



Donde los medios son la noticia

Directo

FACULTAD DE COMUNICACIÓN - UNIVERSIDAD DE LA SABANA - No 57 ISSN 1657-5156 - CHÍA - ABRIL DE 2011 - WWW.UNISABANARADIO.TV - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

El Tiempo, un siglo en primera página

Las ideas republicanas fueron la fuente de inspiración para que el 30 de enero de 1911 Alfonso Villegas Restrepo fundara El Tiempo, periódico que empezó con un tiraje de 300 ejemplares.

Villegas, Santos y Pombo son los apellidos más relacionados con la historia de este diario, que ha acompañado a los colombianos durante 100 años.

Página: 3

El Tiempo, como cualquier medio, tiene detractores. Rodrigo Pardo, Pascual Gaviria y Fidel Cano, en entrevista con *En Directo*, lanzaron sus críticas hacia este periódico.

La injerencia comercial del Grupo Planeta y la nueva imagen del diario son algunos de los temas tratados por estos periodistas.

Página: 4

A pesar del difícil proceso de adjudicación del tercer canal, la Casa Editorial El Tiempo mantiene en pie la oportunidad para ampliar el campo multimedia en el que incursiona actualmente.

Si en un futuro se revocara el proceso de licitación para el tercer canal, el Grupo Planeta contemplaría la posibilidad de hacer una nueva oferta.

Página: 7



Fotografía: Claudia Rabio, cortesía El Tiempo.

HJCK, casada con la cultura

Para Álvaro Castaño, incentivar la cultura es uno de los elementos que nunca deberían perderse en una sociedad. Así mismo pensaba Gloria Valencia. Fue ésta una de las razones por las que esta mujer decidió pasar de la radio a la pantalla chica; su objetivo era demostrar que la cultura no era un accesorio, como lo explica Álvaro Castaño.

La emisora de la inmensa minoría, como es conocida popularmente, cumplió 60 años al servicio de los oyentes que aman la cultura y se alimentan de ella.

Página: 11



Fotografía: cortesía Alan Alban.

2011: año de las negritudes

La Organización de Naciones Unidas declaró el 2011 como el año internacional de los afrodescendientes con el fin de incentivar la participación de las negritudes en el mundo. La modelo Belky Arizala lidera la iniciativa de un reinado de las afrocolombianas para resaltar la belleza de la mujer negra.

Página: 14

Adentro

Un estudio sobre los residuos sólidos en Bogotá reveló que desperdiciar la comida va en detrimento de la economía y del medio ambiente.

Página: 12

El cubrimiento mediático sobre la muerte de una lechuza, en un estadio de fútbol, generó polémica sobre los códigos de ética periodística.

Página: 13

Los medios ofrecen a la audiencia imágenes inmediatas de tragedias internacionales como la de Haití, pero pronto las arrojan al olvido.

Página: 19

El representante legal del Grupo Planeta asegura que la Casa Editorial presentaría una nueva oferta si se reabre el proceso del tercer canal.

Página: 7

RECUERDOS DEL DIARIO

El Tiempo que yo he vivido



Adriana Patricia Guzmán de Reyes

Decana - Facultad de Comunicación
adriana.guzman@unisabana.edu.co

Hoy a sus 100 años, ese ejemplar de El Tiempo que pasa bajo la puerta de mi casa, me produce como desde hace otros 20 años (eso llevo suscrita al periódico bajo todas sus modalidades), la necesidad imperiosa de olerlo sin falta, porque esa tinta con la que se hace la impronta de las noticias todavía me hace tan feliz, como cuando estudiaba periodismo en esta Universidad.

A lo largo de su historia, he vivido amores y odios con El Tiempo, desde los más cercanos cuando hice parte "colateral" de la redacción de domingo y en momentos en que apenas empezaba a abrir los ojos al periodismo. Fue una apuesta grande. Yo quería escribir, yo quería reportear, yo quería hacer crónicas. Pero mi tarea era "editar" cables para la sección de Ciencia y Tecnología, así que buscar un espacio en una sección que estaba cambiando magistralmente de imagen y contenido, tomaba tiempo y una construcción de credibilidad que yo quería ya. Ahí odié un poco al periódico y de hecho, me fui de él.

Pero cuando miro mi portafolio (más conocido como vanidoteca), que todavía conservo con orgullo, veía los Primeros Planos publicados, el personaje del día y cientos de notitas que le aportaron a mi inicio en el periodismo. Mucho o poco, quie-

nes amamos esta profesión, deberíamos pasar por El Tiempo. Es una escuela necesaria para enterarse en verdad, cómo se vive el trabajo de hacer periódicos.

Pero también he experimentando amores lejanos. Hay que decir, que muy a pesar de que en el fondo no nos guste que El Tiempo se haya vuelto una gran empresa, disfrutamos con ella. ¿Quién no tiene en casa alguno de los cientos de coleccionables que ofrecido, de muy buena calidad y consistencia, a lo largo de la historia?

En mi casa de niña, mis padres siempre tuvieron la suscripción del periódico, como herramienta para las tareas. Fue fundamental, pero además, no recuerdo inversiones distintas en enciclopedias a las de El Tiempo. He de decir que fueron siempre fuente de investigación para toda la familia. Y hoy ni qué decir, de los taxis, las motos. Piezas muy lindas que mi hijo quiere en su repisa.

Y eso, ha hecho parte de todo ese tinglado comercial, económico con lo que se ha movido a lo largo de los años, esta gran industria editorial.

Pero también he tenido mis odios fuertes y más que odios son tristezas, porque pienso que un diario con tantas posibilidades como El Tiempo, debiera pensarse más lo que a veces publica. El afán por la primicia es algo que no muere y que seguirá causando estragos en la opinión pública por siempre.

Hay excelentes periodistas, tremendas "plumas", envidiables reporteros, pero una de las razones de ser del Periodismo es tratar de influir positivamente de una sociedad que necesita tanto de nosotros en momentos como estos.

A pesar de que hoy El Tiempo no es el mismo, creo que debe reivindicarse con todos quienes hemos confiado siempre y con quienes no lo han hecho. Es el primer periódico del país, es necesario no sólo que reinvente su imagen y sus formas de presentar la información, creo que debe pensar un poco más en hacer propuestas periodísticas ambiciosas, que construyan país, que entretengan, que formen, que eduquen.

Esto, con temas en los que a veces hay posturas cerradas, únicas. Un periódico como El Tiempo debe dar más voz a los que a veces no tienen voz, o simplemente, a aquellas voces distintas. Eso es formar la opinión pública. Es hacer el periodismo que no muere, que anhelamos quienes vivimos por y en esta profesión y el sueño de quienes nos negamos a dejar de leer el periódico en papel, a pesar de que abramos hasta diez veces el periódico en la web.

Muchas felicidades. El Tiempo tiene en sus manos un reto inigualable en este país. Y hay que asumirlo.

En Directo

CONSEJO EDITORIAL

Adriana Patricia Guzmán
Maritza Ceballos Saavedra
Manuel González Bernal

DIRECTOR

Víctor Manuel García

JEFE DE REDACCIÓN

Juan Camilo Velandía

EDITORIA

Ana María Espinosa

CORRECCIÓN DE ESTILO

Jairo Valderrama

CONCEPTO GRÁFICO

Lizette Jordan Gómez

FOTOGRAFÍAS

Archivo *En Directo*

PÁGINA WEB

www.unisabanaradio.tv



Universidad de
La Sabana

Facultad de Comunicación
Tels: 8615555 Ext. 1915-1910,
www.comunicacion.edu.co

Ricardo Quintero, vida de intensidad y disciplina

Érika Martínez Cuervo

Egresada de Comunicación
Social y Periodismo (2001)

La última vez que vi a Ricardo estaba en el andén de la avenida 19 con la calle 102 en el costado sur norte esperando el bus de regreso a casa. Era de noche, aproximadamente las ocho. Él estaba ahí, sobresalía por su altura. Lo vi de espaldas, vestía uno de sus gabanes oscuros. Lo reconocí por su pose, siempre mantenía la espalda absolutamente derecha y las dos manos en los bolsillos del pantalón, cuando no portaba en una de ellas un cigarrillo prendido.

En mi concepto fumaba demasiado, varias veces, en mi condición de alumna, me atreví a hacer algún comentario al respecto, no me ponía atención y en el instante soltaba una de sus frases de humor negro, entonces a uno no le quedaba más remedio que reírse con él, que hacerle eco a su caracterís-

ticas y sinceras carcajadas, cuando uno volvía de las risotadas la conversación ya había tomado otro rumbo y él ya estaba prendiendo otro cigarrillo. Era implacable, sobre todo eso: implacable.

Una de las noches luego de la partida de Ricardo y en medio de un episodio de insomnio pensaba en cómo dar estructura a todas las cosas que quería decir sobre él y la que más se repetía en mi mente, casi como un loop era: creo (casi que tengo la certeza) de que él era feliz.

Las ideas sobre Ricardo seguían zumbándome en la cabeza. Mi maestro y amigo era sabio en la conversación y en el arte de dar consejos. A Ricardo le gustaba decir cosas entre uno y otro sorbo de café, hablar con metáforas, hacerle ver a sus alumnos que la vida estaba ahí para vivirla con intensidad y disciplina. No le gustaba la gente quieta, eso no quiere decir que no valorara el silencio o la pausa como espacios defi-



Ricardo Quintero (centro) durante una reunión con sus compañeros de clase, en 1989.



nitivos para afianzar la fe y la sabiduría. De hecho su paso era pausado, me atrevo a decir que meditado. Nunca pasaba inadvertido. Era él, tan él como le era posible.

Fue mi maestro de cine un semestre, pero su presencia ha permanecido viva a lo largo de mi carrera profesional y de la de muchos otros.

Siempre tuvo tiempo para una consulta académica, para conversar sobre fútbol en la plazoleta del D con los chicos del Tablón (nombre del equipo de fútbol de Comunicación Social y Periodismo que marcó una época en la facultad), para recomendar un poema o una película, para sacar esos pequeños papeles que portaba en sus chaquetas y leer citas o ideas que salidas de alguna de sus investigaciones en curso. Era

un académico clásico con el aspecto de que no lo era y eso lo hizo único, auténtico.

Estos son sólo pedazos que intentan expresar quién era Ricardo Quintero aunque muchos de los que lean esto lo sepan de sobra.

Cuando recibí la noticia de su muerte me causó un gran impacto, pero también me hizo detenerme y hacer un flashback para volver a reírme con él.

Pensaba entonces: tanta vitalidad no se puede haber ido. Una prueba más de que no somos infalibles.

Esa noche, parados en la Avenida 19 charlamos unos minutos, escuché de nuevo su voz gruesa y ronca, volvió el sonido de su carcajada y nos despedimos de repente porque mi bus había arribado.

Historia de periodismo y poder

El Tiempo surge por un préstamo del Banco de Bogotá a Eduardo Santos Montejo y se erige en una referencia periodística para Colombia.



Juan Camilo Velandia A.

Jefe de Redacción *En Directo*
juanveal@unisabana.edu.co

Bogotá, 12 de febrero de 2011. No se había cumplido un mes del inicio del segundo centenario de El Tiempo y la actual dirección se expresaba públicamente con versos de “apoyo a la institucionalidad”, durante un simposio para celebrar los 100 años del rotativo más popular en Colombia.

Aunque los opositores del medio dijeron “conmemorar”, en lugar de celebrar un centenario, el director general de El Tiempo, Roberto Pombo, expresó a 200 espectadores en esa reunión: “Hemos visto con buenos ojos las propuestas de unidad que usted promueve, señor Presidente (Juan Manuel Santos), que hacen recordar las ideas republicanas que hace 100 años inspiraron el nacimiento de este periódico”.

Bogotá, 30 de enero de 1911. Alfonso Villegas Restrepo, un abogado y jurista colombiano con preparación académica foránea, fundó El Tiempo. Empezó con un tiraje de 300 ejemplares. Sin pensarlo, su compañero de claustro académico



Rotativa de El Tiempo.

Eduardo Santos Montejo compraría su periódico, en 1913.

En los albores de 1912, Villegas invitó a Eduardo Santos, amigo universitario, a formar parte de su equipo periodístico en El Tiempo. Ese mismo año, otro buen amigo de Santos, Enrique Olaya Herrera, acérrimo liberal de Colombia, lo invitó para aceptar la dirección de su periódico, la Gaceta Republicana, pero Santos rechazó la petición.

Villegas, con 27 años y con el entusiasmo republicano en su pensamiento político, gastó 40 pesos para sacar los primeros 300 ejemplares en la casona de la Avenida Jiménez con carrera sexta, en Bogotá.

La impronta Santos

Eduardo Santos Montejo estudió Derecho en la Universidad del Rosario y Sociología, en Francia. Santos Montejo adquirió El Tiempo tras hipotecar sus propiedades y obtener un préstamo que le hizo el gerente del Banco de Bogotá. Sus primeras ganancias fueron de 20 pesos.

Cinco mil pesos le pagó Santos a Villegas por El Tiempo, que para entonces tenía un tiraje promedio de mil ejemplares. Santos decidió usar el periódico como espejo de su ideario liberal, aunque participaba simultáneamente en la formación del Partido Republicano, liderado por Carlos E. Restrepo, presidente de Colombia entre 1910 y 1914.

Una sucesión de Santos afianzó las relaciones entre periodismo y poder:

⊗ Hernando Santos Castillo, quien se autodefinía como “oficialista”, dirigió El Tiempo de 1981 a 1994. Él era hijo del periodista Enrique Santos Montejo, “Calibán”, y sobrino del ex presidente Eduardo Santos. Santos Castillo, con el pseudóni-

mo “Hersán”, escribió por décadas la columna “Rastro de los hechos”.

⊗ Enrique Santos Montejo usaba el mote “Calibán”, más por cliché que por representar al personaje homónimo de “La tempestad”, escrita por William Shakespeare. Enrique Santos era un periodista destacado en Tunja, Boyacá, y a través de su sección “Danza de las Horas”, estipuló el periodismo encauzado hacia el pueblo como jefe de redacción entre 1921 y 1925.

⊗ En la última generación, Francisco Santos, Bachelor en Comunicaciones y Estudios Latinoamericanos en la Universidad de Austin, ingresó a El Tiempo como redactor y ascendió hasta ser jefe de redacción, mientras Juan Manuel Santos, presidente de la República, estudió periodismo, becado por la Fundación Nieman en Harvard, y se adhirió a las directivas del rotativo de su familia.

“Debes hacer, saber y leer”

Eduardo Santos Montejo decía en su senectud, en 1948, que su orgullo era no haber tenido jamás un socio capitalista de El Tiempo, propiciando transparencia y autonomía periodística. 59 años después, un emporio mediático español acabó con esa tradición para dinamizar la administración de El Tiempo. En 2007, el Grupo Planeta adquirió, según su vicepresidente comercial, Francisco Solé, el 55 por ciento de sus acciones.

En 2010, El Tiempo rediseñó su imagen ad portas del cumplimiento de su primer centenario. Lo innovador fue romper el esquema de las secciones para acopiarlas en tres conceptos: “Debes hacer, debes leer y debes saber”.

Para explicar dicha transformación, su director general, Roberto Pombo, inmortalizó el cambio en una carta que rezaba: “Estimado Lector, el ejemplar de El Tiempo que tiene en sus manos es, a la vez, el mismo diario de toda la vida y uno completamente distinto”, aludiendo a la continuidad de la calidad informativa y a la nueva plataforma que usarían para transmitir noticias.

Con base en la baja lecturabilidad de Colombia y con el propósito de atrapar nuevos lectores, la imagen de El Tiempo se transformó. A pesar de los



Alfonso Villegas trabajó en El Tiempo desde enero de 1911 hasta junio de 1913; sacó 667 ediciones.

índices de lectura, el conglomerado de El Tiempo considera “culto” a la mayoría de colombianos.

Retos de los próximos 100 años

Un siglo más para El Tiempo representa nuevos retos periodísticos. Renovar la presentación y profundizar en sus contenidos es quizás una de las claves de su supervivencia contra la digitalización de la prensa de papel. Para su editor Internacional, Edward Soto, “el principal desafío del próximo siglo para El Tiempo es seguir informando”.

Más de 35.200 ediciones (hasta la fecha de esta publicación) demuestran su evolución desde que Alfonso Villegas producía un periódico de 4 páginas hace una centuria para llegar a uno de 128 páginas, como el de la edición especial de los 100 años, en 2011.

Los nuevos desafíos de El Tiempo imponen la producción de contenidos multimediales sobre plataformas digitales y televisivas. Este escenario demanda unos altos niveles de rigor periodístico y de preparación de los reporteros. Según Víctor Vargas, editor de El Tiempo de fin de semana, “quien quiera un horario de oficina de 8 a.m. a 5 p.m en el periodismo es mejor que busque empleo en un banco”.

“Recuerde que quien tiene la información, tiene El Tiempo”: Roberto Pombo. Lo relevante es que después de un siglo siga suscitando interés para quienes lo leen, una bolsa mediática con papeletas de oposición y beneplácito.



El Tiempo empezó su producción con un linotipo y con una rotativa Dúplex plana. Su primer año de producción dejó cerca de 20 pesos de utilidades.

DETRACTORES DE EL TIEMPO

“Buen negocio; peor periódico”

Rodrigo Pardo y Pascual Gaviria, duros críticos del diario El Tiempo consideran que la injerencia comercial del Grupo Planeta y la nueva distribución del “debes hacer, debes leer y debes saber” han convertido al rotativo en un periódico de información ligera.



Rodrigo Pardo, Pascual Gaviria y Fidel Cano.



María Alexandra Cabarcas

Periodista *En Directo*
mariacabr@unisabana.edu.co

Rodrigo Pardo, ex director de la Revista Cambio, actual consejero editorial de Semana y miembro de la mesa de trabajo de RCN, la Radio de la Noche, considera que El Tiempo es el “peor periódico” porque maneja la información pensando en beneficio de la masificación, en detrimento de la profundización e investigación periodística.

Un periodismo que sólo se concentra en llegar a todo tipo de público va en detrimento de la calidad en su redacción. “El tiempo en general es un periódico muy distinto al del pasado. Es una paradoja que El Tiempo celebra 100 años cambiándose”, dice Pardo.

Grupo Planeta

El Grupo Planeta adquirió el 55 por ciento de las acciones de El Tiempo, en 2007, y desde esa época los detractores del rotativo, como Rodrigo Pardo, han dicho que la redacción del rotativo ha acentuado su influencia en el Gobierno colombiano.

“La prioridad que ha dejado ver el Grupo Planeta, más que la calidad del periodismo, es el negocio. Tiene la necesidad de lograr el tercer canal de televisión y por conseguirlo ha alterado la agenda periodística de El Tiempo y de otros medios para ganar

méritos con quienes otorgan el canal”, asegura Pardo, refiriéndose al cambio administrativo en El Tiempo.

El ex director de la Revista Cambio dice que desde la llegada del Grupo Planeta al periódico, éste se ha conservatizado. “El Tiempo fue un periódico básicamente liberal y ha sacado casi a todos los columnistas liberales para meter más conservadores”, asegura.

“Es un periódico ahora mucho más enfocado hacia la maximización del negocio. Cerraron la Revista Cambio porque tenía un modelo de periodismo distinto del que le gusta a Planeta: molestaba al poder y ganaba poco dinero”, afirmó con vehemencia Pardo.

100 años

A Rodrigo Pardo le llama la atención ver a columnistas como José Obdulio Gaviria y Luis Eduardo Londoño porque, según él, en otra época jamás habrían sido aceptados en un periódico de excelencia, con personas que no tienen una agenda propia.

Según Pardo, en sus 100 años, El Tiempo es un periódico diferente al de antes. “Está haciendo artículos para mirar y no para leer”, asegura. También dice ser escéptico frente a esta estrategia del periódico porque considera que para qué esperar el día siguiente para leer las mismas noticias que vio en televisión, escuchó en radio y leyó en internet.

La respuesta de El Tiempo ante la crisis que enfrentan los periódicos del mundo fue evolucionar hacia una producción multimedia, que necesita fuertemente de la televisión y de la masificación, asegura Pardo.

En adición, Pardo mencionó que no le gusta El Tiempo, y en ocasiones prefiere hojearlo porque no encuentra material de lectura.

El amigo del Gobierno

Pascual Gaviria, periodista del programa radial La Luciérnaga, de Caracol, y ex columnista de El Colombiano, aseguró que El Tiempo, “no ve el Gobierno desde afuera sino parece que estuviera aconsejando a un amigo”.

A pesar del carácter gobiernista de El Tiempo que aduce Gaviria, el periodista reconoce: “El Tiempo sigue teniendo gran credibilidad en Colombia y sigue siendo, sin duda, el periódico número uno para enterarse lo que está pasando oficialmente en el país”.

Pascual Gaviria afirma que, aunque la familia Santos no sea la dueña mayoritaria de El Tiempo, el periódico se inclina hacia el lado del gobierno y termina apoyando el régimen del momento.

“La llegada del Grupo Planeta crea incompatibilidad y ambigüedad en el interior del periódico”, asegura Gaviria. El periodista

dice que El Tiempo, reconocido por su ideología liberal, terminó influido por el Partido Popular proveniente de España.

Gaviria asegura que comienza a entrar un componente ajeno que transforma la idea de lo que ha sido siempre El Tiempo. “No se ve demasiado, pero se comienza a notar en el tono y en algunos temas de influencia desde partido conservador”, afirma.

La nueva imagen

“Yo como lector de El Tiempo no me he podido ‘tragar’ el debes saber, debes leer. Están intentando hacer un material más sencillo, poner el periódico en manos de cualquiera”, expresa Gaviria rechazando el cambio de El Tiempo por el afán de encontrar un elemento diferenciador en el mercado, además de su ideología.

Sin embargo, para Gavi-

ria El Tiempo no ha podido lograr en los últimos años lo que otros medios como Cambio, El Espectador y Semana han hecho: revelar escándalos de gobiernos, y una labor de investigación a profundidad.

“A El Tiempo le debe doler que Wikileaks haya escogido como sus socios a El Espectador y Semana, y que haya quedado relegado a lo que es la actualidad periodística”, asegura Pascual. Gaviria considera, entre otros, que al rotativo de los Santos y de Planeta le ha traído problemas la presidencia de Juan Manuel Santos, en cuanto “esta situación le quita credibilidad, autoridad y firmeza frente al gobierno”.

En suma, Gaviria considera que la historia extensa de El Tiempo es capaz de soportar las críticas por la actual presidencia de Santos y, además, que será paulatina su inmersión en los intereses del Grupo Planeta.

El eterno rival de El Tiempo

Fidel Cano Correa es bisnieto de Fidel Cano Gutiérrez, fundador de El Espectador, en 1887. A comienzos del siglo XXI, Cano Correa fue editor de la sección política de El Tiempo, y ahora, como director de El Espectador, considera que la diferencia entre ambos diarios radica en la solidez de la información periodística.

Según el actual director de El Espectador, “El Tiempo es, sin duda, el colega con el que el periódico que dirijo ha crecido durante toda su vida, desde que llegó a Bogotá”. A pesar de ello, afirma

que al momento de pautar las empresas son muy cuidadosas en su inversión, porque aún temen la pugna de ideales de ambos rotativos.

“Somos un periódico menos light que El Tiempo”, aseguró Cano, porque considera el rotativo histórico de los Santos como una propuesta periodística que ya no maneja profundidad, análisis ni investigación.

“Tradicionalmente, El Espectador ha sido mucho más independiente de los poderes políticos y económicos; El Tiempo es un representante de estos intereses”, expresó Cano.

También dice estar a varios metros de distancia con el poder. “Todo lo contrario a El Tiempo, que ha estado agarrado con el poder”, afirma el director de El Espectador.

“Los 100 años de El Tiempo son una maravilla. Es excelente que ese periódico haya llegado hasta allá. Sin duda, es una institución para este país”, dijo Cano. “Los valores liberales están en peligro, pero todavía es muy pronto para decir si el periódico seguirá tornándose hacia la derecha o si mantendrá sus ideales liberales para el futuro”, puntualizó.

“Es un periódico ahora mucho más enfocado a la maximización del negocio”

El Tiempo quiere dialogar con su audiencia



María Alejandra Gómez Cabrera

Periodista *En Directo*
mariagomc@unisabana.edu.co

La convocatoria abierta el pasado 10 de marzo por El Tiempo resultó ser un intento innovador del diario en el contexto latinoamericano, que se concentró en buscar a periodistas con experiencia en el manejo de redes sociales para armar un equipo que permanezca en permanente contacto con las audiencias.

El grupo de trabajo, liderado por la editora Renata Cabrales, posicionará al medio a través de la difusión, distribución de mensajes informativos y seguimiento de los públicos a través de las redes sociales. Cuatro profesionales se harán cargo de esas labores: un dinamizador social, con facultades para gestionar la presencia y generación de conversaciones alrededor de las comunidades internas y externas de la marca; un practicante en redes sociales, encargado de apoyar la presencia y generación de conversaciones; un gestor de comunidades, encargado de gestionar discusiones alrededor de la marca CEET en áreas de Marketing, Relaciones Públicas y Comerciales, y un contratista de outsourcing en métrica social, capaz de asesorar, implementar y desarrollar el software de mediciones de audiencias.

Diego Carvajal Galeano, gerente de Contenido y Operaciones Digitales de El

Tiempo, le dijo a *En Directo* que gran parte de la convocatoria anunciada se concentró en encontrar a gente capacitada para manejar las redes sociales del medio. Con ello se tratará de sistematizar los procesos comunicativos de la casa editorial con los lectores.

“Estamos profesionalizando el ejercicio porque El Tiempo entendió que lo digital trasciende el papel. Cuando se comercializó el Kindle, de Amazon; el Ipad, de Apple, y surgieron redes como Twitter, el medio sintió la necesidad de aumentar su rendimiento. Hoy tenemos portales web, aplicaciones para equipos electrónicos y trabajamos en cada uno de ellos con grupos de trabajo específicos y especializados”, dijo Carvajal.

De esta forma, El Tiempo no sólo ha logrado posicionarse como el medio de comunicación colombiano más visitado en la web, sino que también comenzará a trabajar con el primer equipo de periodistas de habla hispana dedicados, exclusivamente, al manejo de las redes sociales, un trabajo que en el pasado era desempeñado por los mismos redactores.

Para Renata Cabrales, ésta será una labor que promete la interacción con las audiencias. “Más allá de la simple presencia en espacios

sociales, quiero que como equipo creamos vías transparentes de comunicación y participación entre la audiencia y la marca El Tiempo; todo para hacer un mejor periodismo. Espero que los periodistas de nuestra marca complementen su trabajo con el aporte fundamental que el ciudadano tiene en la construcción de la información. Es un hecho: El entorno mediático cambió y los usuarios tienen mucho que ver en ello”.

La decisión de conformar este equipo de periodistas centrados en las comunidades no sólo tuvo como origen la necesidad de fomentar los procesos de convergencia y de distribución multiplataforma del medio en las redes, sino también a la necesidad de transmitir información que satisfaga la demanda y el crecimiento de

las audiencias en la red.

“En el último año El Tiempo en Twitter pasó de tener 3 mil seguidores a 210 mil. Desde mucho antes estábamos en las redes sociales. A diferencia de muchos medios que hasta ahora entran. Lo que hacíamos antes era arrastrar todos los contenidos de El Tiempo allí, pero ahora entendemos que Twitter y Facebook no son para eso; son para conversar, para interactuar con las audiencias”, dijo Carvajal.

Por su parte, Sergio Llano, académico universitario con máster en Dirección de Tecnologías de Información, afirma que el éxito de una marca en las redes sociales no está dado por el número de usuarios con los que cuenta un medio. Depende del seguimiento que el medio haga de sus públicos y de la información y los temas de discu-

para el dispositivo móvil de lectura Kindle. Más tarde, para diciembre, sacó su aplicación para el Ipad (la más descargada del país), con el propósito de ampliar la oferta informativa a otras plataformas y audiencias.

Aunque por ahora el medio tiene como meta la calidad de los contenidos publicados en las aplicaciones, es claro que por el momento no se esperan grandes ganancias. Para Carvajal esto no significa que el negocio genere beneficios. “Es claro que lo digital ya es rentable, es independiente y da plata. El papel no va a desaparecer. Estamos convencidos de que al papel le quedan muchos años de vida, sobre todo en Latinoamérica. Hemos pensado en cobrar por los contenidos de las aplicaciones, pero no por los contenidos generales. Lo que sí se puede cobrar son los contenidos específicos para un público determinado como podrían ser los archivos de noticias de difícil acceso”.

En un informe titulado *Tablet opportunities for news publishers* publicado por la International News-media Marketing Association (INMA), Édgar Cuéllar, director de inteligencia de mercado de El Tiempo dijo: “Nos estamos convirtiendo en la casa editorial más creativa y con mayor crecimiento en contenido de la región. Eso implica estar en el lugar de nuestros lectores, siendo líderes. Esto requiere innovar constantemente, estar en cada dispositivo electrónico al que tengan acceso nuestros consumidores. Mañana, si la gente recibe sus noticias en el horno microondas, nosotros estaremos allí”.

Sin embargo, más allá del espacio en el que sea transmitida la información, El Tiempo también ve en ello una nueva forma para llegar a las nuevas generaciones.

“Nosotros no hemos decidido estar en las redes sociales. Por el contrario, no estar en redes sociales ya no es una opción porque el usuario joven se informa donde quiere. Entonces tenemos que estar donde ellos están. Yo, como emisor de contenido, tengo que estar en blackberry, en Messenger o en Twitter. Eso es lo que estamos haciendo con las redes sociales” indicó Carvajal.

Entendemos que Twitter y Facebook son para conversar, para interactuar con las audiencias.

Diego Carvajal Galeano

sión que desarrolle.

“Que mucha gente se haga seguidor de un grupo dice que hay un interés. Pero eso no explica los detalles del comportamiento de las audiencias. Saber cuántos retweets fueron leídos y entendidos es muy difícil. Faltaría la utilización de otros indicadores para medir el impacto. Por otra parte, hoy el proceso de información es más amplio. Se trata de hacer diálogo, de propiciarlo. Los medios no solo informan sino que forjan discusiones. Es un esquema más comunicativo. Es muy válido que el medio se ponga en la tarea de saber qué es lo que quiere el público”.

Un tiempo joven

A mediados de 2010, El Tiempo lanzó su aplicación



Fotografía: pantallas de las redes sociales de El Tiempo.

Desde hace cuatro años El Tiempo se ha unido a las redes sociales. Hoy cuenta con aplicaciones especializadas para diversos equipos electrónicos.

TESTIMONIOS DE LOS GRADUADOS DE PERIODISMO

La Sabana en el periódico

Algunos egresados de La Sabana que trabajan en El Tiempo le contaron a *En Directo* cómo ven el futuro de la Casa Editorial y afirmaron que los nuevos periodistas deben manejar múltiples herramientas, pues los grandes medios se están expandiendo hacia las nuevas tecnologías.



María Fernanda García Torres

Periodista *En Directo*
Fotografías: Archivo En Directo
mariagato@unisabana.edu.co

Mauricio Silva Guzmán



Es actualmente editor de El Tiempo. Ha ganado dos premios Simón Bolívar: el primero en 2004 por una entrevista que le hizo a Joe Arroyo, y el segundo en 2010 por un reportaje al jugador de fútbol El Tino Asprilla.

¿Qué futuro le espera a Casa Editorial El Tiempo?

El futuro que le espera será el mejor de todos. El Tiempo ha estado siempre dando pasos de animal grande y no se queda rezagado. Eso hace que la Casa Editorial le esté apuntando al futuro con mucha más fuerza que la competencia, no sólo en Colombia, sino también en el ámbito latinoamericano y mundial. Además, las directivas tienen muy claro para dónde va este negocio”.

¿Cómo ve el futuro de los estudiantes de periodismo de La Sabana en los medios?

Eso es muy relativo. Se trata de una cuestión individual. Lo que sí puedo decir, recordando lo que me tocó vivir, es que la clave para los nuevos egresados está en una gran dosis de asuntos culturales. Es importante aprender a escribir. En mis tiempos veíamos en la universidad nueve redacciones. Las redacciones sirven un montón. Otra clave es tener claro el mapa mundial y el mapa histórico de la humanidad. Eso ayuda a formar profesionalmente, porque un periodista no es otra cosa que un personaje que tiene mucha información en la cabeza.

Daniel Tobón



Es actualmente jefe de emisión y presentador de City noticias (canal de Casa Editorial El Tiempo). Igualmente, es profesor de noticia para televisión en la Facultad de Comunicación.

“Lo que le espera a El Tiempo es que sea cada vez mejor. No sólo publica impresos, sino que tiene casi diez portales de Internet: eltiempo.com, vivein.com, cambio.com, metrocuadrado.com, empleo.com, futbolred.com y portafolio.com, entre otros. Periódicos impresos: ADN, Mío, Portafolio y El Tiempo. Ahora es propietario de dos canales de televisión: uno por cable que es ET (Canal El Tempo) y otro por televisión

abierta y local que es Citytv. Lo único que faltaría sería radio, pero con lo que ya tiene la Casa Editorial es suficiente. Por otro lado, ahora pertenece a dos dueños poderosos: el Grupo Planeta, que tiene el 56 por ciento, y Luis Carlos Sarmiento Angulo, que es dueño del 31 por ciento. El porcentaje restante, un 13 por ciento, es de socios minoritarios. Entonces, con esos dueños y con esa diversidad de medios, el futuro pinta bien”.

En cuanto a los estudiantes de periodismo de La Sabana, Tobón afirmó que les va “maravillosamente en los medios”. “Les espera el mejor futuro que yo he visto. Los practicantes de La Sabana en Citytv, en El Tiempo o en otros sitios donde he estado son los mejores. Lástima que no les guste tanto la reportería como antes. Ahora quieren sólo ser comunicadores organizacionales y no reporteros”.

Margarita Barrero



Reportera de domingo.

“La Universidad de La Sabana tiene mucho reconocimiento. Realmente es una muy buena carta de presentación en cualquier medio de comunicación, no sólo del país sino internacionalmente. Salir de La Sabana por lo menos garantiza que te van a reconocer. El resto lo demuestra cada egresado con su trabajo”.

Nicolás Congote



Redactor de la sección de Nación.

“Con el paso de los años, la Casa Editorial ha tenido una evolución en los medios, no sólo con el periódico tradicional, sino con todos los nuevos productos que ofrece la compañía”.

Oscar Ortiz



Redactor de la sección de Deportes.

“La columna vertebral de la casa editorial El Tiempo siempre va a ser el periódico impreso. Sin embargo, se ha tenido que diversificar a

varias ramas como los portales web. Eltiempo.com que es considerado el tercer portal más importante de habla hispana, después de El Mercurio de Chile y La Nación, de Argentina.

Lisandro Rengifo



Redactor deportivo del diario El Tiempo.

“La Casa Editorial va buscar extenderse mucho más. La idea sería aumentar no sólo en la Internet, sino también en el impreso y en la televisión. El periódico no está lejos de tener una emisora”.

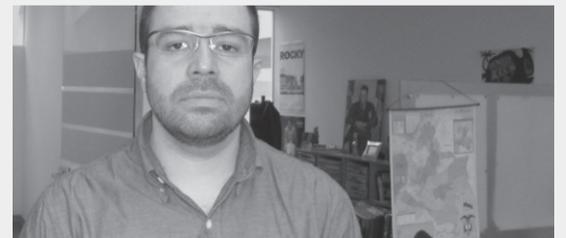
Gabriel Briceño



Subeditor de Deportes del diario El Tiempo.

“Veo el futuro del periódico más volcado a la Internet. Me parece que el periódico El Tiempo como tal va a terminar como una publicación tipo revista, muy especializada. No tan noticioso como el diario de ahora sino con mayor profundidad. Va a ser un periódico en el que la gente va a poder leer lo que realmente le gusta, de una forma más profunda, con buenas crónicas y grandes reportajes. Lo estrictamente noticioso va a morir en diario porque este aspecto ya se cubre en la Internet y en la televisión. Los medios electrónicos son ahora los pioneros en cuestión de inmediatez y de noticia”.

Hernando Paniagua



Editor de Eltiempo.com.

“Los estudiantes de La Sabana tenemos una importante formación ética que nos permite llegar muy lejos dentro de la profesión. Gracias a esto muchos de nosotros podemos destacarnos de los demás egresados de otras facultades. Sin duda, también es importante el amplio conocimiento que tiene los egresados de La Sabana debido al énfasis que se hace en escritura y redacción”.

Pugna de Planeta por tercer canal

El tercer canal de televisión en Colombia ha sido uno de los temas de la agenda de los medios de comunicación. Dentro de esta licitación, el único oferente fue Grupo Planeta.



Ana María Espinosa López

Editora *En Directo*
anaeslo@unisabana.edu.co

El pasado miércoles 23 de marzo, el Consejo de Estado confirmó la decisión de suspender provisionalmente el aparte del pliego de condiciones que establecía que la Comisión Nacional de Televisión podía adjudicarle el tercer canal de televisión a un solo proponente.

El único oferente en esta licitación fue el Grupo Planeta, propietario de numerosos medios de comunicación. Dentro de ese grupo de empresas se encuentra la Casa Editorial El Tiempo.

En un principio, el Grupo Prisa y Cisneros acompañaron como proponentes al Grupo Planeta en el proceso inicial de licitación del Tercer Canal. Sin embargo, estos dos conglomerados no presentaron sus ofertas porque alegaron que no existían suficientes garantías en la adjudicación. La Comisión Nacional de Televisión estimó que este argumento se esgrimía bajo aspectos netamente subjetivos.

“Para estos dos grupos, la falta de garantías estaba sujeta a que, según ellos, no había claridad en los temas relacionados con la inversión extranjera y el beneficiario real”, explica una alta funcionaria de la CNTV que pidió mantenerse en el anonimato.

Todo este proceso contó con el acompañamiento de la Procuraduría General de la Nación, organismo que, según lo explica la CNTV, fue veedor para que la adjudicación brindara desde un principio las garantías necesarias.

Con respecto a las garantías jurídicas que ofrece la CNTV en esta licitación, el departamento de asuntos legales de esta institución afirma que la licitación ha estado sujeta a la legislación.

Una pregunta que queda abierta tras la fallida licitación del tercer canal es por qué no se le adjudicó al Grupo Planeta, único proponente. El comité evaluador de la CNTV valoró preliminarmente la posibilidad de hacer esa asignación a Planeta. Sin embargo, se elevó una consulta ante el Consejo de Estado, que posteriormente notificó la suspensión provisional que permitía adjudicar el canal a un proponente único.

El representante del grupo Prisa, Sergio Michelsen, afirmó que es necesario que un nuevo proceso arranque, con las reglas del juego totalmente claras para evitar que se cometan errores como en la licitación anterior.

Grupo Planeta en la licitación

Si en un futuro se revocara el proceso de licitación para el tercer canal y se abriera una nueva licitación, el Grupo Planeta contemplaría la posibilidad de hacer una oferta.

Una de las razones por las que Grupo Planeta presentaría una propuesta es, según su representante legal Weiner Ariza, la necesidad que tiene El Tiempo de abrir su campo multimedia. “Hoy, El Tiempo, tiene un canal local pero hay una necesidad de expandir la información por medio de un tercer canal”, afirma Weiner Ariza.

Ariza considera que el proceso de adjudicación ha sido entorpecido con acciones judiciales, penales, disciplinarias y denuncias penales. “Hay un interés de quienes se oponen a que se abra la competencia para los actuales canales de televisión, lo que evidentemente dificulta el proceso y lo hace tortuoso”, explica Ariza.

Para el representante del Grupo Planeta, la adjudicación del tercer canal se ha presentado al público como una propuesta innecesaria. “El pro-



Weiner Ariza, representante legal del Grupo Planeta.

Fotografía: archivo *En Directo*.

ceso se ha deslegitimado de tal forma que se ha mostrado a la competencia como un enunciado puramente nominal”, afirma Weiner Ariza.

El proceso ha sido bastante largo. Para Weiner Ariza la situación es frustrante porque el Grupo Planeta ha participado “de forma impecable para ser beneficiario del tercer canal”.

“Hay que respetar la decisión del Consejo de Estado, pero creemos que jurídicamente una adjudicación tiene lugar en una subasta donde solo concurre un oferente”, argumenta Ariza.

El Grupo Planeta espera que la CNTV y el gobierno actúen de tal forma que se pueda abrir un tercer canal. Algunos estudios demuestran que el país necesita otras opciones de televisión, mientras que los canales existentes argumentan una sobreoferta de contenidos ante el tamaño de la torta publicitaria.

Medio regionales

Según Francisco Solé Franco, presidente Corporativo del Área Andina del Grupo Planeta, para Casa Editorial El Tiempo es importante tener dentro de su compañía a accionistas colombianos.

Grupo Planeta ha tenido buenas experiencias en Colombia, y, por eso, está contemplando la posibilidad de realizar más adquisiciones en medios. Los intereses ahora están enfocados en periódicos y radios regionales.

Solé afirma que la Editorial Planeta está pasando por un buen mo-

mento. Esa es una de las razones por las que creen que ha llegado la hora de invertir en la compra de canales de televisión.

A la espera de lo que suceda con la compra de medios o una nueva oferta referente a la adjudicación del tercer canal, Casa Editorial El Tiempo mantiene en pie la posibilidad de ampliar el campo multimedia en el que se desenvuelven actualmente.

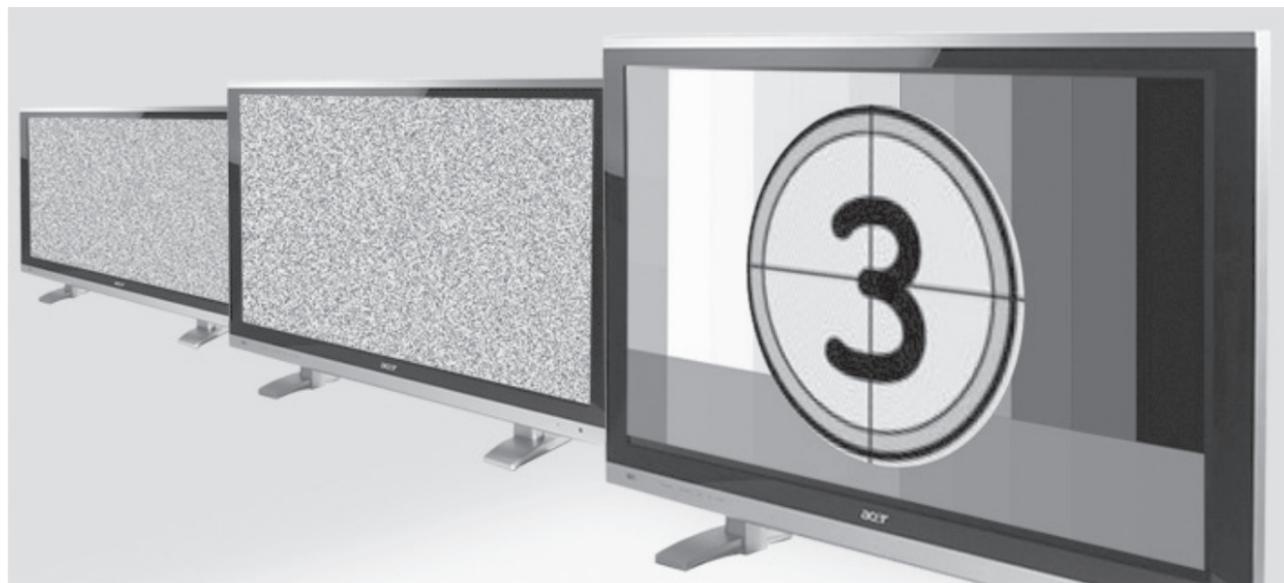
¿Colombia tendrá tercer canal?

Eduardo Osorio, presidente de la Comisión Nacional de Televisión, afirmó que Colombia tendrá un tercer canal pese a los problemas jurídicos por los que atravesó el proceso.

Osorio dijo que, después de llevar a cabo un análisis riguroso del fallo que emitió el Consejo de Estado, la CNTV tendrá dos opciones para continuar.

La primera opción consiste en esperar a que se dé la decisión definitiva, y la segunda, en revocar el proceso actual y empezar desde cero.

Osorio indicó que la obligación de la CNTV es promover una nueva oferta de contenidos para los televidentes.



Fotografía: Archivo La Silla Vacía.

“Los estudios demuestran que Colombia necesita otras opciones de televisión”, Weiner Ariza.

Lucha de plumas y pistolas

Como solución a la ola de violencia del narcotráfico, el periodismo mexicano finalmente adoptó medidas similares a las aprendidas por los periodistas durante la guerra contra las drogas en Colombia.



Laura Cristina Mora Rojas

Periodista *En Directo*
laura.mora@unisabana.edu.co

Gillermo Cano, quien dirigía entonces el diario *El Espectador*, se había empleado a fondo desde sus notas editoriales en una “guerra” periodística contra la mafia del narcotráfico y, en particular, contra Pablo Escobar Gaviria, jefe del Cartel de Medellín.

En esa lucha entre plumas y pistolas, una decena de periodistas de diferentes regiones del país cayeron asesinados por las balas de los sicarios, en un intento de los capos de la mafia por amedrentar a los medios de comunicación.

Matar a Cano era la acción más osada de los mafiosos en esa cadena de acontecimientos. Algo tenían que hacer los medios para tratar de blindarse. La misma noche del crimen del director de *El Espectador* surgió, espontánea, la idea de convocar a una jornada del silencio para protestar. Así se hizo: el 19 de diciembre, durante todo el día, no circuló un solo periódico ni revista, no se escuchó ninguna emisora y no se emitió señal alguna por televisión. Incluso, los teatros y el cine cerraron sus puertas.

Nunca antes los medios de comunicación habían estado tan unidos, al punto de que convocaron, luego de la jornada del silencio, una cadena de solidaridad para publicar en conjunto una serie de investigaciones periodísticas sobre las andanzas del narcotráfico. Nació el pool de prensa.

Una época complicada para los periodistas colombianos fue a finales de los 80s y principios de los 90s, cuando el narcoterrorismo dirigido por los carteles de Cali y el de Medellín aterrizaron a la nación. Lo más cruel de esta guerra fue que el narcoterrorismo penetró, además de las instituciones policiales, políticas y sociales, a las altas esferas del poder. Esa época negra del país parece repetirse ahora en México. La atmósfera violenta de Medellín y Cali se equiparan a la ola sangrienta que enluta a Sinaloa y Reinoso.

Álvaro Sierra, periodista colombiano y ex editor de opinión del periódico *El Tiempo*, escribe en el prefacio del libro de memorias del taller de ‘Cobertura transfronteriza del narcotráfico’, organizado por el Centro Knight para el Periodismo de las Américas: “México pasa por una fase de guerra abierta y alianzas cambiantes entre siete u ocho grandes grupos criminales y muchos pequeños, que tienen cada uno la capacidad de daño y corrupción que tuvieron en su época los carteles de Medellín y Cali en Colombia”.

Los periodistas en México están



Foto: Cortesía El Espectador.Com

siendo silenciados por el control totalitario de los carteles de la droga. En pocos años, los atentados en ciudades como Sinaloa, Reinoso, Laguna y Ciudad Juárez, se han recrudecido y han pasado de intimidaciones esporádicas a frecuentes asesinatos, desapariciones, mutilaciones y amenazas. Sierra indica que lo más difícil de esta situación es la impunidad de los crímenes, sin que el gobierno haya actuado enérgicamente.

Las comparaciones históricas entre Colombia y México en su lucha contra las drogas encuentran tantas similitudes que incluso sus criminales son materia de analogías. Joaquín “El Chapo” Guzmán, quien lidera el cartel de Sinaloa, puede compararse con

Santos en el libro.

Según María Isabel Rueda, el periodismo colombiano estuvo a la altura de la situación que vivía el país, no claudicó en su deber de informar sobre la realidad nacional y no fue cómplice de las fechorías de los narcos. Los periodistas colombianos de esa época no publicaban individualmente ni bajo sus nombres las investigaciones porque corrían peligro. Lo que hicieron fue realizar un acuerdo para investigar y publicar conjuntamente. México adoptó recientemente algunas de esas medidas.

México toma las riendas

El pasado 24 de marzo de 2011, más de 700 medios de comunicación

Comunicación, Adriana Guzmán, explicó recientemente el acuerdo histórico en el Encuentro de Facultades de Periodismo, realizado en la Ciudad de México. “Expuse la Iniciativa Adopta un Secuestrado y la propuesta del Acuerdo por la Discreción. Veo que quizá tuvo algo de impacto porque los medios mexicanos acaban de firmar algo muy parecido”, dijo Guzmán.

La decana dijo que la medida “puede ayudar a moderar lo que los medios difunden y, en especial, el impacto que causan en la sociedad”. Guzmán considera que no vale la pena exponer la vida en aras de dar a conocer una información. Lo que debe hacer el periodista es ser prudente hasta donde puede y hacer bien su trabajo.

A propósito de los límites a los que deben llegar los periodistas para exponer la verdad, Aurelio Collado, profesor de Comunicación Internacional del Tecnológico de Monterrey, le dijo a *En Directo* que “no hay nada más inútil que un periodista muerto”, al referirse a que no vale la pena perder la vida por informar. Sin embargo aclara: “Los periodistas mexicanos padecemos una doble amenaza: la proveniente del crimen organizado y la de la falta de una protección jurídica y eficaz en contra de los riesgos naturales de nuestra profesión”.

“Hoy vemos desgraciadamente que muchos periodistas y organizaciones de medios, atemorizados por la situación, se repliegan y dejan de cubrir el tema”. Según el profesor Collado, el periodismo mexicano apenas está empezando a convivir con las dificultades que trae el narcotráfico en el país. “Durante más de década y media pretendimos que no pasaba nada, pero hoy sabemos que para nosotros, como alguna vez lo fue para Colombia, el narcotráfico es El Tema”.

Desde la academia, los nuevos periodistas mexicanos “deberán ser capaces de moverse en entornos cambiantes que es difícil simular en las aulas. Por ello, debemos ver hacia los valores de la profesión”, puntualiza.

“Así como hay fenómenos que impulsan el desaliento y la desesperanza, no vacilo un instante en señalar que el talante colombiano será capaz de avanzar hacia una sociedad más igualitaria, más justa, más honesta y más próspera”

Escribió Guillermo Cano horas antes de su asesinato .

Pablo Escobar, extinto líder del cartel de Medellín.

Sin embargo, en cuanto al manejo del periodismo, se conjugan variables que no permiten hacer un paralelo entre ambas situaciones. “El periodismo mexicano no se dio cuenta de lo que le corría pierna arriba. No quiso mirarse en el espejo del drama colombiano pese a todas las advertencias que yo les hacía”, le dijo Enrique Santos a María Isabel Rueda en su libro *Casi Toda La Verdad*.

“El narcoterrorismo es la pesadilla más grande que ha sufrido el periodismo colombiano. Uno sentía la dictadura del miedo que quiso instaurar Pablo Escobar, la intimidación siempre presente”, agrega Enrique

de México firmaron el Acuerdo para la Cobertura Informativa de la Violencia. Esta estrategia, que cuenta con el apoyo de empresarios, universidades y organizaciones de la sociedad civil, fue pactada con el objetivo de registrar noticias con valor periodístico actuando con profesionalismo y apegándose fielmente a los hechos ante la ola de violencia que se vive en el país. Lo más importante ahora es que los periodistas asuman ese compromiso y no claudiquen en su cumplimiento.

Este movimiento recuerda al Acuerdo por la Discreción, firmado en Colombia en 1999, con el apoyo del Observatorio de Medios de La Sabana. La decana de la Facultad de

DEVINORTE NO SE RESPONSABILIZA

Fallas en la inteligencia vial

Un trauma craneoencefálico leve, laceraciones en su torso y cara, sumados a la pérdida parcial de la memoria, son las dificultades que le dejó a María Camila Guzmán, estudiante de periodismo de La Sabana, un accidente de tránsito frente a la entrada 1 del campus. Devinorte S.A., concesión encargada de la señalización y construcción de la vía, no se encarga del asunto.



Juan Camilo Velandia

Jefe de redacción *En Directo*
juanveal@unisabana.edu.co

9 de febrero de 2011. Ese no fue el día del periodista más activo y tranquilo para María Camila Guzmán Torres, estudiante de Comunicación Social y Periodismo de último semestre de La Sabana. Ese miércoles, a las 9:35 a.m., fue atropellada por una motocicleta azul, marca Auteco, cuando ella cruzaba la vía Bogotá – Chía, a la altura de la entrada 1 del Puente del Común, del Campus.

“No recuerdo nada del accidente, pero testigos me dijeron que yo me bajé de la flota, atravesé la vía y, cuando iba a empezar a bajar las escaleras para entrar a la universidad, una moto me arrolló a gran velocidad”, aseveró María Camila. Ese día, se bajó de un bus intermunicipal de la empresa Flota Chía S.A. con un grupo de aproximadamente 15 estudiantes.

De acuerdo con el informe policial de accidentes de tránsito número 758158 del Ministerio de Transporte, la motocicleta de placa OKW-15B, conducida por Julián Andrés Viloria Farías, “venía aproximadamente a 60km/h” y golpeó a María Camila por

su lado izquierdo, “empujándola 400 mts por el aire desde el lugar del choque hasta el sitio de la caída”.

Factor von Willebrand

Colsánitas es la entidad de salud a la cual está adscrita María Camila. Ella ingresó a urgencias de la Clínica Universitaria Teletón diciendo que tenía el Factor VIII. Allí, su diagnóstico fue: “traumatismos superficiales múltiples de la cabeza, rodilla derecha y costillas derechas”.

Carlos Ramírez, hematólogo de cabecera de María Camila y especialista de la Clínica Reina Sofía, le explicó a la familia que el Factor VIII o Factor de von Willebrand es el equivalente a la hemofilia en las mujeres, es decir, la escasez de glóbulos blancos que no permite la coagulación de su sangre.

Los gastos del traslado en ambulancia y la atención durante el accidente fueron cubiertos por la aseguradora, Seguros del Estado S.A. gracias a la póliza del SOAT número 228090962 de la motocicleta. “Cuando ingresó al centro médico le hicie-

ron un tac de estómago, otro del tórax y uno de la cabeza”, explicó la neurocirujana, Erika Muñoz, quien junto al otro neurocirujano, Gustavo Adolfo Uriza, estuvo pendiente de María Camila.

Morfina, único paliativo

A las 6 de la tarde de ese miércoles, Guzmán fue trasladada desde una habitación de urgencias hasta una alcoba ubicada en el área de maternidad, porque “debían aislarla por la gravedad de sus heridas, y ese era el único espacio disponible”, explicó Adriana Sacipa, directora administrativa de la Clínica Universitaria Teletón.

“María Camila presentó un esguince acromioclavicular derecho”, dijo el ortopedista Cristian Pérez, encargado de examinar el hombro derecho de María Camila Guzmán. Debido a su condición médica previa, María Camila no puede consumir medicamentos anticoagulantes, por lo cual, su dolor sólo fue tratado con morfina. Durante su proceso de recuperación, los médicos únicamente le recetaron tabletas de Acetaminofén, de 500 mg.

La incapacidad fue de dos semanas, y la Facultad de Comunicación hizo un consejo entre los profesores para



María Camila Guzmán no recuerda los hechos. La vía ha registrado cinco accidentes de estudiantes, en 2011.

Fotografía: Archivo de *En Directo*

determinar que el resto del semestre María Camila recibiría tutorías personalizadas, teniendo en cuenta su pérdida temporal de memoria por causa del accidente. Además, sus médicos le recomendaron seguir asistiendo a clases para mantener la actividad cerebral.

Devinorte S.A. se defiende

Sergio Echeverría, gerente general de Devinorte S.A. expresó su solidaridad con la familia Guzmán Torres, aunque respondió: “Está fuera de nuestro alcance hacernos cargo de cada persona que cruza esa vía”. Echeverría argumentó que la responsabilidad de la institución que representa estriba en el mantenimiento y construcción de la vía.

La Universidad de La Sabana ha intentado durante años aminorar el nivel de accidentalidad de la zona colocando vallas con avisos como “Espacio”. Igualmente, ha puesto estudiantes con una paleta de “pare”, para controlar el tráfico e incluso ha utilizado mimos para dicha labor, pero Devinorte S.A. siempre ha interpelado esas acciones y ordenado su retiro inmediato.

“La vía (entre el Puente del Común y Centro Chía) es pública y, por tanto, La Sabana no puede intervenir en su obra bajo ninguna circunstancia”, afirmó el gerente general de Devinorte S.A. El encargado de la concesión añadió que “tampoco se le pueden colocar reductores de velocidad porque es una vía rápida”.

El proyecto de Devinorte S.A. es aumentar la velocidad de tránsito en la vía y, por ello, se construirá un muro de contención para proteger la universidad. “Primero, nos concentramos en la repavimentación y ampliación de la vía; después en redireccionar un tubo de agua que llega a Chía, y al final ini-

ciaremos la construcción de un paso subterráneo peatonal”, dijo Echeverría.

Acciones de La Sabana

Mauricio Rojas Pérez, vicerrector administrativo de La Sabana, dijo: “Lamentamos mucho el accidente de María Camila, pero como comunidad universitaria debemos buscar soluciones al problema en lugar de estar buscando culpables”.

“Esperamos que la obra esté lista a finales de este año”, dijo el vicerrector de La Sabana sobre la dilación de la obra del concesionario. También, puntualizó que La Sabana “no es responsable del accidente” porque la carretera Bogotá – Chía es una vía pública en concesión de Devinorte S.A.

El conductor de la moto, Julián Andrés Viloria Farías, de 24 años e identificado con la C.C. 1.020'526.075, venía con Marcos, un compañero de trabajo y explicó sobre el accidente: “Cuando la vi (María Camila), ella cruzó corriendo sin prestar atención a los carros de la vía”. Las condiciones del piso no eran las mejores porque había llovido la noche anterior.

Viloria “lamenta mucho” el accidente y ha hablado con doña María Teresa, madre de la accidentada, sobre la evolución de la salud de María Camila. El motociclista debió pagar 500 mil pesos para retirar la moto de los patios. El accidente lo ha afectado económicamente porque su vehículo era su herramienta de trabajo, pues transporta alimentos en los municipios contiguos a Bogotá.

María Camila exhorta a toda la comunidad universitaria a tener mucha precaución en ese cruce, debido a que la considera vulnerable ante cualquiera distracción de un conductor.



Fotografía: Foto Arh Campus

Así será el diseño de la nueva entrada del Puente del Común.

LOS COLORES DE LA MONTAÑA

Realidad vs. inocencia



Ana María Espinosa López

Editora *En Directo*
anaeslo@unisabana.edu.co

Verde por el color de las plantas, amarillo por lo que ha quemado el sol, rojo por la sangre que deja huella en los lugares más vulnerables de Colombia. Así son las montañas de Jardín, Antioquia, el espacio en el que se grabó la película *Los colores de la montaña*.

Carlos Arbeláez es el director de este filme que detrás de muchos colores esconde la realidad de un país que vive la violencia, el paramilitarismo, la guerrilla y la incertidumbre, problemas que solo un niño puede disfrazar de fantasía a través de la inocencia.

Manuel, Julian y "Pocaluz" me recuerdan la esencia de lo que significa ser niño. La infancia está cargada de maravillas que dejan de lado los problemas y las adversidades a las que se tienen que enfrentar los campesinos que viven tan de cerca el conflicto armado en Colombia.

Sin embargo, es ese conflicto el que termina con los sueños de muchos niños que, desde temprana edad, deben empezar a enfrentarse con la muerte.

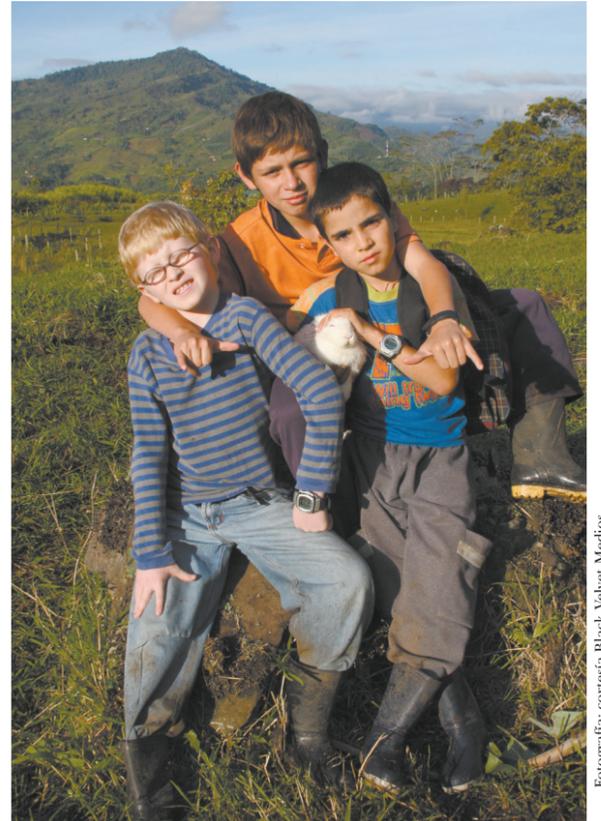
Arbeláez logró conmover al público con esta historia que narra lo sublime de la infan-

cia y lo terrible de la violencia. Las actuaciones de estos niños son tan naturales que al estar sentado frente a la pantalla grande, cualquiera experimenta la angustia de un padre que no quiere dejar su tierra, la verraquera de una madre que quiere salvar a sus hijos a como dé lugar y el verdadero significado de la amistad.

Es eso precisamente lo que deja al descubierto cada una de las escenas de la película: la fuerza de la amistad es tal vez una de las razones por las que se pueden esconder secretos en los rincones de una escuela, recuerdos detrás de un balón de fútbol y risas en una cancha que la guerrilla

ha convertido en campo minado.

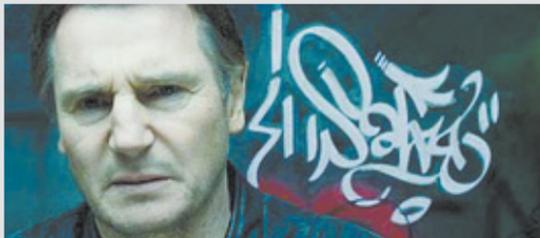
Dejar de ver esta película sería perder instantes emocionantes en los que la realidad invita a la reflexión y a detenerse un momento para analizar si cada escena merece quedarse en una sala de cine o puede plasmarse en los rincones de nuestros recuerdos para que nunca olvidemos que la violencia no es algo que experimentan quienes viven en las montañas, como si se tratase de sitios alejados de nuestra realidad, sino que este es un problema del país en el que vivimos. Un problema que los gobiernos han pretendido ocultar pero que sigue siendo parte de la realidad...nuestra realidad.



Fotografía: cortesía Black Velvet Medios

Manuel, Julián y "Pocaluz" reviven la inocencia de la niñez.

CARTELERA



Desconocido

Título Original: Unknown
Director: Jaume Collet-Serra
Género: Drama, suspenso
Guión: Karl Gadjusek
¿Quiénes están?: Liam Neeson, January Jones, Aidan Quinn, Diane Kruger

Sinopsis: El doctor Martin Harris despierta de un coma en el que cayó después de sufrir un accidente automovilístico en Berlín. Al despertar, descubre que su esposa, Elizabeth, no lo reconoce y que otro hombre ha asumido su identidad. Perseguido por misteriosos asesinos, el doctor Harris empieza a tener episodios de depresión. Su única salida y compañía es una mujer llamada Gina, con ella intentará reconstruir paso a paso sus recuerdos y así recuperar su identidad.

Las actuaciones y el director: El trabajo de Liam Neeson es el mismo que ha desempeñado en otras producciones como *After Life* y *Clohe*. Sin embargo, se vuelve convincente en el momento en que se desespera por querer demostrar que él es quien dice ser.

Veredicto: El desenlace de este filme sorprenderá a la audiencia, pues no es un final predecible.

Detrás de cámaras: Esta película se situó en los primeros lugares de las taquillas americanas recaudando 21 millones de dólares durante el primer fin de semana.

CALIFICACIÓN: ★★

Biutiful

Título Original: Biutiful
Director: Alejandro González Iñárritu
Género: Drama
Guión: Guillermo Arriaga
¿Quiénes están?: Armando Bo, Javier Bardem, Maricel Álvarez.

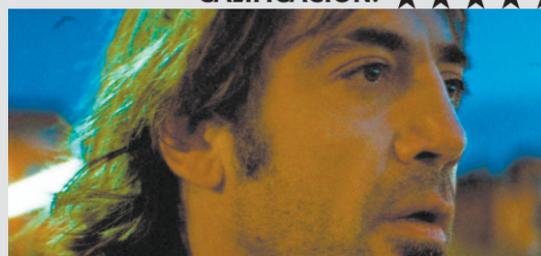
Sinopsis: Uxbal es un hombre atraído por los fantasmas y sensible a la presencia de los espíritus. Al sentir que su muerte se acerca, intenta proteger a sus dos hijos, empieza a perdonar a las personas y a perdonarse a sí mismo.

Las actuaciones y el director: Javier Bardem encarna a Uxbal de tal manera que se convierte en el alma del filme. Su papel es el centro neurálgico para desarrollar la historia.

Veredicto: El director Alejandro González Iñárritu logra realizar una magnífica obra de ficción que, aunque tiene brochazos de crueldad, es impecable en su calidad. Javier Bardem, a través de su actuación, lleva al público a experimentar una serie de sensaciones que construyen el mensaje de la película: un mundo espiritual y fantasmal.

Detrás de cámaras: El rodaje se llevó a cabo en la bella ciudad de Barcelona. Sin embargo, el director de fotografía, Rodrigo Prieto, logró el ambiente turbio y sucio que requería la obra.

CALIFICACIÓN: ★★★★★



127 horas

Título Original: 127 hours
Director: Danny Boyle
Género: Drama, aventura
Guión: Boyle y Simon
¿Quiénes están?: James Franco, Amber Tamblyn, Kate Mara.

Sinopsis: Es la historia real de Aron Ralston, un alpinista que queda atrapado mientras escalaba un risco en un cañón en Utah.

Durante cinco días y con temor a morir, Ralston examina lo que ha sido su vida. Entonces, decide explotar sus capacidades y liberarse a sí mismo.

Las actuaciones y el director: Danny Boyle es uno de los directores que más respaldo popular ha obtenido. Fue quien estuvo a cargo de la dirección de la taquillera película *Slumdog Millionaire* en 2008.

Veredicto: Boyle busca cautivar a la audiencia a través de escenas que contienen muchos efectos especiales y no sólo por el drama de la historia. Por ese afán, la película se aleja de una simple narración de supervivencia y se convierte en un filme lleno de delirio visual.

Detrás de cámaras: El hecho real ocurrió en 2003. Ralston publicó un libro titulado *Between a rock and a hard place*, donde cuenta su experiencia.

CALIFICACIÓN: ★★

BODAS DE DIAMANTE

HJCK, casada durante 60 años con los oyentes

“Mientras la HJCK esté gobernada por mi familia y por mí, seguirá cumpliendo con la divulgación de la cultura porque esa es una necesidad de mi espíritu”: Álvaro Castaño



Ana María Espinosa López

Editora *En Directo*
anaeslo@unisabana.edu.co

La obra literaria de Juan Ramón Jiménez está dedicada a “la inmensa minoría” capaz de comprender la poesía. Esta frase inspiró a Álvaro Castaño Castillo para lanzar su emisora HJCK, conocida como la radiodifusora de la inmensa minoría por su selecta audiencia que disfruta de la cultura a través de la radio.

Álvaro Castaño Castillo decidió fundar la emisora el 15 de septiembre de 1950 con el propósito de llevar la cultura a su expresión máxima, en la radio colombiana. La radiodifusora se convirtió en la única emisora privada que no tenía vínculos con el Estado y divulgaba temas culturales a toda Colombia.

Por allí han pasado grandes maestros de la radio como Roberto Rodríguez Silva, Álvaro Castaño y Gloria Valencia de Castaño, una mujer

ma transmitido por la HJCK: Noches de Blues.

Para Garay la radiodifusora será recordada en el tiempo como una emisora de vanguardia, pues, aunque empezó siendo netamente clásica en la radio, con el pasar de los años, se han incorporaron nuevos géneros que ahora suenan solo en la Internet.

Camilo Pombo, director del programa Clásicos, considera que la HJCK ha dejado un gran vacío en las frecuencias AM y FM, pues no existe una emisora que se le parezca. “Hay emisoras de algunas universidades que programan música cultural. Sin embargo, la HJCK siempre ha sido singular en la forma de presentar sus contenidos”, resalta el periodista.

Juan Carlos Garay considera que la emisora virtual es una plataforma importante



El tono de voz característico de Gloria Valencia fue la compañía de Álvaro Castaño por más de 60 años.

Fotografía: Archivo diario El País de Cali.

pero que él recuerda todos los días.

La responsabilidad de un radiodifusor consiste entonces en respetar esos hogares que son invadidos por los contenidos de las emisoras. “¿Cómo se respetan? Ofreciendo mensajes de cultura que acompañan al hombre, lo enaltecen, lo adornan y lo forman”, asegura Castaño.

El contenido cultural, los mensajes constructivos y exquisitos son algunos de los elementos que han hecho de esta emisora un ejemplo para la radio colombiana. Esta es una de las razones por las cuales Álvaro Castaño recibió el pasado febrero el trofeo del colombiano ejemplar que otorga el diario El Colombiano.

“Al entregarme el premio, se recaló algo que me enorgullece. El premio me fue otorgado, entre otras razones, porque yo amplí mi mensaje dirigido a la inmensa minoría y lo dirigí a las inmensas mayorías”, afirma el periodista.

Aunque la emisora sigue conservando su lema de la inmensa minoría, hoy se ha unido a Caracol para transmitir conjuntamente un programa sobre la música en la poesía de León de Greiff.

Música, cultura y libertad en los contenidos

A pesar de que la emisora fue clásica en un principio, ahora los géneros son variados. Sin embargo, estos formatos no se alejan del propósito inicial de aportar un ingrediente cultural al contenido de la emisora.

“La HJCK me ha dado la libertad de programar la bue-

na música que tengo en mi casa. Esto es algo que no dejan hacer otras emisoras”, afirma Camilo Pombo.

Por seis décadas, los periodistas han cumplido el objetivo de la emisora. La promoción de la cultura es la esencia de ese espacio mediante el cual las personas pueden disfrutar de un contenido exquisito en temas que, como lo afirmó Álvaro Castaño, son los artífices de un ser humano enaltecido.

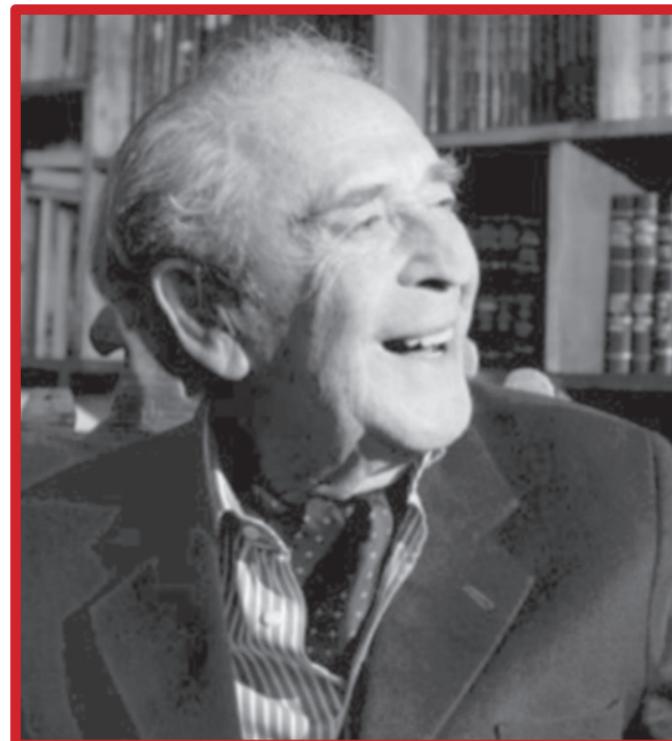
Según el fundador de la HJCK, la acción de la emisora está siendo repetida y seguida por emisoras de la calidad de Caracol y La W. Aunque este periodista empírico considera obligatorio que los medios apoyen y muestren amor por la cultura a través de sus contenidos, expresa que se siente orgulloso de

que las emisoras estén empujando a abrir espacios para promover la cultura.

Gracias al excelente trabajo que ha realizado Álvaro Castaño en compañía de su familia, para los periodistas que allí trabajan, la emisora es un claro ejemplo de que se puede ser cultural y ágil a la vez, a diferencia de lo que considera el vox populi relacionando lo cultural con el tedio y la lentitud.

Según Juan Carlos Garay, Álvaro Castaño es un hombre de principios que nunca dejó que los contenidos publicitarios condicionaran los contenidos musicales y periodísticos de la emisora.

Son 60 años de música, arte y símbolos culturales los que han acompañado a miles de oyentes que hoy en día disfrutan de las creaciones culturales por medio de la música, afirma Pombo.



Fotografía: Juan Carlos Sierra. Revista Semana.

Álvaro Castaño es un hombre de principios que nunca dejó que los contenidos publicitarios condicionaran los contenidos musicales y periodísticos de la emisora

que a pesar de las adversidades y las características de una sociedad a la que le falta mucho por hacer y mucha cultura por conocer, nunca se dejó vencer. Es eso lo que hoy enluta a un país que agradece la trayectoria que tuvo la primera dama de la televisión.

De las ondas a la transmisión por internet

Hace seis años la emisora dejó de programarse en la radio convencional y empezó a transmitirse por la Internet como único medio de difusión.

Juan Carlos Garay, periodista de la Universidad Javeriana, corresponsal del Magazín Dominical de El Espectador, traductor y realizador de espacios musicales para la Voz de América y encargado de la sección de música de la revista Semana, es ahora director del programa

que les permite a los usuarios del universo web tener acceso al contenido cultural.

La HJCK es una emisora sin par. Para Pombo, la emisora goza de un ambiente netamente familiar. Al ser la familia Castaño la propietaria, el ambiente que se respira allí dentro es el mismo que se puede encontrar en una casa en la que todos trabajan por un mismo objetivo: promover la cultura.

El privilegio del radiodifusor

Para Álvaro Castaño, los radiodifusores son privilegiados porque poseen una licencia concedida por el Estado colombiano para penetrar en los hogares en cualquier momento. Sin embargo, el periodista afirma que ese privilegio confiere responsabilidades que la gente olvida,

Álvaro Castaño, 60 años transmitiendo cultura a través de la radio.

ALIMENTOS A LA BASURA

Del plato a los desperdicios

Entre el 30 y el 80 por ciento de los alimentos comprados por personas de todos los estratos en Bogotá son desperdiciados, reveló un estudio sobre residuos sólidos de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (Uaesp).



Daniela Rincón Ortega

Periodista *En Directo*
danielarior@unisabana.edu.co

Mientras más de 234 mil menores de cinco años sufren en Bogotá de desnutrición, gran parte de la comida que compran los ciudadanos termina en la basura. La investigación, que comenzó el 15 de diciembre de 2010, arrojó resultados preocupantes sobre el desperdicio de comida en la capital. Los estratos 2 y 3 son los que más alimentos arrojan a la basura, porque botan alrededor del 80 por ciento.

La primera fase del estudio se hizo con habitantes de las localidades de Suba y Usaquén. Miriam Margoth Martínez, directora de la Uaesp, explicó las principales conclusiones del estudio: “Encontramos que los estratos 2 y 3 botan la comida,

en la economía. Elber Berdugo, profesor de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Javeriana y de la Escuela de Administración de Negocios (EAN), le explicó a *En Directo* que el desperdicio se debe a que los consumidores compran alimentos en mal estado.

“Esos productos de mala calidad, sobre todo los no cocidos, se deterioran y por lo tanto indefectiblemente tienen que botarlos”, dijo Berdugo.

Una de las causas principales de esta descomposición de los alimentos es que la gente compra en las tiendas de barrios en grandes cantidades porque cree que el volumen les ahorra dinero.

« Los bogotanos no tienen conciencia del daño ambiental y económico del desperdicio de alimentos »

sobre todo restos de carne, papa y arroz. Creemos que estos ciudadanos compran más comida; es decir, son menos cautos a la hora de comprar sus mercados”.

Martínez explicó que los bogotanos no tienen conciencia del daño ambiental que generan los desperdicios alimenticios.

En cuanto a alimentos no cocinados, lo que más desechan las personas son verduras, frutas, hortalizas y granos. En productos ya cocidos, los estratos 2 y 3 botan cerca del 21 por ciento.

Las razones del desperdicio

Este malgasto también tiene una fuerte repercusión

Según Berdugo, aunque los productos son más baratos en las barriadas, el exceso en la compra termina siendo contraproducente.

Los precios de las pequeñas tiendas son considerablemente más bajos en comparación con los grandes proveedores. Andrés González, un vendedor del barrio Prado Pinzón, reconoció la diferencia de los costos: mientras los grandes supermercados venden, por ejemplo, la libra de pechuga hasta por 4 mil pesos, las tiendas de barrio la ofrecen a 3 mil. Además, en las tiendas pequeñas, entre mayor cantidad lleva el cliente, mayores las promociones y descuentos.

Estos incentivos de precios especiales hacen que los consumidores compren a veces compulsivamente alimentos para almacenar en los hogares. El exceso permite que buena parte de la comida vaya a parar a la basura. Recicladores de los barrios Prado Pinzón, en Suba, y San Antonio, en Usaquén, aseguraron que la gente tira de todo, principalmente productos como pan y arroz, muchas veces en porciones enteras o completas que no se han dañado.

En contraposición a los estratos 2 y 3, el desperdicio de los estratos 4, 5 y 6 se debe a que los alimentos que compran muchas veces se pudren porque comen muchas veces por fuera de casa. Ángel Guarín, encargado del reciclaje y separación de basuras en un conjunto residencial del barrio La Castellana, confirma la raíz del problema: “Lo que más encuentro en la clasificación es comida de sobra que las personas guardan por días dentro de la nevera y luego de un tiempo deciden botarla”.

El punto de vista económico

No existe un cálculo de las toneladas de alimentos que se desperdician en los hogares colombianos ni el costo que eso tiene en la economía. Sin embargo, con el derroche, “realmente se afectan los ingresos y egresos de las familias colombianas porque lo ideal es que se compre lo indispensable”, según Berdugo.

El desperdicio no es solo un problema económico sino también cultural. “Hay una mala interpretación de lo que puede ser el ahorro, sobre todo en los estratos bajos, cuando compran productos en mal estado en las plazas públicas o en ciertos supermercados que acostumbran a tener-



La empresa de aseo LIME hace recolección de residuos reciclables.

los en promoción. Creen que realizan un ahorro, pero terminan por ocasionar un daño”, añadió Berdugo.

“Incluso este fenómeno ha llegado a generar problemas de salud pública porque los alimentos se descomponen y a veces afectan la salud de las personas al consumirlos”, dijo el economista, quien recaló que, mientras unos botan la comida, los pobres aguantan hambre.

En ese sentido el Gobierno y los entes distritales tienen por delante una labor enorme, aunque ya se ha dado un paso muy importante con el diagnóstico de la Uaesp.

El aporte del estudio

“Este estudio nos va a servir para identificar realmente cuáles son las características de las basuras, qué estamos botando, qué nos está pasando con el manejo de los desechos, qué tanto estamos aplicando el reciclaje y qué

tanto podríamos, a través de campañas pedagógicas, evitar que residuos que pueden ser reutilizados sean desperdiciados”, dijo la directora de la Uaesp, Miriam Margoth Martínez.

Definitivamente, esta investigación se convierte en una guía para el desarrollo de políticas públicas en la ciudad. Aunque se trata de un estudio piloto, el proyecto ha atraído a otras entidades colombianas interesadas en determinar las causas de la contradicción del desperdicio de comida en un país en el que muchas personas pasan hambre.

Es de vital importancia, según la directora de la Uaesp, ver de manera real lo que los bogotanos consumimos, compramos, dejamos de consumir y botamos sin ninguna justificación o necesidad, para posteriormente enseñar a la gente a comprar, consumir, desechar y reciclar.



La ONU elogió en 2010 el programa sobre el manejo de residuos sólidos de la Uaesp, en Bogotá.

EL EXCESIVO CUBRIMIENTO

Juicios a vuelo de lechuza



Laura Cristina Mora Rojas

Periodista *En Directo*
laura.mora@unisabana.edu.co

Los periodistas tienen como deber permitir a su público acceso a los últimos acontecimientos, a la información, al análisis desde la información, pero no desde los juicios y la espectacularización de la noticia. Sin embargo, hay una amplia brecha en el deber-ser.

El 27 de febrero de 2011 el jugador del Deportivo Pereira Luis Moreno pateó una lechuza en el Estadio Metropolitano de Barranquilla. Más tarde, el jugador explicó que lo que quería hacer era elevar al animal con su botín derecho en forma de cuchara para sacarlo del campo, pero sin la intención de lastimarlo. El futbolista se disculpó públicamente, pero eso no fue suficiente para evitar insultos, amenazas de muerte y agravios públicos. Sin embargo, los medios y los espectadores se fueron lanza en ristre con ácidos comentarios en su contra.

“Me parece que los medios exageraron la forma como trataron el tema. Algunos aseguraron que el jugador que pateó la lechuza debía incluso merecer cárcel o ser extraditado del país, algo que no corresponde a la realidad de los hechos. Fue algo lamentable, criticable. Pero hubo una exageración en general de los medios en el tratamiento de la noticia”, afirmó el comentarista y presentador deportivo Adolfo Pérez.

Imagen Poderosa

El periodista Pérez reconoce que la de la lechuza era una “noticia importante y que tenía una trascendencia desde el punto de vista



Luis Moreno, jugador del Pereira, despertó la ira de los hinchas cuando pateó a la lechuza en pleno partido.

de la protección a la vida y los derechos de los animales”. Y agregó: “No desconozco la manera como ocurrieron los hechos: tuvo la coincidencia de ser transmitido en directo por televisión”. Esa imagen cruda de la patada al ave fue transmitida incontables veces por tres días consecutivos.

“Todos los seres humanos en momentos determinados podemos cometer errores. Pero la audiencia y los medios llevaron este suceso a un punto que le hicieron un daño inmenso al responsable de ese hecho”, dijo Eduardo López Hooker, miembro de la junta directiva del Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB). López consideró que el hecho debió tratarse con un poco más de mesura. “Había que informarlo, pero estuvimos prácticamente una semana, todos los días, en todas partes, en todos los medios, hablando del insuceso de la lechuza”.

Por su parte, Ramón Jesurúm, presidente de la Dimayor, comentó en Antena 2 que el castigo más severo que tiene un ser humano es ser expuesto así públicamente. “Fue desproporcionado. Hay que pensar que se trata de un ser humano que cometió un error, pidió excusas y, obviamente, debe tener un castigo menor”.

En el mismo programa radial, el periodista de RCN Carlos Antonio Vélez se pronunció y dijo que, aunque el muchacho merecía un castigo por su acción, tampoco era “como para defenestrarlo y sacarlo del país y echarlo del deportivo Pereira”. Según Vélez, se llegó a un linchamiento social y moral para con un ser humano que cometió un error y se excusó. Pero no podemos estar todos los días dándole en la cabeza”, dijo Vélez al hacer referencia a los comentarios contra Moreno en los medios.

Javier Borda, periodista y bloguero de CaracolTv.com, asegura que este comportamiento es común en el país. “Los colombianos somos expertos en elevar figuras, ídolos y crucificar humanos. A la lechuza, *que en paz descanse*, para seguir con la ridícula retahíla, se le dio más despliegue y se le atendió mejor que a una de las miles de víctimas de nuestro país, pues fue atendida por un médico veterinario”. Borda agregó: “Hay gente que cree que el país es sensible porque se escandaliza con este tipo de cosas, pero yo creo que es a la inversa. Nos acostumbramos a noticias más graves, y un hecho como la patada a este animal, que es reprochable, nos conmueve sobremanera”.

Por su parte, Luis Ochoa, en su columna de El Tiempo, dijo: “A este país le importó más la lechuza que el alza de la gasolina, que cae como una patada en el nido a millares de personas”.

Espectacularización de la noticia

Investigaciones del Observatorio de Medios de la Universidad de la Sabana muestran que, sobre todo en la televisión, el deporte y el entretenimiento predominan sobre “las noticias duras” que hacen

referencia a economía, política, vida nacional e internacional”.

Juan Camilo Hernández, coordinador del centro de investigación, dijo que el fenómeno que vive ahora es el de la espectacularización de la noticia. “Un periodismo más light centrado en noticias lacrimógenas que producen llanto, tristeza e indignación”. Según Hernández, a la audiencia en general le gustan ese tipo de historias y son las que más consume.

El periodista de Caracol Radio Gabriel Chémas Escandón indica que los periodistas deben hacer en este caso un *mea culpa*. Según él, los medios debieron esperar una sanción al jugador. Por el contrario, “aquí juzgamos, consideramos que también teníamos derecho a condenar y muchas de las cosas que se dijeron en el comentario popular de la calle se trasladaron a los medios de comunicación. Me parece que en nuestro país hay cosas más importantes y de mayor trascendencia”.



La nota de la muerte del animal tuvo 122.970 vistas en eltiempo.com.

Afrodescendientes, protagonistas 2011

“Como modelo nunca me vestían de novia en los desfiles, porque las negras no se casaban, según el organizador”, asegura Belky Arizala.



María Alexandra Cabarcas Rodríguez

Periodista *En Directo*
mariaacabr@unisabana.edu.co

Las Asamblea General de las Naciones Unidas, en una sesión celebrada el año pasado, proclamó el 2011 como año internacional de los afrodescendientes, para reafirmar la participación y la igualdad de estas poblaciones en todos los ámbitos de la vida política, económica, social y cultural en los países de América.

Colombia es de los pocos países que tiene leyes encaminadas a la protección y respeto de los derechos de las negritudes. La Constitución Política de 1991, en sus artículos 7 y 13 y la Ley 70 de 1993, reconoce el principio de la diversidad étnica y cultural del país y consagra derechos territoriales, culturales, políticos y sociales en favor de las comunidades indígenas, negras y raizales. El director del nuevo Programa Presidencial de Asuntos Afrocolombianos, Oscar Gamboa, destaca que en Colombia “hay un racismo cultural producto de la falta de aceptación histórica de una parte de la población”. Los afrocolombianos están presentes en todo el territorio nacional. Sin embargo, Gamboa afirma que las cifras de las comunidades afros son confusas.

En el último censo apa-

recen registrados cuatro millones trescientos mil afrocolombianos, un dato que Gamboa considera inexacto porque estima que en el país hay diez millones de afros.

¿Dónde están los afrocolombianos?

La modelo y actriz afrocolombiana, Belky Arizala, creadora de la fundación “El alma no tiene color”, afirma que en Colombia hay un racismo derivado de la falta de educación. Según Belky, hay muchos niños y adultos afrodescendientes que quieren negar su identidad por la información histórica alterada que se les ha ofrecido en su escolaridad. “Nos marcaron como esclavos, en contra de nuestra voluntad”, dice.

Por su parte, Oscar Gamboa aseguró que en Colombia hay un problema de autorreconocimiento. “Existen personas afros que no se identifican como tal”, dice. Afirma que estas poblaciones dicen ser mestizas y se rehúsan a reconocer su verdadera identidad por temor a ser discriminados. Tanto Arizala como Gamboa coinciden en que estas poblaciones de afrocolombianos tienen problemas de autoestima y que la forma de combatirlos es

desde la niñez con la implementación de programas pedagógicos y etno-educativos enfocados a la reafirmación de sus raíces.

Primer reinado afrodescendiente

El Alma no tiene color, la fundación liderada por Belky, pretende abrir la mente de los colombianos y de las negritudes acerca del problema del racismo. En el marco del año internacional de los afrodescendientes, Belky organizó el primer reinado de belleza para las mujeres pertenecientes a estas poblaciones, que se llevará a cabo del 2 al 6 de junio de este año. El objetivo del concurso es levantar la autoestima de este 40 por ciento de la población colombiana. “Hemos tenido casos de niños que no quieren ser de raza negra porque no se sienten hermosos”, afirma Belky. Con este reinado la modelo busca proyectar y reivindicar la belleza de la mujer negra que, según Arizala, ha sido estigmatizada por los medios de comunicación.

Gamboa está de acuerdo con esta iniciativa porque aumenta la visibilidad de esta parte de la población y asegura que en este campo las mujeres afrocolombianas reciben pocas oportunidades. “Hay que



Fotografía: cortesía Alan Alban.



Belky Arizala es la creadora del primer reinado de belleza para mujeres afrodescendientes.

hacernos ver, existimos, somos colombianos, amamos la patria, reconózcanos”, dice.

Un concepto de belleza errado

Belky manifestó que el concepto de belleza que manejan los publicistas afecta a la población afro porque no refleja los rasgos de las negritudes en sus campañas, sino que se centra en prototipos blancos y europeos. Sin embargo, resaltó que la participación de las negritudes ha aumentado en la televisión, aunque todavía falta abrir más espacios. “No pienso hacer un papel de empleada de servicio, no porque denigre de él, sino porque ya es hora de cambiar la historia mal contada. Merecemos papeles de actores pero no siempre de negros en la cocina”, asegura Belky. “La idea es la inclusión: los afrocolombianos no solo somos futbolistas, beisbolistas, también hay ingenieros, economistas; en general somos colombianos”, dijo Gamboa.

La participación del Estado

La Presidencia de la República elaboró un programa para negros palenqueros y raizales para enfrentar los problemas derivados del racismo, el olvido y el subdesarrollo al que han estado

sometidas estas comunidades. Se trata de un programa que ejecuta, en conjunto con los ministerios y entidades internacionales, una serie de acciones que posibilita la integración y la inclusión de estas comunidades, especialmente en asuntos de desarrollo económico. “Nosotros nacemos y crecemos en zonas muy ricas, pero nuestra gente se muere de hambre”, manifiesta Gamboa.

El director del nuevo programa presidencial de los asuntos afrocolombianos afirma que en los últimos años el avance del Estado en estos temas ha sido notorio. Sin embargo, reconoce que todavía queda mucho camino por recorrer. “En Colombia vamos a completar 160 años de haberse abolido la esclavitud, y a veces los afrodescendientes parecemos esclavos”, afirma Gamboa. Por su lado, Belky Arizala indica que hay una falta de valores y de cultura en la población que se traduce en racismo y discriminación hacia las negritudes. “Tenemos que abrir los ojos y trabajar por mejorar la sociedad. No juzgar por el color de la piel”, dijo.

“El color en la piel es un simple vestido que Dios nos ha puesto de manera permanente, pero no tiene nada que ver con la identidad”, puntualiza Arizala.



Fotografía: cortesía El alma no tiene color.

Candidatas al reinado de la belleza afrodescendiente.

Lírica en tiempos de reggaetón

¿Qué posibilidades tiene un cantante lírico colombiano en las grandes plazas internacionales?



Laura Cristina Mora Rojas

Periodista *En Directo*
Laura.mora@unisabana.edu.co

Luego de casi cuatro años, muy pocas cosas han cambiado en los Conservatorios de la universidad. La cafetería fue remodelada, pero los salones continúan siendo los mismos: viejos y con un penetrante olor a la frescura del monte. Las escaleras continúan agrietadas, y los muchachos caminan por entre las ramas de los árboles para llegar a clase a tiempo. Al fondo, se escucha a unos estudiantes afinando sus trombones. Un niño llena el ambiente de alegría y hace volar las notas musicales de su chelo por entre la vegetación. A los alumnos de esta escuela no solo les cuesta afinar, sino trasegar en la música y el canto.

Para Julio César Salazar, tenor de una escuela música, lo más difícil de convertirse en un cantante lírico, además de aprender nuevos idiomas y desarrollar la técnica vocal, es “la carga que representa ser artista en un país subdesarrollado”. Salazar agrega que la profesión “requiere de grandes sacrificios, pues hay que tener una disciplina férrea que implica muchas horas de preparación intelectual y técnica”. Adicionalmente, los estudiantes de canto deben interpretar muchos géneros y, a veces, deben hacer cosas ajenas al canto para sobrevivir. “Para

tener un nivel competitivo internacionalmente, el cantante debería de tener una actividad regular, y realmente aquí no existen los espacios para ello”, dijo Julio César.

La intérprete y profesora de canto de la Universidad del Bosque, Diana Delvasto, afirma: “Por falta de estímulos económicos, los cantantes terminan siendo profesores”. Por su trayectoria, Delvasto sabe que no es una frustración ser docente de música. Sin embargo, a muchos cantantes que emprenden esta carrera les gustaría llegar a las grandes ligas y darle la talla a Andrea Bocelli.

El tenor Julio Cesar Salazar aseguró: “Más que ser como Andrea Bocelli, mi sueño y objetivo es poder vivir cantando la música que mejor sé hacer con libertad y sin presión alguna”.

Julio recuerda que, a pesar de que Bocelli es un artista admirable, un gran cantante y sin duda una de las voces más hermosas del mundo, en el universo real de la ópera, de teatros como el MET, Alla Scala y Covent Garden, Bocelli no está entre los cantantes más respetados. Esto se debe, en gran parte, a su ceguera que le ha impedido actuar en producciones con puesta en escena.

Salazar también acepta: “No estaría frustrado si no llegara a ser como Bocelli. Obviamente sería un completo mentiroso si digo que me mo-



Valeriano Lanchas, cantante lírico más importante de Colombia, en la Ópera Las bodas de Fígaro

Fotografía: Cortesía El Espectador.com

lestaría si la vida me llevara por ese camino. A mí me gusta más la ópera. Sin embargo, la vida puede abrirme puertas en otros ámbitos, y si me llevara a hacer bien algo como lo que hace Bocelli sin dejar de ser yo, sin duda lo haría”.

Para René Coronado, director de mercadeo de la fundación Camarín del Carmen, “un cantante lírico debe ser mezcla de una persona con excelentes condiciones técnicas, un gran nivel de formación, pero ante todo con una gran voz”. Este especialista en mercadeo hizo parte del foro “Emprendimiento y competitividad: ¿Qué competencias busca el mercado internacional en un cantante lírico?”, que se realizó en la última edición del festival organizado por la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte, Ópera al parque.

Coronado asegura que un cantante debe ser un artista integral, y que se ha reevaluado totalmente la creencia de que debe ser un cantante gordo. “Ahora no solo la voz cumple un papel importante, sino también el aspecto físico del cantante. En este momento ese cantante de ópera que pesaba 100 kilos no es tan admirado”. A fin de cuentas debe ser simpático, bien parecido, con buena técnica y conocedor de la lírica.

Nada parecido a los reggetoneos, que de técnica nada. A pesar de que es un género que recorre el mundo entero y acoge numeroso seguidores, el reggaetón se nutre del flow, de las situaciones cotidianas y de los arreglos vocales por medios electrónicos. Por su parte, los cantantes líricos deben salir del país a estudiar primordialmente en Europa, sobre todo porque, aunque una persona estudie con profesores particulares y tenga un pregrado hay que emigrar porque en Colombia “no hay casi postgrados ni maestrías para cantantes líricos”. “Además, afuera del país hay muchas más plazas donde se puede cantar este tipo de música. Aquí hay a veces conciertos, pero no tantos como en otros países donde la cultura musical es mucho más rica; aquí no hay las condiciones”, declara con seguridad la intérprete y profesora de canto de la Universidad del Bosque, Diana Delvasto.

Para Coronado, formarse para

ser un cantante de ópera y graduarse de pregrado en el país es tan básico y a la vez obvio como para un corredor de autos es tener la licencia de conducción. Coronado reafirma que para que un cantante llegue a las grandes plazas del mundo debe tener “una gran dosis de talento, una formación técnica adecuada y estar en el lugar indicado conociendo a la gente en el momento indicado. Efectivamente, hay que prepararse pero las grandes plazas están reservadas para quienes tienen el don”. También denuncia que la academia, para legitimar sus programas de estudios, afirma que el estudiante que acaba de graduarse debe pararse de una en el Teatro Colón a cantar o “hacer un rol protagónico. Tener un diploma, no asegura ese el artista integral que se necesita. Sí, claro, forman cantantes” pero les hace falta ganar experiencia y conocer a gente clave. René Coronado asegura que no se les ha dejado claro esto a los estudiantes, creándo-

Efectivamente un cantante colombiano no se forma totalmente en el país para llegar a las grandes plazas. Pero hay personas que han entendido como comenzar un camino como Valeriano Lanchas, Juan José Lopera, Cesar Gutiérrez, Carolin Rosero entre otros.



Fotografía: cortesía Julio Salazar.

Teatro Heredia Adolfo Mejía, donde se realiza el Festival Internacional de Música de Cartagena.

les frustración a los que desean salir a las grandes plazas al graduarse.

Para los que no tienen la opción de cantar en las plazas internacionales, existe la opción de trabajar acá en Colombia en “velorios, matrimonios y hoteles porque no hay tantos teatros donde haya compañías musicales como en otros países”, o en crear grupos musicales y coros en los que puedan cantar es el horizonte que esboza la profesora Diana Delvasto. Un panorama desolador si se tiene en cuenta que la práctica musical “disminuye la violencia, el concepto y el ambiente musical desarrolla áreas espirituales y artísticas en las personas haciendo un cambio en la cultura muy importante.”

INTOLERANCIA JUVENIL

Jóvenes se matan por un insulto

En un fin de semana en Bogotá pueden perder la vida, en promedio, en hechos violentos entre 6 y 10 personas. La mayoría de los casos, por intolerancia que desencadenan riñas.



Mónica Segura Rodríguez

Periodista *En Directo*
monicasegro@unisabana.edu.co

Un informe del Observatorio de Seguridad en Bogotá, perteneciente a la Cámara de Comercio, muestra que el 42 por ciento de los homicidios que se produjeron en el primer semestre de 2010 se dieron por peleas, y el 25 por ciento por venganzas. Entre tanto, el Centro de Estudios y Análisis de Convivencia Ciudadana de la Alcaldía Mayor reveló que entre 2008 y 2009 se presentaron 275 homicidios por intolerancia. Los episodios de violencia fueron protagonizados por personas entre los 15 y los 34 años de edad.

Cada vez más casos de intolerancia se registran en la capital. El pasado 23 de enero, en el norte de Bogotá, Fabio Santiago Roa Rocha y sus amigos se encontraban en el Cantón Norte celebrando el cumpleaños de uno de ellos. Hacia las 2 de la madrugada del domingo abandonaron el lugar. En ese momento, Mario Alejandro Flórez Montoya y su amigo Juan Sebastián Gordo Serna también salían de otra fiesta de la misma zona.

Amigos de la víctima dicen que Fabio Santiago y Mario Alejandro cruzaron un par de miradas poco amistosas. También, que se hicieron algunas bromas entre sí, pero Mario las tomó como un irrespeto y una burla.

Sin embargo, según el testimonio de Gordo Serna, el grupo al que pertenecía Roa Rocha comenzó a sabotearlos y retarlos mientras cruzaban la Carrera Séptima con Calle 106.

“Severos tontos, maricas”, fueron los insultos que lanzaron Santiago Roa Rocha y sus compañeros (cinco hombres y cuatro mujeres) contra Mario Flórez Montoya y Gordo Serna, de acuerdo con las declaraciones presentadas por el fiscal del caso. Luego, Flórez Montoya escuchó la frase que desató la riña: “vengan gallinas, ¿o es que les da miedo pelear?”.

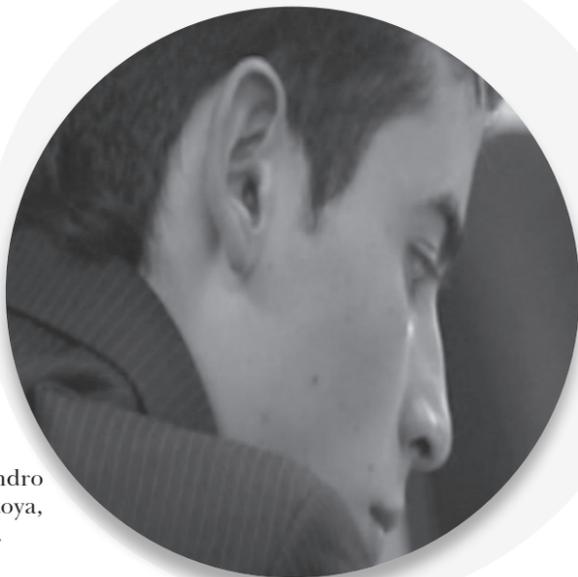
Flórez Montoya se enfureció y en cuestión de segundos atacó con un cuchillo a Roa Rocha y lo hirió en el pecho. El joven fue de inmediato trasladado al Hospital Militar. Eran las 5:40 a.m cuando el muchacho, de 23 años, estudiante de administración de empresas de la Universidad Militar, falleció.

El agresor, Mario Flórez Montoya, es hijo de un coronel de la Policía en retiro, mientras que Fabio Santiago Roa era hijo también de un coronel retirado del Ejército. Según el dictamen del Instituto de Medicina Legal, el joven murió debido a las tres puñaladas que le propinaron en el corazón.

El subcomandante de la Policía de Bogotá, el coronel Javier Rivas, explicó que este es uno de los 6 mil casos de intolerancia que se presentan en Bogotá. Según las autoridades, esta cifra va en ascenso. Los altos índices de violencia e intolerancia en las calles no ceden y se acentúa la tendencia de ciertos capitalinos a tomar la jus-



Fabio Santiago Roa Rocha, víctima.



Mario Alejandro Flórez Montoya, acusado.



Camilo Borrero, sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia.

ticia por sus propias manos frente a factores como la impunidad.

El agresor Mario Flórez Montoya, quien se presentó de manera voluntaria a la Fiscalía, fue acusado por homicidio agravado. El agresor no aceptó los cargos. Sin embargo, después de la audiencia fue enviado a la cárcel La Picota. La pena podría ascender a 33 años y 4 meses.

Causas del comportamiento

Camilo Borrero, sociólogo y docente de la Universidad Nacional, explicó la principal causa de este comportamiento: “La razón radica en la formación de las personas, porque no se están educando seres para lo público. No se reconoce al otro como persona ni se enseña a actuar con una ética responsable, sino que siempre se culpa al trago o a los celos”.

“Hasta hace poco se pensaba que la universidad y el colegio eran los que formaban. Hoy en día sabemos que no es así, conocemos que las personas se forman en la Internet, en la televisión, en las comunidades o redes sociales, entre los parches con los amigos”, afirma el sociólogo Borrero.

“Por lo tanto, al diluirse las formas de educación también se diluye, de alguna manera, las responsabilidades sobre la educación, y eso conlleva a que sea una tarea muy compleja. Hoy en día nos formamos todos”, concluye el sociólogo.

En este contexto violento y real, las autoridades temen que pequeños motivos sigan siendo detonadores de riñas que ponen en riesgo dos de los bienes más preciados de los seres humanos: la vida y la libertad.

El sociólogo Borrero insiste en que es hora de asumir los conflictos de manera diferente para que casos como el de la muerte de Santiago Roa Rocha no sigan ocurriendo. Autocontrol a la hora de enfrentar conflictos y tener en mente que “siempre los actos criminales generan un profundo arrepentimiento” son los dos consejos que ofrecen los expertos a los jóvenes.

La Policía de Bogotá registra, en promedio, 2.848 riñas en un fin de semana, la mayoría por intolerancia y estado de embriaguez.

Las localidades con el mayor número de casos por riñas:

- Suba: 331
- Kennedy: 314
- Bosa: 266
- Engativá: 257
- Ciudad Bolívar: 236
- San Cristóbal: 192
- Usaquén: 180
- Usme: 176



Fotografía: Cortesía El Espectador.com

EN BUSCA DE UN ESCENARIO DIGNO PARA LA CAPITAL

El Coliseo tambalea



Laura Cristina Mora Rojas

Periodista *En Directo*
laura.mora@unisabana.edu.co

Pese a que se trata de un monumento arquitectónico de Bogotá, podría quedar en escombros. Las opiniones están divididas sobre qué hacer con la edificación.

Una enorme carpa de colores estaba ubicada al lado del Coliseo El Campín en Bogotá.

Los globos de helio se vendían en los alrededores, sobre todo los de Mickey y los de corazones con estampados de muñequitos. “¡Algodón de azúcar, algodón de azúcar!”, anunciaban los vendedores ambulantes. También había una tienda ambulante de muñecos de Disney junto a un carrito de perros y de salasmateria del que emanaba un olor a grasa. Recuerdo que mamá nos

biésemos asistido a uno de los famosos parques temáticos de Orlando.

Pasado, presente y ¿futuro?

Estos recuerdos vuelven a la memoria con las noticias sobre el futuro incierto que se cierne sobre el Coliseo, declarado Premio Nacional de Arquitectura en 1974.

La administración distrital analiza una de las alternativas que más acogida ha tenido hasta el momento: demoler el coliseo cubierto para

tes, recordó que la mole fue donada por Luis Camacho Matiz, hermano de Nemesio Camacho, con el objetivo de que fuera un espacio deportivo.

Aunque en las últimas décadas el escenario ha sido usado para algunos eventos deportivos y ha albergado figuras como Andre Agassi, Pete Sampras, Nadal y Djokovic, sus posibilidades se abrieron a eventos musicales de artistas reconocidos como Demi Lovato, Juan Luis Guerra, Jesús Adrián Romero, Kilye Minogue, Alex Campos, Coalo Zamorano, Marcela Gándara, Juanes, Miguel Bosé, Il Divo, Ana Belén, Soulfire, y Shakira. Allí también se han presentado allí varios shows como High School Musical The Ice Tour o Disney On Ice, entre otros. Estos eventos han beneficiado a los comerciantes del sector, pues incrementan las ventas.

“Con la demolición, las ventas, sin duda, caerán, pero hay que verle el lado positivo. Reemplazar la construcción mejora las condiciones del sector y la calidad de los eventos, porque el Coliseo está en muy malas condiciones”, dice con acento paisa y mucho positivismo Obeibo Bueno Molina, administrador de una cigarrería del sector.

Frente a la tienda de don Obeibo, se encuentra la empresa de telecomunicaciones TV

Prensa, que presta servicios de edición y microondas a los periodistas que cubren eventos. Allí, John Alejandro Abril Murcia es el hombre que domina la cuadra. El portero resalta que la inseguridad en los alrededores del Coliseo ha aumentado desde que no hay eventos los fines de semana. Afirma que cuando la estructura era administrada por una iglesia Cristiana “permanecía limpia, no había tantos recicladores ni atracadores porque la policía permanecía ahí”. “Ahorita que no hay eventos eso es una mano de ladrones y basura por todas partes. Uno no puede pasar por ahí porque se mina los pies. No hay iluminación en los alrededores del coliseo”.

Por su parte, Martha González, vecina del sector de El Campín desde hace 27 años, asegura que, aunque disfruta los conciertos a los que considera como “serenatas”, el Coliseo debe ser demolido. “¡Que hagan un centro comercial! ¡Que lo tumben!”, dice desesperada. “Ese escenario es horrible para la capital de Colombia. Cuando viene gente de otros países nota que hacen falta centros comerciales, cinemas, juegos y restaurantes para el sector. Que sea un coliseo a la altura de los mejores del mundo”, dijo.

Concuerda con la opinión de la directora del IDRD, Ana Camacho, quien considera

que al construir un escenario nuevo se genera mayor capacidad, mejor acústica, diseños innovadores y autosostenibilidad.

Sin embargo, el director de Coldeportes, Jairo Clopatofvsky, piensa que este monumento arquitectónico debe preservarse por su arquitectura e historia.

Otra de las alternativas que analiza la Administración Distrital es comenzar de cero, pero la decisión sobre si debe demolerse o no, dependerá de los estudios técnicos y de factibilidad definidos por el Plan de Ordenamiento Territorial.

Clopatofky hace la salvedad, sin embargo, de que debe esperarse a “la modernización de las nuevas normas estructurales, de acuerdo con lo que arroje el estudio y elegir lo que sea mejor para los bogotanos”.

Existe la posibilidad de demoler el Coliseo y ampliarlo para que sea un escenario multipropósito, es decir, en el que puedan presentarse eventos musicales, religiosos y deportivos. Cualquier decisión que se tome, la capital debe apuntar a un escenario digno.

“Al construir uno nuevo puede haber un escenario de mayor capacidad y acústica, con mejores diseños y autosostenible.”

Ana Camacho
Directora del IDRD

compró, a mi hermana y a mí, un juguete de Mickey Mouse que entraba y salía de un conito como un títere.

Junto con mis primos, llegué a disfrutar del Disney on Ice, un espectáculo realizado de varios años en el Coliseo El Campín, durante el cual comíamos granizado “morazul” que, irónicamente, deja los labios y la lengua roja. Nos llenaba de felicidad estar allí, nos sentíamos como si hu-

construir un escenario multipropósito. Pero la decisión dependerá de los estudios técnicos y de factibilidad y de lo que esté consignado en el Plan de Ordenamiento Territorial.

El Coliseo fue inaugurado en 1973 y desde entonces ha sido usado como escenario para diversos tipos de eventos. Lo más irónico del caso es que fue construido con un propósito distinto. Jairo Giraldo, jefe de prensa de Coldepor-



Fotografía: Cortesía El Espectador.com

El Coliseo fue inaugurado en 1973.

Una historia “chirriadísima”

El proyecto denominado **Bogotálogo** es una compilación de la evolución de los usos, desusos y abusos del castellano hablado en Bogotá, desde la época precolombina hasta hoy. También con sus diferentes significados.

Gabriela Rueda Uribe

Periodista *En Directo*
anaruur@unisabana.edu.co

¿Sabe usted qué es filipichín, caribe, gurbia, darse garra o achuzansuca? Pues contrario a los primeros significados que se puedan derivar de sus sonidos, filipichín es un hombre delicado y esmerado en el vestir; caribe es un adjetivo referente a lo costoso; gurbia significa hambre; darse garra es una expresión actual que se refiere a excederse en alguna actividad, y achuzansuca es un término indígena que hacía alusión a un fruto estropeado.

Estos y muchos más términos, hasta completar 4 mil significados, fueron los que durante un año recopiló Andrés Ospina, literato de la Universidad de Los Andes, con el objetivo de construir un diccionario para los bogotanos.

Reflejo de lo que somos

“Las palabras nos envían muchas claves acerca de lo que hemos creído que somos; de lo que hemos soñado con ser. Si bien se sabe que los libros nos cuentan cómo fue el mundo en algún momento, si uno sigue la biografía de las palabras se va a encontrar con muchísimas sorpresas alrededor de la propia historia de lo que hemos sido como ciudad”, dijo Andrés Ospina, escritor y director del Bogotálogo.

Esta iniciativa ganó la convocatoria Ciudad y Patrimonio 2009, promovida por la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y el Instituto de Patrimonio Cultural de Bogotá.

Según Ospina, el objetivo primordial del proyecto es crear un

espacio de diálogo entre generaciones, sin exclusión alguna. Para nadie es un secreto que sentarse a hablar con una persona de otra generación a veces resulta complicado.

Haga usted mismo el experimento, siéntese con sus padres o abuelos y pregúnteles qué es foquear, tierrero o buñuelo, ellos posiblemente no se alcanzarían a imaginar que a lo que usted se refiere es a dormir, a un conflicto o a un novato.

Este libro, que está próximo a estrenarse, contará con la ilustración de 100 de los términos que aparecen allí. Estos gráficos salpicados de humor, fueron hechos por Laura Peralta, una joven graduada de Bellas Artes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, quien desde su profesión quiso rendirle tributo a esta ciudad. Peralta manifestó que el Bogotálogo es una opción bastante didáctica para que todos, incluso extranjeros, conozcan la cultura bogotana.

Significados jocosos

La intención de sus creadores es que este diccionario no termine convertido en otro libro de anaquel o de trabajos escolares. Es por esto que su escritor, Andrés Ospina, narra de forma artística y hasta jocosa los significados de los términos que reposan en sus páginas.

Por ejemplo, usted puede encontrarse con definiciones narrativas de lugares como la Plaza de Bolívar: “Plaza central de la ciudad, de modesto e irregular aspecto, conformado por



Andrés Ospina, escritor y director del Bogotálogo.

edificaciones asimétricas de arquitectura disforme y desigual.[...] Tiene la peculiaridad de estar inclinada hacia el occidente, y de haber visto girar la mirada del libertador Simón Bolívar hacia distintos lugares, de acuerdo con el capricho del presidente de turno”.

Existe una versión en la red en forma de Wiki del diccionario. Es decir, con el objetivo de que sea corregido, completado o eliminado algún término.

Además de todos estos significados en el Bogotálogo también se recogieron aquellas expresiones que caracterizan a la cultura bogotana, como “echar rulo”, “tacho remacho”, “no le cabe ni un tinto” o “¡Adelante, mire sin compromiso!”.

El Secretario distrital de Educación, Carlos José Herrera Jaramillo considera que esta es una excelente propuesta de aprendizaje, pues el idioma es un elemento vivo que está en constante cambio y que se va enriqueciendo diariamente gracias a factores sociales. Por lo tanto, es de gran valor para la educación que se recopile la historia del lenguaje ciudadano y se tienda a mejorar la cultura bogotana, dijo Herrera.

Caja de curiosidades

La jerga delincriminal ha agregado muchos términos al lenguaje de hoy en día, según Ospina. Por ejemplo, ¿Sabe usted cómo nació la denominación “tombo” para referirse a un policía? Pues bien, en algún momento de la historia la policía tenía un uniforme con grandes botones. Cuando un agente estaba en busca de malhechores, estos repetían en clave, para escaparse y como un aviso, la palabra: “botón, botón, botón, botón”. Al pronunciarse rápidamente, esta palabra termina convertida en “tombo”.

En los próximos días Bogotá tendrá un diccionario propio. Un libro creativo, jovial y fresco que nos hará conocer de los usos, desusos y abusos de la lengua capitalina.



Calvazo: Golpe seco y veloz, propinado con la palma de la mano abierta, sobre la cabeza de algún desprevenido ubicado de espaldas al agresor.

Pensar para hablar



Jairo Valderrama Valderrama

Columnista *En Directo*
jairo.valderrama@unisabana.edu.co

Cuando conocemos a alguien, casi siempre extendemos la mano, damos nuestro nombre y, de manera nerviosa e instintiva, inclinamos un poco la cabeza, para decir en silencio: “me agrada conocerlo(a)”, porque a viva voz por lo regular usamos un “¡mucho gusto!”, y más si es muy bonita... o muy atractivo, según opinen las damas. Todo eso sucede, por supuesto, en un ambiente de formalidad, como las reuniones sociales o laborales. Sin embargo, cada vez que un hecho como este se presenta, mantenemos cierta reserva acerca de quién es esa persona.

Exceptuando a los resolutos, es conveniente mantener cierta prudencia al iniciar una conversación; se le llama tacto a esa paciencia para descubrir con lentitud algunos de los rasgos ajenos. ¡Cuánta vergüenza hemos sentido después de hablar sin pensar! A veces, sólo el respeto o la formalidad nos llevan a adoptar conversaciones, en la mayoría de las ocasiones superficiales. Quizás, sabemos que resulta incómodo para un recién llegado quedarse con una copita entre sus manos mientras sonríe sin saber por qué, fingiendo que observa algunos cuadros o a través de una ventana, sin razón aparente, mirando repetidamente sus uñas, su calzado, su corbata o su cartera. Por eso, al comienzo de esos encuentros, se habla del tiempo, de la política, del fútbol o del sancocho de pescado (uno nunca sabe).

Hay gente que sólo desea impresionar, demostrar poder o experiencia. Casi todos deseamos mostrar las que consideramos nuestras mejores cualidades; pero, en ese intento fallamos si dejamos de lado el objetivo de interesarnos por el otro. ¡Cuántos soberbios, embaucadores, oportunistas, atrevidos y tímidos hemos conocido! Y, frente a ellos, asignamos esos adjetivos, porque las palabras y sus matices (créame: es verdad) reflejan el pensamiento. De manera espontánea decimos: “me gusta cómo piensas” o “...como piensa él”, sin haber navegado por su mente. Repito: porque las palabras construyen, hacia el exterior, las intenciones que guarda cada quien.

Recordemos, también, que el ser humano se comunica con todo su ser. Así, en todo momento buscamos combinar las palabras que escuchamos con los gestos de quien las pronuncia, con los titubeos, las dudas, el volumen. Por eso no es gratuito que, mientras el oído atiende a las palabras, la mente se diga: “¡Este sí que habla mie...!”. Y no conozco a nadie que goce con los habladores de estos asuntos. Todos, sin quererlo, buscamos a las personas sinceras, mesuradas, pacíficas, sobre todo cuando la ocasión es una reunión informal para alegrarnos y compartir un momento de calidez. Los mitómanos, por su parte, se sienten en una tarima o pasarela donde se pavonean frente a un público.

La situación empeora si aparece alguien ya conocido, fingiendo saludarnos con un derroche de mentirosa satisfacción. Esos se llaman aduladores y buscan, en todo instante, sacar provecho de las circunstancias; sugiero alejarnos de ellos.

Por eso, agrada más el diálogo con un sencillo campesino que con un político arrogante. A veces, es preferible la sincera, ingenua y candorosa rusticidad (porque se acerca a la verdad) a la refinada, afectada e hipócrita fineza (porque esta se encalla en la mentira).

Con vuestro permiso.

Haití: iluminado por las cámaras, pero enterrado en el olvido

Los medios de comunicación pueden ser tan poderosos como una bomba atómica o un trasbordador. Los expertos expresan su preocupación por un poderío que con el tiempo se hace más fuerte y centralizado debido a la creación de estereotipos.



Fotografía: Archivo fotográfico UNESCO.

Campo de refugiados en Croix des Bouquets, Haití.

Paula Gómez, Catalina Méndez y Camila Moreno

Colaboradoras *En Directo*
Profundización en Periodismo Internacional
comunicacionglobalus@gmail.com

Los medios de comunicación dirigieron su mirada a Haití en enero 12 de 2010. Un terremoto de 7.3 en la escala de Richter destruyó al país y dejó 316 mil muertos, 350 mil heridos y más de 1,5 millones de damnificados. Al lugar de la tragedia llegaron reporteros de todo el mundo para informar lo sucedido. El mundo se enteró de la catástrofe, pero también develó al país en ruinas que la Sociedad Internacional mantenía en el olvido.

Frente a la avalancha de noticias referentes a Haití y a la cooperación internacional que recibió este país, ¿qué papel cumplieron los medios de comunicación en la transmisión y tratamiento de la información? ¿Qué paso días después del terremoto? ¿Fue sólo algo temporal?

El cubrimiento internacional de los medios de comunicación se ha facilitado gracias al imparable desarrollo tecnológico y a las necesidades de un mundo más global e interdependiente. A pesar de la incursión de las audiencias en la producción de contenidos, los medios siguen siendo el canal más inmediato y confiable en la transmisión de acontecimientos en directo y en tiempo real.

Los medios del mundo se hicieron presentes en Haití: El País, BBC, RTVE, Univisión, El Mundo, Hoy, La Nación, Universal, Clarín dedicaron sus espacios y equipos de redacción para hacer informes detallados de la situación en Haití. En secciones especiales desplegaron textos, videos, infografías, mapas e imágenes.

Jesús Frías, el periodista dominicano del Centro de Investigación de la Comunicación de la Fundación Global Democracia y Desarrollo (FUNGLODE), asegura que los medios de comunicación internacionales poco se interesaban por Haití salvo si ocurrían hechos que involucraran potencias

mundiales como Estados Unidos o Francia. “Después del sismo, sin embargo, muchos periodistas se vieron seducidos por la situación de pobreza y miseria del país”, agrega Frías.

Una de las caricaturas publicadas en El País de España, días después del terremoto, hace una fuerte crítica al olvido al que estaba sometida la nación: “Sin terremotos, Haití es invisible; sólo sepultados son visibles”. El interés de los medios de comunicación por las historias y la preponderancia en su cobertura hizo que creciera el interés de la comunidad; de la ‘aldea global’.

Los medios de comunicación son el lente mediante el cual los humanos, en gran medida, se conectan con la realidad mundial. William Thomas, sociólogo estadounidense, dice que los medios de comunicación son aquellas empresas o instituciones que fabrican la realidad, que construyen diferentes realidades, permitiéndole al ser humano superar su incapacidad de percibir en su totalidad el entorno.

Por esto, se ha difundido la idea de que aquellos hechos que se publican en los medios existen, mientras que los que permanecen lejos del lente periodístico desaparecen. Diferentes teorías de la comunicación como la de agenda setting y el framing establecen precisamente los criterios mediante los cuales se rigen los grandes emporios mediáticos para contar una realidad, desde cierta perspectiva o cierto enfoque que no choque con sus intereses.

María Acevedo, psicóloga social, asegura: “La mayoría de los dueños de los medios de comunicación tienen intereses ideológicos, económicos y políticos. Estos intereses hacen que los medios privilegien ciertas noticias e informaciones. De tal manera que la construcción que pueda hacer el ciudadano de la realidad sea limitada”.

Desastres naturales, como el terremoto de Haití, se convierten en un gran atractivo para las empresas mediáticas. Las imágenes impactantes, inmediatas y desalentadoras permiten que se satisfaga el morbo de los espectadores.

“Hubo periodistas a los que no les importó el dolor humano. Vi cómo un camarógrafo retrató el cuerpo de un niño haitiano sin ningún escrúpulo”, aseguró Jesús Frías.

Margarita Rojas, enviada especial de Noticias Caracol para el cubrimiento del terremoto en Haití, afirma que los medios de comunicación cumplen un importante papel en estos sucesos porque informan y conmueven.

“En el cubrimiento del terremoto me enfrenté a situaciones muy complejas que incluían el extremo dolor de las víctimas. Es un reto informar con sentido humano y con respeto”, dijo Margarita rojas.

La responsabilidad del periodista al informar, sin embargo, se ve truncada por la actual tendencia a la homogenización de los contenidos de los medios y

por la necesidad de ofrecer información instantánea. Juan Manuel Osorio, ex oficial político de las Naciones Unidas para la estabilización de Haití, considera que para los periodistas es muy difícil acercarse a la realidad del lugar de los acontecimientos porque muchas veces no tienen conocimiento de la cultura y del contexto al cual se enfrentan. Osorio agregó: “En Haití, hay una cultura del rumor, que tergiversa las cosas y hace que los hechos se presenten de manera sobredimensionada. Además, el cubrimiento no es exacto y está manipulado por intereses”.



Campo de refugiados del terremoto en Haití.

Fotografía: Archivo fotográfico UNESCO.

Medios de comunicación: ¿Perros guardianes o adversarios?

La sociedad mundial está moldeada por la información y la comunicación. Este factor determinante permite que los Estados vean a los medios de comunicación como una herramienta esencial para promover políticas y legitimar sus gobiernos. Además, ven la oportunidad de construir lazos en el exterior e intervenir en la construcción de significados y percepciones de la opinión pública.

Los gobiernos internacionales aprovecharon la cobertura mediática de Haití para mostrar su solidaridad frente a la tragedia. Enviaron equipos de rescate y seguridad, aviones cargados de ayuda humanitaria: alimentos, medicinas, carpas, cobijas y ropa. “Cada país llegó con sus ayudas y con sus respectivos periodistas”, dijo el reportero de FUNGLODE.

Sin embargo, el apoyo de ciertos países tuvo más cobertura por parte de los medios que otros. Frías asegura al respecto: “Hubo muchos países que cooperaron, pero a los periodistas, incluyéndome, nos interesaba más el cubrimiento de la ayuda que prestaba Estados Unidos y los países Europeos. Dejamos a un lado la importante cooperación que hicieron otros países, como República Dominicana”.

Para Osorio el terremoto de Haití, a pesar de haber sido una gran tragedia, “abrió una ventana para construir un país que merece vivir en dignidad. Es un reto al que hay que responder de manera inmediata. Si no se aprovecha la oportunidad en este momento, sería muy difícil que llegara otra”.



Fotografía: Archivo fotográfico UNESCO.

Hospital de L'Estere, en Haití

YASUHISA SUZUKI, EMBAJADA DE JAPÓN EN COLOMBIA

El tsunami y el sismo de Japón del 11 de marzo, el más fuerte en 140 años de su historia, dejaron más de veinte mil damnificados. Yasuhisa Suzuki, consejero de la Embajada de Japón en Colombia, explicó en exclusiva a *En Directo* las consecuencias de la catástrofe en su país.

Juan Camilo Velandía A.

Jefe de Redacción *En Directo*
juanveal@unisabana.edu.co

“Dioses del cielo y la tierra, sean con nosotros atentos y sálvennos” (Amatsu kami kumitsu yahoyorozu, ame no furi tatete kikoshime se to) fue la masiva plegaria budista de miles de personas durante la tarde del viernes 11 de marzo, en el noreste de Japón.

Ese día, a las 2:46 p.m. (hora local en Tokio), un sismo de 9 grados en la escala de Richter sacudió la isla de Honshu, a una profundidad de diez mil metros y a una distancia de 125 kilómetros de Sendai. Más de sesenta réplicas oscilantes entre los 5 y 6 grados de intensidad vapulearon a la tercera potencia mundial en menos de diez días.

Un tsunami aniquiló la costa nororiental de Japón en menos de 30 minutos. Las olas del océano Pacífico replicaron la furia del terremoto con olas de hasta 10 metros de altura. Las anegadas playas de Sendai, Ishi y Mikayo fueron el preludio de la destrucción. Sus infraestructuras sumergidas por el mar se convirtieron en un nuevo delta del Pacífico.

Yasuhisa Suzuki, el segundo hombre de más alto rango de la embajada japonesa en Colombia, interrumpió su musubi (conexión espiritual), que practicaba en la madrugada del 11 de marzo, cuando se enteró de la noticia del terremoto.

“Fudo Shin”

Fudo-shin quiere decir “espíritu firme” en japonés, y con ese talante los nipones piensan poner en pie su nación. “Duraremos cinco años aproximadamente recuperando nuestra nación, teniendo en cuenta que los daños superan los U\$235 mil millones”, afirmó categóricamente Yasuhisa Suzuki.

El sismo de 9 grados en la escala de Richter fue el uno de los más fuertes en toda la historia de Asia junto al sismo de la zona de Kamchatka, en la otrora Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas (Urss), ocurrido en noviembre de 1952.

En Japón, durante 200 segundos se sintió el primer movimiento telúrico, según la agencia televisiva local NHK. “Cuando el señor embajador (Kazumi Suzuki) se enteró del terremoto, lo embargó la tristeza; la noticia del tsunami no la pudo resistir porque fue un golpe emocional muy fuerte”, describió el consejero y colaborador más cercano del embajador japonés en Colombia.

“En Japón estamos acostumbrados a los temblores, y la mayoría de nuestra arquitectura está adecuada a esa situación”, dijo Suzuki sobre la razón por la cual la infraestructura

“Tardaremos cinco años en reconstruir Japón”

Yasuhisa Suzuki, Consejero de la Embajada de Japón en Colombia, vivió con angustia el terremoto y tsunami en su país, a través de internet.



Fotografía: cortesía Embajada de Japón en Colombia.



El Monte Fuji, con 3776 metros de altitud, es el monte más alto de Japón y el símbolo de perseverancia y resistencia de los nipones.

quedó casi intacta en zonas donde solo hubo terremoto. Además, Japón es un archipiélago compuesto por más de 4 mil islas, situado en el Cinturón de Fuego del Pacífico, una de las regiones más sísmicas del planeta, compuesta por un arco de volcanes.

Como respuesta a la destrucción, el gobierno de Naoto Kan, premier nipón, tiene prevista la construcción de 8.800 casas prefabricadas para albergar a los damnificados. “Nuestro gobierno le garantiza a las víctimas de este desastre natural su apoyo con ayuda internacional”, añadió Yasuhisa Suzuki. De hecho, Colombia aportó cerca de 900 millones de pesos para la reconstrucción del archipiélago.

El peor terremoto ocurrido en Japón fue en 1923, en la región del Gran Kanto, en el área de Tokio, con una magnitud 8.3 grados en la escala de Richter y dejó 143 mil muertos. En 1996, fue el último terremoto de gran magnitud experimentado por

los japoneses, en la ciudad de Kobe.

“Yo vivía en Kobe, durante esa época, y sólo recuerdo que mi casa quedó destruida. Desde esa época reforzamos nuestra política antisísmica”, comentó Suzuki sobre su experiencia en el terremoto de Kobe, hace tres lustros, cuando, éste provocó la muerte de 6.400 personas.

Fukushima alerta

Okuma es la ciudad donde está la planta nuclear Fukushima Daiichi, en la prefectura homónima. Está ubicada en la región de Tohoku a más de 300 kilómetros al noreste de la capital del país, Tokio. La central nuclear fue creada en marzo de 1971 y está compuesta por seis reactores de agua en ebullición, diseñados por General Electric.

“El diseño de la planta en Fukushima estaba previsto para que durara cien años, y soportara un terremoto de máximo 7 grados en la escala de Richter”, argumentó Suzuki sobre la pre-

visión antisísmica de Fukushima Daiichi, uno de los 25 complejos nucleares más grandes del mundo.

“180 operarios trabajaron para reducir el riesgo de la emisión radiactiva en Fukushima. No son héroes como en Occidente los han reconocido; simplemente cumplen con su trabajo”, mencionó Suzuki sobre la forma como los operarios intervinieron, usando agua con ácido bórico para aminorar el riesgo radiactivo.

“Los reactores se sobrecalentaron por la alta presión. Eso ocasionó una fuga de hidrógeno caliente que al mezclarse con el aire produjo explosiones. Fue un efecto químico con mucha energía que produjo la crisis nuclear”, dijo el consejero de la Embajada de Japón en Colombia.

“Los altos niveles de radiación en la zona de Fukushima y en los cultivos de varios alimentos ponen en peligro todavía a muchos ciudadanos japoneses”, explicó en un informe oficial la Comisión Reguladora Nuclear de Estados Unidos con respecto a las consecuencias de las fallas en la central nuclear Fukushima.

“Las regiones más afectadas son las aledañas a Fukushima y las prefecturas de Tochigi e Ibaraki, donde están los principales cultivos de espinaca y leguminosas en Japón”, dijo Yasuhisa Suzuki sobre los riesgos de la radiactividad en los alimentos.

“Nuestra tragedia no tiene nada que ver con Chernobyl; a los medios de comunicación de Occidente les gusta el drama y han presentado ese suceso como algo trágico y extravagante”, determinó Suzuki sobre la relación de la catástrofe en Fukushima con la de Chernobyl, en Ucrania, hace veinticinco años.

Emperador Akihito

Según el Servicio Geológico de Estados Unidos, el terremoto fue causa de “un desplazamiento de la placa del Pacífico y de la placa de Ojotsk”. Por ello, el mismo organismo concluyó que la isla japonesa se movió 2.4 metros y modificó el eje terrestre en 10 centímetros.

La tragedia suscitó la aparición del Emperador Akihito en los medios de comunicación. Muchos rotativos occidentales calificaron de “inusual” su alocución. “La intervención de nuestro Emperador no fue sorprendente porque su misión es acompañar a los damnificados y trabajar por su bienestar”, expresó con disgusto Suzuki sobre la representación de su Emperador.

La economía de Japón también ha sido objeto de especulación por parte de los medios de comunicación del mundo. “La mayoría de las ciudades afectadas por el tsunami son pesqueras; por ello, la economía de Japón no tardará más de un año en estabilizarse”, explicó Yasuhisa sobre los efectos económicos del desastre en su país.

No obstante, ni siquiera en los antiquísimos libros de Kojiki, una antología que acopia crónicas de la mitología e historia japonesa, “un cataclismo formado por un terremoto y tsunami simultáneos habían golpeado tan fuerte a la sociedad japonesa en toda su historia”, puntualizó Yasuhisa.