

EN LOS ZAPATOS DE OTRO. EL PERIODISMO SOCIAL, UNA COMPRENSIÓN DE LA REALIDAD

In someone else's shoes. Social Journalism, an understanding of reality.

Johana Castillo Muñoz

leydi.castillo00@usc.edu.co

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

Universidad Santiago de Cali

Cali, Colombia.

Resumen

En este capítulo, el lector encontrará cómo en el Laboratorio de periodismo de la Universidad Santiago de Cali, Unimedios, se está haciendo un ejercicio académico y con responsabilidad para comprender la realidad a través del periodismo social, lo que permite que docentes, estudiantes, egresados y colaboradores reconozcan las dinámicas sociales desde los principios fundamentales del periodismo. En este capítulo se hace referencia a autores del periodismo que destacan la responsabilidad del profesional desde un sentido ciudadano.

Palabras clave: periodismo social, Unimedios, educomunicación, periodismo ciudadano.

Cita este capítulo

Muñoz Castillo, J. (2022). En los zapatos de otro. El periodismo social, una comprensión de la realidad. En: Behar Leiser, O. (ed. científica). *Periodismo universitario en el siglo XXI. Unimedios: un laboratorio de innovación y creación para la formación de comunicadores. Volumen III.* (pp. 33-47). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

Abstract

In this chapter, the reader will find how at the Journalism Laboratory of the Santiago de Cali University, Unimedios, an academic and responsible exercise is being carried out to understand reality through social journalism, which allows teachers, students, graduates and collaborators recognize social dynamics from the fundamental principles of journalism. In this chapter, reference is made to journalism authors who highlights the responsibility of the professional from a citizen sense.

Keywords: social journalism, Unimedios, educommunication, citizen journalism.

Introducción

El periodismo debería tener siempre una relación con la vida en la sociedad, sus características, los problemas que enfrenta la ciudadanía y la forma como los resuelve. Sin embargo, hoy, el periodismo social aparece casi como una especialidad, en medio de la frivolidad y la falta de conciencia de los medios y los periodistas sobre su compromiso con la comunidad.

En este capítulo, se retoma el carácter social que debe tener el periodismo y se profundiza sobre las estrategias y técnicas más apropiadas para desarrollarlo.

El periodismo Social

Cada vez que en Unimedios se realiza una producción periodística, ya sea escrita, audiovisual, multimedial o sonora, se busca dejar un mensaje efectivo y consciente en el público, con temáticas que, por lo general, no se desarrollan en los medios de comunicación tradicionales.

Unimedios es una creación del Plan Estratégico Institucional que busca dotar a la institución con 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 (Behar, 2018. p. 40).

Durante estos ocho años, Unimedios se ha consolidado como un escenario de aprendizaje integral, donde los estudiantes fortalecen diversas competencias comunicativas. En los consejos de redacción, de los más de quince medios de comunicación que allí habitan, se busca que los periodistas – estudiantes fortalezcan su ejercicio profesional antes de salir al entorno laboral, procurando que reconozcan su papel en la sociedad, porque “olvidamos que un periodista es un ciudadano del común. Entonces como periodistas debemos tener responsabilidad no solo profesional, sino en sentido ciudadano”, como lo expresó Ryszard Kapuscinski en la sede de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, en octubre de 2016. Se pretende que los futuros periodistas sean conscientes y sensibles con los procesos sociales que se presentan a diario, pues “es fundamental entender lo modesto que resulta ser periodista, porque no hay ninguna otra profesión en la que se dependa tanto de los otros” (Kapuscinski, 2016, párr. 16).

A través del tiempo, y como resultado de la mezcla entre la globalización y la mercantilización de los medios de comunicación, la función social del periodismo ha variado.

La mercantilización de la información, que podría definirse como el fin de la concepción de la información como un bien para pasar a convertirse en un producto meramente comercial; un proceso que influye a su vez en el cambio de la definición de las industrias culturales (Ortells Badenes, 2009, p. 342).

Por tal razón, en Unimedios se ha desarrollado una estrategia educocomunicativa para la producción de historias periodísticas con enfoque ciudadano, fortaleciendo el periodismo social, la investigación y la sensibilidad con el contexto que nos rodea.

El periodismo social se basa en la mejor tradición periodística, pero da un paso adelante. No se conforma con el elemental cuidado de la infor-

mación –pluralismo, independencia, chequeo, etc., propia de la tarea periodística, sino que suma su compromiso con los procesos sociales (Cytrynblum, 2000, p. 80).

Los medios de comunicación que se elaboran en el laboratorio tienen una dosis alta de periodismo sensible, sincero y profesional, para promover en las nuevas generaciones de periodistas profesionales habilidades que les permitan, como decía el maestro Kapuscinski, ponerse en los zapatos del otro, comprender su realidad y poderla contar con la mayor veracidad.

En este sentido, la autora argentina Liliana Llobet afirma que el periodismo social tiene un compromiso con el fortalecimiento de la democracia, la igualdad y el desarrollo sustentable; además, promueve la acción en la comunidad, asume una activa responsabilidad en el uso del lenguaje y es difusor de derechos (Llobet, 2006).

Es por ello que el periodismo social, como disciplina, ha encontrado un espacio dentro de Unimedios, así como existe en las agendas de los medios de comunicación no convencionales, que tienen proyectos y vinculaciones con otras organizaciones.

Se trata de un trabajo arduo y solitario el de incorporar esta nueva perspectiva de agenda en los grandes medios, dado que sólo es posible, por ahora, plantearla a través de medios alternativos que aporten voces diferentes (Llobet, 2006, p. 4).

Sentir, oler, pensar y buscar la manera de contar lo que está pasando son algunas de las características fundamentales del periodismo social. Pues:

La comunicación humana no genera la misma rentabilidad que la información, pues los proyectos de este tipo involucran a la comunidad, requieren de líderes en lugar de ídolos, de lucha colectiva en lugar de multitudes, de públicos convencidos, en lugar de audiencias engañadas, de trabajo social en vez de consumidores sin libertad para elegir

lo que les conviene. La comunicación tiene metas muy distintas que riñen con los nuevos conceptos de información difundida por los medios masivos que en muy poca proporción cumplen la labor social que les corresponde (Yukumá, 2008, p. 82).

La reportería *in situ*, convivir con los personajes, contar su cotidianidad y las experiencias de habitantes que marcan la diferencia en la sociedad, son algunas de las indicaciones que tienen los periodistas para conquistar las páginas en los medios impresos y digitales de Unimedios, o lograr que sus producciones sean vistas en medios nacionales como Canal Zoom, Telepacífico, YouTube –del Centro de Producción Audiovisual (CEPA) de la USC- y en redes sociales, que divulgan programas universitarios como Cali Hoy Presenta y Cali Hoy Documentales.

A diario, los periodistas de Unimedios se suman al proceso de aprendizaje de nuevas competencias en estrategias comunicativas para el cambio social, sin dejar a un lado el avance tecnológico y las tendencias a nivel mundial. Eso sí, aprendiendo a dejar atrás los boletines de prensa, el periodismo de escritorio y la reproducción de noticias que se vuelven tendencia en las redes sociales, o el llamado periodismo *light* –ese periodismo superficial que puede despertar miradas y aumentar los clics en plataformas digitales pero está lejos de formar a la sociedad sobre los temas que les competen-.

Periodismo social en la casa

La investigación como estrategia de comprensión de la realidad

Desde la academia se han consolidado medios específicos para la producción de contenidos que se basan en las prácticas del periodismo social. Un ejemplo es el proyecto: ‘Estrategia Educomunicativa como Herramienta de Intervención para los Procesos de Resocialización de Adolescentes Infractores Recluidos en el Centro de Formación Juve-

nil Buen Pastor (Cali)' en convenio con la ONG Crecer en Familia -entidad operadora de ese centro de formación.

Durante ese ejercicio pedagógico – investigativo se crearon diferentes componentes periodísticos que permiten publicar los resultados de los talleres desarrollados con adolescentes y jóvenes reclusos en ese centro, con el acompañamiento de estudiantes de cursos como Periodismo Social y Estrategias de Intervención para el cambio social. El principal medio es el boletín 'Re bien'. “este se diseñó con el ánimo de convertirlo en el espacio natural para que los menores de CFJ publicaran sus artículos y además de expresiones artísticas como poemas, dibujos y letras de canciones” (Anacona, 2018, p. 82).

Es una cartilla que se imprime a full color, donde los estudiantes santiaguinos logran un proceso de producción de notas escritas, junto con adolescentes infractores privados de la libertad. Este ejercicio comunicativo se realiza cada semestre lectivo, como parte de los cursos: Periodismo Social y Comunicación para el cambio social. “Se puede afirmar que la experiencia ha permitido ubicar la academia en escenarios reales de aprendizaje, facilitando que los docentes, estudiantes y comunidad en general se comprometan y configuren otras formas de expresión de ciudadanía” (Anacona et al., 2018, p.90).

Los adolescentes planifican las notas, hacen la reportería dentro del centro de internamiento, buscan las fuentes y construyen, con los estudiantes de la USC, artículos que alimentan esta revista interna de comunicación juvenil.

Igualmente, durante siete años consecutivos (2013 a 2019) “se han elaborado varios tomos del libro de perfiles de los adolescentes que se titula 'Ahijados para nunca olvidar” (Anacona, 2018, p. 80), construidos por estudiantes, adolescentes infractores y docentes que han sido parte del proyecto de investigación anteriormente mencionado.

Estos libros son un ejercicio arduo de reportería, que logran una caracterización de la población de adolescentes allí recluidos, y de la ciudad y sus alrededores. En ellos se describe a los adolescentes, a su entorno y a los procesos que han vivido antes, durante y después de llegar al centro de formación.

El ejercicio consiste en que los estudiantes de la USC, a través de la estrategia educomunicativa que se lleva a cabo en esa institución, describen a su protagonista y cuentan sobre sus hobbies, su experiencia y sus comportamientos. También, se incluyen las características físicas y emocionales del personaje, sus mayores deseos, su misión en el mundo y su visión en torno a la reintegración a la sociedad.

Durante la experiencia con esta comunidad “también se produjeron perfiles sonoros, en los que ellos mismos (los adolescentes) pudieron escuchar sus voces. En el proceso, manifestaron que se desconocían a sí mismos, evaluaron su manera de hablar, sus frases descarnadas y llenas de odio” (Anacona, 2018, p. 80). La estrategia del perfil sonoro se implementa como un formato que pondera el relato de vida de los adolescentes del Buen Pastor, en sus propias voces.

El esquema para la producción de los perfiles sonoros es muy básico, se inicia con cabezote de entrada y se termina con cabezote de salida y créditos. En el cuerpo del contenido se encuentran las voces, sonidos y música, que puede ser aportada por ellos o agregada en producción. En el audio final se espera que haya un esfuerzo de posproducción, que está a cargo de los estudiantes.

Figura 3. Perfil de los adolescentes infractores.



Fuente: Estudiante Luisa Bolaños, 2014.

Algunas de las cápsulas que arrojó el proyecto están en la plataforma SoundCloud y sirven como ejemplo para que los estudiantes puedan escucharlas y producir buenos proyectos sonoros con los estándares de calidad. Las cápsulas son una producción que realizan los estudiantes junto con los adolescentes; esta actividad sirve para entender el lenguaje propio de estos jóvenes y la forma como su tipo de expresiones va cambiando en el proceso restaurativo que se apoya en las herramientas educomunicativas de intervención.

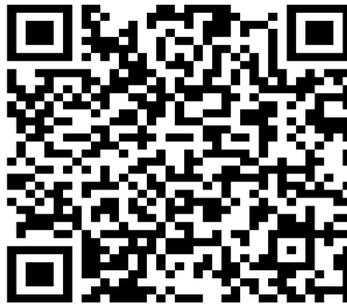
Figura 4. Cápsula sonora.



Fuente: Utópicos USCProducción propia (2013).

Hay que tener en cuenta que “se pondera la radio desde su esencia y materia prima: la expresión sonora, entendida como el conjunto de elementos de voces, efectos sonoros, ruidos, músicas y el silencio” (Behar et al., 2017, p. 69). Con sus producciones sonoras, el proyecto también ha conseguido que los mismos adolescentes produzcan canciones inéditas, programas de radio y perfiles sonoros, muchos de los cuales han sido transmitidos por www.laradiousc.edu.co.

Figura 5. Canción: No queremos guerra, queremos la paz.



Fuente: Utópicos USC Producción propia (2014).

Durante la aplicación de la estrategia de comunicación a adolescentes del Buen Pastor, se han utilizado herramientas de aprendizaje de la escritura y como resultado se han construido libros de pasatiempos que sirven “para que los adolescentes aprendan a escribir bien las palabras, con el fin de fortalecer su escritura y alfabetización” (Behar et al., 2017, p. 95).

A partir de los resultados de este primer 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)’, se crearon dos nuevos proyectos de investigación, que fueron aprobados por la Dirección General de Investigaciones de la Universidad Santiago de Cali. El primero de ellos, establecido para los años 2018

y 2019, se tituló ‘Lineamientos para desarrollar procesos de resocialización con adolescentes infractores, con base en la experiencia del convenio USC – CFJ Buen Pastor (Estrategia educomunicativa)’, que de igual manera vinculó, no sólo a los estudiantes de la USC, sino a los adolescentes infractores recluidos en el Buen Pastor y a los que egresaron de ese lugar y ahora tienen intenciones de tomar el camino de la comunicación como profesión.

Para los estudiantes universitarios, el proyecto también ha sido una experiencia pedagógica que les ha permitido confrontarse como profesionales frente al compromiso social de un comunicador (Anacona, 2018, p. 85).

En octubre de 2019, la DGI aprobó una nueva fase, titulada ‘Implementación de la Estrategia Educomunicativa como herramienta de Intervención para los Procesos de Resocialización de Adolescentes (Cali)’, con el propósito de evaluar y determinar pautas de éxito en la aplicación de procesos educomunicativos para la transformación social, tomando como punto de partida escenarios extramurales que representen condiciones de vulnerabilidad social para menores de edad de la ciudad de Cali.

Periódico Utópicos, más allá de un enfoque social

En la cartilla ‘Periodismo para cambiar el chip de la guerra’, Oquendo-Bedoya (2019) cita al Maestro José Navia que invita a regresar a los principios fundamentales del periodismo para continuar con el enfoque social.

...el periodismo constructivo me pone a pensar qué proponemos nosotros, qué ayudamos a construir. Creo que lo más novedoso es preguntarnos ¿ahora qué? El resto es regresar a los principios fundacionales del periodismo. Ser riguroso. Volver a enfocarnos en que el periodismo sea útil para la gente (Oquendo-Bedoya, 2019, p. 19).

Con esa misma premisa, desde la marca Utópicos, adscrita a Unimedios, se fomenta el desarrollo, por parte de los estudiantes – periodistas, de “sus contenidos 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” (Behar, 2018, p. 42), con publicaciones, algunas de las cuales han recibido nominaciones y premios periodísticos, en los niveles regional y nacional. Pero ¿cuáles son las pautas que se tienen en cuenta en Utópicos para la publicación de historias periodísticas con proyección social?

Durante el consejo de redacción del periódico Utópicos se formulan cinco preguntas fundamentales a los periodistas – estudiantes, con el objetivo de valorar los temas que proponen.

Las preguntas son:

1. ¿Cuál es el aporte de su trabajo o de su historia para la sociedad?
2. ¿De qué manera contribuye la selección de las fuentes de información a garantizar un balance informativo?

En este punto, se les explica que es importante tener multiplicidad, variedad y calidad de ellas para que el artículo sea éticamente válido.

3. ¿Cuál es el contraste entre su historia y las que se han publicado en otros medios de comunicación?, ¿cuáles son los puntos diferenciales?
4. ¿Cuál es el componente social de su propuesta?
5. ¿Cómo ha realizado la verificación y chequeo de la información?

Trabajar en equipo y lograr historias que tengan los tres componentes del periodismo social –sensibilidad, contexto y comprensión social- hacen que el periodista- estudiante reconozca que “el periódico es un canal de difusión de los hechos originados en el amplio contex-

to de la realidad, tanto local como regional y nacional con una visión crítica constructiva” (Anacona, 2018, p. 43).

El diseño de varias estrategias que conducen a hacer posible este acercamiento entre las personas y sus comunidades hace parte del objetivo del laboratorio, porque el periodismo no es solamente una profesión, es una manera de vivir y de pensar. Nosotros decíamos con cierto orgullo que el periodismo era ese algo que íbamos a hacer toda la vida (Kapuscinski, 2016).

Para la producción de artículos periodísticos, que serán publicados por el periódico *Utópicos*, es indispensable consultar el Manual de Estilo de Unimedios, donde se exponen los principios, propósitos, recursos, funcionamiento y toda la estructuración de propuestas narrativas.

Cali Hoy Crónicas y Cali Hoy Presenta: periodismo con sentido social

A tono con los compromisos éticos del equipo realizador, el periodista polaco, ícono del ejercicio profesional contemporáneo Kapuscinski (2016), lo resume así: “...esta profesión requiere algo de sentido de misión, de vocación, porque es muy dura y si no se tiene valentía es mejor cambiar de oficio” (Párr. 39).

El programa de televisión *Cali Hoy Crónicas* es la muestra de ello, más de 280 programas resaltan historias del suroccidente colombiano. Su producción constante y su cercanía con la comunidad proponen la vinculación y la articulación del eje social en la televisión nacional, inspirados en Kapuscinski (2016):

...una de las características del reportero es la empatía, esa habilidad de sentirse inmediatamente como uno de la familia. Compartir los dolores, los problemas, los sufrimientos, las alegrías de la gente, que de inmediato reconocen si él está realmente entre ellos o si es un pasajero que vino, miró alrededor y se fue (Párr. 14).

El programa se emitió desde julio de 2013 por el canal regional Telepacífico hasta marzo de 2020. Era realizado por dos periodistas (egresados de la Facultad de Humanidades y Artes), que, por lo general, producían sus historias en la capital vallecaucana, pero en muchas otras ocasiones también iban hasta los lugares más apartados del suroccidente colombiano a vivir en carne propia las historias de personas que a diario luchan por sobrevivir o que sorprenden a todos con creaciones e ideas innovadoras. Su formato periodístico estaba compuesto por crónicas e historias de vida.

A partir de abril de 2020, el equipo de realización se planteó la idea de transformar el programa, en dos sentidos:

1. Aprovechar los avances tecnológicos y diseñar un programa más moderno, con crónicas y reportajes cortos, que se ajusten a los nuevos hábitos del público: atemporalidad en la posibilidad de acceder a los contenidos y tener series cortas en lugar de segmentos largos de una sola entrega.
2. Privilegiar el trabajo de estudiantes y practicantes, para hacer un programa que obedezca a los lineamientos del laboratorio Unimedios y de la Universidad Santiago de Cali.

Como producto de este ejercicio, en el mes de septiembre de 2020 se comenzó a emitir *Cali Hoy Presenta*, a través de YouTube, en el canal del CEPA y en redes sociales.

El desafío del periodismo social

Al referirse a periodismo social se propone la articulación de esta disciplina, consciente de los procesos sociales, con la agenda de los medios de comunicación. Para ello, es necesario sensibilizar a los nuevos periodistas sobre el papel de esta disciplina en la sociedad, fundamental para su desarrollo profesional: “lo importante en todos

los casos es poseer no sólo responsabilidad profesional, sino ciudadana”, (Kapuscinski, 2016, párr. 41).

El desafío es sostener el periodismo social en las agendas de los medios de comunicación, lograr que los periodistas se tomen el tiempo de investigar y de esclarecer la verdad, que se desplacen al lugar de los hechos, que se relacionen con la población que está afectada o que necesita a los medios para el logro de un bien común. Es volver al ejercicio esencial del periodismo.

Lo importante es entender que si quiere seguir en la profesión se debe estudiar permanentemente y eso es muy duro hoy, porque cada día aparecen nuevos descubrimientos, nuevas ramas de la ciencia, nuevos conceptos de filosofía, de historia, de antropología, de psicología, de miles de cosas (Kapuscinski, 2016, párr. 46).

Tener como prioridad la voz de los ciudadanos, sus opiniones y su intervención, son claves para los periodistas sociales que quieren participar activamente en los acontecimientos relevantes y la resolución de problemas de la comunidad, “el periodismo sigue siendo, en el fondo, lo mismo: contar historias reales y contarlas bien” (Edo, 2009, p. 226).

Referencias

- Anaconda, A., Martínez, A. D., Giraldo, L. K., Cerón, J. C., Rojas, A. L., Olaya, J. E., ... y Fory, C. A (2018). Proyección e innovación social. Editorial Universidad Santiago de Cali. <https://doi.org/10.35985/9789585522046>.
- Behar, O. (2020). Fase II: Implementación de la estrategia educomunicativa como herramienta de intervención para los procesos de resocialización de adolescentes infractores recluidos en el Centro de Formación Juvenil Buen Pastor Cali (Proyecto de investigación Universidad Santiago de Cali).

- Behar, O., Tróchez, M. J., Muñoz, L. J. C., Parias, S. B., Rodríguez, V. A., Domínguez, N. A., & Asa, E. (2017). *Ahijados para nunca olvidar: educomunicación en procesos de resocialización en Colombia*. USC, Universidad Santiago de Cali Editorial. <https://doi.org/10.35985/9789588920474>.
- Behar, O. G., Buitrago, S., Castillo, L. J., Alejandra, Q. N., Cruz, C., García, K., ... & Albesiano, L. E. (2018). *Periodismo universitario en el siglo XXI*.
- Cytrynblum, A. (2000). *Periodismo Social. Una nueva disciplina*. Buenos Aires, La Crujía.
- Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. México: Alfaomega.
- Kapuscinski, R. (2016). *Ryszard Kapuscinski: Reporteros del tercer mundo*. Fundaciongabo. Disponible en: <https://fundaciongabo.org/es/recursos/relatorias/ryszard-kapuscinski-reporteros-del-tercer-mundo>.
- Llobet, L. (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social. *UNIrevista*, 1(3), 1-11.
- Oquendo-Bedoya, C. (2019). *Periodismo para cambiar el chip de la guerra*. En CdR, *Pistas para un periodismo constructivo* (pág. 64). Bogotá.