

UTÓPICOS FACULTAD: REFLEJO Y EVOLUCIÓN DE UN MEDIO DE PERIODISMO UNIVERSITARIO

Utopian Faculty: reflection and evolution of a university journalism medium

Julián Andrés Corredor Pulgarín

julian.corredor00@usc.edu.co

© <https://orcid.org/0000-0001-6729-8794>

Universidad Santiago de Cali

Cali, Colombia.

Resumen

A través del recuento de una experiencia periodística institucional (el periódico *Utópicos Facultad*), se ofrecen algunas claves reflexivas sobre el ejercicio periodístico en el proceso previo de formación, particularmente dentro de instituciones que trabajan bajo el marco de unas políticas de comunicación corporativas, a la vez que forman en capacidades editoriales como la reportería y la redacción, en el marco de la interlocución con otras instituciones y la sociedad civil en general.

Palabras clave: comunicación corporativa, interlocución, periodismo universitario, Unimedios, *Utópicos Facultad*.

Cita este capítulo

Corredor Pulgarín, J.A. (2022). *Utópicos facultad: reflejo y evolución de un medio de periodismo universitario*. 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. 67-81). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

Abstract

Through the recount of an institutional journalistic experience (newspaper *Utópicos Facultad*), some reflective keys are offered about the journalistic exercise in the previous training process, particularly within institutions that work under the framework of corporate communication policies, at the same time they train in editorial capacities such as reporting and writing, within the framework of dialogue with other institutions and civil society.

Keywords: corporate communication, interlocution, college journalism, Unimedios, *Utópicos Facultad*.

Introducción

Cuando se habla de aprender o dominar el oficio de la redacción periodística, más que con cualquier otra área expresiva, no es un secreto que la práctica y el ejercicio son los que garantizan la mejoría de quien aprende. Por tal motivo, deben existir espacios dentro de los lugares de formación, cuya vocación sea la de servir de caja de resonancia del acontecer más cotidiano de dichas instituciones y garantizar su permanencia en el tiempo.

En el medio universitario colombiano, sobresalen algunas experiencias de medios comunicativos y educativos en la formación de periodistas, tanto en el ámbito privado como en el público. Publicaciones como *Unidiario*, *Datéate* o *La Palabra* comparten ese carácter híbrido de divulgación institucional y experimentación como tribuna de aprendices, “son medios renovados, que han abierto formatos innovadores y críticos, que dan a los estudiantes la oportunidad de explorar y expresarse con responsabilidad a través del periodismo” (Navarrete y Behar, 2017, p. 78).

Un caso de éxito en esta mezcla de formación e información es el boletín quincenal de la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad

Santiago de Cali, *Utópicos Facultad*. Siguiendo la marca insignia de esta academia y recogiendo iniciativas previas de divulgación de los hechos representativos allí sucedidos, esta edición institucional regularizó su publicación y circulación a partir del segundo semestre del 2017, cuando las directivas de la Facultad determinaron que la producción de contenidos para todos los medios, tanto periodísticos como institucionales, se concentrarían en el Laboratorio Unimedios.

Utópicos Facultad es la nueva versión de un boletín que elaboraban los practicantes asignados a la Facultad, y que llevaba por nombre ‘El Informante’. Allí se consignaban las tareas realizadas por el cuerpo directivo y se exaltaban los logros de estudiantes y docentes de los programas de Comunicación Social, Publicidad y Trabajo Social, en las tres funciones sustantivas de la USC: docencia, investigación y extensión.

Figura 13. Apariencia del *Utópicos Facultad* (No. 208) en el buscador de Google.



Fuente: Google.com.co 2020.

Al encargarse su responsabilidad al Laboratorio Unimedios en 2017, el boletín se rediseñó, concibiéndolo como una producción encaminada a tratar la realidad desde una visión holística, por la cual la coyuntura no se aborda desde secciones fijas y convencionales. En los últimos años, también se han incorporado a las tareas del *Utópicos Facultad* las actividades y los logros de dos nuevos programas: la maestría en Comunicación Estratégica y la Tecnología en Producción Transmedia.

Al igual que otras publicaciones, su tratamiento debe partir de reglas básicas del periodismo, entre ellas, el trabajo en equipo, además de la propuesta del comunicador Rodolfo Prada (2018):

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. (p. 15)

Por estas razones, al delegarse en Unimedios su elaboración, estudiantes, practicantes de comunicación y de publicidad y docentes tomaron varias decisiones:

- Cambiar el nombre, para darle un concepto más acorde con su función y formar parte de una de las marcas que distinguen a los productos de Unimedios. Se escogió el nombre de *Utópicos Facultad*.
- Darle regularidad al boletín, pues ‘El Informante’ salía cuando se consideraba que había algo para divulgar, o cuando el talento del practicante así lo facilitaba. *Utópicos Facultad* es ahora un quincenario, que circula entre los meses de febrero y noviembre de cada año.
- Pasar del papel al digital. ‘El Informante’ se fotocopiaba y repararía, fundamentalmente en la barra de atención al público. Ahora, tiene circulación en la web, en la plataforma ISSUU (Figura 14) y se divulga a través las redes sociales de la Facultad.

- Adecuar su diseño a la línea gráfica definida institucionalmente. La Unidad de Comunicaciones de la USC fue la encargada de hacer el diseño del periódico.

Su visibilización es eficaz, además, gracias a la irrupción de las redes sociales en el ecosistema comunicativo, como actores en los que confluyen las manifestaciones individuales con los mensajes y canales corporativos, para terminar fijando la agenda informativa (Quintero, 2018).

Al migrar hacia la web, las posibilidades de acceso se extendieron de una manera relevante. Para ubicarlo, el interesado solo debe escribir ‘Utópicos Facultad’ en el buscador de Google y obtendrá la dirección para acceder a todos los boletines.

Figura 14. Volumen reciente de Utópicos Facultad en la plataforma Issuu.



Fuente: Google.com.co 2021

Tras desplegar el archivo, se observan los números de los ejemplares, que van desde el 157 (al final de la página) –pues se tomó el histórico de 156 boletines de ‘El Informante’, hasta el más reciente, (gráficas 1 y 2). Al escoger un ejemplar, se observa la primera página del periódico, y la flecha de paso hacia las siguientes páginas.

Utópicos Facultad es hoy por hoy un escenario en el que los practicantes de los pregrados de la facultad, así como los estudiantes en general, reflexionan sobre cuestiones cómo: ¿Qué de lo visto y escuchado por quien hace la reportería se va a publicar? ¿Cuál ha de ser el aporte de ese posible texto o nota escrita? ¿Cuál o cuáles son las consecuencias o implicaciones que traerá la publicación de esa noticia? Este análisis surge del hecho de que un boletín institucional debe corresponder a los objetivos estratégicos planteados por las directivas de la Facultad, en consonancia con los de una estructura mayor como la USC.

Temáticas de Utópicos Facultad

A lo largo de estos años, durante los cuales diversos estudiantes y profesionales han perfeccionado sus habilidades para la recolección de datos, la verificación, el análisis y la presentación; el boletín interno ha dado cuenta de diversas transformaciones del contexto santiaguino y del transcurrir regional: las tendencias teóricas y prácticas que se instauran en el mundo universitario; las celebraciones reseñadas u organizadas por la USC.

También son temáticas habituales los encuentros académicos en los que participan integrantes de las diferentes instancias de la facultad; los proyectos de extensión a través de los cuales se establecen vínculos con la comunidad circundante; los procesos de movilidad por los cuales estudiantes y profesores establecen lazos con otras instituciones; los nuevos espacios y programas inaugurados; los reconocimientos deportivos; en fin, los variados lugares de visibilidad e interlocución para la Facultad de Humanidades y Artes.

En relación con estos conceptos de visibilidad e interlocución, el primero ha cobrado relevancia en el sector público, pues comprende acciones indispensables en las entidades oficiales como la difusión y el posicionamiento (Arguedas, 2019). Acerca de la interlocución, se puede establecer una analogía de esta función social con el alcance de la conversación en el campo interpersonal, en cuanto que es un recurso valioso para la creación de sentido y el conocimiento mutuo de las dos o más partes involucradas. En consonancia, entonces,

La interlocución es la capacidad de construir sentido y visión compartida. Para que la interlocución sea posible, es fundamental la información. No se puede interlocutar cuando no hay conocimiento, no se puede tener visión compartida si la información no es un bien colectivo, no puede haber trabajo colaborativo si no se dispone de información (CPNAA, 2017).

Así, se reafirma que no basta un conocimiento disciplinar exclusivo y fijo, pues, precisamente, el ambiente al que se enfrenta el reportero que pasa por este medio oficial, conlleva la inmersión en un contexto laboral y educativo que alberga no solo dispares áreas del conocimiento, sino también diversos procedimientos, protocolos y conceptos, que constituyen los ejes de una diversidad de ciencias o técnicas comunicativas, humanísticas o publicitarias.

La universidad, como cualquier otro espacio corporativo, representa un reto comunicativo, dada su esencia de sistema complejo y dinámico que se construye cotidianamente en las organizaciones, en las cuales se fijan objetivos para sus medios informativos, entre ellos la consolidación y el cuidado de elementos como la imagen o la reputación institucional, pero que ha de convertirse en un actor más en la búsqueda de unos objetivos colectivos, siempre con responsabilidad ética del comunicador, como instancia de participación.

En este marco, para los estudiantes que comienzan a desempeñarse en este entorno, cobra valor el planteamiento de teóricos colombia-

nos como José Bernardo Toro y Martha Rodríguez, quienes perfilan al comunicador como aquella persona capaz de crear condiciones para que los diferentes mensajes y sentidos de los diferentes grupos y personas circulen y compitan en igualdad de condiciones (Toro y Rodríguez, 2001).

Del ejercicio didáctico al cubrimiento periodístico y organizacional

La experiencia de elaboración de este medio de comunicación con enfoque organizacional ha arrojado tanto resultados previsibles como otros que no fueron proyectados al inicio. Además de conseguir la construcción de un ámbito laboral en el que se hace una primera exploración de la comunicación organizacional por parte del estudiante, la indagación y divulgación paralelas de innovaciones, convocatorias, convenios, reconocimientos, entre otros acontecimientos rutinarios en la facultad, sobrelleva una difusión continua del sentido de pertenencia, en la medida que usualmente “Comunicar y divulgar internamente es una tarea de trascendental importancia para generar espacios de confianza, transparencia y mejoramiento del clima organizacional” (Manucci, 2005).

Contraria a la creencia de que se pueda ver la práctica o la participación en un medio como *Utópicos Facultad*, como un punto de llegada o de transición en el aprendizaje del comunicador santiaguino —bien sea desde enfoques heterogéneos como periodista, gestor, publicista, diseñador, entre otros perfiles relevantes que han pasado por el reparto del medio—, hacer parte de esta aventura bimensual se constituye en una continuación o consolidación del proceso de formación, dado que no solo es el momento de llevar a la práctica las competencias adquiridas en las aulas, sino también el de contrastar la actualidad y vigencia de dichos saberes.

Vista en retrospectiva, la serie de boletines publicados ya supera las 200 ediciones en dos décadas de existencia. Actualmente, *Utópicos*

Facultad ha ganado en sobriedad y uniformidad en lo relativo al diseño y a la imagen, mientras que sus textos incorporan mayor solidez y oficio, pese a los cambios lógicos de reporteros y editores y, por ende, de puntos de vista en su elaboración. Lo anterior refleja un poco los avances mismos de la Facultad y de la USC.

Semestre a semestre, quienes llegan a ocupar las plazas de practicantes en el Laboratorio Unimedios saben que son responsables de culminar con pertinencia su paso por la facultad y, también, que son los portadores de un legado comprometido con la institución que los alberga, pues a la par descubren la multiplicidad de intereses a los que deben atender como dinamizadores de la opinión pública. En palabras de un pionero latinoamericano como Tomás Eloy Martínez: “El periodista tiene tres lealtades: el lector, al que debe conocer porque es su objetivo; los hechos de la vida, que exigen una búsqueda de buena fe; y su propia consciencia, que le impone la nobleza de su papel testimonial” (El País, 2002).

El reportero de Utópicos Facultad: antena y codificador de la realidad

Al igual que la concepción integradora que privilegia las propuestas propias y los sucesos acaecidos en el día a día por encima de las secciones estáticas, el paso por *Utópicos Facultad* —o por cualquier otro de los medios escritos de práctica de Unimedios— implica un acercamiento a buena parte de los eslabones de la cadena de producción noticiosa, así como a las distintas modalidades de inquirir y escribir una nota u otro tipo de texto. Desde su llegada, el practicante está autorizado para la proposición de las distintas temáticas o materias informativas, siempre y cuando esté dispuesto a poner sus dotes perceptivas, lo más libre de prejuicios y estigmas que se pueda, en servicio del desarrollo de pensamiento crítico. En la visión de Navarrete y Behar (2017):

... los laboratorios creativos que funcionan para darles vida a los contenidos periodísticos de jóvenes no deben ser subestimados. Los estudiantes perciben la información de modo sensible y despierto, aportando a la diversificación de canales comunicativos y de verdades que se empiezan a tejer en los territorios y en las ciudades, que están expectantes por tener herramientas para saber lo que realmente ocurre en su entorno (p. 78).

A su vez, se requiere que su capacidad de escucha quede al servicio de las necesidades de la USC en general –y de la Facultad de Humanidades y Artes en particular–, pues la institución es la que concibe su futuro, tanto en los documentos institucionales como en las acciones que propone a lo largo de los periodos académicos.

Puesta en situación esa flexibilidad de pensamiento, la dinámica diaria del practicante lo acerca a una complejidad de voces, así como el tránsito por diversas rutas –algunas siempre por construir–, para así acatar las responsabilidades propias de la labor comunicadora. En ese sentido, desde la manera de acercarse y acceder a las fuentes; los registros vitales con los que plasme los hechos cotidianos; la forma como configure sus textos en una agenda plural, amplia y diversa o su idea de agenda pública; en fin, operaciones todas estas que se tornan rutinarias, no en el sentido de tediosas, sino de frecuentes y, por ende, garantes de una experticia alcanzada.

Pero ¿en qué consiste esa experticia idealizada por los aprendices de Utópicos semanal? Inicialmente, en la osadía de obtener y expresar sus ideas a partir de la relación de datos y la perspicacia ante los detalles más ínfimos, en principio. Luego, en la claridad para establecer y caracterizar sus narraciones con un propósito claro establecido de antemano –bien sea denuncia, polémica, estética o análisis, entre otros posibles–. Así mismo, asegurar la solidez de sus habilidades como investigador y de su acatamiento a las disposiciones éticas o legales que cada información pueda acarrear (Manucci, 2005).

Lo anterior se refiere a la esfera de lo informativo, porque una concepción tradicional de la divergencia con el reino de la opinión es que esta última se ha considerado como propia de una etapa de madurez. Si bien esta noción perdura hasta ahora, en el ejercicio de reportería, los estudiantes se enfrentan al conocimiento de la opinión pública y revelan la sutileza de fronteras que delimitan los hechos y las interpretaciones, pues en ocasiones se opina con la simple escogencia de palabras para formar una descripción, así como también se puede ser acertado o preciso incluso en los comentarios más extremos o radicales.

El multifacético rol del periodista universitario

Además de rodear a sus integrantes de recursos bibliográficos tradicionales, como manuales de estilo; y contemporáneos, como las bases de datos académicas a las que tienen acceso a través de la biblioteca de la USC; el equipo profesoral de Unimedios que guía a los monitores y practicantes del boletín institucional no solo imparte los conceptos centrales de las disciplinas que tiene a su cargo, sino también, otros postulados por los que la academia ha apostado en el desarrollo de su crecimiento. Así, por ejemplo, se alecciona en mantener actualizados en el dominio de herramientas TIC (figura 15) para futuros periodistas digitales; considerar el periodismo universitario como herramienta pedagógica para la construcción de memoria, en una coyuntura regional que procura paz y reconciliación (Behar, 2018).

Figura 15. Boletines indexados en el buscador Google.



Fuente: Google.com.co, 2022.

En cuanto a los géneros particulares de la información mayoritaria del boletín, por su carácter informativo es evidente que la noticia y su canónica estructura piramidal es la base de la información aparecida. Por otro lado, esto no impide la aparición usual de otro tipo de textos o géneros, en particular la entrevista y la reseña, dos especies de discursos que además comparten el rasgo de ser transversales a la comunicación; pues al igual que la investigación, más que fines, metas o especialidades últimas del profesional, debieran ser herramientas principales.

El comunicador de *Utópicos Facultad* debe ser consciente de las interacciones establecidas dentro de su organización, a la vez que estar atento a los vínculos externos que establece con otras estructuras de su entorno. Debido a esto, se buscan cualidades como sensibilidad, habilidad de negociación, pensamiento estratégico, capacidad de gestión, aparte de otras transversales que ensalzan a cualquier profesional del siglo XXI, como el bilingüismo y la transdisciplinariedad.

En esta sociedad actual, gestada a la luz de los cambios sociales, económicos y culturales de la segunda mitad del siglo XX, la comunicación se ha vuelto un problema fundamental, para bien y para mal. Para bien, porque pocos dudan del valor intrínseco de la información en un contexto temporal, que incluso ha recibido el mote de ‘la era de la información’ y con tecnologías derivadas de esta profesión, que han cambiado el panorama social. Para mal, porque asuntos como las ‘fake news’ (noticias falsas) o la propaganda negra que sale a colación en tiempos de elecciones o disputa política, han llevado a que los aspirantes a profesionales del periodismo pongan en cuestión sus habilidades, destrezas, conocimientos y tradiciones; y esta labor revisionista no deja de ser más imparcial, en la medida en que combine el análisis teórico con las ocupaciones prácticas.

Pasos principales para elaborar el periódico

Utópicos Facultad

- 1) El personal mínimo para su construcción está conformado por un periodista y un diseñador. Usualmente, será integrado por un estudiante o practicante de comunicación y uno de publicidad.
- 2) Consejo de redacción: Está integrado por quien coordine el Laboratorio Unimedios, el asistente de la misma unidad, el diseñador y los dos responsables directos de su elaboración. Una vez cada quince días se efectúa una reunión en la que se plantean los temas, el enfoque, las fuentes a las que se debe consultar y entrevistar y los componentes fotográficos.

- 3) Hacer reportería. Es importante que los encargados vayan al lugar de los eventos para tener a la mano la información. Hacer entrevistas y lograr el contraste necesario, para que el artículo cumpla con los requerimientos, entre ellos, tener más de dos fuentes de información.
- 4) Verificación de la información: Es fundamental que el periodista contraste la información con las dependencias, para que no se publiquen nombres incorrectos o incoherencias.
- 5) Consejo de redacción. El equipo revisa el desarrollo de los temas y define la extensión de cada uno, así como su ubicación en el quincenario y los componentes gráficos.
- 6) Escritura: El texto será escrito en tercera persona; además, debe incluir la voz del protagonista y de otras fuentes de información entre comillas y con verbos de atribución. El texto tendrá entre 200 y 400 palabras.
- 7) Anexos: Es importante el componente fotográfico y cada imagen debe ir acompañada de un pie de foto. Se recomienda escribir destacados y recuadros, para alimentar la información que se está divulgando.
- 8) Diseño: El diseñador debe tener claras las pautas de la línea gráfica dictaminada por la Unidad de Comunicación de la USC.
- 9) Tipografías:
 - a. Títulos: Roboto black.
 - b. Subtítulos: Roboto.
 - c. Pie de foto y fuente de foto: Roboto condensed italic.
 - d. Destacados: Roboto bold condensed italic.
 - e. Cuerpo del texto: Helvetica condensed regular.

Referencias

- Arguedas, R. L. (2019). Impacto mediático de las publicaciones institucionales: el caso del boletín de la Contraloría General (tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/11008>
- Behar, O. (Comp.). (2018). Periodismo universitario en el siglo XXI. Universidad Santiago de Cali.
- Consejo Profesional Seccional de Arquitectura y sus profesiones auxiliares. (2017). Política de Comunicaciones CPNAA. <https://cpnaa.gov.co/wp-content/uploads/attachments/POL%C3%8D-TICA%20DE%20COMUNICACIONES%20CPNAA%20APROBADA%20EL%2024%2011%202017.pdf>
- El País. (19 de abril de 2002). Entrevista con Tomás Eloy Martínez. https://elpais.com/cultura/2002/04/19/actualidad/1019237700_1019238085.html
- Manucci, M. (2005). Atrapados en el presente: la comunicación, una herramienta para construir el futuro corporativo. CIESPAL.
- Navarrete, P. M. y Behar, O. (2017). Manual de periodismo universitario: en camino a la paz y la reconciliación. Universidad Santiago de Cali.
- Prada, R. (2018). Periodismo: del espejo plano al compromiso social. En: Behar, O. (comp.). Periodismo universitario en el siglo XXI. Universidad Santiago de Cali.
- Quintero, A. (2018). Periodismo en los tiempos del like. En: Behar, O. (Comp.). Periodismo universitario en el siglo XXI. Universidad Santiago de Cali.
- Toro, J. B. y Rodríguez, M. (2001). La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos. Banco Interamericano de Desarrollo. Documento de trabajo del INDES. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-comunicaci%C3%B3n-y-la-movilizaci%C3%B3n-social-en-la-construcci%C3%B3n-de-bienes-p%C3%BAblicos.pdf>