

PRESENTACIÓN

PRESENTATION

Enfocar la mirada en la formación tradicional que reciben los comunicadores sociales es una tarea que actualmente lleva a los programas y facultades a plantearse retos en la materia desde tres ámbitos. Uno, a partir de las reformas curriculares que exigen procesos de transformación de contenidos, de prácticas en el aula, de la actitud de los docentes, del personal administrativo y directivo de las instituciones, así como de adaptación por parte de los estudiantes. Dos, desde las necesidades que presentan el contexto y la realidad social cada vez más cambiante y, sin ir a los extremos, más retardadora. Tres, desde una sociedad fracturada, con posturas radicales, con liderazgos que buscan reivindicar los errores del pasado, en escenarios donde actores políticos, sociales y empresariales toman fuerza –para bien o para mal– de la mano de las comunicaciones.

¿Cómo hacerlo? ¿Acaso la solución está en el entorno y aún no aceptamos? ¿Y si pensamos y analizamos en red? No nos gusta indagar en la ‘competencia’, como si esta, en el ámbito universitario no estuviera buscando las mismas respuestas que nosotros a interrogantes que van desde cómo motivar a un estudiante en el aula hasta cómo buscar aliados para un proyecto de investigación, por mencionar algunos temas al azar. Tomamos partido en situaciones cotidianas, como querer separar contenidos exclusivos para periodismo o que solo pueden abordar los comunicadores organizacionales, sin siquiera ver la estrategia de complementarlos o prestar atención a los procesos comunitarios. Descartamos un proyecto de grado porque le prestamos más atención a las normas o el número de páginas que lo convierten en tesis y no vemos que en esta puede estar un emprendimiento que favorezca el futuro de ese nuevo comunicador.

Cedemos ante discusiones cargadas de apasionamientos porque así lo dicta el mundo de las redes sociales cada mañana que entramos a revisar el numeral que marca tendencia. Las llevamos a clase para

presumir que estamos actualizados, y dejamos de lado los análisis y argumentos que se pueden generar a partir de un debate guiado por teóricos y pensadores, incluso, de otras disciplinas y de los cuales hemos aprendido en el camino por alcanzar un título de maestría o doctorado. Preferimos acampar en la orilla de lo políticamente correcto, porque en lo que ocurre fuera de las aulas nada tiene que ver la institución para la que trabajamos, y menos con los contenidos de las clases, pues todo fue planeado meses atrás y el cronograma debe cumplirse en número de horas de clases y actividades.

Tal vez, lo lamentable es que nada importe para muchos en el mundo de la academia, que se tome la formación como un requisito más en esta sociedad, que se crea que los profesionales solo se enfrentarán a la búsqueda de empleos y salarios dignos para vivir, y no a la misión de aprender a pensar cómo pueden incidir en la transformación social de un país que requiere y reclama cambios estructurales.

Trazando un camino para encontrar parte de las respuestas a estos interrogantes y actuando como red, nace *Periodismo Universitario en el siglo XXI. Volumen II: Experiencias que transforman*, en el que ustedes, lectora y lector, conocerán de qué manera profesores, egresados y estudiantes universitarios de distintas regiones de Colombia trabajan en pensar y crear nuevos escenarios de formación para los comunicadores.

En este documento encontrará experiencias de aula que tienen como apoyo las técnicas de investigación que aportan el periodismo narrativo y la investigación científica; la labor de los semilleros de investigación enfocados en la literatura, la reportería y el periodismo; los otros escenarios posibles que se abren desde la prensa alternativa y popular, así como los dilemas éticos y retos que se enfrentan a la hora de trabajar en experiencias de colaboración y producción con universidades locales e internacionales.

El periodismo de *fact checking* y la posverdad también cuentan con reflexiones en esta publicación, de la misma forma que lo tienen los

medios universitarios y la agenda periodística que nace desde sus redacciones. Y es que esta labor no solo se desarrolla para contar lo que la prensa tradicional no muestra, es otra forma de divulgación y proyección en las comunidades que necesitan estar informadas.

Finalmente, y sin ser menos importante, esta publicación liderada por la docente y periodista Olga Behar, reflexiona sobre la importancia de la educación en cualquier proceso comunicativo que busca incidir –insisto– en ese tercer reto, que se relaciona con la urgencia de resolver problemas sociales.

Xiomara Karina Montañez Monsalve

<https://orcid.org/0000-0001-7268-848X>

Coordinadora general -

Red Colombiana de Periodismo Universitario

Docente del programa de Comunicación Social

Directora de Periódico 15

Universidad Autónoma de Bucaramanga