.

Un periodista competente en el uso de equipos digitales de registro visual, realización y edición (cámara de fotografía y de vídeo) y sonoro (micrófonos y grabadoras), prensa (hipertextualidad) e Internet (interfaces); capacidad de compresión de vídeo y agilidad para su transporte y descarga; dominio de modalidades de navegación, enlaces y plataformas; manejo de blogs y de redes sociales;

²⁶ <http://www.xlsemanal.com/conocer/20170321/periodista-del-siglo-xxi-multitarea.html>. Última consulta: julio 25 de 2017.

experto en SEO (Optimización para Motores de Búsqueda); diestro en leer pantallas, formatos virtuales, tablas de datos y escenarios gráficos diseñados para la captura y contextualización de la información; atento a la actualización constante de las noticias a través de sistemas RSS; y capaz de hacer una lectura multimodal y con multiplicidad de códigos (Barrios Rubio, 2015).

El texto citado sigue durante seis párrafos más pidiéndole aptitudes y actitudes al periodista de hoy. Es cuando nos preguntamos: ¿a qué horas un periodista humano podrá hacer todas esas cosas, y cada una con calidad?, ¿qué pasó con los periodistas especializados que eran tan demandados por los medios de comunicación?

EL PESO HISTÓRICO DEL OFICIO

Mientras la idea de este pulpo se impone, demandada por redacciones a lo largo y ancho del planeta, el periodismo goza todavía de un prestigio que va más allá de las célebres palabras pronunciadas por Gabo, en 1996, ante la Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). El periodismo sigue siendo ese oficio maravilloso, porque todavía hay espacios para ejercerlo con pasión e independencia.

El periodismo sigue estando asociado a referentes para admirar y lleno de posibilidades intelectuales. Por eso atrae a personas de todo el mundo para estudiarlo, quienes tienen muchos lugares a los cuales recurrir.

Por ejemplo, solo en América Latina y el Caribe, para 2009, existían 1.742 centros de formación de comunicadores y periodistas, según un mapa publicado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs) y la Unesco (2009). Continuando con el mapa, en Colombia los centros de formación en comunicación y periodismo representan el 70% de los existentes en los países del Área Andina. Incluso, según un informe publicado en 2014 por El Nuevo Siglo, anualmente se gradúan de las universidades colombianas “cerca de 4.500 comunicadores sociales y periodistas”, fenómeno que contrasta con el poco crecimiento del mercado laboral de nuestro país²⁷.

²⁷ Colombia, un país que produce periodistas por ‘montones. En: *El Nuevo Siglo*.

De todos modos, por amor a la profesión, debemos decir que se siente un alivio por el peso de su historia. Peso que hace que mientras unos profesionales sean absorbidos por un modelo que permeó la mayoría de medios de comunicación tradicionales en el mundo, otros –muy valientes y emprendedores– se dediquen a montar sus propios medios en defensa de la calidad e independencia del oficio, con la ética, la vocación y la pasión intactas.

Por este prestigio, conservando todos los ideales del oficio, los programas de comunicación social y periodismo deben contribuir a que los profesionales del mañana tengan claro que el contenido periodístico está por encima del manejo de las herramientas y plataformas para difundirlo. Por eso, García Márquez dijo: “Primicia es el primero quien lo cuenta bien”. También lo señaló Ismael Nefría sobre la reinención de *The New York Times*: “Importa más la calidad que la cantidad si se quiere ofrecer un producto de gran valor a la audiencia” (2017).

No se trata de satanizar la polivalencia, ni de afirmar que debemos ser *outsiders*, negándonos a aprender el uso de múltiples herramientas y plataformas. Todo lo contrario: estas son cada vez más útiles, siempre que no generen dependencia para contar una buena historia. Carmela Ríos, especialista en movilidad del periodismo opina que debemos matar al mito del periodista orquesta²⁸. Según ella: “Estamos en la era de la conjunción de herramientas narrativas. Ahora toca poner orden y sensatez”²⁹.

Tampoco es que cada periodista deba crear un medio independiente porque, en esa ruta, también puede caerse en la precarización, como lo señala Josep Ruis Carles, en el libro *Periodismo en reconstrucción*:

En los medios emergentes impulsados por periodistas existe el riesgo de la llamada “autoexplotación”. Estos medios tienen muchas dificultades para financiarse y, en la práctica, la fórmula para capitalizarlos consiste en un trabajo muy intenso a cambio de muy poco. Al menos, en este caso, si el medio se consolida, la precariedad puede ser temporal y obtenerse la recompensa de haber gene-

28 <https://carmelarios.com/2014/06/16/matar-al-periodista-orquesta-y-otras-cinco-reflexiones-para-seguir-en-la-brecha/> Consultado por última vez, julio 28 de 2017.

29 <http://www.clasesdeperiodismo.com/2017/05/25/carmela-rios-de-el-mundo-el-periodismo-movil-es-mas-social/> Consultado por última vez, julio 28 de 2017.

rado un puesto de trabajo estable y pagado dignamente. Y mientras se llega a este objetivo, argumentan muchos periodistas, “como mínimo tenemos claro que nadie se está aprovechando de nuestra precariedad” (2016).

DOS ANÉCDOTAS PARA FINALIZAR

Por este estado actual del oficio, hay un enorme desánimo en los periodistas y muchos nos preguntamos si debemos seguir ejerciendo el oficio, o si es necesario encontrar una alternativa laboral que lo sustente. Esto se explica mejor en el libro *Periodismo en reconstrucción de Josep Carles Rius*.

Una encuesta del Col·legi de Periodistes de Catalunya refleja el estado de ánimo de los periodistas. La mitad de los encuestados se sienten “explotados” y un 25% confiesa que la lucha a diario es contra la sensación de fracaso. La encuesta está basada en preguntas formuladas a 152 periodistas colegiados en Cataluña, que han tenido que contestar a cuestiones como: “Si tuvieras dieciocho años, ¿volverías a estudiar periodismo?”. Los resultados reflejan que la profesión está valorada en un 3,99 sobre 10 y que la credibilidad que ofrecen los medios a los propios profesionales que trabajan en ellos no alcanza el aprobado (4,52). El 41,1% de los encuestados no volvería a estudiar la carrera de periodismo. Quizá porque el 36.4% de los periodistas en el momento de realizar la encuesta (finales de 2015) debían compaginar la profesión con otros trabajos para llegar a fin de mes. Tan solo el 63.6% se dedica exclusivamente al periodismo. Otros datos que reflejan de forma inequívoca la actual situación de crisis son, por ejemplo, que el 76,4% de los periodistas no ejerce la profesión de la manera que les gustaría, o que el 20,7% trabaja total o parcialmente cobrando en negro (2016).

Pienso en mis compañeros de pregrado. Sé que la gran mayoría están insatisfechos con el oficio, no porque lo deploren, sino por la poca oportunidad que tienen de conseguir un trabajo en el que puedan hacer un periodismo que les guste. Pero finalmente aceptan los trabajos que encuentren por miedo al desempleo, también enemigo de la independencia. Volviendo al libro de Rius Carles (2016):

La proletarización del periodista es un hecho incuestionable. La precariedad laboral contribuye a que muchos periodistas se vean obligados a aceptar situaciones impropias de su oficio, a ser considerados como una pieza más de una empresa, que les sirve para obtener un salario, lo que afecta a su propia identidad profesional. Y otra consecuencia del miedo: muchos periodistas están pendientes de si serán los próximos en ser despedidos y en esa circunstancia es difícil plantearse la esencia de su profesión. Cuando hay que sobrevivir no es fácil pensar en el periodismo en mayúscula. Y de aquí a la autocensura solo hay un paso. El miedo al despido puede llevar a la docilidad. La precariedad y vulnerabilidad del empleo son enemigos de la independencia.

Una colega que vive hace muchos años en Bogotá, en representación de uno de los medios más tradicionales del país, me llamó preguntando por recomendados para un trabajo. El medio ofrecía una asignación durante seis meses en un proyecto periodístico en el Amazonas.

–Ese trabajo lo quiero para mí– le dije a la colega.

–No, están buscando a un periodista junior, recién egresado, que sea multitarea y que esté dispuesto a vivir en el Amazonas durante seis meses, pagar su seguridad social y ganarse menos de 2 millones de pesos. –respondió la colega.

Pese a lo precario de la oferta, le recomendé tres colegas, recién egresados, y desempleados. Intuía que estarían interesados en la aventura de la selva. Es indudable que no toda la culpa de la situación actual de la precarización la tiene el capitalismo; parte recae sobre nosotros mismos.

Sobre corresponsales de guerra en Siria, se narra en *Periodismo en reconstrucción*:

Antonio Pampliega, José Manuel López y Ángel Sastre, tres reporteros *freelances*, estaban secuestrados en Siria en el momento de culminar este libro, en abril de 2016. Habían sido vistos por última vez el 11 de julio de 2015 en la ciudad de Alepo, bajo el control del Frente Al Nusra, la filial de Al Qaeda en Siria. Menciono sus nombres como homenaje a su trabajo. A su valor. Y cuento su historia

porque refleja el estado de la profesión periodística en España. Ángel Sastre había dicho dos años antes de su secuestro: “Yo vengo porque quiero, bajo mi responsabilidad. Si me secuestran no voy a estar llorando porque no tengo seguro. Pero, por favor, gerifaltes de los grandes medios españoles, compren el material a un precio justo si es bueno”. Cobraban menos de 50 euros por las piezas que conseguían mandar desde el frente de guerra. Dependían únicamente de sí mismos. Sin seguro, cobraban a los noventa días de intemperies y desplazamientos (Carles Ruis, 2016).

Visto así, no hay estados perfectos para ejercer el oficio, pero sí modos críticos e ingeniosos de afrontar su devenir, sea venturoso o no. Siempre que exista vocación y respeto por el oficio, los periodistas nos adaptaremos bien a los cambios (como siempre lo hemos hecho) y daremos respuesta a los desafíos que cada día nos impone el desarrollo tecnológico. Al fin de cuentas, lo que importa es salvaguardar los ideales del oficio y trabajar por los intereses del ciudadano del común, lo cual no podría pasar si nos volvemos esclavos del “desarrollo”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agorapulse. (s.f.). *Agorapulse*. Obtenido de Agorapulse.com: www.agorapulse.com/es/
- Barrios Rubio, A. y. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles del periodista. *Anagramas*, 221-238.
- Behar, N. y. & Navarrete, P. (2017). *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación*. Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Behar, O. (2016). Memoria en blanco y negro: ¿abusos de la memoria? En C. d. Redacción, *Pistas para narrar la memoria* (pág. 204). Bogotá: Consejo de Redacción (CdR).
- Bentley, E. (s.f.). *otranscribe*. Obtenido de otranscribe: <http://otranscribe.com/>
- Bradshaw, P. (2013). *Scraping for Journalists: How to Grab Data from Hundreds of Sources, Put it in a Form You Can Interrogate and Still Hit Deadlines*. British Columbia: Leanpub.
- Carles Ruis, J. (2016). *Periodismo en reconstrucción. De la crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente y libre*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2012). Informe Basta Ya. En C. N. Histórica, *Informe Basta Ya*. Bogotá: CNMH.
- De Alzaga, P., & Pastor, E. (5 de Mayo de 2000). *El Mundo (España)* . Obtenido de <http://www.elmundo.es>: http://www.elmundo.es/navegante/2000/05/05/ailofiu_virus.html
- Díaz, C. A. (04 de Febrero de 2011). Casi el 75% de la población mundial tiene un teléfono móvil . *Enter*, págs. <http://www.enter.co/cultura-digital/negocios/casi-el-75-de-la-poblacion-mundial-tiene-un-telefono-movil/>.
- Edo, C. (2002). Información e interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11 de septiembre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 71-86.
- Espiritusanto, Ó. & Rodríguez, G. P. (2011). *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación* . Barcelona: Ariel, S.A.
- FNIP. (30 de 07 de 2018). *fmpi*. Obtenido de Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo iberoamericano: <http://especialgabo.fnpi.org/las-ideas-de-gabo/el-mejor-oficio-del-mundo/>

- Galván, E. R. (2016). Libertad de expresión e Internet. En E. R. Galván, *Libertad de expresión e Internet* (pág. 46). Argentina: Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa (SADIO).
- García Avilés, J. A., & Ramón, S. (2008). Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. Actas y memoria final : Congreso Internacional Fundacional AE-IC, Santiago de Compostela.
- García Márquez, G. (1996). El mejor oficio del mundo. *52a. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa* (pág. 8). Los Ángeles: Sin Editorial.
- Gómez Polo, G. (1 de Diciembre de 2015). Un cerebro a la vez: los riesgos del 'multitasking'. *El Espectador*, pág. Educación.
- Herrán, M. T., & Restrepo, D. (2005). *Ética para Periodistas*. Bogotá D.C. : Norma.
- Herrero, G. F., Álvarez, N. A., & López, O. M. (2011). Revista Latina de Comunicación Social, en la red social Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 526 - 548.
- Herreros, C. M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información . *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 345-361.
- <https://feedly.com>. (s.f.). *feedly*. Obtenido de feedly.com: <https://feedly.com>
- Hunter, L. M. (2013). *Manual de periodismo de investigación*. Montevideo, Uruguay: UNESCO.
- ICFJ. (s.f.). *Securereporter*. Obtenido de securereporter.org/: <https://securereporter.org/>
- Inc., C. (s.f.). *crunchbase*. Obtenido de [crunchbase.com: www.crunchbase.com/organization/tweetfeel](http://www.crunchbase.com/organization/tweetfeel)
- Inc., E. (s.f.). *Emarketer*. Obtenido de [emarketer.com](http://www.emarketer.com) : www.emarketer.com
- Inc., G. (s.f.). *Google Display Planner*. Obtenido de Google Display Planner: https://ads.google.com/intl/es_CO/home/
- Inc., G. (s.f.). *Support.google*. Obtenido de [support.google.com: https://support.google.com/webmasters/answer/93713?hl=es](https://support.google.com/webmasters/answer/93713?hl=es)
- Inc., h. (s.f.). *Hootsuite*. Obtenido de [hootsuite.com: https://hootsuite.com/es/](https://hootsuite.com/es/)
- Jiménez, D. R. (30 de 07 de 2018). *Por una poética del bucle en la era de la Comunicación universal*. Obtenido de <http://estetica.uc.cl>: http://estetica.uc.cl/images/stories/librovsimposio/04_roman%20dominguez.pdf
- Joseph, B., Joseph, I., & Frese, D. (s.f.). <https://www.pexels.com/>. Obtenido de <https://www.pexels.com/>: <https://www.pexels.com/>

- Konrad Adenauer Stiftung. (2014). *El boom del fact checking en América Latina*. Konrad Adenauer Stiftung.
- Ltd, W. W. (s.f.). *onlinenewspapers*. Obtenido de onlinenewspapers.com: <http://www.onlinenewspapers.com/>
- Martínez, T., & Mario, C. (Mayo 2011). *Informativo Móvil Noticias*. Obtenido de Facebook : <https://www.facebook.com/Informativo-M%C3%B3vil-Noticias-219003971447597/>
- Nafría, I. (2017). *La reinención de The New York Times. Cómo la “dama gris” del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Austin: Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.
- Navarrete, P., & Behar, O. (2017). Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación. En P. Navarrete, & O. Behar, *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación* (pág. 100). Cali: Universidad Santiago de Cali.
- OCCRP. (s.f.). *Personadeinteres*. Obtenido de personadeinteres.org/ : <https://www.personadeinteres.org/>
- Project, O. C. (s.f.). *Investigativedashboard*. Obtenido de investigativedashboard.org: <https://investigativedashboard.org/>
- Quantcast. (s.f.). *quantcast*. Obtenido de [quantcast.com](https://www.quantcast.com/): <https://www.quantcast.com/>
- Ramón, S. (2008). Salaverría Ramón ; García Avilés José Alberto. En S. Ramón, *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo* (pág. 32). Barcelona : Tripodos.
- Sabando, D. D. (30 de julio de 2018). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de [repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21123/1/Sabando%20Diaz%20Diana%20Carolina.pdf): <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21123/1/Sabando%20Diaz%20Diana%20Carolina.pdf>
- Salamanca, N., Sierra, J. L., & Huertas, C. E. (30 de julio de 2018). *El periodista de investigación latinoamericano en la era digital*. Obtenido de [www.connectas.org](https://www.connectas.org/RECURSOS/manual_de_periodismo_IC-FJ-CONNECTAS.compressed.pdf): https://www.connectas.org/RECURSOS/manual_de_periodismo_IC-FJ-CONNECTAS.compressed.pdf
- Salaverría, R. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 31-47.
- Salaverría, R., & Sancho, F. S. (30 de 07 de 2018). *Del papel a la Web*. Obtenido de [dadun.unav.edu](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf): https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf

Schmidt, R. (11 de Diciembre de 2013). *abc (España)* . Obtenido de <https://www.abc.es>: <https://www.abc.es/internacional/20131211/abci-periodista-capturo-selfie-obama-201312112204.html>

talktyper. (s.f.). *talktyper.com*. Obtenido de talktyper: <https://talktyper.com/es/index.html>

Toffler, A. (1972). *Future Shock* . New York : Random House.

Unesco, F. y. (2009). *Informe Final del proyecto: Mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe (2009)*. Lima: Felafacs y Unesco.

Union Metrics, a. T. (s.f.). *tweetreach*. Obtenido de tweetreach.com: <http://tweetreach.com>

Martínez-Valerio, Lizette, Estrategias de promoción turística a través de Facebook. Palabra Clave [en línea] 2012, 15 (Agosto-Sin mes): [Fecha de consulta: 10 de septiembre de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923562006>> ISSN 0122-8285

Verdad Abierta. (18 de noviembre de 2012). *www.verdadabierta.com*. Obtenido de www.verdadabierta.com: <https://verdadabierta.com/el-origen-1953-1964/>

LA INVESTIGACIÓN NARRATIVA EN EL NUEVO PERIODISMO: LA HISTORIA DEL QUESO PAIPA

Libia Carolina Pinzón Camargo

Luis Enrique Albesiano Fernández



LA INVESTIGACIÓN NARRATIVA EN EL NUEVO PERIODISMO: LA HISTORIA DEL QUESO PAIPA

Libia Carolina Pinzón Camargo

Universidad de Boyacá. Tunja, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0002-0488-1402>

Luis Enrique Albesiano Fernández

Universidad de Boyacá. Tunja, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0002-3169-3634>

INTRODUCCIÓN

Este escrito permite identificar las narrativas en torno al Queso Paipa como patrimonio identitario en la zona rural del municipio de Boyacá del mismo nombre. El enfoque descriptivo permite el empleo de técnicas como la entrevista semiestructurada y la observación no participante, que mantienen una correlación con las prácticas del periodismo narrativo; la recolección de información se da través de los relatos que cuentan las personas sobre sus vidas y las vidas de otros. Las fuentes donde se albergan dichos relatos son entrevistas, cartas, autobiografías e historias orales.

Este ejercicio permite la aplicación de técnicas de investigación y a su vez de formas narrativas, que le permiten al periodismo acercarse de una manera más cercana a los personajes que desarrollan la historia. A su vez, es un proyecto donde también se trabaja la construcción

Cita este capítulo

Pinzón Camargo, L. C. y Albesiano Fernández, L. E. (2018). La investigación narrativa en el nuevo periodismo: la historia del Queso Paipa. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 165-176). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.10>

de memoria histórica, en este caso de tradiciones culturales de una región y una comunidad.

Este texto hace parte de la revisión teórica y los resultados parciales de una investigación que surge a partir del interés de trabajar con una comunidad en un contexto real, y así desarrollar el quehacer de dos comunicadores sociales (desde los relatos audiovisual y escrito) interesados en salvaguardar las tradiciones de los boyacenses.

En las facultades de Comunicación Social, el periodismo narrativo se identifica como un estilo o forma de contar los hechos que supera el esquema de la pirámide invertida y deja atrás el cuestionado concepto de objetividad de los medios. Muchos literatos y periodistas han visto en esta forma de relato la posibilidad de contar los hechos desde un enfoque más humano, más sensitivo. De acuerdo con Nieto (2007), citado por Pinzón (2013, p. 17), los temas de reflexión para quienes se inscriben en esta corriente, denominada: “Nuevo Periodismo, Periodismo Literario, Literatura de hechos, Periodismo Personal, Paraperiodismo o Literatura de no ficción, están relacionados con el estilo, el trabajo de campo, la interpretación y la ética”, aspectos fundamentales para poder armar una composición que se ubique en las líneas de la narración y la información. Un aspecto propio del periodismo narrativo, es la búsqueda de temas en lo cotidiano; Norman Sims, profesor de periodismo de la Universidad de Massachusetts, y estudioso del tema argumenta:

Las historias cotidianas que nos hacen penetrar en la vida de nuestros vecinos solían encontrarse en el mundo de los novelistas, mientras que los reporteros nos traían las noticias de lejanos centros de poder que a duras penas afectaban nuestras vidas. Los periodistas literarios reúnen las dos formas. Al informar sobre las vidas de las personas en el trabajo, en el amor, o dedicadas a las rutinas normales, confirman que los momentos cruciales de la vida diaria contienen gran dramatismo y sustancia. (Sims, 2009, p. 12).

A partir de lo anterior, se da el interés por querer vincular este estilo de periodismo con la investigación científica, por tal razón se emplea la investigación de tipo narrativo, que se ubica en el enfoque cualitativo y

que comparte intereses con el paradigma sociocrítico e interpretativo, para llevar a cabo este proyecto en el municipio de Paipa, departamento de Boyacá. Allí, algunos de sus pobladores se han dedicado toda la vida a producir el Queso Paipa, un producto representativo de la gastronomía del departamento, una comida ancestral que referencia los pensamientos, costumbres e ideologías de los habitantes de la zona rural de seis veredas de Paipa. Sus relatos en torno a la elaboración, consumo, producción y comercialización del queso los definen, identifican y enorgullecen, como lo evidencian en sus relatos.

Detrás de la elaboración y la producción del queso se han tejido diversas historias que aún no se conocen y, en otros casos, se han perdido porque sus protagonistas ya han muerto o sus hijos y/o familiares han migrado a ciudades como Bogotá o Bucaramanga y ya no habitan en la región. La historia y la representación de este producto ha heredado factores identitarios para los paipanos; por lo que desde la investigación social en la disciplina de la Comunicación se ve la importancia de recoger esas narrativas para conocerlas y ponerlas a circular entre la misma comunidad y que de allí puedan darse a conocer en otros escenarios y otras generaciones.

Además, como investigadores vemos la necesidad de contar estos relatos desde las voces de sus protagonistas, porque si bien el producto no es del todo desconocido en el entorno regional y en el país, lo que se conoce de este elemento de la cocina boyacense es más desde el ámbito comercial o turístico. Dar la oportunidad a esas otras voces garantiza, de cierta manera, identificar los valores sociales y culturales que desde tiempos atrás se han tejido alrededor de este producto.

En tal sentido, construimos la pregunta problema: ¿cuáles son los relatos en torno al Queso Paipa que reflejan el carácter identitario de esta población? Para dar respuesta a la pregunta y al objetivo del proyecto, desde lo metodológico se estrecha la relación entre investigación narrativa y Nuevo Periodismo.

Investigar con los relatos de las personas contribuye a comprender, por ejemplo, cómo construyen las identidades, qué sentido dan al cuerpo en sus vidas y qué papel juega la educación en todo ello. Por esta razón, Denzin (2003, p. 11) ha sugerido que vivimos en el momento de la narración. Está produciéndose el giro narrativo en las

ciencias sociales... Todo lo que estudiamos está dentro de una representación narrativa o relato. De hecho, como académicos somos narradores, relatores de historias sobre las historias de otra gente. Llamamos teorías a esas historias.

Desde las ciencias sociales, quienes hacen investigación de tipo cualitativo han mostrado su interés, cada vez más creciente, hacia la sociedad y sus relatos porque, de acuerdo con Polkinghorne (1995, p. 5), la narración es “la única forma lingüística adecuada para mostrar la existencia humana como acción contextualizada. Las descripciones narrativas muestran que la actividad humana es una implicación en el mundo con propósito”. El Nuevo Periodismo no está lejos de lo que afirma Polkinghorne, algunos teóricos de este estilo coinciden en sus recomendaciones a la hora de hacer la reportería.

Según Tom Wolfe (2006), las características de una pieza del nuevo periodismo están relacionadas con una arquitectura basada en el uso de escenas, como se haría en un cuento o novela. Los diálogos son completos, tomados de documentos o recordados por los involucrados en los hechos, variedad de puntos de vista, desde primera a tercera persona, hay presencia de detalles sobre los hábitos, gestos, peculiaridades, que distinguen a los individuos, las sociedades y las subculturas.

En cuanto al ejercicio de reportería, Martín Caparrós (2016, p. 63) señala algunas ventajas y actitudes sobre el encuentro con el otro, que muchas veces es uno mismo, y cómo ese encuentro nos conduce a identificarnos y nos revela.

Mirar, escuchar: ponerse en modo esponja. Nunca deja de maravillarme el privilegio de que las personas me cuenten sus historias, sus vidas, nunca deja de sorprenderme la cantidad de cosas que tantas personas pueden contarte si te ven dispuesto a escucharlas. Hay pocas cosas que las personas quieran más que alguien que los escuche; no hay ninguna que nos sirva más que sentarnos, tener paciencia y escucharlos. Horas si es necesario, días: escucharlos.

Al contrario del periodismo tradicional, los periodistas literarios son exactos en lo que escriben, dan vida a los personajes en el papel y los presentan en una cultura real y cercana a la vida cotidiana. “La fuerza

central del periodismo literario reside en la inmersión, la prosa concreta, la exactitud y el simbolismo” (Angarita, 2001, p. 31).

De los elementos que se deben tener en cuenta para reportear una historia e imprimirla con el sello literario, escribe Juan José Hoyos en el texto *Escribiendo historias, el arte y el oficio de narrar en el periodismo* (2007, P. 14), en el que recomienda: El tiempo no será un dato, será el hilo para tejer la historia, la tensión constituirá el secreto para lograr que el lector siga leyendo alentado por la pregunta: ¿qué va a suceder?, la historia deberá llegar a uno o varios clímax, para que la trama tire hacia adelante, los personajes no se asociarán sólo a un nombre, tendrán una identidad; el espacio será un ambiente completamente detallado que funcione como marco para los hechos; los sucesos no se enumerarán, acaecerán frente a los ojos del lector mediante la construcción de escenas y secuencias; el contexto permitirá comprender el hecho principal y el narrador hablará desde un punto de vista particular.

No se obtuvieron resultados en rastreo acerca de los antecedentes de trabajos investigativos relacionados con el Queso Paipa como patrimonio identitario, si bien porque es un tema inexplorado, aún para muchos, el queso no es considerado patrimonio y solo se estudia su producción y comercialización desde disciplinas como administración de empresas, bacteriología, química o biología; no hay un interés por el quehacer y forma de pensar de la comunidad.

Investigar acerca del Queso Paipa desde la narrativa es urgente y necesario, en la medida que es un tema inexplorado. El estado de arte arrojó que sería la primera investigación que se deriva de la temática, lo que da vía libre para recopilar y divulgar, a través de códigos orales, escritos y visuales, la historia del Queso Paipa como patrimonio identitario en la zona rural de este municipio.

ANTECEDENTES, COMUNIDAD E INVESTIGACIÓN

El Queso Paipa es un producto gastronómico propiamente colombiano, que por años ha sido un alimento esencial en la mesa de las familias paipanas y algunas ciudades cercanas; gracias a la patente otorgada por la Superintendencia de Industria y Comercio en 2012,

denominándole “Queso Paipa”; sin embargo, no ha ido más allá de la parte comercial y turística. Por ello, esta investigación apunta a la posibilidad de contar qué hay detrás de su producción, las historias que con el tiempo se han ido perdiendo. También es importante reconocer la relación que existe entre la identidad de este pueblo y un producto específico de su gastronomía, para así a través de la convergencia de narrativas validar cómo los quehaceres en torno al Queso Paipa han dado carácter a esa identidad cultural y social.

Este proyecto vincula a habitantes y productores de seis veredas del municipio de Paipa: Peña Amarilla, Quebrada Honda, Venta de Llano, Caños, Toibita y el Volcán; si bien estas veredas no guardan una proximidad geográfica, sí comparten dentro de sus tareas y oficios la producción del Queso Paipa. En la etapa diagnóstica de la investigación, quedó en evidencia el desconocimiento de estas comunidades frente al hecho de compartir unos saberes y tradiciones; a pesar de hacer parte del mismo municipio, y de desarrollar una misma actividad no se reconocen como unidad.

Siempre será gratificante dar una mirada a otros lugares que hacen parte de nuestra cultura, que nos simbolizan y que a la vez pueden mostrar elementos para entender nuestras costumbres y modos de vida. La gastronomía para los boyacenses no solo es significativa porque representa ingresos económicos para algunas familias, el tema gastronómico en este departamento es trascendental desde su cultura y prácticas ancestrales.

Es válido mencionar a manera de argumento, el creciente interés del Ministerio de Cultura de Colombia, por adelantar investigaciones relacionadas con la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de nuestro país. Desde allí se reconoce que la gastronomía es una de las formas de representación de la identidad, que tiene una fuerte carga hereditaria, y fortalece y representa los modos de vida y de convivencia de un grupo social.

La identidad de un grupo humano está estrechamente ligada a sus hábitos alimenticios. La cocina y el consumo de los alimentos es quizá el principal generador de espacios de socialización de las personas. Las tradiciones culinarias y alimenticias, como patrimonio cultural, son colectivas, es decir, pertenecen o identifican a un grupo social

particular (colectividad/comunidad) y se transmiten de generación en generación como un legado, tradición cultural o parte de la memoria colectiva. La importancia del legado cultural culinario, también puede estudiarse desde las comunidades migrantes que valoran, recuerdan y recrean las tradiciones culinarias como un elemento de su identidad y unidad simbólica a una región o localidad. En otras palabras, la comida es una marca indeleble de identidad cultural. (Ministerio de Cultura, 2012. P. 18).

Las cocinas tradicionales están llenas de historia, sentido y símbolos que de acuerdo a cada región, comunidad o grupo étnico, generan un profundo efecto cultural de identidad y pertenencia. Estas valoraciones hacen que las tradiciones culinarias sean consideradas como un patrimonio que debe ser reconocido, transmitido y salvaguardado en beneficio de las generaciones presentes y futuras.

Desde el aspecto profesional, hablar de narrativas y convergencia de los códigos en comunicación siempre será necesario; esta investigación le apuesta al código audiovisual, escrito, oral y visual, lo que permite que muchas personas participen y aporten una amplia muestra de relatos para determinar esos elementos identitarios que se pretenden reconocer, también posibilitará la circulación de esas narrativas para que se conozca y se valore el trabajo de esta población.

REFLEXIONES FINALES

Es de reconocer en esta investigación el empleo de la técnica narrativa, que en investigación se ha aprovechado en áreas como educación y psicología, pero que en las facultades de comunicación social de Colombia es un tipo de investigación poco explorado; en el programa de Comunicación de la Universidad de Boyacá reconocemos la cercanía que existe entre el periodismo y la literatura, lo que permite hacer un trabajo prolijo de reportería, haciendo visibles todos los aspectos que rodean la producción del Queso Paipa. Según Hernández Sampieri (2006), “los diseños narrativos pueden referirse: a) toda la historia de un individuo o grupo, b) un pasaje o época de dicha historia de vida o c) uno o varios episodios”. (p. 702).

Desde lo teórico advertimos cómo se vinculan periodismo y sociedad, periodismo y narrativa, periodismo y convergencia de diferentes códigos (audiovisual, escrito, visual y oral); cómo desde la comunicación social y el periodismo se construye un puente con la sociedad para obtener un bien común, permitiéndoles a ellos conocer y visibilizar su cultura y a nosotros, como investigadores, encontrar material interesante que nos permita desarrollar nuestra profesión.

En este tiempo de transformación que vive Colombia, cuando muchos de los problemas que surgirán tienen que ver con las identidades, las subjetividades y las emociones, la investigación narrativa posee un gran potencial para explorarlos. Abordar temas relacionados con la identidad es interesarse por las características, ideas y comportamientos comunes que comparte un grupo social, quienes han heredado, y en otras circunstancias, han construido maneras y conductas para relacionarse entre sí. La identidad está relacionada con los valores, lo simbólico y las creencias que se comparten, y esto ayuda a los individuos a cimentar un sentimiento de pertenencia a su grupo social y los diferencia de otros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, S., y Arias A. Investigación Narrativa: Apuesta metodológica para la construcción social de conocimientos científicos. *Revista CES Psicología*, 8 (2), 171-181.
- Angarita, A. (2001). *Manual de redacción y estilo, una herramienta de utilidad para la prensa alternativa y las publicaciones democráticas y populares*. Bogotá: Voz.
- Bettendorff, E. (2002). *El relato audiovisual. La narración en el cine, la televisión y el video*. Argentina: Longseller.
- Cohen, C. (1995). *Teoría Narrativa. Aproximaciones. Lecturas del texto*. México. Recuperado de <http://www.lpimentel.filos.unam.mx/sites/default/files/textos/teoria-narrativa.pdf>
- Denzin, N. (2003). Foreword: narrative's moment. En M. Andrews, S. Sclater, C. Squire y A. Treacher (Eds), *Lines of narrative*, (p.p. xi-xiii). Londres: Routledge.
- Hoyos, J. J. (2007). *Escribiendo historias, el arte y el oficio de narrar en el periodismo*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Lindón, A. (1999). *Narrativas autobiográficas, memoria y mitos: una aproximación a la acción social. Economía Sociedad y Territorio*. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/>
- Mendoza, J. (2004). *Formas del Recuerdo. La memoria Narrativa*. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/537/53700616.pdf>
- Ministerio de Cultura de Colombia (2012) Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia. Bogotá: Ministerio de cultura. Dirección de Patrimonio.
- Moreno, M. (16 de septiembre 2013). Teoría de Gerard Genette. [Mensaje de un Blog]. Recuperada de <https://narrativacontemporanea.wordpress.com/2013/09/16/teoria-de-gerard-genette/>
- Nieto, P. (2007). *Presentación Escribiendo historias, el arte y oficio de narrar en el periodismo*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Pinzón, L. (2013). Periodismo Narrativo: Modalización del discurso informativo. *Quaestiones Disputatae*, (12), 13-30
- Polkinghorne, D. (1995). Narrative configuration in qualitative analysis. En J. Hatch y R. Wisniewski (Eds), *Life history and narrative*. Londres: Falmer press, 5-23.

- Santacana, J y Martínez, T. (2013). Patrimonio, identidad y educación: Una reflexión teórica de la historia. *Educatio siglo XXI*, 31 (1), 47-60.
- Sampieri, H., Fernández C. Y Baptista P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México D.F. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Sims, N. (2009). *Los periodistas literarios o el arte del reportaje personal*. Bogotá: Aguilar.
- Sparkes, A. y Dévis, J. (2007). Investigación narrativa y sus formas de análisis una visión desde la educación física y el deporte. En: *Educación y Sociedad*. (pp. 1-13).

SER PILO PAGA: LOGROS DE UNA EXPERIENCIA CON EL PERIODISMO CONVERGENTE

Joaquín Alonso Gómez Meneses

Lida Ximena Tabares Higueta

Edwin Alexander Amaya Vera

SER PILO PAGA: LOGROS DE UNA EXPERIENCIA CON EL PERIODISMO CONVERGENTE

Joaquín Alonso Gómez Meneses

Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0002-0964-7965>

Lida Ximena Tabares Higueta

Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia

 <https://orcid.org/0000-0003-2865-5079>

Edwin Alexander Amaya Vera

Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia

INTRODUCCIÓN

Apoyada en las dimensiones del concepto de convergencia y en las reflexiones de la investigación en torno al periodismo universitario, esta reflexión recoge la experiencia de un informe especial sobre el programa Ser Pilo Paga, realizado por profesores y estudiantes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín y su laboratorio Contexto.

A partir de un análisis del desarrollo y de los resultados de esta indagación, los autores enuncian reflexiones que pueden convertirse en aportes significativos a la discusión sobre la importancia del periodismo universitario en las dinámicas curriculares de las escuelas de comunicación y periodismo, y las perspectivas de cambio hacia las que están llamadas en el contexto de la inclusión social y pedagógica de los actuales tiempos.

Cita este capítulo

Gómez Meneses, J. A.; Tabares Higueta, L. X. y Amaya Vera, E. A. (2018). Ser pilo paga: logros de una experiencia con el periodismo convergente. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 177-189). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.11>

El texto retoma la experiencia de la publicación *Contexto*, como punto de partida para la experiencia pedagógica y el trabajo con los estudiantes del proyecto Ser pilo paga.

Desde que nació *Contexto*, en 1968, este medio universitario se ha posicionado como un espacio de proyección para los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín. A inicios del año 2000, teniendo los contenidos impresos como base, se buscó llegar a la web, para aumentar las posibilidades de proyección y de exploración de nuevas narrativas.

Tomando como plataforma de difusión el espacio digital que la Universidad proporcionaba en su página web, se empezaron a publicar los primeros contenidos digitales de *Contexto*, respetando la línea editorial del periódico. Con el tiempo, dificultades relacionadas con la necesidad de crear un flujo mayor de contenidos para los dos frentes, tanto impreso como digital, y teniendo en cuenta la incipiente presencia de alta velocidad en la red, y el concepto de poca visibilidad que se tenía acerca de los contenidos digitales, condujeron al estancamiento de la iniciativa web.

Desde el año 2014 se empezó una experiencia que ha buscado concretar planes ideados para hacer de la web una plataforma clave en el periódico. De esta manera, *Contexto* transita hacia una estructura multimedial que amplía las posibilidades para proyectar la producción periodística de los estudiantes, sobre los principios de convergencia y de narración transmedia.

En la plataforma web está dispuesto un *blog* en formato *Wordpress* en el que se pusieron a prueba percepciones básicas en el manejo de la herramienta y sobre los modos adecuados para el ajuste de tiempos y procesos, como flujo continuo del material, tiempos de edición y labores de promoción. Cuando pudimos trasladar el medio a la plataforma *Wix*, se logró desarrollar un espacio cuya estructura refleja aspectos de nuestra línea editorial, desde miradas fundamentales, como por ejemplo, la oferta de contenidos y las rutas por las que se ha querido buscar innovaciones en el periodismo universitario.

Uno de los progresos más notables es que las plataformas abiertas, como *Wordpress* o *Wix*, han facilitado la vinculación de los estudiantes, no solo en temas para la producción de contenidos, sino para la adaptación de los sitios web. La exploración de estos procesos ha hecho que varios proyectos de periodismo universitario sean posibles, gracias a la vinculación de estudiantes que aportan al proyecto periodístico desde el diseño, la arquitectura de la información y especiales informativos.

Estas experiencias han demostrado que las nuevas posibilidades de géneros, formatos y estructuras permitidas por la web se evidencian en nuevas perspectivas para el abordaje de los temas. Una de las principales alternativas que plantea Internet, como escenario periodístico, es el tratamiento en profundidad de un tema a partir de diferentes enfoques desarrollados sobre soportes diversos de la información. *Contexto* ha tomado este direccionamiento como una gran oportunidad para sintonizarse con las inquietudes permanentes de los estudiantes sobre historias de la actualidad, pero sin el contexto suficiente para comprenderlas o reconocer algunas implicaciones y, a partir de ello, poder inferir otras.

¿De dónde sale el tema?

La agenda periodística de los estudiantes es un fascinante objeto de estudio, la característica de los asuntos presentes en ese catálogo universitario es la capacidad que los estudiantes van adquiriendo para interpelar a los testigos del acontecimiento, gracias a la cercanía que van adquiriendo con ellos. Esa lectura, desde nuestra perspectiva docente, la respaldan las apreciaciones de Carlos Mario Correa (2015) acerca del periodismo universitario. La capacidad que el estudiante-periodista tiene para abordar asuntos desde fuentes directas, que sustituyen a las fuentes oficiales, habituales en el repertorio de los periodistas recorridos, puede llegar a ser mayor.

CAMBIOS SOCIALES DERIVADOS DE SER PILO PAGA

Tomando a *Contexto* como laboratorio de periodismo y grupo de interés de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la UPB en Medellín, empezamos a reconocer con nuestros estudiantes las expresiones cotidianas de los cambios sociales derivados de Ser Pilo Paga, un programa gubernamental consistente en el otorgamiento de créditos estudiantiles en universidades acreditadas, cuyos beneficiarios son estudiantes destacados que no tienen los recursos económicos para financiar sus estudios.

La UPB es una universidad que acoge un gran número de beneficiarios de este programa, que opera desde el año 2014 y que coexiste con otros similares como los fondos de Empresas Públicas de Medellín, derivados de las utilidades de ese grupo empresarial de capital público.

Las primeras inquietudes surgieron de los estudiantes de la UPB; querían saber la procedencia de sus nuevos compañeros de clase, y los entornos sociales y culturales que describen sus historias. Así se formó el grupo de periodistas voluntarios de *Contexto*.

En el periódico se encuentran los nuevos miembros de nuestra comunidad universitaria con estudiantes de clase media-alta, procedentes de Medellín, casi todos hijos de egresados de la UPB, con un entorno social, a veces, limitado en el contacto de las dinámicas ajenas a sus núcleos sociales y frente al cual, muchos asumen una actitud disruptiva, en tanto les inquieta todo aquello que ocurre por fuera de su entorno.

Es así como el ejercicio periodístico se convierte en un vehículo de crecimiento personal y profesional, impulsado por motivaciones distintas, determinantes para el trabajo de los profesores que acompañan las búsquedas en los cursos o en un laboratorio creativo como *Contexto*, lo que genera beneficios para nuestra agenda periodística. Sobre esas bases, nuestros estudiantes reconocieron las posibilidades del medio digital para desarrollar un trabajo colaborativo, en profundidad, sobre un tema periodístico de su interés, motivo por el que se sumó al proyecto periodístico de *Contexto* un grupo de profesores interesados en la exploración de los medios digitales.

La coincidencia entre las búsquedas de nuestro laboratorio en los territorios digitales y las de los estudiantes frente a un tema de actualidad y alto impacto, configuraron el escenario motivador para poner a prueba las competencias del docente con las plataformas web. Nos dimos a la tarea de idear y promover un ejercicio periodístico multimedia, convergente, en el que nos encontráramos trabajando en equipo.

LA ARTICULACIÓN DEL TRABAJO

La meta era un proceso y un producto convergentes; reconocer por lo menos una de las dimensiones de la convergencia, considerando lo que Salaverría y Negrodo (2008) plantean, que ésta comprende la empresa periodística, los desarrollos tecnológicos, el ejercicio comunicativo y los perfiles profesionales involucrados en la labor periodística.

Rost y Bergero (2012) retoman estas dimensiones y las aterrizan en las rutinas de producción periodística, al referirse a las convergencias tecnológicas, profesionales y de contenido. Así, la idea del grupo de docentes involucrados era reconocer las implicaciones del sostenimiento de una 'plataforma digital multimedia', como parte de las actividades de nuestra Facultad (como cualquier otra unidad académica similar), desde la que se promuevan periódicamente nuevos ejercicios de este tipo. Creemos que es desde esa perspectiva donde nuestra experiencia hace aportes significativos.

En un proceso que tomó poco más de un semestre académico, se llevaron a cabo reuniones para fundamentar y planificar el proyecto. El primer encuentro lo lideró el profesor Edwin Amaya, con una exposición sobre convergencia. Posteriormente nuevos encuentros permitieron validar la propuesta temática y, al tiempo, comprobar las intuiciones mencionadas previamente sobre la inquietud que originó el tema de trabajo.

Teniendo como base enfoques relacionados con los contenidos de los diferentes cursos involucrados (laboratorio de periodismo, radio II, periodismo III), se elaboraron propuestas de enfoques, estructuras y abordajes que se validaron en reuniones acompañadas por los docentes. Las pocas sesiones de trabajo con el grupo en pleno, sirvieron para

promover mecanismos de colaboración para el acceso a fuentes y datos entre los grupos de estudiantes a cargo, a partir de los cuales se pudieron distribuir las tareas de reportería, en lo que se interpretó como una expresión del sentido colaborativo que se buscaba dar al proyecto.

Los enfoques que se desarrollarían y los productos bajo los cuales se concretarían, se definieron preservando enfoques afines a los cursos involucrados, de modo que se facilitara el acompañamiento de los docentes y que los estudiantes efectuaran sus entregas en coincidencia con el calendario académico, para que las mismas sirvieran como trabajos finales de sus cursos.

Bajo esas condiciones, el material recibido fue revisado por los profesores correspondientes, quienes formularon ajustes y enviaron los productos ajustados para el proceso de edición final, centralizado en la dirección de *Contexto*, desde donde se hizo el montaje del conjunto resultante.

LAS LECCIONES DEL PROCESO

Evidentemente, estas líneas abreviaron un proceso complejo que involucró a cinco profesores, pues aparte de los autores participaron los docentes Adriana Vega Velásquez y Juan Manuel Muñoz Muñoz, y en ciertos momentos casi una veintena de estudiantes interesados. Los tiempos, los ritmos, la cantidad de miembros del equipo, entre otros factores, determinaron depuraciones, cambios de rumbo y, en definitiva, los aprendizajes que dejó la experiencia.

Además de acoplar a los estudiantes en un proyecto de periodismo común, la experiencia supuso un ejercicio de tránsito de la teoría a la práctica que conlleva un reto significativo, considerando los tiempos de producción: los tiempos previos de formulación y concertación del proyecto y los posteriores de edición y montaje, que dejaron poco menos de un mes para la reportería y la elaboración de los productos. Este fue el principal factor que influyó para que la participación de algunos estudiantes y profesores no llegara hasta el fin del proceso. En parte, se debió a la dificultad para reunir al equipo en pleno, por la vinculación de muchos estudiantes a través de los cursos cuyos horarios se cruzaban con los vinculados de manera voluntaria.

Quienes se mantuvieron como parte del proyecto pudieron encontrar nuevas formas del ejercicio periodístico, no solo a partir de los diversos soportes y formatos posibles o de la multiplicidad de abordajes, sino también a partir de las dinámicas de trabajo colaborativo que terminaron dándose, aunque no como se esperaba, entre los miembros del equipo.

Las reuniones con cada uno de los profesores y la interlocución frente a *Contexto* en el proceso final de edición permitió a los participantes comprender también en detalle el tema trabajado, principalmente las realidades diversas bajo las cuales opera Ser Pilo Paga en cada una de las universidades en las que se investigó, que muestran modelos diferentes de trabajo, en cuyos matices, los periodistas universitarios encontraron las historias que convierten en realidades concretas las cifras e indicadores oficiales. Para construir ese relato, también vivieron la experiencia de sortear barreras de la información, propiciadas por las estructuras administrativas y las desconfianzas particulares que persisten entre tomadores de decisiones a todo nivel dentro de las mismas universidades, frente al rigor y alcance del periodismo que hacemos con los estudiantes.

A partir de lo anterior, se reconoce la importancia del camino recorrido. El modo en que se concretaron los planes, los imprevistos y los resultados aportan lecciones valiosas que validan el periodismo universitario como experiencia formativa. Una evidencia significativa es el caso de los participantes que aprendieron el uso de las redes sociales como herramientas de periodismo, lo que les permitió contar con el testimonio del profesor Moisés Wasserman, ex rector de la Universidad Nacional de Colombia, que se unió a los de rectores de otras Universidades como EAFITy la Católica Luis Amigó; el vicerrector académico de la Universidad Pontificia Bolivariana; los coordinadores de las oficinas de bienestar estudiantil de diferentes instituciones, así como profesores y estudiantes relacionados con este tema.

El conjunto que puede encontrarse en la web de *Contexto*, bajo la sección Especiales³⁰, incluye textos y testimonios audiovisuales articulados con acierto (tres textos escritos, cinco testimoniales en audio y tres mini testimoniales en video), que constituyen un todo en el que hay poca redundancia y mucha complementariedad entre las piezas

30 <http://periodicocontexto.wixsite.com/contexto/especiales>

periodísticas surgidas de los referentes de nuestros estudiantes en su contacto cotidiano con el medio digital, pero sobre todo (como se planteó al inicio de este texto) de sus inquietudes, su deseo de contrastar realidades coexistentes, descubrir el mundo que significa la vida en cada universidad. La publicación de uno de los textos en el periódico permitió presentar a nuestros lectores análogos (los más habituales) nuestro nuevo trabajo en la Red, sobre el cual nos queda la incógnita de una medición detallada: una desventaja propia de los planes gratuitos de las plataformas elegidas para esta prueba de producción periodística digital.

La base del proceso ofrece, de modo más claro, lecciones de las que hay que tomar nota, sobre todo en el saldo pedagógico de la experiencia. Un proceso de planeación más cuidadoso, consensuado y consecuente con las condiciones de trabajo, tiempos y procesos de la Universidad, habría ayudado significativamente a mantener la disposición de docentes y estudiantes. Las fases previas de un proyecto periodístico como este no se pueden subestimar, cosa que tal vez ocurrió bajo la etiqueta de proyecto piloto que se le puso a este ejercicio, basado en la participación voluntaria de estudiantes y docentes.

Esa planeación habría servido para establecer claridades frente a las características precisas del producto esperado. La novedad de la experiencia también nos impactó a los docentes y aunque no se puede menospreciar lo significativo de abrir la propuesta a la discusión y la construcción de los estudiantes, se subestimó la necesidad de orientación que ellos tendrían.

Es paradójico que esa necesidad no se originara en el riesgo de que todo termine en esfuerzos desperdigados, sino en la dificultad para superar esquemas propios de una visión compartimentada del periodismo, transmitida mediante la docencia bajo conceptos de géneros, formatos y estructuras, la cual se convierte en barrera para el acople a una dinámica de concepción y producción convergentes. Frente a ese acartonamiento, surgen como grandes retos la complementariedad de los trabajos y los productos, y la no redundancia de los contenidos.

En esa medida, las expectativas no supieron ajustarse a las posibilidades efectivas de los actores del proyecto, empezando por las herramientas para formular estructuras de contenido en concordancia

con unos criterios básicos relacionados con la calidad de la información, por ejemplo, y con otros complementarios, asociados a las características del soporte de la misma, entre otros. Fueron tal vez demasiados elementos a tener en cuenta, especialmente para quienes habían escogido ser evaluados en sus cursos a partir de su desempeño en el proyecto y, por eso, sentían una presión adicional, a pesar de que los profesores ofrecieron su acompañamiento, además de otras opciones de evaluación, de modo que la participación en el especial no fuera la única alternativa.

El proyecto aportó evidencias del miedo latente entre los estudiantes a buscar información como parte de su ejercicio periodístico, temor de acercarse a las fuentes, de recibir una negativa de ellas, o no entenderla y quedar sin herramientas para continuar su labor. Este fenómeno se oculta bajo la sensación aparente de acceso pleno a toda información que hoy nos rodea, a partir de la presencia cotidiana de Internet y las plataformas digitales.

Combinar ese ejercicio de búsqueda de la información con el manejo adecuado de los diferentes soportes involucrados en el proyecto, fue un reto que pudieron asumir solo algunos de los estudiantes que en principio se comprometieron. Los imprevistos con las fuentes y con los equipos, acentuaron esa sensación, por lo cual cabe la posibilidad de que una planeación que contemple imprevistos y protocolos claros frente a ellos, mitigue los efectos de esa situación de agobio, que también pudo manifestarse en los docentes cuando desestimamos la posibilidad de hacer un ejercicio final de edición y montaje conjunto del producto.

No podemos negar los afanes de la vida universitaria para los profesores. Un proceso como estos debe respaldarse y planearse con incentivos para estudiantes y docentes. Nuestra experiencia piloto también respalda el planteamiento sobre la necesidad de una plataforma de mayor visibilidad, que ofrezca la posibilidad de mediciones y seguimientos precisos (aspecto en el que el periodismo universitario tiene un déficit histórico), con lo cual se revalida la importancia de los sitios web propios, con dominios institucionales que den términos formales a esa visibilidad y se apoyen sobre una estrategia de divulgación que comunique el día a día y movilice a estudiantes y

docentes, producto también de un trabajo que involucre a otras áreas curriculares.

HAY QUE PERSEVERAR

El especial multimedia sobre Ser Pilo Paga es prueba de que se siguen necesitando proyectos modulares como este, con estudiantes de diferentes semestres y áreas. La realidad particular de la UPB es la de un proceso de transformación curricular que se apoya en ejes transversales. La de todas nuestras escuelas de periodismo es similar porque estamos abocados a cambios que derivan de las actuales mutaciones del periodismo. La experiencia piloto de periodismo convergente que tuvimos en *Contexto* nos llamó a superar la formación del periodismo que piensa por separado lo escrito y cuenta con puentes insuficientes hacia otros lenguajes, para buscar vínculos, consonancias, criterios compartidos a la hora de producir información de interés público mediante medios de comunicación, considerando que hoy las convergencias aparecen incluso *offline*.

Esto supone preparar a nuestros estudiantes para formular estructuras de la información que se apoyen en lo que la profesora Ximena Tabares Higueta denomina “recursos complementarios con sentido en sí mismos”, cuando invita a sus estudiantes a salir de las estructuras lineales, advertir la presencia de estructuras hipertextuales en sus hábitos cotidianos, con información de todo tipo, y aprovecharlas para satisfacer su necesidad permanente de comprender lo que pasa a su alrededor.

El ejercicio realizado permitió acercarse a la convergencia de un modo directo en dos de sus dimensiones. Una es la referente a los contenidos, con un resultado acertado, a pesar de tener aspectos a mejorar. Además, las reflexiones que suscita el trabajo también involucran la dimensión profesional, con la particularidad de que aquí hablamos de los retos que se plantean para la formación de perfiles profesionales convergentes.

Estamos en el origen de la cuestión. Es cuando, tangencialmente, aparece una tercera dimensión: la referente a las estructuras organi-

zativas que sirven de plataforma a una labor periodística (narrativa, comunicativa) convergente, en este caso las facultades de comunicación, más específicamente, el funcionamiento de sus estructuras curriculares. Un ejercicio de periodismo convergente resulta adecuado en un escenario que tiende a la transversalidad, la integración y la flexibilidad, como el que se busca en la UPB y que guarda coincidencias con los que se procuran en otras instituciones, según se puede saber por encuentros como los que facilita la Red Colombiana de Periodismo Universitario.

En efecto, la dimensión profesional de la convergencia presenta una interpelación significativa para la universidad a partir de esta experiencia. Por ejemplo, los estudiantes partícipes manifestaron que el ejercicio les permitió entender conceptos de cursos a los que todavía no habían llegado. Como docentes, consideramos que en ello radica el apropiarse de la experiencia de la universidad. Lo que estudiantes y docentes vivimos fue la posibilidad de hacerlo, además, rodeados de las realidades latentes del periodismo de hoy, en concordancia con lo que ha sido y será el papel de la universidad como formadora de futuros profesionales y de cada una de nuestras instituciones como proponente de una idea particular de periodismo desde la cual dialoga con el mundo y en la que prácticas, como la que suscita esta reflexión, deben tener un papel particular.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASTAÑEDA, L (Julio 26 de 2016). *Aquí están los pilos*. En línea. Recuperado de: <http://periodicocontexto.wixsite.com/contexto/single-post/2016/07/26/AQU%C3%8D-EST%C3%81N-LOS-PILOS>
- CORREA, C.M. (2015). *Aprendiz de cronista. Periodismo narrativo universitario en Colombia*. Editorial Universidad Eafit. Medellín, Colombia.
- SALAVERRÍA, R. NEGREDO, S. (2008). *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona, España: Editorial Sol 90.
- SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- ROST, y A. BERGERO, F. (2012). *Periodismo en contexto de convergencias. Publicaciones Facultad de Comunicación Social*. , Argentina: Universidad Nacional de Comahue. Neuquén. Recuperado de: https://www.academia.edu/4225095/Periodismo_en_contextos_de_convergencias

PERIODISMO UNIVERSITARIO EN TIEMPOS DE PAZ Y RECONCILIACIÓN

Pablo Navarrete



PERIODISMO UNIVERSITARIO EN TIEMPOS DE PAZ Y RECONCILIACIÓN

Pablo Manuel Navarrete

Universidad Santaigo de Cali. Cali, Colombia

<https://orcid.org/0000-0003-0349-9110>

INTRODUCCIÓN

El periodismo universitario ha creado un mundo de fenómenos en torno a reportería: expresiones, descripciones, historias, planteamientos y problemáticas que han aportado profundamente en los procesos de descubrir y divulgar los temas relacionados con el poder y han permitido, además, participar en el proceso de perdonar y sanar las mentes y los corazones de la sociedad colombiana.

Parte de ese mundo se encuentra en este documento que se ha organizado en un lenguaje dinámico para reconocer la labor del periodista universitario y, al mismo tiempo, identificar las herramientas que se han empezado a implementar desde las aulas de clase, las organizaciones que promueven el periodismo investigativo y los medios de comunicación, para que los estudiantes de comunicación social se conviertan en actores vivos de lo que hoy ocurre en la ruta al posconflicto.

¿Cuál es el reto del periodista universitario en la travesía de contar las historias poco conocidas acerca del conflicto armado? Escuchar. El periodista-estudiante debe entender que las historias que hoy se cuentan desde los medios universitarios necesitan invitar a la

Cita este capítulo

Navarrete, P. M. (2018). Periodismo universitario en tiempos de paz y reconciliación. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 191-203). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.12>

reflexión y lanzar una mirada a aquellos territorios y comunidades que han sido silenciadas por el conflicto.

Hoy, cuando empiezan a aflorar las historias de la guerra y las víctimas y victimarios quieren narrar el tránsito de sus vidas durante los años del conflicto armado, el periodismo se convierte en una herramienta que disemina las voces de quienes no han sido escuchados dándole paso a un mundo de fenómenos en torno a la reportería: expresiones, descripciones, historias, planteamientos y problemáticas que nacen desde la labor del periodista universitario.

Esos componentes periodísticos han aportado profundamente en los procesos de descubrir y divulgar los temas relacionados con el poder y han permitido, además participar en el proceso de perdonar y sanar las mentes y los corazones de la sociedad colombiana.

Parte de ese mundo del periodismo universitario se encuentra en este capítulo que se ha organizado en un lenguaje dinámico para reconocer la labor del periodista- estudiante y, al mismo tiempo, identificar las herramientas que se han empezado a implementar desde las aulas de clase, las organizaciones que promueven el periodismo investigativo y los medios de comunicación, para que los estudiantes de comunicación social se conviertan en actores vivos de lo que hoy ocurre en la ruta del posconflicto.

¿Qué hay después de la guerra?

Siento que el periodismo universitario es el punto de partida para hacerse preguntas a uno mismo; es la manera en la que podemos cuestionarnos, para construir preguntas que nos nutran como actores vivos del panorama informativo de Colombia y así entender, desde las preguntas, la historia de nuestro país.

Antes, cuando la posibilidad de Paz no existía, la pregunta que siempre me hacía era: ¿Qué habrá después de la guerra? Hoy, cuando he podido hablar con los protagonistas del conflicto armado de Colombia, sé que después de la guerra, lo único que queda es la memoria y esa memoria es el motor que nos da la posibilidad de seguir construyendo paz desde la información.

Los estudiantes-periodistas nos hemos dado el lujo de contar historias reales de Paz. Es un privilegio tener la oportunidad de construir relatos de lo que fue la guerra para entender lo fundamental de la Paz.

La esencia inquieta de los estudiantes nos hace portadores de contenidos diversos, y estos conocimientos aportan herramientas para poder reconstruir el tejido social, para reconstruir esa red que se rompió durante 53 años de guerra. Ese es el ejercicio de no olvidar. Y no olvidar nos convierte en actores vivos de la Paz, pero no significa recordar desde el dolor, significa hacer algo para que la espiral de odio interminable, por fin acabe.

Los periodistas más jóvenes debemos cumplir, permanentemente, un papel de sanar las heridas abiertas, con la información y con la verdad. Debemos abrir caminos para el diálogo y ser consecuentes con lo que está pasando en este momento en nuestro país.

Una de las historias que podría ilustrar con más claridad el tema de la reconstrucción del tejido social es la de Nina Pizarro, la hermana de Carlos Pizarro; ella fue guerrillera del M-19 y se casó con un ex-militar, ambos viven en Guayatá, Boyacá, tienen una empresa que se llama Café Pizarro y entre los dos la lideran.

Esa historia fue publicada en la plataforma de Paz de El Espectador Colombia 2020³¹, lo que puede indicar dos cosas: Primero, que las historias y contenidos de Paz construidos por los estudiantes-periodistas están tocando corazones y renovando las miradas del periodismo universitario y segundo: Que medios de alcance nacional como El Espectador, le están apostando a publicar contenidos estudiantiles, una decisión valiosa, porque les da poder, a nuestra voz y a lo que escribimos.

La firma del Acuerdo de Paz ha hecho que se destapen historias de la Colombia profunda que nadie conocía, para que lleguen a oídos y a miradas que nunca habían tenido contacto con el conflicto colombiano.

Cuando hice una entrevista a uno de los voceros del Estado Mayor de las Farc, con miras a utilizar sus testimonios en la elaboración del

31 https://colombia2020.elespectador.com/jscroll_view_entity/node/1274/full/p1300s-hown

libro *La Paz no se Rinde*³² me preguntó: “¿Por qué Olga Behar trabaja con un joven de 23 años?” Creo que la respuesta es que si los docentes les brindan espacios de confianza a los estudiantes, como Olga lo hace, están generando una oportunidad a las nuevas generaciones de periodistas para que estén a la altura de la Paz.

Las miradas innovadoras en el periodismo, encaminadas a la Paz, destruyen prejuicios, permiten entender el dolor del otro, permiten escuchar la historia del otro. Cada historia de Paz que contamos, nos permite reconocer al otro, seguir adelante y dejar atrás la guerra. Es momento de decir al mundo que en Colombia la guerra se acabó.

La segunda vez que fui a un campamento guerrillero fue en Semana Santa del 2017. Me permitieron entrar a lo profundo del campamento, las armas estaban dispuestas dentro de cada caleta guerrillera, pero ese contraste entre las armas y la risa de ellos, permitía imaginar que la Paz era posible.

El periodismo es la devoción por el otro, es la capacidad que tenemos para dejar atrás todos los prejuicios, las ideas que nos atan a lo absurdo, para ponernos al nivel del otro y llegarle al que nunca hemos escuchado con el corazón, para darle voz con lo que escribimos.

Estando en el campamento guerrillero conocí muchas historias, entre las que destaco dos. Una, es la de Tanja, la guerrillera holandesa. Yo le dije: “*Tanja, la quiero entrevistar*”, ella se quedó mirándome, con pánico, y me dijo: ¿Usted de qué medio es, de Rcn? No, le dije. “Yo vengo de la Universidad Santiago de Cali, soy estudiante y quiero contar su historia”. Ella me dijo: “Está bien”.

El hecho de que seamos estudiantes hace que las mentes que han estado cerradas a los medios comerciales se abran, porque confían en las nuevas generaciones de periodistas, confían en nuestra voz, confían en que la información estará en manos seguras.

Las historias que nos cuentan acerca del enemigo nos permiten humanizar al adversario, y lo podemos comenzar a ver como un ser humano que merece hablar, y ver que realmente se puede contar lo

32 Behar, O. Editorial Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá, 2018.

que ha pasado durante la guerra. Son miradas, de eso se trata esto, de entender desde las distintas miradas.

En tiempos de Paz y reconciliación, la voz de las generaciones más jóvenes puede humanizar al otro, puede construir con los que fueron protagonistas de la guerra la memoria viva del posconflicto. Somos los estudiantes, son los guerrilleros, son las víctimas y el actual gobierno³³, entre otros, los que mantenemos vivo eso que nunca podremos olvidar y que debemos comprender.

Uno de los efectos importantes que ha traído consigo el posconflicto, es que los estudiantes se animan a contar historias de Paz. Cada cosa que hago desde el periodismo es porque creo firmemente que está aportando algo para que las cosas cambien, para que se acabe por fin la guerra, para que se humanice la mirada que tenemos sobre quienes propiciaron los peores horrores durante el conflicto. Es difícil, pero creo que se puede.

Las preguntas son la fuente fundamental en el periodismo universitario, por eso término con una reflexión del escritor colombiano, Mario Mendoza: “Si los militares y el gobierno se pusieron de acuerdo después de 60 años de guerra ¿por qué no es posible construir la paz? Si la paz no se logra, es porque nosotros no lo hemos permitido”³⁴.

Mendoza tiene toda la razón, porque de verdad muchos de los estudiantes que trabajamos fuerte en esto, creemos que estamos construyendo un proyecto de Paz necesario en búsqueda de la transformación de la realidad; estamos construyendo contenidos para la Paz.

EL RASTREO DE LA VERDAD: UN RETO PARA EL PERIODISMO UNIVERSITARIO

Uno de los desafíos que hoy enfrentamos los periodistas en proceso de formación profesional es derribar las barreras de las noticias falsas y escudriñar en el debate público para encontrar las mentiras, o las verdades, que este esconde. Para ello se han creado estrategias

33 Se refiere al presidido por Juan Manuel Santos (dos periodos: 2010-2014 y 2014-2018).

34 <https://www.youtube.com/watch?v=mYeldjC26vQ> (Minuto 16).

de verificación de datos que buscan elevar el costo de la mentira y reconocer el valor de la verdad en las afirmaciones arrojadas por líderes políticos, funcionarios públicos y figuras que hoy representan movimientos sociales.

Una de las apuestas para el rastreo de la verdad que se pueden mencionar es Colombiacheck³⁵, un medio digital –creado por la organización de periodistas de investigación de Colombia Consejo de Redacción– que tiene como propósito verificar frases y datos suministrados por personas vinculadas con el poder.

A continuación, se presenta un reportaje que elaboré partiendo de las herramientas suministradas en el marco del taller de Fact Checking, un laboratorio desarrollado por Colombiacheck durante la primera vuelta de la campaña presidencial de 2018, que se realizó con el objetivo de reunir a estudiantes de comunicación social de diferentes universidades del país para trabajar en la verificación de afirmaciones de los distintos candidatos que estaban en contienda.

EL AGUA QUE LE FALTA AL PACÍFICO

Para condensar todos los datos que aquí se presentan, se recurrió a informes del Banco de la República, artículos de revistas académicas y registros del Dane; es necesario destacar que se detectó, en medio de la realización de este informe, un tremendo rezago informativo frente a los problemas que afectan a las poblaciones del litoral Pacífico, debido a la falta de agua potable.

El candidato de la Colombia Humana, Gustavo Petro, afirmó en el Gran Debate Presidencial del Pacífico, –realizado el 11 de abril de 2018 en Buenaventura, que fue organizado por el canal regional Telepacífico, en alianza con Caracol Radio, el periódico El País Cali, Red+ Noticias y la Cámara de Comercio de ese puerto– que: “El 37% de las poblaciones del litoral Pacífico no tienen agua potable y eso lleva a las tasas más altas de mortalidad infantil”³⁶. Después de hacer la verificación de esta frase con los datos a los que se logró tener acceso, se ha llegado a la conclusión de que el candidato de

35 Colombiacheck: <https://colombiacheck.com/>

36 <https://www.youtube.com/watch?v=TUcRetWfy9s> (Minuto 26).

la Colombia Humana fue exacto al mencionar el porcentaje real de agua potable de la que hoy dispone esa región de Colombia, por lo que la cifra que arrojó en el debate fue catalogada como *cierta*.

Esa zona del país está comprendida por el departamento de Chocó y las provincias costeras de los departamentos del Valle del Cauca, Nariño y Cauca. Es una región rica en recursos hídricos, posee una gran diversidad de bosques húmedos y naturaleza salvaje. Paradójicamente, el Chocó, que es la región del litoral más afectada por el fenómeno de la falta de agua potable, es el departamento con mayores niveles de agua dulce de Colombia.

Jhon Arley Murillo, ex director del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar en las regionales del Valle del Cauca y Chocó, abogado y defensor de recursos públicos y recientemente elegido Representante a la Cámara por la comunidad afrodescendiente de Colombia, afirmó en entrevista a los autores del informe que “el nivel de potabilidad de agua en el Litoral Pacífico es casi nulo, porque ni las ciudades principales de esta región tienen servicio de agua potable permanente”.

Según estadísticas del Dane del año 2016³⁷, la región pacífica tiene 1.403.640 habitantes, cifra equivalente al 2,9% de la población nacional y, de acuerdo con el último informe de Economías del Pacífico Colombiano³⁸, entregado por el Banco de la República, los índices de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) en el litoral Pacífico se distribuyen de la siguiente manera:

37 Informe de la Defensoría del Pueblo. Problemática Humanitaria en la Región Pacífica Colombiana. (Pág. 16).

38 Informe de Economías del Pacífico. Editorial del Banco de la República.

Problemática Humanitaria en la Región Pacífica Colombiana.

DEPARTAMENTO	CIFRA DE NBI
Chocó	79% (es el más elevado de Colombia)
Valle del Cauca (Buenaventura)	63% (tres veces superior al registrado en Cali, capital del departamento)
Cauca	167% (Con respecto a la media nacional)
Nariño	El 70% de las viviendas de ese departamento cuentan con algún servicio como agua potable, alcantari-llado o recolección de basuras.

Fuente: Informe de la Defensoría del Pueblo.
Región Pacífica Colombiana 2016.

En la nota editorial de la revista del Banco de la República número 1057 de noviembre del 2015³⁹, escrita por José Darío Uribe, quien se desempeñaba como gerente del Banco de la República para ese año, titulada *Los retos del Pacífico Colombiano*, se afirma que: “La falta de acceso a fuentes de agua potable que alcanza una incidencia del 62%, y se refiere al porcentaje de hogares con déficit en este aspecto. En el área urbana corresponde aquellos que no tienen disponibilidad de acueducto; y en el área rural, a los hogares que toman el agua para consumo humano de pozos o aguas lluvias y otras fuentes de aguas no tratadas”.

De acuerdo con lo anterior, la cifra aportada por el candidato Petro es compatible con el porcentaje consignado en el documento oficial del Banco de la República.

Las cifras sobre potabilidad en el agua para el 2017 no están actualizadas y en documentos oficiales de las gobernaciones, ni siquiera están presentadas de manera cuantitativa; así lo evidencia el Plan Nacional de Desarrollo con la Región Litoral Pacífico Colombiano (2016-2019)⁴⁰ al afirmar que:

39 Los retos del Pacífico Colombiano. José Darío Uribe, 2015. (Pág 18).

40 Acuerdo No. 05. Plan de Desarrollo del Distrito. Mayo del 2016.

En cuanto al servicio de agua potable y saneamiento básico, la situación en la zona rural es sumamente crítica. Las comunidades no disponen de acueductos y sistemas de alcantarillado. En nuestra zona rural normalmente se toma agua lluvia o la gente se provee de los ríos o manantiales, además, en las casas no se cuenta con unidades sanitarias y la disposición de las excretas se hace a campo abierto.

Para Jhon Arley Murillo, la situación de abandono que hoy viven los habitantes del litoral Pacífico se debe a que “falta más responsabilidad de los gobiernos locales. Por el Sistema General de Participaciones hay un rubro de saneamiento básico destinado a que las alcaldías y gobernaciones inviertan recursos en agua potable, pero estos se usan mal, terminan despilfarrados o utilizados indebidamente por la corrupción. También falta más inversión por parte del Gobierno Nacional hacia el Pacífico, pues esta zona no ha sido prioridad en los últimos años”.

En el más reciente estudio entregado por la Defensoría del Pueblo de Colombia, (2016), titulado *Problemática humanitaria en la región pacífica colombiana*⁴¹, se indica que el crecimiento del acceso a agua potable y a la contaminación de las cuencas hídricas del Pacífico se debe a “La presencia de las economías ilegales (narcotráfico y minería ilegal), y el grave impacto social y de depredación ambiental que estos dejan sobre pueblos y territorios”.

La minería ilegal además de ser una de las razones por las que la riqueza hídrica del litoral termina contaminada, conlleva también a que se disparen las tasas de mortalidad infantil en esa zona del país; así lo indica un estudio realizado por la Universidad Tecnológica del Chocó⁴², en el 2012, donde señala “En Quibdó, la contaminación hídrica es la principal causa de mortalidad infantil, siendo la gastroenteritis en un 16%, deshidratación 12,4%, diarrea aguda 3,8% y desnutrición 3,8%. Las principales causas de la mortalidad anual en niños de 6 meses de edad”.

41 Informe de la Defensoría del Pueblo. *Problemática Humanitaria en la Región Pacífica Colombiana*. (Pág. 36).

42 Informe Digital de la Universidad Tecnológica de Chocó. *Contaminación del agua en el Chocó: Identificación del problema*. Septiembre de 2012 .

Para Murillo (2016) “La relación entre falta de agua potable y mortalidad infantil es directa. En el Pacífico, los casos de mortalidad infantil, que se dan asociados a temas de desnutrición, tienen como razón la falta de acceso al agua potable. El departamento más afectado es el Chocó, porque los últimos casos que ha habido han sido en comunidades indígenas y están asociados al consumo de agua directamente de las fuentes hídricas del departamento. Son fuentes que no se ven sometidas a ningún tipo de tratamiento”.

Es destacable que frente al tema de desnutrición y mortalidad infantil en el área global del litoral Pacífico, tampoco hay un dato que precise la situación actual de los niños de esa zona del país; ni siquiera se registra una cifra sólida en la Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia (ENSIN) 2015⁴³.

En conclusión, Gustavo Petro fue exacto con el porcentaje que dio sobre agua no potable y las consecuencias que esto trae a las tasas de mortalidad infantil en el litoral Pacífico.

Desde el periodismo universitario, este tipo de ejercicios se convierten en herramientas para fortalecer las competencias creativas e investigativas y para manejar el acceso a diversidad de fuentes con el propósito de develar la verdad o la mentira que hay detrás de los discursos de los políticos y las figuras públicas en Colombia.

43 Porcentajes arrojados por la página del Ministerio de Salud frente a la última Encuesta Nacional de Situación Nutricional en Colombia, 2015. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Gobierno-presenta-Encuesta-Nacional-de-Situaci%C3%B3n-Nutricional-de-Colombia-ENSIN-2015.aspx>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Informe de Economías del Pacífico Colombiano, entregado por el Banco de la República. http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/lbr_econo_pacifico_col.pdf

Revista del Banco de la República. 2015. Bogotá: número 1057 de noviembre del 2015. <file:///C:/Users/Unimedios2/Downloads/1.%20Los%20retos%20del%20Pac%C3%ADfico%20colombiano.%20A%20manera%20de%20introducci%C3%B3n..pdf>

www.datos.gov.co

Defensoría del Pueblo de Colombia (2016). *Problemática humanitaria en la región pacífica colombiana*. <http://defensoria.gov.co/public/pdf/Informepacificoweb.pdf>

Universidad Tecnológica del Chocó. 2012. <https://lateconchoco.wordpress.com/2012/09/10/contaminacion-del-agua-en-el-choco-identificacion-del-problema/>

Plan de Desarrollo del Pacífico 2016-2019

Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia (ENSIN) 2015. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Gobierno-presenta-Encuesta-Nacional-de-Situaci%C3%B3n-Nutricional-de-Colombia-ENSIN-2015.aspx>

**NOTICIAS FALSAS SIEMPRE
HUBO: REINVENTAR
GRAMÁTICA DE LA RELEVANCIA,
DESAFÍO DEL PERIODISMO
UNIVERSITARIO**

Marcelo Franco

NOTICIAS FALSAS SIEMPRE HUBO: REINVENTAR GRAMÁTICA DE LA RELEVANCIA, DESAFÍO DEL PERIODISMO UNIVERSITARIO

Marcelo Gabriel Franco

Universidad Icesi. Cali, Colombia

INTRODUCCIÓN

La evolución de la comunicación digital es rápida y flexible. El presente texto relata las tres etapas en la evolución de la web a partir del once de septiembre de 2001, fecha clave para el periodismo digital, pues fue el primer gran reto que enfrentaron los principales medios de occidente, a raíz del ataque a las Torres Gemelas de Nueva York por parte de terroristas de la organización islámica Al Qaeda.

El autor relata la evolución del medio digital en el diario El Clarín de Buenos Aires, Argentina, y las maneras en que la evolución del periodismo digital fue marcando pautas para lo que hoy conocemos como versiones web de los diarios o Diarios Web. Se destacan los retos que tuvo que enfrentar el periodismo ante la evolución tecnológica, las formas en que esa evolución fue encontrando sus espacios y las maneras en que los mismos periodistas fueron asumiendo estas nuevas maneras de construir y desarrollar el periodismo.

En la primera parte, el autor se refiere a la disponibilidad de datos claves que se pueden encontrar en el ciberespacio. En la segunda etapa,

Cita este capítulo

Franco, M. G. (2018). Noticias falsas siempre hubo: reinventar gramática de la relevancia, desafío del periodismo universitario. En: Behar Leiser, O. (comp.). *Periodismo universitario en el siglo XXI*. (pp. 205-218). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. DOI: <https://doi.org/10.35985/9789585522060.13>

expone cómo la fotografía ha sido pieza clave para la construcción del periodismo digital. Y por último, el texto demuestra cómo el periodista ha evolucionado en la construcción de textos periodísticos para la web y cómo hoy, los medios digitales tienen más impulso que nunca.

En el momento que vivimos en el periodismo, vamos camino a una nueva forma de conversar, que está todavía en una fase experimental; está sucediendo en las nuevas redes tecno-sociales, en las cuales se pone a prueba si seremos capaces de hablar y escuchar todos al mismo tiempo.

Históricamente, una conversación era un procedimiento por turnos, hablaba uno, escuchaban los demás, teníamos el mecanismo de levantar la mano para pedir la palabra; luego, el que la tenía, la abandonaba y se convertía en oyente. El reto es saber si somos lo suficientemente capaces de ponernos en simultáneo en la situación de hablar todos y escuchar todos al mismo tiempo.

Ser pionero en el periodismo implica tener muchos años, y yo los tengo en la vida y en el periodismo. Me inicié en este asunto durante el embarazo de mi madre, que fue hace 54 años, cuando mi padre empezó a trabajar en un periódico. Vivo del periodismo, directa o indirectamente. Mis experiencias tienen que ver con un periodismo que no empezó siendo digital, y con el que de un tiempo a hoy lo es.

Hoy vamos por un camino diferente y no hay trayectoria o veteranía procedentes del pasado que se impongan por encima de la frescura o la flexibilidad de quienes están emprendiendo periodismo en presente. Los mejores laboratorios donde la innovación está sucediendo son los equipos de investigación en las universidades. Sea desde los medios tradicionales o desde las aulas proactivas, en términos de buen periodismo todo empieza y termina por instrumentar de manera eficiente procedimientos de chequeo de la información, que históricamente han promovido la verificación minuciosa de los datos y hoy agregan la necesidad de trabajar en tiempo real. Vamos del *fact checking*⁴⁴ al *fast checking*⁴⁵.

44 Chequeo de los datos

45 Chequeo rápido

De un brevísimo tiempo a hoy se agrega la complejidad de una tercera f la del *fake checking*⁴⁶. Una noticia falsa es, o debería ser, un sin-sentido; si una noticia es tal es porque, justamente, ha sido sometida a un proceso previo de verificación de que es creíble –si no del todo verdadera–, por lo menos verificable-.

Si bien el fact checking se realiza en el mundo principalmente sobre los discursos que pronuncian los políticos, también pueden tomarse como base de análisis a otros actores sociales relevantes y con voz altisonante en el debate, como periodistas, economistas, sindicalistas, referentes de la opinión pública, académicos y hasta los medios de comunicación (Konrad Adenauer Stiftung, 2014, p. 6).

Nuestras audiencias presuponen que nosotros, los periodistas, sabemos distinguir lo que es verdadero de lo que es falso. No deberíamos defraudarlas. El verdadero desafío de la época, entonces, son las noticias adulteradas, aquellas versiones “torcidas” de acontecimientos que contienen al menos una apariencia de veracidad.

Algunas veces la adulteración es lograda copiando nuestro envase trivial para las noticias serias, otras el tono impactante con el que solemos exagerar nuestras pseudo-noticias. Quizás por la grieta de credibilidad, que nosotros mismos como periodistas hemos permitido que suceda en la relación con nuestros públicos, se posicionan como una primera versión –o, en algunos casos, como la única versión– de algún acontecimiento sobre el que nos gustaría tener la primera versión y, sin dudas, la mejor versión. Estamos perdiendo, a pasos agigantados, la relevancia social que supimos tener como expertos, justamente, en la relevancia de los temas sociales.

El riesgo de amplificar noticias falsas es una cuestión que los periodistas venimos auspiciando hace mucho tiempo, no tiene que ver con los llamados nuevos medios, que arrancaron con la instalación de Internet en el mundo.

Ese espacio a la adulteración es algo que, posiblemente de manera inconsciente, estamos tolerando, porque en algunos casos nos engañamos a nosotros mismos, o nos dejamos engañar al no aplicar la regla simple del periodismo histórico. ¿En qué se traduce esto?

46 Chequeo conducente a detectar informaciones falsas

Aparecen los profetas diciendo: “estamos cerca de ver el último periódico”. ¿Cuándo salió el primer periódico? el 9 de febrero de 1791, podemos recordar hacia atrás con toda certeza. Lo que sucede es que hoy nos dicen: “el último periódico de Colombia va salir el 22 febrero del 2022”. La audiencia, la clientela (nuestra razón de ser) nos está disputando esto que yo, de manera amplia, llamo el “negocio”. Entiéndase la palabra “negocio” en sus múltiples acepciones, pero tarde o temprano, entiéndase en dinero en efectivo, porque nos están disputando la capacidad de construir en velocidad hechos *chequeables*, no necesariamente chequeados, que merezcan la atención de cientos o de miles, o de cientos de miles de personas.

Y eso bien podría ser una definición de periodismo. Entonces, una vez que nos ganen en esa disputa, en la capacidad de impacto, terminó también nuestro “negocio” en términos económicos. Y seguimos tratando de entender el origen de esto.

UNA EXPERIENCIA PERSONAL

En 1996, en la redacción del diario Clarín⁴⁷ había 600 periodistas en una sala, con 600 teléfonos, y las 600 máquinas de escribir ya habían sido reemplazadas por terminales electrónicas, no auténticas computadoras. Pero en el archivo, en la biblioteca del diario, había solo dos computadoras con conexión a Internet. ¡600 periodistas y ninguno tenía conexión a Internet!, solo las dos personas que manejaban el archivo del diario habían incorporado ese servicio.

Yo estaba en Clarín, que no se llamaba *Clarín.com*, sino *Clarín digital*, era algo que no había incorporado las sutilezas que vinieron después. ¿Qué era Clarín digital para la época? Una, dos, tres, cuatro, noticias que a la manera de un resumen se subían a la web, rodeadas de una cantidad de recomendaciones sobre cómo no usar la web durante mucho tiempo, porque era carísimo tener Internet en ese momento, era un Internet de pulso telefónico que sumaba, no existía la banda ancha, ni la tarifa plana⁴⁸. Era una comunicación a la manera de un fax pero, en vez de suceder de fax a fax, empezaba a ser de

47 El periódico más tradicional de Argentina

48 Tarifa fija ofrecida por las empresas de telecomunicaciones, de consumo ilimitado.

computadora a computadora. Clarín, líder en lengua española para la época, vendía más que El País de España, pero lo mismo hacían los periódicos de lengua inglesa, francesa, los de referencia en el mundo, y mandaban un fax una vez al día a algunas personas, para que tuvieran un mini resumen con las cuatro noticias principales del día. 1996, esta es la pre-historia, y sucedió ¿hace cuánto?, hace apenas 21 años.

A partir de ahí empezó el proceso, hacíamos ese fax una vez al día, después nos tomó un montón de tiempo asumir la creencia que para entonces estaba vigente, de que el diario tenía una edición principal, la edición madre, que era la del papel, y hacer Internet bajo el título Clarín digital, quería decir reproducir sistemáticamente los títulos, las bajadas, las ubicaciones, la jerarquía, la fotografía en la pantalla de lo que había sido publicado en el papel.

Era una réplica, habíamos pasado de mandar un papelito con cuatro noticias a hacer caber todo dentro de una pantalla que era horizontal, cuando el Clarín era un tabloide vertical, entonces había que hacer unas adaptaciones que hoy causan risa, pero esto era considerado criterio periodístico.

En el año 1998, para desgracia de los argentinos con sed de triunfo, Francia ganó el Mundial de Fútbol. ¿Cuál fue el gran avance en el periodismo digital? La incorporación de una ventanita que se llamaba último momento y estaba escrita en letras blancas sobre un fondo rojo, porque los periodistas creemos que el rojo es una señal de alerta.

EL PERIODISMO Y EL 11 DE SEPTIEMBRE

Ese 11 de septiembre de 2001, a las 10 de la mañana, quienes hacíamos *Clarín digital*, que éramos cuatro personas, estábamos terminando con la carga de esa edición y nos disponíamos a dejar abierto el último momento. Cuando nos empezamos a enterar a través de otros medios, como la televisión y el correo electrónico, que ya funcionaba para la época, que se estaba viniendo abajo la civilización occidental y cristiana. ¿Qué íbamos hacer? Congelar el diario del 10 de septiembre que tenía noticias del 9 de Septiembre, porque mu-

chos periódicos se hacen con noticias más antiguas de lo que la gente cree, hasta que al día siguiente, leyendo el diario impreso, pudiéramos reconstruir todo lo ocurrido, teniendo en cuenta esos patrones de diseño.

Nosotros estábamos asustados, nos asomábamos en la redacción, que queda en un cuarto piso, a ver si venía un avión a estrellarse contra el edificio en el que estábamos; lo que decidimos de manera veloz, y en señal de rebeldía, fue tirar abajo la edición madre y convertir la pantalla por primera vez en un flujo de actualización rápida de unos contenidos que eran *pre-noticias*, porque no estábamos en condiciones de cubrir rápidamente la magnitud del acontecimiento, no sabíamos cómo *chequear* los hechos a los que les fuimos dando una actualización continua.

Al final del día quedó la edición del diario. Teníamos conversaciones, intercambios, capturas de fotos, fotos tomadas por alguien en la cercanía de los acontecimientos y usábamos esa amalgama, porque pensábamos que todo lo que teníamos podía tener un valor para alguien que tuviera un familiar en la cercanía de esos acontecimientos y quisiera entender algo de lo que le sobrevendría al mundo después de ese episodio.

El 11 de septiembre fue el antes y el después del periodismo digital, porque fuimos a los acontecimientos, volvimos y teníamos la posibilidad de contarlos, para dejar abierta la oportunidad de que las audiencias pudieran interpelar sobre lo que habíamos hecho.

Desde ese 11 de septiembre, el periodismo aceptó la fotografía como parte de su menú de noticias, y como si fuera un escudo para huir de esa realidad, pusieron al deporte en las primeras páginas y la política se fue a las últimas. “Con frecuencia se han publicado fotografías de gran tamaño que dejaban casi sin espacio al texto, páginas que sólo llevaban fotos con un pie y, como ya se había dicho, gráficos de una y hasta dos páginas que explicaban cada circunstancia con un lenguaje visual y accesible” (Edo, 2002, pág. 85) Desde esa fecha tan terrible, el periodismo debería estar en condiciones de adelantar los cambios que no sucedieron durante 200 años, pero hoy tenemos la posibilidad de hacerlo y, en lugar de tomar iniciativas creativas y correr riesgos,

nos amparamos en esos patrones de construcción de la noticia y, sobre todo, en la vinculación con el público, que es lo que conmueve, usamos la proliferación de dispositivos interconectados que desconocen lo sucedido.

Así pues, el periodismo digital se ha convertido en una tempestad de conceptos coleccionados, recuperados, fraguados, inventados, falseados. Lo digital representa un volumen *tsunámico* de circulación de información, que ya va por su tercera etapa histórica y nada indica que vaya a frenarse aquí.

LOS RECORRIDOS DEL PERIODISMO EN LA WEB

Hemos pasado por tres etapas. Al principio se trataba de cargar versiones terminadas de textos originalmente pensados para una página impresa. Luego entendimos que esos documentos podían, a su vez, ser re-enviados por las personas a quienes se los habíamos dirigido y que, a partir de ese empoderamiento, las audiencias nos estaban comenzando a disputar el monopolio de la construcción de agenda pública. Esto fue posible gracias a la web, que habilitó unas plataformas en las que esos contenidos se podían subir para que fueran vistos, no por el destinatario a quien queríamos dirigirlos, sino por todas las personas que lo rodeaban o que pudieran estar interesadas en esa plataforma.

El amplio universo de la web 2.0 se extiende como un *big bang* en el que van emergiendo nuevos desarrollos y aplicaciones. Por una parte, aparecen unos componentes transversales y, por otra, unas innovaciones con su identidad específica y diferente a otras ofertas. No son opuestos, sino que los primeros están presentes con una configuración u otra en diversas aplicaciones e innovaciones (Herreros, 2008, pág. 349).

En esta tercera época que actualmente estamos atravesando, ya no circulan textos terminados, recorridos noticiosos desde una mayúscula inicial hasta un punto final, sino conversaciones “orgánicas”, intercambios de frases a medio construir en las que ni sujetos ni predicados resultan inamovibles. Estamos re-inventando la gramática de la lengua y la gramática de la relevancia.

Esta nueva generación de la web empezó a escribir sus textos a la manera de una conversación, de un intercambio de medias frases que todavía no tienen predicado. En algunos casos, la web estaría dispuesta para completar el sentido de la oración, en otros nunca tienen el predicado, solo tienen el sujeto. Esta etapa nace, pues, acompañada de unas formas gramaticales novedosas que, para algunas personas, son la negación del idioma y para otras, el acontecimiento esperado de poder participar en un fenómeno en el que son protagonistas.

En la Web, el tiempo del internauta es oro; y es mucho más fácil perderlo en segundos que mantenerlo durante minutos, si no es capaz de entender de un vistazo cómo es el sitio. Por el contrario, cuanto más cómodo se encuentre navegando por las páginas del cibermedio, más tiempo se mantendrá conectado. (Salaverría & Sancho, 2018, p. 24).

Cierto es que el periodismo digital nos pone en una situación de altísimo estrés, que no siempre pareceríamos estar dispuestos a sobrellevar. Si como periodistas no ejercemos respeto y, más aún, entusiasmo por la incertidumbre, deberíamos dedicarnos a otra cosa, porque de eso se trata el periodismo. El de ayer, el de hoy, el de mañana.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agorapulse. (s.f.). *Agorapulse*. Obtenido de Agorapulse.com: www.agorapulse.com/es/
- Barrios Rubio, A. y. & Zambrano, William (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles del periodista. *Anagramas*, 221-238.
- Behar, N. y. (2017). *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación*. Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Behar, O. (2016). Memoria en blanco y negro: ¿abusos de la memoria? En C. d. Redacción, *Pistas para narrar la memoria* (pág. 204). Bogotá: Consejo de Redacción (CdR).
- Behar, O., & Navarrete, P. (2017). *Periodismo universitario en camino a la paz y la reconciliación*. Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Bentley, E. (s.f.). *otranscribe*. Obtenido de otranscribe: <http://otranscribe.com/>
- Bradshaw, P. (2013). *Scraping for Journalists: How to Grab Data from Hundreds of Sources, Put it in a Form You Can Interrogate and Still Hit Deadlines*. British Columbia: Leanpub.
- Carles Ruis, J. (2016). *Periodismo en reconstrucción. De la crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente y libre*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Centro Nacional de Memoria Histórica (2012). Informe Basta Ya. En C. N. Histórica, *Informe Basta Ya*. Bogotá: CNMH.
- De Alzaga, P., & Pastor, E. (5 de Mayo de 2000). *El Mundo (España)* . Obtenido de <http://www.elmundo.es>: http://www.elmundo.es/navegante/2000/05/05/ailofiu_virus.html
- Díaz, C. A. (04 de Febrero de 2011). Casi el 75% de la población mundial tiene un teléfono móvil . *Enter*, págs. <http://www.enter.co/cultura-digital/negocios/casi-el-75-de-la-poblacion-mundial-tiene-un-telefono-movil/>.
- Edo, C. (2002). Información e interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11 de septiembre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, pp. 71-86.
- Espiritusanto, Ó. & Rodríguez, G. P. (2011). *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación* . Barcelona : Ariel, S.A.
- FNPI. (30 de 07 de 2018). *FNPI*. Obtenido de Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo iberoamericano: <http://especialgabo.fnpi.org/las-ideas-de-gabo/el-mejor-oficio-del-mundo/>

- Galván, E. R. (2016). Libertad de expresión e Internet. En E. R. Galván, *Libertad de expresión e Internet* (pág. 46). Argentina : Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa (SADIO).
- García Avilés, J. A. & Ramón, S. (2008). *Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa*.
- García Márquez, G. (1996). El mejor oficio del mundo. *52a. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa* (pág. 8). Los Ángeles: Sin Editorial.
- Gómez Polo, G. (1 de Diciembre de 2015). Un cerebro a la vez: los riesgos del 'multitasking'. *El Espectador*, pág. Educación.
- Herrán, M. T. & Darío, R. J. (2005). *Ética para Periodistas*. Bogotá D.C. : Norma.
- Herrero, G. F., Álvarez, N. A. & López, O. M. (2011). Revista Latina de Comunicación Social, en la red social Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 526 - 548.
- Herreros, C. M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información . *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 345-361.
- <https://feedly.com>. (s.f.). *feedly*. Obtenido de feedly.com: <https://feedly.com>
- Hunter, L. M. (2013). *Manual de periodismo de investigación*. Montevideo, Uruguay: UNESCO.
- ICFJ. (s.f.). *Securereporter*. Obtenido de securereporter.org/: <https://securereporter.org/>
- Inc., C. (s.f.). *crunchbase*. Obtenido de [crunchbase.com: www.crunchbase.com/organization/tweetfeel](http://www.crunchbase.com/organization/tweetfeel)
- Inc., E. (s.f.). *Emarketer*. Obtenido de [emarketer.com](http://www.emarketer.com) : www.emarketer.com
- Inc., G. (s.f.). *Google Display Planner*. Obtenido de Google Display Planner: https://ads.google.com/intl/es_CO/home/
- Inc., G. (s.f.). *Support.google*. Obtenido de [support.google.com: https://support.google.com/webmasters/answer/93713?hl=es](https://support.google.com/webmasters/answer/93713?hl=es)
- Inc., h. (s.f.). *Hootsuite*. Obtenido de [hootsuite.com: https://hootsuite.com/es/](https://hootsuite.com/es/)
- Jiménez, D. R. (30 de 07 de 2018). *Por una poética del bucle en la era de la comunicación universal*. Obtenido de <http://estetica.uc.cl>: http://estetica.uc.cl/images/stories/librovsimposio/04_roman%20dominguez.pdf
- Joseph, B., Joseph, I., & Frese, D. (s.f.). <https://www.pexels.com/>. Obtenido de <https://www.pexels.com/>: <https://www.pexels.com/>
- Konrad Adenauer Stiftung. (2014). *El boom del fact checking en América Latina*. Konrad Adenauer Stiftung.

- Ltd, W. W. (s.f.). *onlinenewspapers*. Obtenido de onlinenewspapers.com: <http://www.onlinenewspapers.com/>
- Martínez, T. & Mario, C. (Miércoles de Mayo de 2011). *Informativo Móvil Noticias*. Recuperado de: <https://www.facebook.com/Informativo-M%C3%B3vil-Noticias-219003971447597/>
- Nafría, I. (2017). *La reinención de The New York Times. Cómo la “dama gris” del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Austin: Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.
- Navarrete, P., & Behar, O. (2017). Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación. En P. Navarrete, & O. Behar, *Manual de periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación* (pág. 100). Cali: Universidad Santiago de Cali.
- OCCRP. (s.f.). *Personadeinteres*. Obtenido de personadeinteres.org/ : <https://www.personadeinteres.org/>
- Project, O. C. (s.f.). *Investigativedashboard*. Obtenido de investigativedashboard.org: <https://investigativedashboard.org/>
- Quantcast. (s.f.). *quantcast*. Obtenido de [quantcast.com](https://www.quantcast.com/): <https://www.quantcast.com/>
- Ramón, S. (2008). Salaverría, Ramón & García Avilés, José Alberto. En S. Ramón, *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo* (pág. 32). Barcelona : Tripodos.
- Sabando, D. D. (30 de 07 de 2018). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de [repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21123/1/Sabando%20Diaz%20Diana%20Carolina.pdf): <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21123/1/Sabando%20Diaz%20Diana%20Carolina.pdf>
- Salamanca, N., Sierra, J. L., & Huertas, C. E. (30 de 07 de 2018). *El periodista de investigación latinoamericano en la era digital*. Obtenido de [www.connectas.org](https://www.connectas.org/RECURSOS/manual_de_periodismo_IC-FJ-CONNECTAS.compressed.pdf): https://www.connectas.org/RECURSOS/manual_de_periodismo_IC-FJ-CONNECTAS.compressed.pdf
- Salaverría, R. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 31-47.
- Salaverría, R., & Sancho, F. S. (30 de 07 de 2018). *Del papel a la Web*. Obtenido de [dadun.unav.edu](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf): https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf
- Schmidt, R. (11 de Diciembre de 2013). *abc (España)* . Obtenido de <https://www.abc.es>: <https://www.abc.es/internacional/20131211/abci-periodista-capturo-selfie-obama-201312112204.html>

talktyper. (s.f.). *talktyper.com*. Obtenido de talktyper: <https://talktyper.com/es/index.html>

Toffler, A. (1972). *Future Shock*. New York : Random House.

Unesco, F. y. (2009). *Informe Final del proyecto: Mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe (2009)*. Lima: Felafacs y Unesco.

Union Metrics, a. T. (s.f.). *tweetreach*. Obtenido de tweetreach.com: <http://tweetreach.com>

Valerio, M. L. (2012). *Estrategias de promoción turísticas a través de Facebook*. 318-338. Revista: Palabra Clave. Bogotá.

Verdad Abierta. (18 de noviembre de 2012). *www.verdadabierta.com*. Obtenido de www.verdadabierta.com: <https://verdadabierta.com/el-origen-1953-1964/>



ACERCA DE LOS AUTORES

Olga Behar

Periodista, politóloga y escritora colombiana. Ha trabajado en medios impresos, digitales, sonoros y audiovisuales. Ganadora de los premios Simón Bolívar, Anif 10 años, CPB, Glaad (Estados Unidos), Alfonso Bonilla Aragón a la Vida y Obra. Docente universitaria y directora de la Unidad de Medios de la Universidad Santiago de Cali. Autora y coautora de una veintena de libros, entre los que se destacan *Las Guerras de la Paz*, *Noches de Humo*, *El Clan de los Doce Apóstoles*, *A Bordo de mí Misma* y *Más Fuerte que el Holocausto*. Entre sus textos académicos están *Pistas para Narrar la Paz*, *Pistas para narrar la memoria*, *Pistas para narrar la Justicia Penal Internacional* y *Manual de Periodismo Universitario en camino a la Paz y la Reconciliación*, *La paz no se rinde*, crónicas y memorias de los acuerdos de La Habana. Integrante del Comité Directivo de Consejo de Redacción y del Comité Asesor del periódico El País. Ha investigado los temas del conflicto y procesos de paz desde hace cuatro décadas.

✉ olga.behar00@usc.edu.co

🌐 <https://orcid.org/0000-0003-3032-3778>

Sandro Buitrago

Comunicador Social de la Universidad del Valle, graduado como Estudiante Distinguido. Magister en Educación Superior de la Universidad Santiago de Cali, donde actualmente se desempeña como docente en la Facultad de Comunicación y Publicidad. Especializado en Prácticas Audiovisuales con Énfasis en Narrativas Audiovisuales, de la Universidad del Valle; ha sido director, libretista y productor de programas de televisión, spots publicitarios, documentales y cortometrajes. Es co-autor del libro *Manual de Estilo de Unimedios*, y también co-autor del libro *Historias "H"*. Autor de varios artículos en revistas indexadas y actualmente también es Coordinador de Publicaciones de Unimedios, la Unidad de Medios Universitarios de la Facultad de Comunicación y Publicidad.

✉ sandro@usc.edu.co

🌐 <https://orcid.org/0000-0001-6665-0573>

Leidy Johana Castillo Muñoz

Comunicadora Social de la Universidad Santiago de Cali. Maestrante en Educación, es docente de la Academia Jaime Echeverry Loaiza. Ha sido Coordinadora General y periodista del periódico *Utópicos*, coordinadora de la Unidad de Medios (Unimedios) de la Facultad de Comunicación y Publicidad de la USC. Realizadora del programa *Cali Hoy Crónicas*, transmitido por el canal regional Telepacífico. Participó en los semilleros de investigación *teXXIdos*, *Hermenautas* y *Utópicos* actualmente. Es autora del libro *Con la punta del pie*. Coautora de los libros *Manual de Estilo de Unimedios*, *Pistas para narrar la Justicia Penal Internacional* y *Ahijados para nunca olvidar*. Ganadora de la convocatoria Jóvenes que cuentan la paz de Consejo de Redacción en el 2014 y ganadora del premio Alfonso Bonilla Aragón 2016.

✉ leydi.castillo@usc.edu.co

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-6937-3556>

Alejandra Quintero Nonsoque

Comunicadora Social, Productora Radial de la Pontificia Universidad Javeriana, Especialista en Gerencia de Recursos Humanos de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y está próxima a recibir su título como Magister en Administración de Negocios con énfasis en Marketing de la Universidad de La Rioja. Tiene más de trece años de experiencia en periodismo radial, docencia universitaria, comunicación digital, relaciones públicas y dirección de proyectos educativos. Hizo parte de Javeriana Estéreo, Caracol Radio, Todelar, UnisabanaRadio, Radio Nacional de Colombia y Colmundo Radio. Como docente se ha desempeñado en la Universidad de La Sabana, Unipanamericana Compensar y la Universidad Sergio Arboleda. Actualmente es la Directora Nacional del Programa de Comunicación Social de la CUN.

✉ alejandra_quintero@cun.edu.co

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-9998-3590>

Carlos Cruz

Egresado del programa de Comunicación Social de la Universidad Santiago de Cali; candidato a doctor en Comunicación de la Universidad de Sevilla, Magister en Periodismo Digital de la Universidad de Atlanta. Actualmente es el director de Planeta Digital 360, periodista invitado para el Canal Internacional NTN24, docente universitario, columnista invitado del Diario ADN y la Revista Zona E.

✉ cac1213@hotmail.com

🌐 <https://orcid.org/0000-0003-3385-4427>

Kevin García

Es docente de la Universidad del Valle. Comunicador Social y Magister en Literaturas Colombiana y Latinoamericana con tesis laureada. Fue periodista y editor del periódico La Palabra de Cali. Dirige en la actualidad la revista Ciudad Vaga del Programa de Comunicación Social. Es integrante de la organización Consejo de Redacción y del Grupo de Investigación en Periodismo Información. Coordina el grupo de Narrativa Transmedia de la Universidad del Valle, un equipo de experimentación y desarrollo de narrativas convergentes. En la actualidad integra el Observatorio de Fenómenos Emergentes de Información, un centro de investigación sobre las transformaciones propiciadas por los nuevos medios y sus posibilidades para la construcción de la memoria nacional. Su producción periodística ha sido reconocida en premios como el Semana Petrobras y el Alfonso Bonilla Aragón.

✉ kevinmaster@gmail.com ✉ kevin.alexis.garcia@correounivalle.edu.co

🌐 <https://orcid.org/0000-0002-8412-9156>

Rodolfo Prada Penagos

Doctor en Ciencias de la Comunicación (Universidad Austral, Argentina), Magister en Tecnologías de la Información Aplicadas a la Educación (Universidad Pedagógica Nacional) y Comunicador social-periodista (Universidad de La Sabana). Ha sido profesor de periodismo en las universidades La Sabana, Central, Minuto de Dios e

Inpahu y ha sido asesor de proyectos de periodismo público. Desempeñó el periodismo en los diarios El Espectador y Nuevo siglo y en la Agencia Nacional de Noticias Colprensa. Dirigió el Programa de Comunicación de la organización no gubernamental Corporación Viva la Ciudadanía y ha dirigido talleres de Periodismo, Ciudadanía y Conflicto Armado convocados por el Centro de Comunicación Educativa y Audiovisual (CEDAL).

✉ rodolfo.prada@unisabana.edu.co

🆔 <https://orcid.org/0000-0001-8628-1795>

Marisol Jordán

Comunicadora Social de la Universidad Santiago de Cali, Magíster en Periodismo de la Universidad ICESI, Especialista en Docencia para la Educación Superior y Especialista en Gerencia Financiera de la Universidad Santiago de Cali, Máster en Comunicación. Productora de Televisión de la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA). Fue Coordinadora del Centro de Producción Audiovisual de la USC y productora de varios proyectos audiovisuales, actualmente es docente investigadora del área de expresión y productora del programa de televisión Cali Hoy Crónicas de la Universidad Santiago de Cali.

✉ marisol.jordan00@usc.edu.co

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-4813-9066>

Alejandro González Ochoa

Periodista. Especialista y Magister en Literatura. Coordinador de Radio del Laboratorio de la Urbe. Docente de la Universidad de Antioquia.

✉ alejandro.gonzalezo@udea.edu.co

🆔 <https://orcid.org/0000-0003-2279-5281>

Joaquín Alonso Gómez Meneses

Comunicador social-periodista, especialista en gestión del desarrollo social y doctorando en Comunicación. Es profesor de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín donde dirige Contexto, uno de los medios que sirven como espacio de práctica para los estudiantes, que tiene antecedentes que se remontan a 1968 y hoy está vinculado al curso Laboratorio de Periodismo, cuya producción académica se integra tanto a la plataforma conformada por el periódico y sus medios digitales, como al trabajo del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU), de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la UPB.

✉ periodico.contexto@upb.edu.co

🌐 <https://orcid.org/0000-0002-0964-7965>

Lida Ximena Tabares Higueta

Comunicadora Social-Periodista de la Universidad de Antioquia, especialista en Periodismo Electrónico y Magister en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana, y estudiante del Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Es profesora de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana –sede central Medellín–, donde está adscrita al Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU).

✉ ximena.tabares@upb.edu.co

🌐 <https://orcid.org/0000-0003-2865-5079>

Jorge Manrique

Comunicador Social-Periodista de la Universidad de la Sabana. Magíster en Tecnologías de la Información Aplicadas a la Educación de la Universidad Pedagógica Nacional. Especialista en Informática para la docencia de la Universidad Central. Doctorando en Comunicación de la Universidad de Huelva (España). Director de la Carrera de Comunicación, 2005 a 2010. Profesor Pontificia Universidad Javeriana Cali.

✉ jorgeperiodista@gmail.com

🌐 <https://orcid.org/0000-0001-9546-5684>

César Alzate Vargas

Escritor y periodista colombiano. Ha publicado las novelas *La ciudad de todos los adioses* (2001), *Mártires del deseo* (2007) y *La familia perfecta* (2014); la antología de artículos periodísticos y crítica cinematográfica *Para agradar a las amigas de mamá. Periodismo, cine y otras futilidades* (2009), el volumen de cuentos *Medellinenses* (2009) y la investigación *Encuentros del cine y la literatura en Colombia. Recuento histórico y filmografía total de adaptaciones, 1899-2012* (2012). Profesor de periodismo en la Universidad de Antioquia.

✉ delau.prensa@gmail.com

🆔 <https://orcid.org/0000-0001-7556-0553>

Alejandro Higuita

Comunicador Social y Periodista de la Universidad de Antioquia. Trabajó en la agencia de noticias Colprensa durante dos años cubriendo el tema de narcotráfico en Medellín y fue reportero en El Colombiano por diez años. En la actualidad es docente de la Universidad de Manizales y director del periódico *Página* de la misma institución.

✉ lectambulo@gmail.com

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-5240-3245>

Hugo Mario Cárdenas

Comunicador Social de la Universidad Santiago de Cali. Especialista en Cultura de Paz y DIH de la Pontificia Universidad Javeriana. Periodista de *El País* y Premio de Periodismo Simón Bolívar 2015 y 2016. Premio Gabriel García Márquez 2017.

✉ hmcardenas@elpais.com.co

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-0332-2238>

Libia Carolina Pinzón Camargo

Editora de la revista de crónica periodística *Un Pretexto* de la Universidad de Boyacá, Comunicadora Social. Magíster en Lingüística. Docente investigadora en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá y catedrática de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Autora de los libros *Estado del arte de la textolingüística en Colombia* y *Estado del arte del periodismo narrativo en Boyacá*.

✉ libpinzon@uniboyaca.edu.co

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-0488-1402>

Edwin Alexander Amaya Vera

Comunicador de la Universidad de Antioquia y Magister en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana. Es profesor de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana –sede central Medellín– donde coordina la Maestría en Comunicación Digital.

✉ edwin.amaya@upb.edu.co

Marcelo Gabriel Franco

Director de la Maestría en Periodismo de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Icesi. Graduado de la Licenciatura en Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Córdoba. Sus áreas de interés son el periodismo web y medios digitales. Se ha desempeñado como gerente de contenidos digitales del diario Clarín, Argentina, y como profesor de la Maestría en Periodismo de la Universidad de San Andrés del Grupo Clarín.

✉ mgfranco@icesi.edu.co

Pablo Navarrete

Director de teatro, egresado de la Escuela Colombiana de Arte Integrado. Coautor del libro *Periodismo universitario en camino a la Paz y la reconciliación*, ha publicado diversos informes especiales en la plataforma de Paz de El Espectador *Colombia 2020*. Ganador del Premio Nacional de Crónica de la Universidad Externado de Colombia con la historia *La policía del monte: Vidas cruzadas por la guerra*, y coautor de capítulo del libro *Nosotros no iniciamos el fuego*. Es coautor del libro *La paz no se rinde. Crónicas y memorias de los acuerdos de La Habana*, y actualmente es estudiante de comunicación social de la Universidad Santiago de Cali, es investigador y editor en la Unidad de Medios de la misma institución.

✉ pablo.navarrete00@usc.edu.co

🆔 <https://orcid.org/0000-0003-0349-9110>

Luis Enrique Albesiano Fernández

Comunicador social de la Universidad de Boyacá. Especialización en Gerencia en Producción en Medios de la misma institución. Actualmente es docente de la Universidad de Boyacá.

✉ lealbesiano@uniboyaca.edu.co

🆔 <https://orcid.org/0000-0002-3169-3634>



PARES EVALUADORES

Adriana Villegas Botero

Universidad de Manizales

<https://orcid.org/0000-0002-4978-3259>

Alexander Luna Nieto

Fundación Universitaria de Popayán

<https://orcid.org/0000-0002-9297-8043>

Alexander López Orozco

Universidad de San Buenaventura

<https://orcid.org/0000-0003-0068-6252>

Carlos Andrés Rodríguez Torijano

Universidad de los Andes

<https://orcid.org/0000-0002-0401-9783>

Carlos David Grande Tovar

Investigador Senior (IS)

Universidad del atlántico

<https://orcid.org/0000-0002-6243-4571>

Ingrid Paola Cortes Pardo

Pontificia Universidad Javeriana

<https://orcid.org/0000-0003-0282-0259>

Jean Jader Orejarena Torres

Benemérita Universidad

Autónoma de Puebla

<https://orcid.org/0000-0003-0401-3143>

John James Gómez Gallego

Universidad Católica de Pereira

<https://orcid.org/0000-0001-6685-7099>

Juan Manuel Rubio Vera

Servicio Nacional de Aprendizaj SENA

<https://orcid.org/0000-0003-1281-8750>

Margareth Mejía Genéz

Universidad de Guanajuato

<https://orcid.org/0000-0002-5142-5813>

María Alexandra Rendón Uribe

Investigador Asociado (I)

Universidad de Antioquía

<https://orcid.org/0000-0002-1062-6125>

Willian Fredy Palta Velasco

Investigador Junior (IJ)

Universidad de San Buenaventura

<https://orcid.org/0000-0003-1888-0416>

Yenny Patricia Ávila Torres

Investigador Asociado (I)

Universidad Tecnológica de Pereira

<https://orcid.org/0000-0003-1399-7922>

Diana Milena Díaz Vidal

Investigador Junior (IJ)

Universidad de San Buenaventura

<https://orcid.org/0000-0002-6428-8272>

Marco Antonio Chaves García

Universidad de Boyacá

<https://orcid.org/0000-0001-7226-4767>

Nelson Jair Cuchumbé Holguín

Investigador Senior (IS)

Universidad del Valle

<https://orcid.org/0000-0002-9435-9289>

Ángela María Salazar Maya

Investigador Asociado (I)

Universidad de Antioquia

<https://orcid.org/0000-0001-7599-1193>

Diseño y diagramación

Design and layout

Juan Diego Tovar Cardenas
Universidad Santiago de Cali

✉ librosusc@usc.edu.co

Tel. 5183000 - Ext. 322

Cel. 301 439 7925

Impresión

Print

SAMAVA EDICIONES E.U.

Tel: (2) 8235737

Distribución y Comercialización

Distribution and Marketing

Publicaciones

Bloque 7 - Piso 5

Calle 5 No. 62 - 00

Tel: (57+) (2+) 518 3000

Ext. 323 - 324 - 414

✉ editor@usc.edu.co

✉ publica@usc.edu.co

Cali, Valle del Cauca

Colombia

Se imprimieron 200 ejemplares en
el mes de septiembre en los
Talleres de SAMAVA Ediciones E.U.
Popayán - Colombia
2018

Fue publicado por la Facultad
de Comunicación y Publicidad de la
Universidad Santiago de Cali