



Directo

Donde los medios son la noticia

FACULTAD DE COMUNICACIÓN - UNIVERSIDAD DE LA SABANA - No 66 ISSN 1657-5156 - CHÍA - NOVIEMBRE DE 2012- WWW.UNISABANARADIO.TV - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

PAZ REENCAUCHADA

El Gobierno colombiano y la guerrilla de las Farc intentan por cuarta vez ponerle fin a un conflicto de casi medio siglo. Los actores del proceso hablan de sus esperanzas y temores, incluidos los famosos Juanma y Furibe.

↳ Especial / Págs. 3 - 6



DOSSIER

MEDIOS

NEWS YOU CAN USE

Tv educativa y entretenida

Producir contenidos pedagógicos y divertidos sobre diversos temas y para diferentes públicos es un gran negocio. Y así lo entendieron varias productoras y canales nacionales e internacionales.

Págs. 7 - 10

Polémica protagonista

Luego del éxito arrollador de la última temporada de *Protagonistas de Nuestra Tele*, ex participantes del reality ventilan secretos sobre qué pasó dentro de la casa-estudio.

Pág. 13

Usefull information

Launching a new page in English, featuring the newsmakers and media news from around the world.

Happy reading!

Pág. 19

REPRESA DE EL QUIMBO, HUILA

Campesinos custodian el río Magdalena



Natalia Otero

Periodista *En Directo*
nataliaothe@unisabana.edu.co
Twitter: @natalia9177

La construcción de una hidroeléctrica ha ocasionado el desalojo de la comunidad nativa. Los campesinos luchan contra Emgesa, la empresa encargada de la mega obra, y el Ministerio de Ambiente.



Fotografía: Natalia Otero.

■ La parte de la represa de El Quimbo que no ha sido tocada por Emgesa. Un paisaje natural, lleno de vida y color.

El sonido del río Magdalena en la vereda La Honda, en Huila, se mezcla con el canto de un hombre que tararea *La casa en el aire* mientras limpia sus uñas con la punta del machete. Jorge Enrique Campo, uno de los arrendatarios de tierra en el municipio de Gigante, interrumpe su canturreo cuando una anécdota de su niñez asalta su mente.

-Cuando pequeños, nos poníamos a recorrer el río- dice. Deja el machete a un lado y señala un islote de piedras. -¿Si lo ve? nuestro reto era llegar hasta ese lugar, y cuando lo lográbamos, ay nos sentíamos grandes-.

Yineth García, una de las 15 jornaleras de la vereda, raspa la greda de sus botas de caucho. Se retira el sombrero de paja y lo usa de abanico.

-Matábamos marranos y todo se compartía. Y tomábamos chicha y bailábamos con la música del tocadiscos. Sacábamos la guitarra y la guacharaca, y hágale, seguía la fiesta- recuerda.

Ambos sonríen. A sus pies se encuentra un costal vacío. Jorge Enrique le echa una mirada y nuevamente queda absorto en su memoria: años antes, los fin-

queros lo llamaban para trabajar. Cogía cacao, lo echaba en burro y "epa", se iba hasta el río; La Honda irradiaba vida. Pero desde la llegada de Emgesa, más de 300 familias de los seis municipios aledaños al estrecho de El Quimbo, están paralizadas, sin empleo.

Los dos campesinos se quedan en silencio.

El desalojo

Emgesa, empresa generadora de energía, filial de la compañía española Endesa, lleva a cabo la construcción de una represa hidroeléctrica a lo largo de 8.600 hectáreas de El Quimbo. En la ejecución de la mega obra, apoyada por el Ministerio de Ambiente, los habitantes han sido desalojados.

El Estado ha permitido la explotación del lugar; la ejecución de medidas de mitigación y la pérdida de autoproduktividad de la región. En contrarespuesta, la comunidad afectada ha creado Asoquimbo, una asociación de campamentos que se ha asentado en las orillas del río y ha procedido legalmente contra la empresa y el Ministerio.

Jorge Enrique se dirige hacia el

cambuche que se ha convertido en su hogar desde hace cuatro años, cuando llegó la constructora. De éste saca una bolsa de semillas de cacao que riega en una pequeña huerta. Esta siembra hace parte de la reserva campesina agroalimentaria que han conformado los nativos para subsistir.

Una noche de 2008 golpearon a la puerta de su casa. Eran empresarios de Emgesa que prometían reubicarlo en una nueva finca donde trabajaría y conseguiría un sueldo equivalente al que ganaba en las anteriores haciendas. Él les creyó. Se quedó sin empleo y sin tierras para sembrar. Nunca le cumplieron.

-Esa gente de Emgesa censó sólo a 1500 personas, y en la zona somos 3500. Ellos le pagaron 20 millones a los titulares de fincas, pero a nosotros, que no tenemos territas pero trabajamos y vivimos de ellas, nos dejaron por fuera- dice Yineth mientras desocupa un balde de agua sobre el sembrado.

El Estado acorralado

Jorge Enrique Campo reparte aguapanela a los campesinos que han llegado a los cambuches. Un hombre, con parche en el ojo, arranca con su machete un fruto de cacao.

-Ése es Fabio Cerquera, un mayordomo. En febrero estábamos en paro regional y llegaron los policías del Escuadrón Móvil Antidisturbios, lanzaron un cilindro de gas y le volaron el ojo- comenta Jenniffer Chavarro, líder de Asoquimbo, mientras saca de su mochila una cámara para enseñar las imágenes de la protesta.

Pocos funcionarios del Estado velan por el bienestar de las comunidades. Entre ellos los senadores Jorge Enrique Robledo, Gloria Inés Ramírez, y Alexander

López. Este último acaba de arribar al lugar para la marcha que se llevará a cabo minutos más tarde. Toma un vaso de aguapanela que bebe de un sorbo y se une a la conversación.

-¿El gobierno está en disposición de suspender el proyecto en caso de que tengamos los elementos legales suficientes?- le preguntó una tarde del mismo febrero el senador López al Ministro de Ambiente.

-Todos los esfuerzos se deben focalizar en el tema de El Quimbo. Se realizarán medidas pertinentes para garantizar la protección de los Derechos de los afectados y de los recursos naturales- le respondió, a cambio del ministro Pearl, Luz Helena Sarmiento, Autoridad Nacional de Licencias Ambientales.

No hubo respuesta concreta

Ocho meses después, el Estado no ha procedido. Lo que sucede es que Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible está acorralado; como ya adjudicó las licencias a la empresa, no puede obligarla a detenerse, porque de ser así ésta tendría el derecho de demandar; pero tiene la presión de la comunidad, que presenta pruebas legales sobre el censo incorrecto que se realizó y los daños geológicos ocasionados.

Paisaje gris

La represa de El Quimbo está bañada por el sol y los árboles. El verano es intenso, pero la vegetación permanece verde por las aguas del afluente. El paisaje es interrumpido por enormes grúas. Es la zona de Emgesa. Dentro de la infraestructura, que choca con la naturalidad del lugar, se encuentra Andrés Caldas, gerente jurídico de la compañía.

-Siempre hemos cumplido con

los términos legales y tenemos todas las licencias ambientales al día- explica el abogado Caldas. De una carpeta amarilla saca un revuelto de papeles y señala unos documentos.

-Estos son los informes ¿Si ve? Está claro que se ha ejecutado el Programa de Restablecimiento para la reubicación de los trabajadores- Guarda el puñado de hojas y sale apresurado de la oficina.

Mientras el gerente jurídico habla, Jorge Enrique Campos intenta explicarle que ellos son campesinos, amantes de estas tierras y enseñados a trabajar en ellas. Se empeña en hacerle caer en la cuenta al doctor Caldas, que si los cambian de empleo "sería como si a un médico lo ponen a presentar noticias".

Nueva esperanza

Caió la noche, nuevamente en los cambuches, los campesinos de La Honda reparten chicha y aguardiente, y se atragantan con el plato de frijoles y pescado que han cocinado para celebrar el reciente pronunciamiento de la Contraloría General de la Nación.

-Van a abrir una investigación y además establecieron que Emgesa tiene que volver a hacer los censos para cubrir a todas las familias afectadas. Eso le sale carísimo a la empresa. Ellos ya habían dicho que si les tocaba volver a censar paraban el proyecto- dice Jenniffer y brinda llena de euforia con sus compañeros.

Emgesa no se ha pronunciado, pero los miembros de Asoquimbo tienen la esperanza de que algún día por esas tierras, sus hijos vuelvan a celebrar con chicha y marrano, bailen al ritmo del caudal y la guacharaca, y recorran las tierras que han presenciado el desarrollo de las comunidades asentadas en el río Magdalena.



■ Los líderes de Asoquimbo viven en conjunto a las orillas del río. Sus nuevos hogares son hechos de madera y plástico.

LAS VÍCTIMAS, EL OTRO LADO DE LA MESA DE NEGOCIACIÓN

Paz sí, pero con verdad



Alejandra González Pérez

Periodista *En Directo*
 giovannagope@unisabana.edu.co
 Twitter: @alejagozalezp

A días de que las Farc y el Gobierno retomen los diálogos formales en Cuba, familiares de personas que se presumen fueron secuestradas o desaparecidas por esta guerrilla exigen conocer la suerte de sus seres amados.

Mientras la guerrilla de las Farc la sometía al frío del secuestro, el gobierno del entonces presidente Álvaro Uribe pareció no atender al clamor de sus hijas, que imploraban tenerla de vuelta. Debieron esperar seis años para verla regresar de las entrañas de la selva.

En medio del cautiverio de Consuelo González de Perdomo, retenida en septiembre de 2001, su hija María Fernanda decidió buscar la ayuda del Estado. Pero, "salí peor de desconsolada", cuenta. En una ocasión se acercó al ministro de Justicia de la época, Rómulo González, para indagarle por la suerte de su madre. El exministro respondió, sin consideración: "pregúnteles a las Farc".

Casi cinco años después de que Consuelo, hoy representante a la Cámara, recobrarla la libertad, gracias a las gestiones de Piedad Córdoba y el presidente Hugo Chávez, María Fernanda dice no guardar rencor alguno contra la guerrilla ni contra el Gobierno. Todo lo contrario, anhela con el alma que el proceso de paz entre estos dos actores que arranca de lleno a mitad de noviembre en La Habana ponga punto final al sufrimiento de tantas víctimas que ha dejado el conflicto.

"Todos los colombianos debemos estar dispuestos a perdonar y a aportar en este proceso de paz. Por eso, (las víctimas) les apostamos al perdón y a la reconciliación", subrayó María Fernanda.

Los diálogos que se "están llevando a cabo son la única forma para asegurar una paz a largo plazo, pero los acuerdos no pueden darse simplemente en el papel, y (el fin del conflicto) no se va a dar sólo con que los dirigentes de la guerrilla firmen", advierte, la joven.

La hija de la ex secuestrada comprende que los actuales acercamientos con las Farc podrían facilitar la vinculación de algunos de sus miembros al ámbito político, lo cual no le preocupa, pues prefiere a los rebeldes dando discursos en el Congreso y no secuestrando y asesinando a la población.

Otros líderes que defienden los derechos de las víctimas de casi un siglo de guerra en Colombia ven con mayor escepticismo el éxito del proceso si en éste no hay justicia, verdad y reparación.

No es negociable

En entrevista con *En Directo*, Herbin Hoyos Medina, director del programa *las Voces del Secuestro* de Caracol Radio, aseguró que las víctimas no pretenden entorpecer el proceso de paz; su única intención es exigirle, a las Farc que hablen con la verdad, pues los voceros de la guerrilla



■ Piedad Córdoba recide en un lugar de la selva colombiana a la hoy representante a la Cámara Consuelo González de Perdomo, tras su liberación en 2008.

llegaron a la instalación de la mesa de diálogos en Oslo (Noruega) negando tener personas secuestradas.

"Las víctimas están dispuestas a ceder a un proceso de paz siempre y cuando las Farc hablen con la verdad. Sabemos que seguramente el proceso va a llevar a que no haya justicia (completa) y si es necesario sacrificarla en aras a que se llegue un acuerdo, se aceptará", destacó Hoyos.

Las personas afectadas por el conflicto buscan saber qué pasó y dónde están sus seres queridos que hoy engrosan la lista de retenidos y desaparecidos. Tras la respuesta a estos interrogantes, viajarán 32 madres hacia La Habana para entregarles a los jefes de la guerrilla fotografías y documentos de sus familiares, aspirando a una pista al menos. El periodista de Caracol Radio es uno de los organizadores de esta odisea.

Ni siquiera la Fiscalía General de la Nación tiene certeza sobre cuántos son los secuestrados y desaparecidos a la fecha y de qué número de casos serían responsables las Farc.

Carlos Gómez Díaz, asesor de

la gubernamental de la Dirección de la Unidad de Víctimas, calcula "que entre cuatro a cinco millones de colombianos han sido víctimas del conflicto, pero que tal cifra sólo incluye a personas que se han inscrito en el llamado registro nacional de víctimas y que se creó en 1997. En ese registro, hay colombianos que se han declarado víctimas de desplazamiento o han tenido parientes asesinados o secuestrados en casos que se remontan a los años 70".

"El Ángel"

El conflicto colombiano ya casi completa medio siglo, y no solo ha provocado la muerte de personas inocentes, sino que ha cambiado la vida de los hombres que integran las filas militares. Ese es el caso de Argemiro Cuéllar, quien sirvió voluntariamente como soldado. Tras un ataque de las Farc, en Villavicencio, contra el avión en el que viajaba, perdió una pierna y actualmente se recupera de quemaduras de tercer grado.

Es muy poco lo que "El Ángel", como lo llaman sus compañeros del Ejército, recuerda. Tal vez su

mente borró esos momentos que todos los días lo atormentan.

"Sólo recuerdo una fuerte explosión que nos aturdió. Cuando abrí los ojos estaba en el Hospital de Villavicencio, de ahí me trasladaron en una ambulancia al Hospital Militar en Bogotá. Tenía la piel llena de heridas, igual que mis 20 compañeros que iban en el avión", narra Cuéllar.

Su discapacidad no le impide trabajar. Se vinculó a la Fundación Tecno, donde capacitan a personas que como él han sido víctimas de la guerra, para que hagan trabajos manuales, como cerámicas y velas, que son vendidas en diferentes almacenes de decoración.

A pesar de que el Gobierno le ha respondido con su tratamiento médico y con una indemnización, para él, no hay plata que pueda reparar el daño. Por esta razón, al igual que la familia González Perdomo, él se encuentra interesado en que se solucione de raíz el conflicto, para que nadie tenga que vivir las consecuencias de la guerra.

"Es difícil creer que esta vez será diferente; pero, si no tenemos fe,

nada podrá cambiar la situación de la guerra. Por eso, la mejor forma de cerrar las heridas es perdonando, para que las próximas generaciones puedan disfrutar de la Colombia en paz que todos soñamos", comentó "El Ángel".

Para María Fernanda Perdomo, las personas más interesadas en que se llegue a un acuerdo y que haya diálogos con las FARC son las mismas víctimas. "La única forma de sanar las cosas que uno ha vivido y los resentimientos es a través del perdón", dice.

"Las personas que están en contra de un proceso de paz no han sido víctimas y no saben lo que significa ser parte directa del conflicto. Por eso creo que quienes hemos vivido el dolor de la guerra, no queremos que se repita en nuestras familias y que nadie más lo viva", sostiene.

A nombre del gobierno, Carlos Gómez asegura que en la mesa de diálogo se avanzará "en cosas muy puntuales respecto al cómo, dónde y cuándo. Y siempre se tendrá como principio que el derecho de las víctimas a la verdad, a la justicia y a la reparación es innegociable".

en Directo

CONSEJO EDITORIAL

Adriana Patricia Guzmán
 Javier Patiño

DIRECTOR

Juan Camilo Hernández R.

EDITORES

Alejandra González Pérez
 Carlos Contreras Rolón

JEFE DE REDACCIÓN

Víctor Manuel García

CORRECCIÓN DE ESTILO

Jairo Valderrama V.

CONCEPTO GRÁFICO

Carlos M. Doncel Misas
 Alejandra Porras Suárez

PÁGINA WEB

www.unisabanaradio.tv
 Twitter: @EnDirectoSabana

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

PROCESO DE PAZ

Un llamado al rigor periodístico



Juliana Silva Sánchez

Periodista *En Directo*
juliana.silva@unisabana.edu.co
Twitter: @juliasilva_1



Natalia Otero

Periodista *En Directo*
nataliaothe@unisabana.edu.co
Twitter: @natalia9177

Después de más de 40 años de conflicto armado, los procesos de paz que se han llevado a cabo en el país han fracasado, en parte por la desinformación de los medios. Ahora que el Gobierno de Santos ha decidido abrir de nuevo los diálogos, se espera que los medios hayan aprendido de los errores del pasado.

Belisario Betancur



- Estableció algunos contactos con las guerrillas de las Farc y el M-19 y la Autodefensa Obrera (ADO).
- De este proceso, algunos miembros de las Farc se desmovilizaron y formaron la Unión Patriótica (UP), cuya mayoría de miembros fueron asesinados.
- Los acercamientos con el M-19 fracasaron luego de que uno de sus líderes, Iván Marino Ospina, fuera dado de baja por la fuerza pública.

Virgilio Barco



- Entre enero de 1989 y marzo de 1990 se desarrollaron las conversaciones, gracias a las cuales se logró la desmovilización y disolución del M-19 como grupo guerrillero.
- Se firmó un acuerdo en 1990 con el Ejército Popular de Liberación (EPL), que llevó a la desmovilización de buena parte de sus integrantes. Sin embargo, una disidencia encabezada por el guerrillero Francisco Caraballo impidió que la desarticulación del grupo fuera total.
- Se iniciaron acercamientos con el movimiento armado Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT). Este proceso culminó con un acuerdo en Ovejas, Sucre, en 1991. Se desmovilizaron unos 200 hombres.

César Gaviria



- El pro indigenista Movimiento Armado Quintín Lame se desmoviliza.
- Se intentó, por tercera vez, dialogar no sólo con las Farc sino, también, con el ELN y la disidencia del EPL. Las negociaciones fracasaron porque el EPL secuestró al ex ministro Argelino Durán Quintero. El final de las conversaciones se produjo en 1992, cuando se hizo pública su muerte.

1982 - 1986

1986 - 1990

1990 - 1994

Si se escarbara en la memoria del pueblo colombiano, los hechos que se han quedado clavados en ella son, en su mayoría, episodios de violencia: el tanque entrando al Palacio de Justicia en llamas; la silla vacía de Tirofijo, en el Caguán; Mancuso y Castaño confesando, sin arrepentimiento, la crueldad de los actos que cometieron; el rostro de Raúl Reyes desbaratado, casi irreconocible.

Los hechos violentos tienen por sí mismos un viso dramático y la capacidad de reunir con una sola imagen a los actores, los acontecimientos y el lugar. Además de llamar la atención de la audiencia, estos sucesos resultan de tal impacto que el periodista se nubla frente a ellos y cree que no tiene la obligación de entenderlos, interpretarlos o contrastarlos.

Eventos noticiosos, como los actos criminales cargados de espectacularidad, tienen efectos inmediatos en la audiencia. Esa respuesta automática de los lectores, radioescuchas o televidentes desata en los medios el afán de chiva, de tener primero esas historias.

La prensa, la radio y la televisión han cubierto de cerca la violencia que agobia al país y los infructuosos procesos de paz que se han llevado a cabo en los últimos años. Se han encargado sobre todo de reseñar los actos atroces cometidos y los ataques de los grupos armados, moldeando a la opinión pública, previamente o durante las mesas de diálogo, los medios se han centrado sobre todo en reseñar los actos atroces y los ataques de los grupos armados.

Los colombianos han pasado de pacifistas en la era Pastrana a beligerantes, con Uribe; todo dependiendo del acompañamiento mediático que se ha dado en la época.

“Los procesos de paz no producen noticias todos los días. Una información presentada en un mal momento puede causar daño. No porque no se deba informar sino porque todo tiene consecuencias, y por eso los medios deben ser prudentes”, comenta Camilo Gómez, ex comisionado de paz del gobierno de Andrés Pastrana.

El problema de los medios radica en la falta de valoración y jerarquización de los hechos, en las fallas en la verificación de la información y en el poco trabajo de contraste de fuentes. En cierta medida, las deficiencias en la cobertura del conflicto son un reflejo de las insuficiencias en la calidad periodística.

Primera metida

Desde Belisario Betancur, en 1982, cuando por primera vez los periodistas tuvieron acceso a información del Estado Mayor Central de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (Farc), los medios han participado en los diálogos de paz. No siempre su actuación ha sido correcta.

Entrevistas a los cabecillas de los grupos subversivos han carecido de contrapreguntas, de investigación, de referencias específicas a los actos criminales. Así mismo, las informaciones filtradas por organismos de seguridad que los medios replican sin contrastar y los actos desestabilizadores de grupos ocultos que



■ Miles de colombianos se lanzaron a las calles en 2008 para manifestarse en contra de las Farc.

los periodistas atribuyen rápidamente a una de las partes han acelerado el desmoronamiento de la mayoría de los procesos. “Se tiene que decir todo. Yo tengo que presentar mi posición. Pero eso debe hacerse dentro de

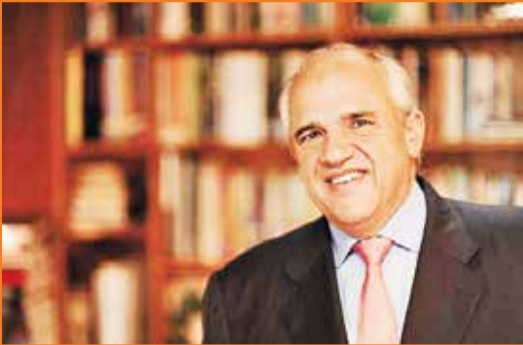
un contexto. Cuando uno informa, siempre tiene que mantenerse dentro del rigor periodístico”, explica María Ximena Duzán, columnista de opinión de la revista *Semana*.

Diálogos con las FARC

Durante el proceso de paz con las FARC en el Gobierno de Pastrana, los medios tuvieron acceso a los diálogos y a las mesas de discusión. El afán por la chiva se redujo en ese contexto de abierta

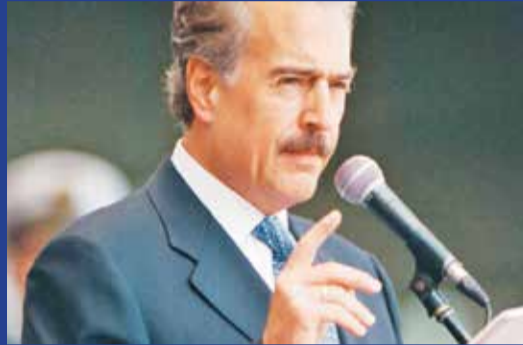
Procesos de paz en Colombia

Ernesto Samper



- Hubo diálogos con el ELN y el EPL en Maguncia, en Alemania.
- En 1998 se firmó un preacuerdo de terminación del conflicto con el ELN en el Palacio de Viana, de Madrid, el cual nunca llegó a buen término pues se filtró a la prensa.
- Más adelante se firmó el acuerdo de Puerta del Cielo, en la ciudad de Maguncia, que contemplaba el desarrollo de una propuesta impulsada por los guerrilleros para realizar lo que llamaron una Convención Nacional. El proceso no tuvo ningún avance.

Andrés Pastrana



- Sostuvo el último diálogo formal de paz con la guerrilla de las Farc en la zona de distensión de San Vicente del Caguán. El jefe máximo de este grupo ilegal, Manuel Marulanda, dejó la "silla vacía" el día de la instalación oficial de la mesa de negociaciones. El proceso continuó con múltiples tropiezos generados por las acciones bélicas de los guerrilleros, quienes cometieron múltiples atentados y secuestros.
- El proceso se rompió en el 2002, cuando los guerrilleros secuestraron al congresista Jorge Eduardo Géchem.

Álvaro Uribe



- El mayor logro de este gobierno, aunque muy criticado, fue la desmovilización casi por completo de los distintos bloques de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC).
- Este proceso ha recibido permanentes cuestionamientos por la situación de impunidad en que degeneró y la falta de claridad en la información alrededor de las desmovilizaciones. Expertos no han dudado en señalar que varios de los desmovilizados y aquellas estructuras paramilitares que se negaron, desde el principio, a regresar a la vida civil fueron el caldo de cultivo de las temibles bandas narcotraficantes.

1994- 1998

1998- 2002

2002 - 2010



Gobierno, como cuando Tirofijo dejó al presidente Pastrana solo en la mesa durante el inicio de los diálogos.

En 2002, nuevamente se interrumpieron los diálogos. El detonante de la ruptura se dio por el secuestro de un avión en el

participación.

A finales de 1998, el Presidente desmilitarizó una amplia zona para negociar con el grupo, a la que se le denominó Zona de Distensión, en San Vicente del Caguán. Se establecieron doce puntos de una Agenda Común para el cambio hacia una nueva Colombia, en la que participaron países como Francia, Italia, Noruega, Suecia, Suiza, y Venezuela.

Debido a que los medios podían presenciar directamente los diálogos, el pueblo colombiano podía conocer inmediatamente el avance de los sucesos. Sin embargo, la apertura del proceso a los medios de comunicación resultó un arma de doble filo, por una parte la audiencia valoraba estar al tanto, sentirse partícipe de la resolución del conflicto, y a la vez presenciaba los desplantes y el desafío de la guerrilla al

Huila, al que los guerrilleros hicieron aterrizar en una carretera pública para llevarse al senador Jorge Eduardo Géchem. La onda pacífica y de transparencia a la que estaban expuestos los medios desapareció.

El fracaso de los diálogos y la arremetida militar de las Farc sembraron el camino para un cambio radical en la política de paz. El antioqueño Álvaro Uribe Vélez resultó elegido precisamente cuando ofrecía a la opinión pública una mano dura contra la insurgencia y la criminalidad.

El combate frontal contra las guerrillas dio paso a una exposición informativa militarizada y dominada por el gobierno. La presentación de los actos terroristas en vivo y en directo, la ambientación de las escenas de combate, la reafirmación constante del heroísmo del Ejército, y la presentación cruda de las muertes de cabecillas guerrilleros como las de alias *Mono Jojoy* y *Raúl Reyes*. La guerra se convirtió entonces en un melodrama, impulsado por los medios y alimentado por la opinión pública.

La hora de Santos

En septiembre de este año, el presidente Juan Manuel Santos anunció que comenzaría un nuevo proceso de paz con las Farc. Los diálogos, que llevan varios meses afinándose, se iniciaron de manera formal el 17 de octubre en Oslo (Noruega) y continuarán a mediados de noviembre, en Cuba.

Luego de los primeros discursos y de las dos ruedas de



Periodistas de diversos medios entrevistan a los líderes de las Farc durante las fallidas negociaciones del Caguán.

prensa, queda en claro el distanciamiento abismal entre los argumentos del Gobierno y las Farc. Temas como el desplazamiento forzado, la redistribución de tierras, el narcotráfico y los crímenes derivados de la guerra continúan a la deriva y oscurecen los caminos para acabar con el conflicto.

Para prevenir "circos mediáticos", como los ha denominado el Presidente, los medios de comunicación han tratado de cubrir dentro de un marco de prudencia, que ha sido lo que el gobierno ha solicitado. En reiteradas ocasiones, los voceros estatales han dicho que las conversaciones

estarán blindadas por un manto de confidencialidad, algo imprescindible para su éxito.

"Los procesos de paz son muy complejos. Hay víctimas de por medio. Si no se es prudente, se corre el riesgo de que la gente lo rechace, en unos casos se enrede, o se turbie. Lo ideal sería dar solo comunicados públicos que estén acordados", dijo a *En Directo* Salud Hernández, columnista de *El Tiempo*.

A esta altura, es tan importante el control de la guerra real como el dominio de la guerra mediática. Los medios buscan en esta oportunidad autorregularse, aprender del pasado y no ceder

a la tentación de la primicia noticiosa como único norte. Buscan contribuir al proceso con información relevante.

Muchos expertos opinan que los medios deben actuar con paciencia y prudencia, sin censura, presentando toda la información posible que se le pueda dar a las audiencias, siempre dentro de un rigor periodístico. Deben tener en cuenta la historia, los antecedentes, las relaciones entre los protagonistas y la correlación entre los hechos (políticos, sociales y económicos) que permitan una información más amplia, contextualizada y pertinente.

ENTREVISTA CONJUNTA A JUANMA Y A FURIBE

Terapia de pareja a los ex mejores "amiguís"



Alejandra González Pérez

Periodista *En Directo*
giovannagope@unisabana.edu.co
Twitter: @alejagozalezp



Carlos Fernando Contreras Rolón

Periodista *En Directo*
carloscoro@unisabana.edu.co
@JournalRolón

Para el ex presidente y "mesías" de la seguridad democrática, Álvaro Furibe, no hay forma de reconciliación con el judas de su gobierno, el presidente Juanma. Hoy, los dos reencauchados más importantes del país decidieron limar asperezas y sentarse a hablar del proceso de paz ¿Será que primero las Farc dejan las armas o Furibe abandona el Twitter?

Del amor al odio hay un paso. Juanma y Furibe solía ser la pareja perfecta, el temor de los terroristas y auxilio de los colombianos. Hoy este matrimonio no da para más: Furibe utiliza los trinos como arma de combate, mientras la popularidad de Juanma aumenta en las encuestas por su arriesgado proceso de paz.

Una relación así podría ser perjudicial para los diálogos que se avecinan. Furibe no tolera que su pupilo "no sea capaz de hablarle durito a LA FAR". Por eso, se opone rotundamente a la mesa de negociación. Por otro lado, Juanma piensa que Furibe "trina y trina para darse vitrina". El futuro de la relación entre este dúo dinámico está marcado por la incertidumbre.

Por esta razón, *En Directo* quiso mediar entre la pareja de ex amiguís más famosa del país, para conocer si habrá un "proceso de paz" que solucione las diferencias entre ellos.

ED: El Papa ha insistido en la reconciliación de las diferentes partes que componen el diálogo del proceso de paz. ¿Por qué no empezar por la reconciliación de ustedes dos?

FURIBE: Hijitos, por Dios, aunque no estoy de acuerdo con que la Iglesia se meta en esto, quiero enviarle un saludo a Su Santidad porque él y yo nos parecemos bastante. La muestra es que él aparece en Twitter como BENEDICTO, y yo al Twitter soy BIEN-ADICTO.

JUANMA: Me parece muy bien que el Vaticano se haya pronunciado con respecto a los diálogos de paz. Sin embargo, Furibe y yo somos como el perro y el gato... Y en la única parte que el perro y el gato pueden estar juntos es en el arroz chino.

ED: Las Farc anunció que ya no tenía "un solo secuestrado", ¿Qué tanto hay que creerle?

FURIBE: Yo, paradójicamente, sí creo que Las FAR no tienen un solo secuestrado en Colombia; todos, los están cuidando en Venezuela.



■ Juanma se reencontró con el ex presidente Furibe para comunicarle que, después de la operación de próstata, los huevitos le quedaron intactos.

JUANMA: Yo tengo lista la estrategia para que se quiebren cuando secuestren a alguien: voy a subir el precio de las lentejas.

ED: Venezuela, Cuba y Chile, ¿qué tanto fortalecen el proceso de paz con su participación?

FURIBE: Como diría Valerie Dominguez en la audiencia: me acojo al beneficio de no responder esa pregunta.

JUANMA: Lo de Chile y Cuba lo hacemos solo por formalismo. En cambio, con Chávez sí me unen otras cosas. Con decirles que ya

estamos pensando hacer las reuniones en el "Salón De La Justicia", porque somos los "SÚPER AMIGUIS".

ED: Juanma afirmó que Furibe también podría recibir crédito por el resultado de este proceso de paz. Sin embargo, ¿a Furibe sí le hubiera gustado comenzar un proceso de paz en su Gobierno?

FURIBE: Eso sería imposible. Un proceso de paz con esos terroristas, en mi gobierno, no habría tenido cabida. Más fácil en-

tra Dania Londoño a presentar El Minuto de Dios.

JUANMA: Pues claro que Furibe va a llevarse el crédito al final de este proceso. Él es quien va a terminar pagando los platos rotos (risas).

ED: ¿Qué tan acertada fue la idea de poner a Humberto de la Calle como jefe del equipo negociador por parte del Gobierno?

FURIBE: Aunque a mí no me gusta hablar mal de nadie, hubiera escogido una persona con más perenne. Tiene más carisma un delegado de alcaldías locales que De la Calle.

JUANMA: En cambio, yo sí estoy de acuerdo con su nombramiento. Es que el pobre Humberto De La Calle estaba tan olvidado, que ya no le tocaban la puerta ni los testigos de Jehová. Realmente a él lo nombramos fue para que vigilara que Lucho Garzón no se tomara el Whiskey de Granda.

ED: El presidente Furibe manifestó que la seguridad democrática podría salir mal librada. ¿De qué manera?

FURIBE: ¿Seguridad democrática?, Juanma no sabe qué es eso. Se tiró todo lo que yo hice en contra de esos terroristas. Con decirle que los guerrilleros de La FAR, después de haber conocido a Juanma, andan diciendo que Pastrana fue duro con ellos.

JUANMA: Así a Furibe le duela, debo decir que yo soy capaz de

manejar este país al estilo Lance Armstrong, con un solo huevito.

ED: En un caso hipotético, ¿cómo estaría compuesto el equipo negociador del Gobierno de Furibe?

FURIBE: No cabría la menor duda de que mis negociadores serían: Terminator, Rambo y Supermán-cuso.

JUANMA: Sería casi imposible que los amigos de Furibe fueran negociadores porque no creo que en las cárceles les den el permiso para salir a todos.

ED: ¿Cuál es la diferencia entre este proceso de negociación y el que adelantó el ex presidente Andrés Pastrana?

FURIBE: Para mí no hay diferencias porque el de Pastrana fue en El Caguán, y Santos, dándoles lo que pidan los guerrilleros, la va a volver a CAGUÁN.

JUANMA: Se diferencia en que durante este proceso trabajamos por el TLC, o sea por Todos Los Chavistas, y en el de Pastrana se enforcaron en los DTF, o sea en los Depósitos a Tiro Fijo.

ED: ¿Después de este proceso de paz, qué creen que venga para Colombia?

FURIBE: ¿Qué vendrá para Colombia? Me imagino que deben venir todos los títeres de Chávez a votar por el candidato que coloquen La FAR.

JUANMA: Deben venir muchas cosas buenas, pero me quedo esperando la mejor de todas, que a Furibe le bloqueen el Twitter.



■ Por ahora, Tomachenko no hace sino rezarle a la Simontísima Trinidad, para que pueda ser el próximo presidente de Colombia.

PRIMER PLANO DE LOS CONTENIDOS FORMATIVOS EN TV E INTERNET

Edu-entretenimiento a la carta

Javier Eduardo Pico Zárate

Periodista *En Directo*
javier.pico@unisabana.edu.co
@JavierPico19

Tras largas horas de haber montado la escenografía, probar los micrófonos, revisar y corregir libretos, decenas de técnicos, realizadores y productores aguardan escuchar las tres palabras mágicas: luces, cámara y acción.

Se requiere de silencio absoluto en el set de grabación: los actores buscan las cámaras y procuran que las luces no hagan sombra. Para cada capítulo del programa se estructuran los guiones y se hace una investigación rigurosa sobre los temas que van a ser enseñados a la población infantil, juvenil y adulta del país.

Canales nacionales como Señal Colombia, Canal Capital, Telecaribe y Teleantioquia son los principales responsables de productos audiovisuales de gran importancia y reconocimiento como *La Lleva*, *Kikiriki*, *Flotanautas*, *4,8 y 12* y *la Ruta del Saber*. Muchos de estos productos se han realizado, en diferentes temporadas y por capítulos, que son transmitidos en franjas netamente infantiles.

En tanto, "los canales privados manejan contenidos muy banales, van detrás del rating y no les interesa exaltar los valores sino presentar contenidos decadentes. Programas como *Protagonistas de Novela*, en vez de educar al televidente, lo que hacen es llevarlo a un conflicto", sostiene Wilson Fuentes, realizador y productor de CM& Televisión.



Fotografía: Cortesía canal Telecaribe

■ El programa *La Ruta del Saber* se emite por Telecaribe los sábados de 9:30 a 10:30 am

Educación en la televisión

La televisión educativa y cultural proporciona aprendizaje para todos los sectores de la población (infantil, juvenil y adulta) y pretende que las instituciones educativas utilicen el material que produce en sus procesos pedagógicos.

Para la periodista española Marta Serrano, "hacer televisión educativa significa planear, desarrollar y poner en marcha emisiones cuyos contenidos tengan como fin primordial el aprendizaje de algún tipo de contenidos por parte del telespectador. Puede ser una formación tanto de tipo formal como informal".

A la hora de producir contenidos de televisión educativa, dos requisitos primordiales son innovar y motivar. Los programas de televisión educativa que emiten los canales oficiales del país, como Señal Colombia, Telecaribe y CM& Televisión en convenio con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, procuran ahora incorporar esos dos componentes clave.

Según Wilson Fuentes, realizador y productor de CM& Televisión, "Lo que estamos haciendo ahora es mezclar la televisión educativa con los nuevos formatos de la televisión comercial. Abordamos esta fusión con el fin de hacer la televisión más digerible a los espectadores".

"Cada vez más se tiende a elaborar modelos de televisión educativa interactiva con fórmulas donde predomina la mezcla de géneros como el reportaje didáctico junto a la entrevista a un experto", explica Serrano.

Según Ricardo Cortés, productor delegado de Señal Colombia, el secreto del éxito consiste en planear estratégicamente el con-

tenido. Como punto de partida se debe tener muy clara la idea que se quiere inculcar en el programa; luego, hay que establecer un mapa temático para integrar los contenidos a tratar, escoger las fuentes y diseñar una metodología de investigación.

En opinión de Serrano, "el formato elegido en cada caso dependerá de cómo se organice la información y cómo se presenta al espectador para su mejor procesamiento cognitivo".

“ La televisión educativa es fundamental para formar el pensamiento y la capacidad de crítica del público que la ve”.

Camilo Aranguren

"La televisión educativa es fundamental para formar el pensamiento y la capacidad de crítica del público que la ve", afirma Camilo Aranguren de FOX-Telecolombia. Agrega que "la televisión educativa refuerza de manera lúdica el aprendizaje de un menor en sus primeros años y divulga conceptos difíciles de manera divertida".

Algunos casos

La Lleva es un programa que se transmite por Señal Colombia, de lunes a viernes a las 2:30

y 7:30 de la noche. Se graba en un formato reality; niños de todas las regiones del país viajan a distintos lugares para conocer "amigos" y entender su manera de vivir. La idea es que los menores que protagonizan cada capítulo puedan identificarse con sus pares en cualquier parte del territorio colombiano, incluso fuera del país.

Por capítulo, se escoge a un menor que será el protagonista. El propósito es superar diferentes obstáculos y que los niños tengan la oportunidad de cumplir un sueño, mientras conocen una nueva región del país, bajo la tutela de su compañerito anfitrión. El programa busca proyectar los buenos sentimientos, la sinceridad y las diferentes maneras en que los niños observan y conocen el país.

Durante dos temporadas se le ha querido que los menores (visitantes) viajen a ciudades y pueblos donde un niño (anfitrión) los espera para guiarlos y enseñarles su forma de convivir, de relacionarse y pensar.

La Lleva es una producción de Señal Colombia que se ha extendido a diferentes lugares del mundo como México, Panamá y Argentina. Está enmarcada en el proyecto de Televisión Infantil del Ministerio de Cultura y se realiza con la colaboración de productoras como RTVC-Señal Colombia, la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, el Centro Ático de la Pontificia Universidad Javeriana y Canal 13.

Canales como Telecaribe, Teleantioquia, y Telepacífico hacen televisión educativa en distintas regiones del país. Telecaribe, por ejemplo, produce programas como "4, 8 y 12" y la "Ruta

del saber". Estos productos están dedicados exclusivamente al edu-entretenimiento de la franja infantil y juvenil en la población de la Costa.

El programa *4, 8 y 12* es un juego con diversos obstáculos en el que los niños, además de superar las dificultades, hacen una reflexión crítica del aprendizaje y proyectan valores como la amistad, el compromiso y el servicio a la comunidad.

"Hicimos un estudio previo y encontramos que el canal era visto sobre todo por adultos jóvenes y mayores. Nos enfocamos al principio en esa audiencia. Pero con el paso del tiempo, el proyecto evolucionó y se volcó a la franja infantil. Nos dimos cuenta de que ahí había un espacio para la televisión regional", afirma Gerlin Geraldino, director de producción de la franja infantil de Telecaribe.

La planeación y elaboración del producto duró aproximadamente dos años. Se hicieron grupos focales con niños para encontrar los elementos más comunes de identificación (género y raza) y representación en la televisión infantil. Se analizaron los contenidos, los gustos y la creación de personajes con características de la región.

Según Geraldino, "se encontró que el juego estaba desapareciendo; el juego como desarrollo integral del menor y como elemento importante en la interacción social de los infantes. Queríamos llegar a la primera infancia, pero en la siguiente temporada deseamos integrar a los adolescentes".

Ejemplo a seguir

La emisión de contenidos educativos también aprovechan el

poder multimedia de la Web. Programas sobre gastronomía y medio ambiente forman parte de la franja TvWeb. La creación de esta plataforma es el resultado del convenio entre CM& Televisión y el SENA. El acuerdo entró en vigencia en octubre de 2011 e irá hasta el próximo año.

La propuesta consiste en transformar en un programa de televisión los contenidos educativos del SENA. Los contenidos se transmiten de lunes a viernes a las 230 de la tarde por el canal UNO y están disponibles en el portal TvWeb de la página virtual del SENA.

"Un ejemplo de los temas que tratamos es la agricultura urbana, que aborda subtemas como los sustratos y fertilizantes. Cualquiera puede hacer agricultura urbana, pero el programa va dirigido a la población con menores recursos. Queremos que produzcan sus alimentos y formen también un negocio. Que si cultivan diez lechugas, puedan comerse cinco y vender las otras cinco", asegura Rafael Pinaud, director de la franja TvWeb.

Al mismo tiempo, el portal TvWeb va a lanzar una serie sobre cocina internacional. Según Pinaud, "el primer capítulo es sobre cocina española en Colombia. Un presentador-viajero indagará sobre la tortilla española. Para eso, buscará restaurantes en los que se prepare esa tortilla y contará la historia de esa comida".

"Es un proceso donde uno siente que hace programas para que la gente aprenda. Eso a uno nadie se lo paga. Procuramos conocer historias de Colombia donde hay gente con tesón y verjaquera. Esa experiencia es la que me trajo a mí a hacer esto", asegura Pinaud.

CRITICAN A LA ANTV POR NO HACER RESPETAR ESPACIOS TELEVISIVOS PARA MENORES

Niños sin franjas



Juliana Silva Sánchez

Periodista *En Directo*
juliana.silva@unisabana.edu.co
Twitter: @juliasilva_1

Las parrillas de los canales RCN y Caracol están plagadas de novelas, concursos y series que poco se ajustan a las necesidades televisivas y formativas de los niños. Anteponer el rating por encima de la obligación educativa es, quizá, la explicación de este descuido.

"No veo casi ningún programa infantil de RCN ni Caracol porque no me gusta mucho lo que presentan. Sé que existe *Play Zone*, donde se pasan películas. Lo que sí me gusta ver es *Escobar, el patrón del mal*. A la mayoría de mis amigos también les gusta este seriado", dice Mateo Gómez, de 10 años.

Con el paso de los años, las series infantiles y educativas están ausentes de las parrillas de programación de los canales privados colombianos. De lunes a viernes, no hay espacios o series acordes para los niños.

"La programación infantil es nula entre semana. Cuando daban *El Chavo*, mi hija no se lo perdía. Pero ya lo quitaron. A mí me encantaría que volvieran programas como *Los Picapiedras*, *Hechizada*, o series didácticas que enseñen a sumar, restar y a diferenciar los colores. *Disney Channel* y *Discovery Kids*, por ejemplo, están haciendo esa tarea por (el sistema de) cable. Los niños captan todo, y estos programas pueden ayudar de una u otra manera a su formación", señala Pilar Garrido, madre de familia.

El 29 de septiembre de este año, RCN Televisión lanzó *Tu planeta bichos*, una franja, al parecer, infantil y adolescente emitida los fines de semana. En ella se encuentra la serie "Mis 15", un producto similar a la novela mexicana "Rebelde", de hace unos años. Sin embargo, expertos en análisis de audiencias dudan que estos contenidos eduquen a los menores.

Los defensores opinan

"El comportamiento de las audiencias ha demostrado que los niños están frente a la pantalla televisiva desde las seis de la mañana hasta las once de la noche en algunos casos. Por tanto, se recomienda permanentemente al canal (RCN) que sus contenidos sean aptos para toda la familia o, en su defecto, se insista reiteradamente en la advertencia que invita a los adultos a responsabilizarse de los contenidos que puedan ver sus hijos", afirmó Consuelo Cepeda, defensora del televidente del canal RCN, en entrevista con la revista virtual *Actuemos.net*.

Amparo Pérez, defensora del televidente del canal Caracol, señaló por su parte en entrevista

con *En Directo* que los adultos generalmente suelen opinar por los niños, pero nunca les preguntan qué quieren ver o por qué lo quieren ver.

"En eso nos ayudarían mucho los observatorios de medios, pero, con todo respeto, están en las universidades y no han adelantado procesos al respecto. Les hemos dicho que estudien qué impacto han tenido las novelas de narcotráfico, por ejemplo, en los niños, y no han hecho nada", advirtió.

Los niños no importan

Los programas dirigidos a públicos infantiles, en el canal Caracol son transmitidos los sábados y domingos a partir de las 4:30 de la mañana. Casi todas las series son extranjeras como *Ben 10*, *Legión de superhéroes*, *Los Simpson* o *Futurama*.

Lo mismo ocurre con RCN Televisión. Así lo explica Garrido: "Programas infantiles como, *Bichos* pasan por muy corto periodo series como *Tom y Jerry*, pero dedican más tiempo a los comentarios de los presentadores o a las películas, que despiertan el interés de un público más joven".

Según Carolina Piñeros, directora ejecutiva de la ONG Red-Papaz, "el problema se presenta porque el negocio está basado en la audiencia, en la exigencia del rating. Los medios se han dado cuenta de que la violencia y las mujeres desnudas suben el rating".

"Los países latinoamericanos estamos muy atrasados en educación para los medios. Tenemos pocas herramientas para educar a los niños, para acceder a la televisión de manera crítica, reflexiva y selectiva", añade Piñeros.

Daniela Menna, ex integrante del elenco "Club 10" de Caracol, cuenta que en 2001, cuando interpretaba el papel de Sammy en el programa, notaba más interés en educar y formar en valores a los niños.

"En el programa, antes se tocaban historias cotidianas. Por ejemplo, cuando a una niña le gustaba un niño, pero no sabía qué decirle o qué hacer, nosotros orientábamos el asunto a través de una historia. Cuando el niño se pelaba con sus hermanos, ofrecíamos una salida. Ahora creo que los espacios van más



■ Persisten dudas sobre la pertinencia de los programas que se emiten en las franjas infantiles de los canales privados.

por el rating. Se presenta a gente grande y se promociona a artistas. Los niños, que apenas están creciendo, no necesitan en este momento pensar en que los presentadores son 'plays' o que las presentadoras se vean muy delgadas", reitera.

"Aunque continúan programas como *Bichos* y *Play Zone*, los canales han dejado de dar importancia a los niños más pequeños. Estos programas ahora se concentran en juegos, en llevar artistas, en realizar notas. Era mucho más lindo antes, cuando se contaban historias, o cuando los jóvenes se sentían identificados con los personajes que se interpretaban".

Por el contrario, Susana Mora Concha, presentadora de la franja infantil *Play Zone*, asegura que

el desarrollo del programa de Caracol y los temas tratados en éste dan para que un niño o un adolescente, de unos 14 o 15 años, pueda entenderlo y disfrutarlo.

"Hay adolescentes, de más o menos 16 años, que me escriben por Twitter, y también mamás que me escriben que sus niños, que seguramente no saben coger un computador y escribir, también me ven. Entonces, realmente la audiencia es amplia".

Tomar medidas

En opinión de Piñeros, la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), antes Comisión Nacional de Televisión, no hace respetar las franjas infantiles ni familiares.

"Así no haya niños viendo a una hora en particular la televisión,

Caracol y RCN deben tener una programación especialmente diseñada para ellos. Ahora no la hay. Entonces, a veces ponen algo que es infantil, o que ellos creen que es infantil, como *Los Simpson*", advierte.

Garrido considera que sería bueno y efectivo que en RCN y en Caracol pasaran programas en inglés, que aparte de educar y formar a los niños, les enseñe este idioma.

"Como los niños son como 'esponjitas', captan rapidísimo todo lo que ven. Por lo menos mi hija ha aprendido bastante con el programa *Dora la exploradora*, porque aprende nuevas palabras en inglés, le enseñan los colores, los números, y lo más importante es que se divierte aprendiendo", afirma.

APOSTILLA

"Gabo" y Newskweek



Juan Camilo Hernández

Director de *En Directo*
juanh@unisabana.edu.co
Twitter: @camiloreporter

Hace unos días, coincidieron dos noticias de altísima relevancia para el mundo periodístico. Una, muy buena: se cumplieron tres décadas de que la Academia Sueca concediera el premio Nobel de Literatura a un insaciable amante de las letras e incansable reportero colombiano, Gabriel García Márquez. La otra, que genera cierta

preocupación: la afamada revista *Newskweek*, en su versión inglesa, deja de circular de manera impresa y migra por completo a la web.

Sobre el último hecho debe aclararse que la franquicia de *Newskweek* en español informó que continuará normalmente con su circulación y distribución en las diferentes plataformas, pues los hábitos de lectura adquiridos por la población latina distan de los alcanzados por la comunidad anglosajona. Esto es una excelente noticia, por ejemplo, para el periodismo impreso en Colombia. Al parecer, la cacareada crisis del papel, por ahora, no tocará con dureza a la puerta de nuestras redacciones.

Cuando se avistan nubarrones sobre "el mejor oficio del mundo", como lo llama *Gabo*, citando quizá lo dicho por Albert Camus, el cuestionamiento sobre la manera de hacerles frente se vuelve reiterativo. Y ahí, las obras periodísticas de nuestro Nobel colombiano son ilustrativas. En ellas, no sólo se percibe una obsesión por "confrontar la descarnada realidad" con rigurosidad y detalle absoluto, sino, también, el deseo, a como dé lugar, por capturar la atención del lector, para lo cual —está comprobado— la narración es una herramienta infalible.

La destreza para contar historias, sin embargo, no puede dejarse a la suerte, en manos de las musas

o en la esperanza de los efectos de la cafeína, la taurina y la guaraná. Los profesionales y estudiantes de periodismo deben escribir diariamente para que el brazo no se enfríe y preocuparse, igualmente, por leer buenos textos, como señala García Márquez.

En las aulas noto, con preocupación, cómo los futuros reporteros quieren escribir cientos de páginas sin leer ni una sola. Pero también advierto, cada mañana, en los periódicos cómo quienes consiguen elaborar unas cuantas líneas lo hacen sin el mayor esfuerzo de creatividad.

¿Y así queremos alejar de nuestras redacciones las anunciadas crisis del periodismo escrito?

En la Web



TELEVISIÓN INFANTIL EN EL EXTRANJERO

La conquista de los *muppets*

Natalia Otero

Periodista *En Directo*
nataliaothe@unisabana.edu.co
Twitter: @natalia9177

Programas como *Plaza Sésamo* y *31 Minutos* son evidencia, en diferentes países del mundo, de cómo el uso de medios masivos para educar a las audiencias impulsa el desarrollo sociocultural de una sociedad y mejorar la calidad de vida de los receptores.

Un pájaro gigante de colores vivos, llamado Abelardo Montoya, se asoma a la pantalla. Sube a una chiva donde los pasajeros son *muppets* y niños que cantan y bailan. Así inicia la versión latinoamericana de la serie de televisión infantil más popular en el mundo, *Plaza Sésamo*. Su enfoque pedagógico, que se determina de acuerdo con las necesidades de los niños que residen en cada uno de los 120 países donde se transmite, le ha dado la categoría de pionera en el campo de entretenimiento.

Mientras tanto, en Chile, un títire vestido de traje, de nombre Tullio Triviño, conduce un automóvil lujoso. Atraviesa la ciudad hasta llegar a su destino: el noticiero *31 Minutos*. Como es el presentador del programa, les da paso a diferentes reporteros que explican notas periodísticas alusivas a problemáticas sociales y medioambientales. Todo cargado de humor.

Estos dos casos son buenos ejemplos de televisión educativa en el extranjero que han resultado exitosos. La clave de ambos radica en que logran transmitir mensajes, impregnados de diversión, que a su vez educan a los niños.

Valerse de un medio centrado en el entretenimiento para identificar el contexto sociopolítico de la audiencia, su historia cultural y sus necesidades locales con el fin de crear públicos activos, hace parte de una estrategia comunicativa que busca la resolución de conflictos sociales, desde los primeros años de un niño.

Diversión y educación

"Hay que conocer muy bien los gustos e intereses de la audiencia. Los contenidos educativos o formativos deben estar articulados con la narrativa para que hagan parte de una historia muy entretenida y divertida", explica Katherine Moreno, productora delegada para la programación infantil de Señal Colombia.

Los niños siempre buscan satisfacer una necesidad emotiva. Al realizar un programa, por tanto, no puede pensarse sólo en términos de "qué se va a enseñar" sino, también, cómo ofrecer a la audiencia que los sigue un valor agregado, dentro de un marco de diversión.

"El texto televisivo debe tener modelos ficcionales y lúdicos, con personajes infantiles que permitan la identificación emocional del niño. Esto ayuda a aliviar sus frustraciones, reconocer sus capacidades y fortalecer su autoestima", explica Valerio Fuenzalida, profesor chileno especialista en



ciencias sociales, en el artículo *Franjas de televisión*.

Los contenidos pueden estar empapados de humor, drama y diversión, pero simultáneamente enseñan. *Plaza Sésamo* y *31 Minutos* logran transportar a los niños a mundos de fantasía y ficción, sin dejar de ser educativos.

Muppets que enseñan

Plaza Sésamo es una serie de televisión educativa para público en edad preescolar. Empezó a ser transmitida en 1972. Originalmente fue coproducida por el Children Television Workshop (CTW).

"La misión de nosotros es utilizar el poder de los medios para ayudar a los niños en cualquier parte del mundo a que alcancen su máximo potencial", dice Jodi Lefkowitz, co productora de *Sesame Workshop*, la organización de Plaza Sésamo.

En la India: *Galli Galli Sim Sim*, es la producción local de *Sesame Street*. La muppet Chamki es una alumna participativa y popular entre sus compañeros y profesores. El personaje asume este papel activo en contraposición a la realidad del país con el fin de educar contra la discriminación de género.

En Sudáfrica: Takalani Sesame busca que la muppet Kami, infectada con el VIH positivo, borre el estigma de la enfermedad, para que los niños que han sido contagiados inocentemente no se sientan avergonzados de hablar sobre el tema y busquen una ayuda médica.

En Colombia: *Plaza Sésamo*, transmitido por Señal Colombia, informa sobre problemáticas de violencia infantil, desnutrición y falta de educación. La muppet Lola encarna a una

niña que, aunque ha sufrido la violencia y el desplazamiento, es saludable y demuestra comportamientos que la apartan de las malas influencias.

"En América Latina se tocan temas afines con las necesidades de la región, como la salud, la higiene y la nutrición. Acá en Colombia estamos interesados en el bienestar socioafectivo, que se ve afectado especialmente desde los hogares de los niños", explica Carolina Casas, directora de Educación y Alcance Comunitario de

Plaza Sésamo - Colombia.

En 117 países más, *Plaza Sésamo* es transmitido y adecuado a las problemáticas infantiles locales, siempre bajo parámetros de diversión.

"El currículo de *Sesame Street* se desarrolla cada temporada por un equipo de investigadores, educadores y expertos en desarrollo infantil. Este es un paso más en el modelo de colaboración que se utiliza para crear el contenido", comenta Lefkowitz.

Noticiero infantil

Pensando en divertir y a la vez saciar curiosidades, se crea *31 Minutos*. Esta serie chilena, que utiliza el formato de noticiero y es producida por Aplapac, comenzó a ser transmitida en marzo de 2003 por la señal de Televisión Nacional de Chile. En enero de 2007 se emitió a toda América Latina por Nickelodeon, y luego se trasladó a los canales nacionales: en Argentina, por Canal 7; en Uruguay por Canal 5; en México, por Once TV; y en Colombia, por Señal Colombia.

"El canal viene haciendo una apuesta grande y seria por generar contenidos valiosos para los ciudadanos de todas las edades con la perspectiva del reconocimiento, del medio ambiente, de distintos procesos culturales en las regiones", comenta Katherine Moreno, de Señal Colombia.

Parte del éxito del programa radica en que el guión y sus personajes hacen referencia a la realidad social de América Latina, utilizando un humor cargado de valores y antivalores. Los 30 minutos de transmisión del noticiero son educativos, no con base en la repetición de castigo o premio, sino entreteniendo, llamando la atención, y generando habilidades para poder sobrevivir en el mundo real.

"Es un programa con contenidos relativos a derechos y cuidado del medio ambiente. Las canciones son los segmentos que mejor funcionan con los niños porque sus contenidos son muy concretos, y la música es pegajosa", comenta Juan Manuel Egaña, socio y productor ejecutivo de *31 Minutos*.

TV para el desarrollo

Cuando la televisión capta las demandas educativas y culturales de la audiencia logra con sus mensajes moldear las conductas sociales, pues exalta los comportamientos ejemplares, resalta la innovación científica, y enfatiza en recomendaciones para mejorar la salud.

Así se alcanza un vínculo con el desarrollo sociocultural, la calidad de vida de los receptores. La televisión con edu-entertainment no se propone objetivos dirigidos a pequeños públicos como la educación formal, sino que tiene propósitos de difundir y motivar masivamente.

"La información, la comunicación en televisión y la educación pueden ir de la mano. Si se alían, conforman una estrategia que genere desarrollo en las comunidades", asegura Agustín García Mantilla, chileno especializado en educación para la comunicación.

En la Web

www.unisabanaradio.tv

Cierran comedores comunitarios

La Alcaldía Mayor de Bogotá, junto con la Secretaría de Integración Social, decidió cerrar parcialmente algunos comedores comunitarios, debido al mal manejo de dineros por parte de las respectivas administraciones. La localidad Santafé es una de las más afectadas con

la medida. En este sector de la ciudad no hay un solo comedor comunitario en funcionamiento.

La Secretaría de Integración Social no ha querido dar ninguna declaración respecto al tema. Esta institución deberá presentar una reforma de los proyectos de desarrollo local, para que, finalmente, vuelvan a abrirse los comedores



que benefician a más 200 mil personas de la capital del país.

Comunidades indígenas en Bogotá

En la capital colombiana, en pleno siglo XXI, seis comunidades indígenas mantienen viva su cultura. Sus saberes y tradiciones siguen siendo motivo de orgullo para ellos y para las próximas generaciones.

La comunidad Uitoto se reúne

en la maloca indígena a "mam-bear"; es decir, por medio de cantos, tabaco y hojas de coca, los indígenas agradecen el origen de la vida. La comunidad Muisca, ubicada en la localidad de Bosa, realiza también diferentes actividades musicales que tienen como fin mantener el legado de sus ancestros. */En Directo TV*

DETRÁS DE LA PANTALLA CHICA

Un negocio en el que todos ganan



Mabel Páez Villalba

Periodista *En Directo*
maribelpavi@unisabana.edu.co
Twitter: @Mabel_pv

Producir espacios educativos responde a una obligación de los canales con la población infantil, pero lograr que dichos productos sean lucrativos es un valor agregado que pocos han conseguido. El exitoso programa *Lazy Town* es ejemplo de un buen negocio.

Magnus Scheving, un islandés de 47 años, gimnasta y actor, desarrolló una idea millonaria: enseñar a los niños a ejercitarse y comer bien a través de un programa infantil divertido. Aunque su intención educativa no tenía como propósito el lucro, el proyecto *Lazy Town* se convirtió pronto en uno de los seriados más reconocidos del mundo, con ganancias económicas que sobrepasan los once millones de dólares (unos 22 mil millones de pesos).

"Debe haber un cambio de conciencia y creer que es posible hacer negocios en los que todos ganen. El mundo está sumergido en una crisis porque en lo único en que se piensa es en el dinero y las ganancias", aseguró Scheving, en una conferencia realizada en México y publicada en *YouTube*.

El creador de la historia es el mismo actor que interpreta a *Spartacus*, el héroe de *Lazy Town*, la ciudad que él mismo inventó y llevó, inicialmente, a la pantalla chica y luego a centenares de teatros alrededor del mundo.

Este programa está dirigido a niños de edades entre los cuatro y los ocho años e incentiva la salud infantil. Stephanie, Ziggy, Stinky, Pixel y Trixie son los personajes encargados de enseñar hábitos alimenticios, deportivos y de higiene. Además, defienden la amistad y el trabajo en equipo: juntos luchan contra el villano Robbie Rotten, quien promueve la pereza y la comida basura en *Lazy Town*.

El programa ha tenido tanto éxito, que se transmite en más de 128 países y se ha doblado a 18 idiomas. Además de generarle ingresos a su creador, el programa ofrece regalías derivadas de la venta de productos con el sello *Lazy Town*. Muñecas, disfraces, ropa y zapatos se distribuyen en portales de Internet como Mercado Libre, donde los precios oscilan desde los 30 mil pesos hasta los 75 mil.

Al público infantil, que va de cero a 12 años, se le dedica por ley un espacio o franja en la pantalla chica. Los programas de televisión educativa en Colombia no son numerosos. De hecho, los pocos programas que existen se los reparten canales como Señal Colombia, Telecaribe y Canal Capital, que tienen menos audiencia que las imperantes cadenas privadas Caracol y RCN.

Frente a la pantalla

En el país, los niños son teleespectadores de 4 a 6 horas diarias. Su consumo es inversamente proporcional al estrato y al nivel de escolarización. "Para millones de niños la televisión se convierte, muchas veces, en la única opción de contacto con el mundo, de entretenimiento

Los ingredientes para hacer tv educativa rentable

Valuado

80 millones de dólares

en 2008 por KPMG

Doblado

18 idiomas

Transmitido

Más de 128 países

Ganancias

Más de 11,4 millones

en 2010

Boletos vendidos

143 millones para las funciones



■ Spartacus, uno de los personajes más exitosos de *Lazy Town*.

miento y de enseñanza", afirma Mauricio Rios, del Ministerio de Educación.

Un estudio de tres instituciones expertas en infancia (la Universidad de Montreal, el Centro de Investigación del Hospital de la Universidad Sainte-Justine y la Universidad de Michigan) reveló que la exposición a la televisión en niños de dos años produce consecuencias negativas que van desde bajos resultados en la escuela hasta hábitos poco saludables.

"Hemos descubierto que por cada hora adicional de exposición de los niños a la televisión se produce un resultado académico muy bajo, aumenta la victimización por parte de los compañeros de clase, llevan un estilo de vida más sedentario, consumen más comida chatarra, y tienen mayor masa corporal", dijo para *Science Daily* Linda Pagani, directora de la investigación, quien se ha desempeñado como profesora de psicología en la Universidad de Montreal e investigadora en el Centro de Investigación de la Universidad de Sainte-Justine.

Programación educativa

"La televisión puede y debe ser un recurso integrador, gestora de convivencia, promotora

de diálogo y tolerancia", afirma Carolina Aponte, productora de televisión independiente.

Señal Colombia es uno de los canales que más emite programas educativos en el país. Sin embargo, no se encarga de producirlos, sino de comprarlos. Existen tres modalidades de contratación. "La primera es comprar los derechos de emisión de programas o documentales. La segunda es el mercado de las coproducciones que presentan trabajos con temáticas educativas. Y, finalmente, las convocatorias que hace el canal para realizar contenidos pedagógicos o culturales", explica Luis Carlos Urrutia, productor delegado de Señal Colombia.

Actualmente, la televisión comercial tiene poco cuidado de crear programas expresamente para difundir o promover valores, y se van más por el lado del entretenimiento. No obstante, se tiene claro que para hacer televisión educativa deben cumplirse con los principios básicos de los medios masivos de comunicación: formar, informar y entretener.

En combinar los tres pilares se encuentra la clave del éxito. "La televisión educativa es realmente trascendental, se queda en la mente del televidente", dice



■ Kpmg es una red global de firmas dedicadas a prestar servicios de auditoría, impuestos, asesoría legal y tributaria. Realiza el avalúo de marcas y empresas como *Lazy Town*.

Lina González, realizadora de la franja TvWeb en CM&.

Efectos inmediatos

Los niños absorben como esponja todo lo que ven. La cuestión está en qué tipo de enseñanza les deja eso que ven. De los padres depende que el tiempo que sus hijos gastan frente a la pantalla esté bien invertido y les aporte cosas positivas.

A pesar de que hay padres de familia que no prestan atención a lo que sus hijos ven en televisión, hay otros que están pendientes de la programación a la hora de poner a su pequeño frente a la pantalla.

Ana Sofía Hernández, una niña de cinco años que pasa cerca de dos horas al día viendo televisión, sabe seleccionar perfectamente los programas de su interés. Su favorito es *Lazy*

Town, y aunque a su papá no le gustaba el programa, un día se sentó a verlo con ella y quedó encantado.

"No me gustaban esos muñecos que allí salían. Pero, a medida que fui viendo el programa con la niña, me di cuenta de que cada uno de ellos aportaba algo interesante para mi hija. Por ejemplo, a Siggy le encantan las frutas, y Sofía aprendió ese hábito de este personaje", asegura Javier, padre de Ana Sofía.

La pequeña no solo disfruta viendo el programa, también tiene varios productos de la serie. Juguetes de Stephanie, Siggy y Sportacus hacen parte de la colección de la niña.

"Cada vez que Sofía ve un producto de *Lazy Town* en televisión, me manda rápido a buscarlo", cuenta Javier.

LA "PAYOLA" SE MANTIENE EN LOS MEDIOS COLOMBIANOS

El que paga pega en la radio



Juliana Silva Sánchez

Periodista *En Directo*
juliana.silva@unisabana.edu.co
Twitter: @julilsilva_1

Integrantes de las bandas Wamba y Katamarán denuncian el llamado *pay to play*, una práctica en la que se pacta, con programadores musicales, la emisión de canciones a cambio de dinero u objetos materiales.

La solicitud fue directa y descarada.

"El señor al teléfono tenía un problemita con el carro y necesitaba que lo mandaran a reparar. Si le ayudábamos con eso sonaríamos en la emisora. De lo contrario, no", cuenta Miguel Ángel Rodríguez, percusionista de la banda Wamba.

El artista narra así un episodio en el que el directivo de una estación radial de Medellín lo llamó para contarle que los oyentes pedían constantemente el último sencillo de su grupo musical, pero que incluir el tema en la programación iba a requerir de una contribución en dinero para arreglar su auto.

"Nosotros le respondimos que, de momento, no podíamos ayudarle a adornar su carrito y que ojalá, en un futuro, nos pusiera en su programación, pero sin tener que pagar por ello", recuerda Rodríguez.

A esta práctica se le denomina "payola" en la jerga artística. Proviene de *pay out law*, un pago fuera de la ley, a cargo del intérprete a un programador musical para que las canciones se emitan en un medio televisivo o radial.

El pago, que puede ser en dinero o a través de favores personales, es, por desgracia, en ocasiones, la única ventana que tienen algunos cantautores de "pegar" en la radio, para así darse a conocer y obtener muchos y onerosos contratos.

Las emisoras exigen un sinnúmero de cosas. Piden desde trago y ropa hasta camionetas, viajes y varias sumas de dinero; todo en últimas es un "canje", cuyo monto varía de acuerdo con el tamaño de la audiencia y el cubrimiento geográfico que tenga el medio.

La *payola* "no es solo un fajo de billetes, son muchos favores; a veces piden conciertos a cambio de sonar en radio", cuenta el joven músico de Wamba. "Otras veces dicen: mira, lo que pasa es que mi hijo entra al colegio dentro de una semana, aquí está el recibo... necesito que los pagues", detalla.

"Este fenómeno existe en Colombia desde que yo estoy en radio, y probablemente mucho antes; siempre ha habido *payola*", afirma Manolo Bellón, locutor y presentador musical, quien tilda de "problema ético" a dicha práctica.

"Para los músicos que estamos arrancando, es bien jodido, ya que muchas veces queda en el criterio del programador o del director del medio cuánto puede cobrarte para que suenes o si te lo cambia por algún favor; entonces se vuelve muy común escuchar cosas como: a mi jefe le gusta vestirse bien, entonces tráigale ropita o tráigale un buen whiskey".

"Terminas, finalmente, siendo un elemento y tu música queda a un lado, porque simplemente es



CARDOMI

cuánto tienes y no cómo sueñas", expresa Roberto Cardona, vocalista de la banda Posdata.

Contrapayola

Sin duda, tal como lo denuncian los miembros de la industria musical, la *payola* es un mecanismo deplorable que frena prometedoras carreras musicales. Pero hay otra práctica igual o peor: pagar para que la música de otros artistas no sea emitida por las emisoras.

Un artículo publicado por el diario *El Colombiano* denuncia que algunos promotores antioqueños se quejan de que cantantes del Eje Cafetero y el Valle del Cauca llegan a emisoras de esa zona y piden bloquear a intérpretes paisas. Preguntan, por ejemplo, "¿quién es esa mujer que suena ahí?", y acto seguido dicen: "te doy lo que sea, para que no suene más".

Para Miguel, "esto es jugar desleal; daña el medio y a los artistas; hace que las personas que tienen talento y trabajan fuertemente en la industria, matándose para llegar a algún lado, se queden rezagadas, por la plata".

Todo un tabú

La *payola* es un secreto a voces, pero nadie hace nada para erradicarla. Así lo confirma Bellón al expresar que los medios de comunicación prefieren callar sobre el tema, pues no les conviene armar un escándalo. En la misma dirección se pronuncia Cardona, quien señala que a "los medios no les

gusta hablar del asunto y a los grandes artistas, tampoco".

"Si uno le menciona la *payola* a los músicos que han pagado, obviamente no les va a gustar o lo van a negar. Los que la cobran no hablan de esto", resalta Cardona quien afirma que los mismos artistas han acostumbrado a los medios de comunicación a este tipo de cosas.

"Hay un artista de música popular, que sé por una buena fuente, que estaba ofreciendo no solo plata sino, dependiendo del medio en que sonara, regalaba carros. Esto hace que acuda luego otro músico y ya no le van a pedir un millón de pesos, sino algo exagerado", advierte el vocalista de Posdata.

La plata que pagan los artistas no ingresa al presupuesto de la emisora, se queda en los bolsillos del disc-jockey, lo que "de una u otra manera se convierte en una forma de 'soborno' de los programadores hacia los músicos o viceversa", subraya Bellón.

Voceros de una de las radios juveniles con mayor audiencia en el país, La Mega, se pronunció sobre el afincamiento de la *payola* en grandes medios nacionales, y de paso descartó la existencia de esta práctica en la emisora, propiedad del grupo Ardila Lule.

"Nosotros no 'payoleamos'", advirtió el programador Felipe Ri-

vera. "Eso es algo que Alejandro Villalobos (director de la estación) ha inculcado a todo su equipo; precisamente, esa indicación es lo que tiene a La Mega como la emisora número uno en el país, según el Estudio General de Medios (EGM), que mide la sintonía radial", sostuvo.

De acuerdo con Rivera, los criterios para que las canciones de cualquier intérprete hagan parte de la lista de reproducción de La Mega no son distintos a que el tema sea de altísima calidad y goce del favor de la audiencia.

Mercado negro

En el río revuelto de la *payola*, hay decenas de "pescadores" prestos a obtener ganancias. En las manos de ellos, cayeron, hace poco, los integrantes de la agrupación Posdata.

Un hombre que se identificaba como Felipe Pardo llamó a los músicos para manifestarles su interés por el sencillo de su primer álbum y ofrecerles su colaboración para promocionarlo en televisión, gracias a los contactos que decía tener en RCN, canal donde había laborado.

Vía correo electrónico, Pardo "me escribió: 'Yo te puedo llevar para que te entrevisten en un programa de televisión. Allá hay dos personas que son el filtro de invitados, y estoy yo. Para evadir los tres filtros del canal, tienes

que darme 80 mil pesos, para cada uno", relata Cardona.

"Después de semejante absurdo, le escribí públicamente por Twitter: Felipe Pardo, no quiero pagarle 240 mil pesos por una entrevista. Apenas yo publiqué esto, el señor se alteró y me respondió que yo no podía hacer ese señalamiento, que así no iba a llegar a ningún lado", recuerda con desdén el integrante de Posdata.

Pero los actos grotescos en la arena musical no acaban allí.

Julián Rey, vocalista de la banda Katamarán, narra, "recién llegamos a Bogotá, le apostamos a una canción que sonó en Bucaramanga, ciudad donde grabamos, pero el tema fue bloqueado en las radios de la capital; luego tuvimos audición para una disquera, pero nos rechazó por feos".

Dice que, en otra ocasión, con la canción *La foto de la verdad*, que tuvo muy buena acogida en las estaciones juveniles, enfrentaron el problema de muchos intérpretes: "Los programadores nos decían 'y a cambio de este favor, qué. Nada, respondíamos nosotros, porque lo único que podíamos ofrecer a los medios, y lo único que un artista tiene para entregarles, es su puesta en escena y su corazón musical".

Para Rey, la máxima es sencilla: "que la radio haga su trabajo, o sea, apoyar al artista", pero sin triquiñuela ni *vacuna* alguna.

En la Web

www.unisabanaradio.tv

Bomberos, ahora profesionales

La Ley General de Bomberos de Colombia, sancionada el pasado 13 de septiembre por el Presidente de la República, busca mejorar las condiciones laborales de los

22 mil hombres y mujeres que desempeñan este trabajo en todo el territorio nacional.

Carlos Augusto Rojas Ortiz, representante a la Cámara, fue el artífice de la nueva Ley que permite, entre otras cosas,

que este oficio sea reconocido como una profesión de alto riesgo, además de beneficiar en materia económica a estaciones de bomberos necesitadas, como la del municipio de Cota, Cundinamarca.

Quemados en casa

Las víctimas por quemadura en Colombia son en su mayoría menores de edad. Los accidentes más comunes son los ocurridos en el propio hogar. Las quemaduras producidas por pólvora

comprenden tan sólo el 5 por ciento de la población afectada.

Nadie está exento de sufrir un percance semejante. Por tal motivo, es valioso conocer cómo es el proceso de recuperación de estos pacientes y los costos del tratamiento. /En Directo TV

CAMBIOS EN LAS PRINCIPALES EMISORAS INFORMATIVAS DEL PAÍS

Se mueve la "cosa radial"



Mabel Páez Villalba

Periodista *En Directo*
maribelpavi@unisabana.edu.co
Twitter: @Mabel_pv

Las emisoras colombianas sacan sus ases bajo las mangas para reforzar sus mesas de trabajo. Todelar, Caracol y RCN Radio ajustaron la parrilla de programación para enfrentar a sus competidores tradicionales y a la naciente estación BLU radio.



Fotografía: Mabel Páez.

■ "Traer a Jota Mario y a Charria es un plus porque son personas que la gente reconoce y eso ayuda al programa", asegura Guillermo Díaz Salamanca.

Desde el pasado 8 de octubre, RCN radio renovó sus tardes con el nuevo programa de variedades y humor *El tren de la tarde*, dirigido por Guillermo Díaz Salamanca, el hombre de las mil voces, y conducido por Jota Mario Valencia, uno de los presentadores de televisión más reconocidos en el país.

La idea de cambiar las tardes en RCN Radio surgió por la necesidad de "atraer a la audiencia de Caracol Radio, la competencia más fuerte, a través de un programa lleno de buen humor", asegura Díaz Salamanca, el creador del programa.

Aunque RCN le había planteado el mismo proyecto hacía un año, a Díaz Salamanca no le pareció oportuno en aquel momento asumir el reto porque la frecuencia que le ofrecían para el emitir el

programa era Antena 2 y no la básica 939 FM, como él quería. Antena 2 tiene una programación diferente que "impide que un espacio de humor y variedades encaje", asegura el director del *Tren de la tarde*.

Hace tres meses comenzó en forma la construcción del programa. *El hombre de las mil voces* contaba con un grupo base para producir *La Escalera*, un programa que se transmitía por la emisora Minuto de Dios. Díaz Salamanca se llevó a las personas de *La Escalera* para RCN Radio y comenzó a buscar gente idónea para completar el equipo.

El hombre que pasó de la filosofía a los micrófonos cuenta que armar un grupo de trabajo "es un oficio que tiene su encanto".

"Es similar a ser director técnico de una selección de fútbol: se

necesitan arqueros, defensas y atacantes. Me metí a fondo en la tarea de buscar ese equipo", dijo Díaz Salamanca. El director confiesa que intentó llevarse a Javier Hernández Bonnet, comentarista deportivo de la Cadena Caracol, pero no logró llegar a un acuerdo con él.

"Las personas más difíciles de conseguir fueron Jota Mario e Iván Charria, que trabajan en televisión, porque Jota hacía mucho tiempo que no estaba en la radio y Charria nunca había trabajado en esto", recuerda Díaz Salamanca.

Jota Mario, presentador del magazín televisivo *Muy Buenos Días* del Canal RCN, dijo que vuelve a la radio porque es "una emoción, una fantasía".

"La radio tiene cualidades que ningún otro medio posee: inme-

diatez, espontaneidad; todo es rápido y divertido", expresó.

Una tarde en *El Tren*

El programa inicia a las dos de la tarde con más de diez personas que conforman el equipo que está encargado de informar y entretener a los oyentes de lunes a viernes. Hay periodistas con mucha experiencia como Indalecio Castellanos, Manuel Salazar y Norbey Quevedo, quienes se encargan de actualizar a los oyentes cada media hora.

También hay periodistas jóvenes dedicados al manejo de las redes sociales, de la información cultural y algunos de ellos, de imitar personajes. "El programa le apuesta a acompañar y a entretener a la gente", explica Jota Mario.

"Yo le puse el nombre al progra-

ma. Salió de la nada. Nos queremos llevar a todos los oyentes en *El Tren* de dos a cinco de la tarde", asegura Jota, como todos le dicen.

El equipo del *Tren* planea el programa en la mañana. Los periodistas buscan el tema central dependiendo de la noticia del día. Cuando ya lo han definido, buscan a los personajes idóneos para entrevistar; si no consiguen a los reales, los imitan y le proporcionan una pizca de humor a su intervención.

Al aire

El Tren cuenta con la participación de quienes están en el estudio radial y también con periodistas y reporteros que hacen notas fuera de éste. Hay ocasiones en las que deben prescindir de alguna de las notas, pues la "recocha" tiende a alargarse y quedan con los minutos contados para transmitir las notas más importantes.

Jota le da paso a los periodistas y además entrevista a las personalidades invitadas. Cuando el personaje es una imitación de Díaz Salamanca, el oyente lo escucha como si él estuviera hablando por teléfono. Sin embargo, lo que sucede en realidad es que el humorista se dirige hacia un cuarto ubicado al lado del estudio radial y habla desde una línea telefónica fija. Al terminar el diálogo sale de allí y se sienta nuevamente en la mesa de trabajo. Detalles que la radio oculta tras sus micrófonos.

Las risas y los comentarios imprevistos hacen parte del diario vivir de estos talentosos periodistas y humoristas que se consolidaron como equipo desde la primera emisión. Díaz Salamanca, como la cabeza de este grupo, asegura: "lo principal es que la gente la pase rico y que nosotros también. Si nos estamos gozando el programa es porque está saliendo bueno".

Las proyecciones que se han trazado para el programa es capturar audiencia y mantenerse en el tiempo. Los buenos comentarios para el programa no se han hecho esperar. El primero de ellos vino de la misma mamá de Jota Mario. Con la gracia que lo caracteriza, el periodista cuenta que ella le dijo "de manera objetiva: 'qué bonito programa, hijo'".

Pero, Díaz Salamanca piensa que "debe esperarse a que la gente arranque a dar palo. Cuando eso pase, habrá que ajustar algunas cosas".

La FM se mueve

Caracol Radio

Darcy Queen ahora conduce el informativo del medio día, en reemplazo de Diana Calderón (directora del servicio periodístico), quien pasó a conducir el programa de opinión *Hora 20*. Calderón entró a este programa a sustituir a Néstor Morales, quien se fue a dirigir la nueva propuesta periodística del grupo Santo Domingo, BLU radio.

Según Greace Vanegas, periodista de Caracol Radio, "la emisora siempre ha marcado diferencia frente a sus competidoras porque no es una radio lenta ni antigua, sino que es una radio que le habla a la comunidad en un lenguaje sencillo". Eso es lo que la cadena radial quiere seguir proyectando ante sus oyentes.

BLU Radio

El debut de la emisora fue en el dial 969 FM, donde los residentes de Bogotá pueden escucharlos desde el pasado seis de septiembre. Con una variada programación, inicia sus días a las cinco de la mañana con Néstor Morales a la cabeza del programa *Mañanas BLU*, que combina información con opinión.

Los periodistas que conforman la nómina de BLU vienen, en gran parte, de Caracol Televisión. Mabel Lara, Juan Roberto Vargas, Javier Hernández Bonnet, Ricardo Orrego, Mónica Rodríguez, entre otros, son los presentadores que pasan de las cámaras en televisión a los micrófonos en radio.

Todelar Radio

Uno de los noticieros más tradicionales de la AM, migró a la FM. El espacio periodístico de Todelar entra a competir en el horario de 5 am a 10 am, bajo la dirección de Edgard Artunduaga y transmitido por la frecuencia 929, La Z.

El equipo de información de esta cadena es joven, por lo que disputarse la audiencia de las mañanas con las emisoras y periodistas que tienen larga trayectoria y reconocimiento en el país se ha convertido en un verdadero reto. El desafío lo aceptaron desde el pasado mes de agosto Marcela Alarcón y Silvana Gómez que completan la mesa de trabajo de Todelar junto con Carlos García, Edgard Pacheco y Jorge Umaña.

CONTINÚA POLÉMICA POR EL REALITY QUE DESTRONÓ A PABLO ESCOBAR

Protagonistas de nuestro rating



Alejandra González Pérez

Periodista *En Directo*
giovannagope@unisabana.edu.co
Twitter: @alejagozalezp



Carlos Fernando Contreras Rolón

Periodista *En Directo*
carloscoro@unisabana.edu.co
@JournalRolon

Llueven críticas después de haber finalizado el programa con más rating de la televisión colombiana. Integrantes del canal y ex participantes del reality hablaron sobre la supuesta manipulación que se esconde detrás del éxito de *Protagonistas de Nuestra Tele*.

rentes. ¿Tendrá alguno de ellos tanto éxito como *Protagonistas de Nuestra Tele*?

Este reality no sólo dejó el rating en punta sino que sacó a flote la confesión de algunos ex participantes.

La competencia

La novela *Escobar, el Patrón del mal* se le enfrentó a *Protagonistas de Nuestra Tele*. La del narcotraficante más famoso de Colombia maneja escenarios, actores y producción muy costosa. "Seguramente, un capítulo de *Escobar* cuesta tres veces más de lo que vale uno de *Protagonistas*, teniendo en cuenta que el reality marca 6 y hasta 7 puntos más de rating", comentó Diego Camargo, director de la Franja de Entretenimiento de RCN.

En un principio, todo lucía perfecto para el canal Caracol. *Escobar* arrasó con las preferencias audiovisuales nocturnas como nunca antes. Definitivamente un reality, que ya se repetía por quinta vez, no podría ganarle a la puesta en escena de la época más cruel del país. Gustavo De Bedout, gerente comercial y analista de rating del canal RCN, dijo que el lanzamiento de la narco-novela superó en audiencia a su canal; pero, pronto *Protagonistas* se alzó con el liderazgo en la franja *prime time*.

Camargo asegura que "el reality llegó a marcar entre 23 y 34 puntos de rating, mientras que *El Patrón del mal* registró entre 17 y 18".

Expertos consultados por *En Directo* explican que esta situación evidencia la preferencia de la gente por formatos televisivos cuyo núcleo son personajes de la vida real, con los cuales se identifican. En este tipo de programas, el público puede tomar decisiones que cambian el rumbo del programa. Esto es un atractivo para los televidentes.

¿Manipulación?

"Prospecto de travesti de pueblo", le grita Elianis Garrido a Oscar Naranjo, en un capítulo del reality show, para después agredirlo físicamente.

Sin embargo, el público no sabe los motivos exactos de estos enfrentamientos. El cuestionamiento que asalta siempre es si éstos se dan de manera espontánea o la producción del programa propicia dicho tipo de situaciones para ganar audiencia.

Mateo Ramírez, ex integrante de la última temporada de *Protagonistas*, afirma que a los directivos del canal sí les interesa generar enfrentamientos en la casa-estudio. "Si no hay conflictos, el programa sería muy aburrido", explica. "La producción está muy pendiente de la convivencia, si ven que

dos personas tienen roces, los ponen a hacer ejercicios juntos. Cuando teníamos un inconveniente con algún compañero, ya sabíamos que nos tocaba la prueba con esa persona", agrega el ex participante.

Sandra Mazuera, participante de la penúltima temporada, asegura que la producción del programa "juega con las emociones" y sentimientos de los integrantes de la casa-estudio. La actriz destaca que los integrantes del reality pasan de una extrema tristeza a una extrema felicidad: "un día nos muestran fotos de la familia, a la que no hemos visto en seis meses, y luego, al instante, llega el cantante Jorge Celedón".

Algunos participantes señalaron que los organizadores del programa tienen preferencias con los integrantes de la casa-estudio. Mazuera relata que "tenía dolor de cabeza, pasaron tres días y no me daban nada para aliviarlo. Luego alguno de mis compañeros pedía cualquier cosa y de inmediato se lo daban, con esos detalles influenciaban mi carácter para ser más sensible ante cualquier tipo de estímulo".

Ramírez coincidió con la ex protagonista al denunciar tratos discriminatorios. En su caso, cuenta que en varias ocasiones al entrar al baño tuvo que ducharse con agua fría, mientras que sus compañeros lo hacían con caliente.

A pesar de los señalamientos de los ex participantes, personas vinculadas al programa como Diego Camargo, que fungió como profesor en la casa-estudio, dice saber que "no hay una manipulación de lo que ocurre adentro, pero seguramente sí se pueden crear situaciones que generen tensión".

Lo que vemos

Protagonistas de Nuestra Tele es grabado de manera ininterrumpida. Sin embargo, veinticuatro horas deben ser convertidas en dos, para efectos de un solo capítulo. Con semejante proceso de edición se omiten varios sucesos del día a día entre los participantes. "Los productores escogen los conflictos más interesantes y que llaman la atención de los espectadores. Hay mucho material para la edición, por lo tanto hay cosas que no se les muestran a los televidentes", comenta Camargo.

Mazuera, por su parte, reitera su posición y amplía los detalles: "sentí muchas veces que manejaban las imágenes de acuerdo con la historia que ellos querían contar. Por ejemplo, si cualquiera de nosotros hacía mala cara por una comida que no le gustaba, después utilizaban esa misma imagen cuando una compañera, con la que habíamos tenido roces, entraba al cuarto".

Para Ramírez, los productores del programa crean un perfil de cada participante y editan las imágenes de acuerdo con la

percepción. Cuando salía Sara, ponían música angelical; cuando aparecía Manuela en escena, la música era de suspenso y miedo.

La producción busca que la gente se encariñe u odie a los participantes, lo cual se refleja en las votaciones. "En *Protagonistas* sacan de contexto las situaciones que están pasando, muestran la pelea, pero el Canal no deja la forma en que se resolvió, como eso no vende no lo muestran", indica la psicóloga Jana Carvajal.

La clave del éxito

A pesar de las críticas, es innegable el éxito que tuvo *Protagonistas de Nuestra Tele*, pues personas de todas las edades fueron cautivadas por los integrantes que de la casa-estudio.

"*Protagonistas*, hablando dramáticamente, es la novela perfecta. Se puede ver quién es el villano y quién, la heroína. Por ejemplo, Sara es la princesa que consiguió a su príncipe azul dentro del show, y dado que no son actores profesionales, las personas se identifican con ellos porque se sienten representados", explica Camargo.

En opinión de Carvajal el formato audiovisual ofrece la oportunidad de juzgar a todos los participantes. Siempre será "más fácil criticar las conductas ajenas que las propias", explica la psicóloga.

"La clave del éxito se resume en que el morbo vende", sostiene Julio César Guzmán, editor de Cultura de El Tiempo. "La gente es morbosa por naturaleza. Este programa no habría sido tan exitoso si no hubiera un participante homosexual que pelea con todo el mundo y en los peores términos", detalla.

Críticas

Protagonistas de nuestra Tele "no es una forma de entretenimiento sano. Saca de contexto las situaciones que están pasando: tú ves el beso, el coqueteo, pero no ves la iniciación de esa relación", advierte Carvajal, quien se cuestiona si la responsabilidad que tiene un medio de entretener justifica cualquier estrategia para cumplir con el propósito.

La Defensora del Televidente de RCN, en entrevista con La W radio, dijo que se escogió a la "gente equivocada". Diego Camargo, en cambio, argumenta que no hubo error en la selección de los participantes. "Si fuera gente normal, no hubiera sido una temporada tan exitosa", manifiesta.

Cada quien justifica el entretenimiento desde su perspectiva. Mateo Ramírez, a pesar de las reticencias expresadas, reconoce que RCN cumple a cabalidad con su tarea de entretener: "En Colombia hacía falta un programa que enganchara a la gente, como *Protagonistas*. Estábamos viviendo una época de novelas aburridoras. Nosotros revolucionamos el medio", concluye.



“ si no hay conflictos, el programa sería muy aburrido.”

Mateo Ramírez

Probablemente es uno de los programas más criticados. Dicen que es una farsa, que promueve antivalores y que en éste puede encontrarse cualquier cosa, menos talento. Aun así, arrasa con los niveles de audiencia.

Hoy, Caracol y RCN Televisión adaptan formatos que han sido

exitosos en el resto del mundo: *La Voz Colombia*, un reality en el que los "entrenadores" se fijan, en principio, en el talento y no en la apariencia de los participantes, y *Mundos Opuestos*, una competencia entre famosos y gente del común que sobreviven en periodos históricos dife-

HUMEDALES EN BOGOTÁ

Naufragando en el olvido



Javier Eduardo Pico Zárate

Periodista *En Directo*
javier.pico@unisabana.edu.co
@JavierPico19

Entidades encargadas de la preservación del humedal de Torca denuncian el abandono en el que se encuentra. La Secretaría Distrital de Ambiente, por su parte, asegura que en noviembre iniciará el proceso administrativo para la conservación de éste y otros ecosistemas.

El olor nauseabundo del lugar espanta a más de uno e, incluso, produce ganas de no continuar avanzando. Por donde se mire, el pasto ha crecido durante meses sin ser podado; las aguas se encuentran reposadas, y animales de toda clase se hallan muertos en el suelo. El humedal de Torca, ubicado entre las calles 205 y 222, naufraga en el completo olvido.

Lamentablemente, este ecosistema no es el único en deterioro que hay en Bogotá. En la actualidad, existen 14 humedales reconocidos en la ciudad, entre ellos La Conejera, Córdoba y Juan Amarillo, los tres ubicados en la localidad Suba; El Burro (Kennedy), La Tibanica (Bosa), Capellanía y El Meandro del Say (Fontibón), y el de Guaymaral, en el norte de la ciudad.

El caso de Torca es emblemático. No hay un equipo administrativo que responda por su conservación. Los planes de ordenamiento territorial para esta zona no han entrado en vigencia, por lo cual persiste la tenencia, en manos de entes privados, de buena parte de los predios.

"Ya vamos once meses sin que haya una administración (al frente del humedal) y esto se debe, principalmente, al cambio de Alcalde de la capital. La mayoría de las empresas que se postularon a la convocatoria se rajaron porque no cumplieron requerimientos clave como la experiencia y la solvencia financiera. Al parecer, en octubre o noviembre se reanuda el trabajo de la administración", explica Jorge Escobar, fundador de Humedales Bogotá.

Según Escobar, debido al abandono durante esos once meses, las tareas de preservación llevadas a cabo en los humedales durante el 2011 se perdieron. "Se dejaron prácticamente a la deriva sin hacerles el mantenimiento pertinente, y las plantas han crecido demasiado. Digamos que están en un regular estado, por no decir que mal", agrega.

De mal en peor

El deteriorado estado de Torca se debe, en parte, a la falta de vigencia del plan de ordenamiento territorial elaborado desde 2006, ya que la mayoría de los terrenos que comprende el humedal pertenecen a finqueros y empresas privadas. Por esta razón, el Distrito no puede intervenir jurídicamente ni otorgar recursos para la conservación.

"La situación es grave en Torca porque desde que se creó la política de humedales, ese nunca ha tenido administración. Imagínese, si hay algunos humedales que están en mal estado porque llevan once meses sin vigilancia, el de Torca desde que existe no ha tenido ninguna intervención. Está a la deriva", sostiene Escobar.

Para Raúl Moreno Ramírez, representante legal de la Fundación Torca, si bien las condiciones del humedal son críticas, "no se puede decir que hay pérdida total del ecosistema. Está en un punto medio donde la situación es muy delicada", afirma.

En el caso de algunas zonas de Guaymaral, un humedal cuyos



■ La fundación humedal de Torca denuncia el abandono en que se encuentra este humedal.

predios abarcan desde la calle 216 a la 235, y otras tantas de Torca fueron rellenas con escombros y basuras ilegales, lo que incrementa el daño ambiental.

"Recuperar esos lugares de relleno es extremadamente costoso porque se tiene que sacar el lodo, cercarlo y sembrar árboles nativos. La última vez que se hizo un cálculo aproximado, sólo en restauración y sin tener en cuenta la compra de los predios, el valor superaba los diez mil millones de pesos", explica Moreno Ramírez.

Conservar, una travesía

Según el representante Moreno Ramírez, durante los últimos años su organización ha reconocido los lugares donde hay agua, quebradas y áreas de inundación. En todo el norte de Bogotá se registran los cursos de agua natural y algunos artificiales de los que depende la zona. Hasta el momento se han identificado 47 humedales no declarados alrededor del río Bogotá y otros escondidos en fincas.

Para preservar los humedales, primero deben sembrarse árboles nativos y si se puede, velar porque sean típicos de humedales como el Alizo, el Trompeto y el Árbol Loco. Segundo, evitar que haya vertimientos hacia los humedales, pues una de las implicaciones de que esto ocurra es que el agua que arriba al lugar resulta contaminando el agua lluvia.

"La idea es que haya una zona de amortiguación en todos los ríos, que serían los humedales, precisamente para evitar que se inunden las casas aledañas. Los humedales también sirven como un filtro para purificar las aguas. Por ejemplo, plantas como el Junco y el Verdasco lo que hacen es



■ El humedal de Torca está ubicado entre las calles 205 y 222

remover los metales pesados que hay en el agua" sostiene la ingeniera Moreno Panneso.

La misma ingeniera se refirió a la contaminación del agua en lugares aledaños a Torca. "Me llamaron de un colegio que queda detrás del cementerio Jardines de Paz, porque muchos niños estaban presentando síntomas de intoxicación. Cuando hice la caracterización (o el estudio) del agua se determinó que las condiciones eran muy malas porque en esa parte de la ciudad no hay acueducto".

Las personas que viven en esa parte de la ciudad extraen el agua de un pozo para luego potabilizarla y así poder tomarla. Moreno Panneso explica que el líquido para la ingesta debe cumplir con unos parámetros físicos y químicos de temperatura y PH. "Como las personas no se fijan en esos parámetros terminan tomando agua contaminada y no se dan cuenta", subraya.

Administración intermitente

La Secretaría Distrital de Ambiente (SDA) y el Acueducto hacen una comisión conjunta para crear una administración de los humedales con una licitación pública. El proceso de adjudicación dura de cuatro a seis meses.

El Acueducto realiza todos los procesos que involucren el mantenimiento y cuidado del humedal, mientras que la SDA es el órgano que vigila el cumplimiento de dicha labor. La Corporación Administrativa Regional (CAR) únicamente tiene jurisdicción en el humedal Meandro del Say, ubicado en Fontibón, pues no todo el ecosistema hace parte de la ciudad. Los 13 humedales restantes están bajo la administración de la SDA.

"Hay una Política Nacional de Humedales que rige todo. Sumada a ella está la *Convención de Ramsar* (Irán, en 1971) que se hizo para proteger todos los humedales del mundo. No es obligatorio

cumplir la normatividad de la convención pero Colombia, al ser un país suscrito a la comisión, debe velar por que los humedales estén protegidos adecuadamente", señala Moreno Panneso.

En tanto, la SDA ya presentó el 28 de agosto una propuesta para que el Distrito, de la mano con la CAR, inicie la administración conjunta de los diferentes humedales de la ciudad, sin importar jurisdicción alguna.

En el informe se proponen "nuevas áreas de protección ambiental en la zona norte, que incluye la conformación de un corredor ecológico que permita la conexión e integración de dichas zonas a la estructura ecológica regional de Cundinamarca. Se busca evitar el manejo fragmentado del suelo de protección y facilitar la administración de las áreas protegidas existentes", explica en un aparte del informe el delegado de la Secretaría, Roberto García.

Entre los principales objetivos que se destacan de la propuesta, se prioriza la labor de mantenimiento de los ecosistemas; la protección del ciclo hidrológico; la integración urbano-paisajística; incrementar la diversidad biológica y aumentar la oferta de espacio público.

"La continuidad es clave. Si logramos que, por lo menos, haya un año de permanencia de cada administración será un éxito. La Secretaría Distrital de Ambiente, en cabeza de la Subdirección de Ecosistemas, está diseñando un plan para la administración de humedales que va a estrenarse a finales del año o a principios del otro. Eso fue lo que nos prometieron, vamos a ver con qué salen", afirma Jorge Escobar.

BOGOTÁ ES EPICENTRO DE COMERCIALIZACIÓN DE FAUNA SILVESTRE

Mercado negro y salvaje



Alejandra González Pérez

Periodista *En Directo*
 giovannagope@unisabana.edu.co
 Twitter: @alejagozalezp

Cerca de 6 mil millones de dólares representa, anualmente, el tráfico de aves exóticas, reptiles y primates, cuyo mercado es el tercer negocio ilícito más rentable después de la venta de drogas y armas.

Nunca supo qué era volar. Después de 17 años de cautiverio, con su cuerpo erguido, sus alas oprimidas, su plumaje descolorido y su cuello lastimado, fue encontrada una guacamaya bandera en una pequeña jaula sobre la nevera de un apartamento al norte de Bogotá.

A pesar de que la guacamaya está en vía de extinción nunca va a poder ser devuelta a su hábitat natural, pues el encierro atrofió su capacidad de vuelo.

En el barrio Niza, en tanto, un tigrillo salvaje fue domesticado por un ama de casa que lo retuvo, durante un año, en su vivienda. El felino perdió sus instintos salvajes y de caza, al punto de comportarse como un gato.

La dueña del animal, al ser interrogada por autoridades ambientales, indicó que compró al tigrillo en una plaza de Mercado del barrio El Tunal por un monto de 3 millones de pesos.

Animales como estos engrosan las estadísticas del tráfico ilegal de fauna silvestre, que en 2011 representó el decomiso de 3.195 especies, y en lo corrido de 2012 asciende a 2.000, según informes de la Secretaría Distrital de Ambiente.

El Negocio

En la última década, el tráfico ilegal de animales silvestres aumentó dramáticamente. Se calcula que mueve cerca de 6 millones de dólares (unos 12 mil millones de pesos), un comercio que los organismos internacionales ubican como el tercero, después del tráfico de drogas y armas, según lo reveló un estudio de la *Revista Ambiental 14-6*.

"Colombia es un país con gran diversidad biológica. Por lo mismo, hay mucha demanda internacional de primates, aves y anfibios porque son muy importantes en el desarrollo de la investigación. Igual sucede con los reptiles debido a su empleo en la industria extranjera", señala Norberto Leguizamón, profesional de la Subdirección de Fauna y Flora de la Secretaría de Ambiente de Bogotá.

De acuerdo con Leguizamón, "los traficantes no distinguen entre machos, hembras o crías. Por tanto, las cadenas biológicas, normales y naturales, que existen entre animales se rompen".

Las especies silvestres terminan obligadas a vivir en lugares, como casas o apartamentos, en condiciones de mínima salubridad y poco aptas para su reproducción.

El precio pagado por un animal salvaje se incrementa de manera ostensible a medida que se avanza en la cadena de comercialización. Un campesino que captura, por ejemplo, a una guacamaya recibe al menos 15 mil pesos. El traficante, en Bogotá, la vende hasta por 700 mil pesos. En el mercado negro estadounidense o japonés, el precio del ave puede alcanzar los 15 mil y 16 mil dólares (más de 30 millones de pesos). Según denuncia la Secretaría



Los más traficados en Colombia

El Centro de Recepción de Fauna Silvestre de la Secretaría de Ambiente, recupera este grupo de animales por año, donde expertos intentan rehabilitarlos para devolverlos a su hábitat natural.



de Ambiente, las personas principalmente involucradas en la captura de especies silvestres son los campesinos y los indígenas, pues conocen sus ciclos reproductivos y las zonas donde permanecen.

"Hay familias enteras que se dedican a comercializar animales; son personas que han vivido toda la vida de ello, y conocen el negocio a la perfección. Detrás de eso, hay un drama social muy

importante ya que, si no capturan y venden animales, no tienen cómo subsistir y mantener a sus familias", explica Andrés Rosales, quien lideró algunos estudios al respecto para la *Revista 14-6* y ahora es redactor de *El Tiempo*.

La ruta

Luego de que los animales son capturados, los grupos de transporte se encargan de movilizar-

los en camiones o dentro de maletas de viaje, hasta las plazas de mercado de las grandes capitales, donde los traficantes los esperan, o los llevan a domicilio, directamente, a sus nuevos "hogares".

Cuando las especies llegan a manos de los traficantes, ellos se encargan de contactar a los vendedores interesados y adelantan todo el proceso de exportación.

"La Internet es uno de los medios más utilizados por los co-

mercializadores para ofertar a los animales, dado que facilita el pedido del cliente y su posterior venta. Otra modalidad es el uso de celulares, a través de los cuales se dispone de un catálogo, con fotos, de un centenar de especies", comenta Rosales.

La industria de la moda es otro sector que capta y financia el comercio ilícito de especies. Dentro de los traficantes, existe un sector llamado los "coleccionistas", dedicados a buscar empresas de ropa y accesorios para ofrecerles las pieles de los animales.

Sancciones

"En Colombia, no hay un fiscal especializado en asuntos de tráfico de fauna. Las Corporaciones Autónomas Regionales (CAR) son muy laxas con el problema ya que se mueve mucho dinero", denuncia el periodista de *El Tiempo*.

En Bogotá, las sanciones son impuestas por la Secretaría Distrital de Ambiente, que hace los operativos en conjunto con la Policía Metropolitana.

La capital cuenta con 3 oficinas de enlace, a donde llegan los animales, ubicadas en las terminales de transporte del Sur, El Salitre y en el aeropuerto, cuenta Leguizamón. "Allí la policía realiza operativos todos los días. Revisan las maletas y, si encuentran animales al interior de éstas, los decomisan. Al traficante se le abre un proceso sancionatorio, que, de acuerdo con la normatividad nacional, puede acarrear multas hasta de 5.000 salarios mínimos", detalla.

Así mismo, la persona que es descubierta transportando una especie salvaje puede pagar detención carcelaria de dos a cuatro años.

En los últimos cuatro años, la Secretaría de Ambiente abrió 141 procesos sancionatorios por el delito de tráfico de fauna. De ese número, 49 son penalizaciones, que ascienden a los 33 millones de pesos.

Rehabilitación:

La bióloga Yudy Cárdenas del Centro de Fauna de Bogotá, ubicado en la localidad de Engativá, explica que "una vez se recupera al animal, éste es llevado al centro de recepción de fauna silvestre donde se le involucra en un proceso de rehabilitación: es valorado, por veterinarios, y aislado para vigilar su mejoría. Finalizada la cuarentena, al animal se le asigna a un área específica, según su especie".

Las personas que trabajan en el Centro de Fauna entablan comunicación con zoológicos, corporaciones autónomas y parques naturales, para que se hagan cargo de las especies. Dichas instituciones tienen la potestad o no de recibir a los animales dependiendo del estado de salud en el que se encuentren.

Desafortunadamente, buena parte de las especies recuperadas nunca pueden regresar a sus

LA NUEVA CAMPAÑA COSTÓ 2,7 MILLONES DÓLARES

Disputa apasionada por la Marca País



Carlos Fernando Contreras Rolón

Periodista *En Directo*
@JournalRolon

La ex ministra de comunicaciones Ángela Montoya aseguró que haber remplazado la marca “Colombia es pasión” por la “La respuesta es Colombia” fue una pérdida de tiempo y de dinero.

En el sur del continente americano hay un país donde viven guerrilleros y narcotraficantes. Allí, las casas son de barro y la mayoría de su población es indígena. Sus habitantes gastan horas cultivando hoja de coca, amapola y marihuana. Estas personas siempre llevan alpargatas y su transporte más común son las mulas. Así parece ser la imagen que de Colombia tienen los extranjeros.

En 2005, cuando el país era protagonista de noticias negativas en buena parte del mundo, a la entonces primera dama, Lina Moreno de Uribe, se le ocurrió seguir el ejemplo de otras naciones de la región: crear una marca país, que resaltara lo bueno de los colombianos, a fin de atraer inversión y turismo.

Desde ese entonces, se empezaron a observar corazones en todas partes: en los aviones, en los paquetes de papas fritas, en los supermercados, y en las competencias de ciclismo. Arribó, así, una nueva iniciativa que prometía destacar la “verraquera” de los habitantes. Su nombre, *Colombia es pasión*.

Ocho años más tarde, la campaña, que representaba a todos los colombianos, desapareció por orden del presidente Juan Manuel Santos. El último adiós lo dio la periodista Claudia Hoyos, quien ahora es gerente general de *La respuesta es Colombia*, nueva marca que tomará el lugar de su antecesora.

En Directo habló con Ángela Montoya Holguín, ex ministra de Comunicaciones en el gobierno de Andrés Pastrana y ex directora de *Colombia es Pasión*. Para ella, la marca del corazón rojo no debió morir; pues, al contrario de lo que piensa Hoyos, “la vida útil de *Colombia es pasión* resulta infinita”.

¿Empezar desde cero?

“Ese cambio caprichoso de la tal marca país es una de las formas, más inmorales, de tirar el dinero público a la caneca que he visto”, aseguró Daniel Samper Ospina, por medio de su cuenta de Twitter.

La nueva propuesta de marca país, *La respuesta es Colombia*, cuya abreviación es CO, tuvo una inversión inicial de 2,7 millones de dólares, unos 5 mil millones de pesos. Parte de este capital se utilizó para su lanzamiento previo al partido de fútbol entre Colombia y Uruguay el pasado 7 de septiembre.

La última inversión hace parte del dinero total que se otorgó para ser gastado durante todo el 2012; es decir, unos 7.000 millones de pesos que se utilizarán en nuevos estudios, publicidad y diseño.

“La inversión para el lanzamiento de la nueva Marca País pudo haberse ahorrado. Este gasto es la consecuencia de volver a empezar desde cero”, afirma Montoya Holguín, “Cuesta mucho tiempo y muchos recursos empezar una vez más”, agrega la ex ministra.

En entrevista para el diario *El Tiempo*, Claudia Hoyos afirmó que *Colombia es pasión* “cumplió su vida útil, se agotó” debido a que el país “no está en las mismas condiciones de hace cinco años y esa campaña ya no responde a la realidad nacional”.



Fotografía: Carlos Fernando Contreras

■ Ángela Montoya se ha desempeñado como Gerente General de Publicaciones Semana y directora de la oficina de Proexport en Miami.

Sin embargo, para Montoya, *Colombia es pasión* pudo haber continuado en marcha, si tan sólo se hubiera reestructurado la campaña. “La gente se va a tener que acostumbrarse a la nueva marca. Un trabajo que *Colombia es pasión* ya había logrado”, explica.

El éxito del corazón rojo

Colombia es pasión, en su momento, hacía parte de Proexport. Esta institución, por medio de Fiducolde, financiaba su funcionamiento y promoción. En 2007, por ejemplo, otorgó algo más de 3.700 millones de pesos, gastados, en su totalidad, para llevar a buen puerto los objetivos planteados.

Otra de las mayores fuentes de ingreso de la desaparecida marca eran las ventas de licencias que permitían su uso por parte de empresas privadas. *Colombia es pasión* logró que más de 220 compañías se vincularan al proyecto. En el mismo año, este negocio representó 9.945 millones de pesos. De allí, se ejecutó aproximadamente 2.583 millones de pesos.

Según cifras del Banco de la República, la inversión extranjera directa en el año de 1999 fue de 1.508 millones de dólares en total. En 2007, después de ser creada *Colombia es pasión*, el país tuvo una inversión directa de 8.000 millones de dólares.

“Por primera vez, logramos estar en las guías turísticas del mundo. Regresaron a Cartagena los cruceros. Bill Clinton y otros personajes más recibieron un premio de parte nuestra. Con muy poco presupuesto, se logró un gran impacto”, explica Montoya.

Las exportaciones pasaron de 11.975 millones de dólares, en 2002,

a 27.000 millones de dólares en 2007, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

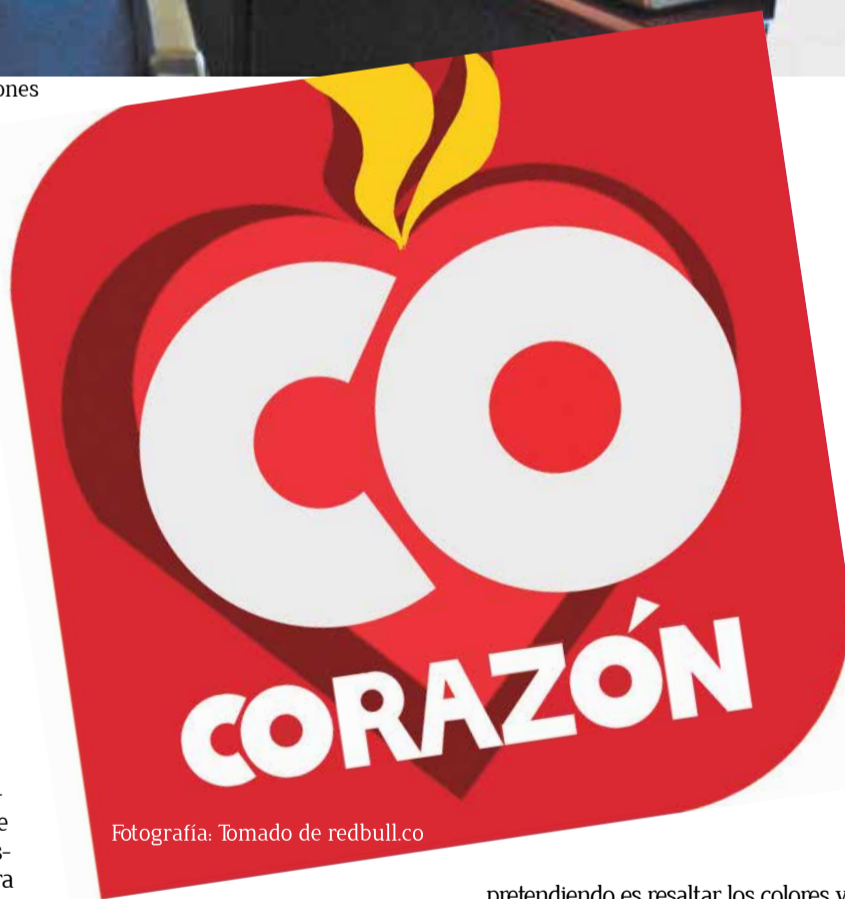
“Cuando en Colombia estábamos buscando inversionistas, lo que quisimos vender fueron los atributos que distinguen a la gente que iba a trabajar para ellos: la pasión que tienen los colombianos para hacer las cosas”, explica Montoya.

En 2001, el número de turistas en Colombia era de 615.623 personas. En 2007, los extranjeros que viajaron al país sumaron un total de 1.300.000 personas, según el extinto Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), lo que representa un aumento del 14% en este sector; más que el total del turismo mundial en la época, que era de un 4%.

La llegada de CO

La respuesta es Colombia llega con una propuesta más versátil y joven. Su logo son figuras geométricas de color verde, azul, violeta y rojo: cada uno simboliza un valor diferente del país y de sus ciudadanos.

La propuesta creativa de CO es “moderna y digital”, según Hoyos. Es allí cuando nace la “geometría creativa”; es decir, el logo puede ser modificado, dependiendo del mensaje que quiera transmitir la marca. Hoy los círculos y cuadrados de *La respuesta es Colombia* pueden convertirse en un tucán, una orquídea y hasta en



Fotografía: Tomado de redbull.co

un poporo.

Sin embargo, las críticas no se han hecho esperar. Para Mario Andrés Cortés, consultor en comunicaciones, la marca debe basarse en situaciones reales de la nación. “Primero debe construirse el país, antes de publicitarlo”, afirma.

Felipe Afanador, ex director de Future Brand para Colombia, dijo para el diario *La República* que CO no tenía ningún elemento que la diferenciara de las demás marcas de la región. Afanador argumenta que al igual que Ecuador, México y Brasil, lo que están

pretendiendo es resaltar los colores y la biodiversidad del país. En definitiva, no hay nada que distinga a las naciones andinas.

El ministro de Industria, Comercio y Turismo, Sergio Díaz Granados, le dijo a la prensa que lo único que pretende CO es transmitir la realidad del país, que hoy es significado de prosperidad.

Frente a un esfuerzo incansable del Gobierno Nacional de seguir confiado en las famosas marcas país, el debate queda abierto: ¿Era imperativo cambiar de campaña? ¿CO superará los réditos de la anterior marca y posicionará definitivamente a Colombia en el exterior como destino turístico y de inversión?

UN OFICIO CON UN FUTURO BRILLANTE

Periodismo online remueve la bruma tecnológica


Victor Manuel García

 Jefe de redacción de En Directo
 victorgarcia2@unisabana.edu.co
 Twitter: @victorgap

Principales conclusiones de la Conferencia de la Asociación de Noticias Online, en San Francisco, a finales de septiembre. Una historia que mezcla relegados, Twitter, verificación y uso de redes sociales con el futuro del periodismo. (*)

La niebla desciende entre las montañas hacia la bahía de San Francisco como un largo dragón chino que va devorando el sol. Pasa por entre los altos barandales del puente Golden Gate, hasta anclar su cabeza sobre la roca de Alcatraz. Su cola se dobla, entonces, arrastrando un viento frío que barre las calles del centro financiero de la ciudad.

Vagabundos, que se autoproclaman parte del grupo *Occupy Wall Street*, se suben sus abrigos y apertrechan sus carros de mercado en la esquina de Market Street, frente al Citibank, donde han instalado su campamento y lanzan consignas a través de un megáfono en contra de los banqueros, de la desigualdad económica y de las políticas del gobierno.

En contraste con la miseria del centro de San Francisco, con esa masa amorfa que se mueve en la periferia, se levanta el emporio de Silicom Valley sobre los pastizales fértiles de California, a pocos kilómetros de la bahía. El resplandor de los vitrales, las torres ovaladas de Cisco, los arcos de Apple se encumbran como espejismos del futuro y la tecnología.

Justo frente a los desamparados que deambulan entre el Embarcadero de San Francisco, miles de reporteros, editores, directores de medios, programadores, académicos y diseñadores del mundo se reúnen en la Conferencia de la Online News Association, en el Hotel Hyatt Regency, para buscar caminos que preserven el futuro del periodismo en la era digital. "Somos la voz de los que no tienen voz", clama uno de los editores, mientras afuera el ruido de los miserables se diluye en la niebla.

Escena uno: El indocumentado

El periodista José Antonio Vargas (@joseiswriting), el orador que abrió el pasado 21 de septiembre la Conferencia de la Asociación de Noticias Online (ONA), sorprendió al público desde el inicio de su presentación cuando expresó abiertamente su apoyo a los empleados del sindicato de trabajadores que protestaban a las afueras del Hyatt.

Ganador del prestigioso premio Pulitzer por su cobertura de la masacre de Virginia Tech y productor multimedia de contenidos para las más reconocidas compañías periodísticas de Estados Unidos, Vargas dejó atónitos en 2001 a los medios y a los círculos políticos cuando escribió para *The New York Time Magazine* el ensayo "Mi vida como inmigrante indocumentado", donde confesaba que su exitosa carrera como periodista la había forjado con documentos falsos.

"Toda mi vida he estado donde se supone no debo estar. Se supone que no debo estar aquí en San Francisco porque no tengo documentos. Desde el inicio, los papeles de trabajo que usaba eran falsificados. Llegó un momento en el que decidí confrontar la ver-

dad. Quisiera pedirles excusas a los periodistas congregados aquí porque mentí para poder estar en una sala de redacción", dijo el escritor nacido en Filipinas.

Vargas, quien llegó a Estados Unidos cuando tenía 12 años, lidera ahora el proyecto Define American, que pretende abrir un gran debate alrededor de los inmigrantes indocumentados en Estados Unidos.

"El Hyatt ha entrado en el programa *E-Verify*, a través del cual las compañías revisan los documentos de los trabajadores en Estados Unidos. Si los medios para los que he trabajado --The San Francisco Chronicle, The Philadelphia Daily News, The Washington Post-- hubieran utilizado este sistema, yo no habría podido escribir para ellos (...) Por eso, he traído un mensaje a esta conferencia. Por favor no utilicen nunca más en los medios el término 'inmigrante ilegal' porque criminaliza y deshumaniza a las personas que describe", dijo el ahora editor del Huffington Post.

Vargas invitó a los directores y editores de medios *online* a unirse a la campaña para borrar la palabra ilegal a la hora de describir a los inmigrantes indocumentados. "Todo ser humano merece un tratamiento justo y verdadero en la información", explicó.

"El periodismo ha sido mi salvación. Validé mi existencia en el periódico. He tratado siempre de contar bien las historias y ganar mi derecho a estar aquí con mi firma. Ahora, desde la otra orilla, pienso que la diversidad es el destino y debemos abrir el diálogo para entender cómo incluirnos", dijo Vargas.

Escena dos: Las promesas de Twitter

Al presidente de Twitter, Dick Costolo (@dickc), no le interesa la diplomacia ni la política, a pesar de que la plataforma tecnológica que lidera sirvió para convocar las protestas de *Occupy Wall Street* y de la Primavera Árabe. La razón de su desinterés es simple: no hace parte de los objetivos estratégicos de la compañía. Para el CEO de Twitter, explorar y entender los alcances comunicativos del microblog resulta un verdadero reto.

En el marco de la Conferencia, Costolo se esforzó por diferenciar a su compañía de los medios y descargó la responsabilidad social en el periodismo. Cada vez que la editora británica Emily Bell insistía en resaltar la carga editorial que acarrea cada decisión tecnológica de Twitter, Costolo concentraba su energía en diferenciar a su compañía de la prensa. "Somos una empresa de tecnología, somos una plataforma digital que no busca, produce o cura la información", dijo.

En contraprestación, hizo varias promesas a los periodistas. Por un lado, dijo que la compañía trabaja en la remodelación del sistema Twittdeck para permitirles a los reporteros recolectar y orga-



■ Dick Costolo, CEO de Twitter, no salió muy bien librado ante las incisivas preguntas de la periodista británica Emily Bell.

nizar mejor información proveniente de las redes. Por otro lado, prometió que Twitter diseñará herramientas exclusivas para la reportería que promuevan el trabajo de los periodistas.

"Es extraordinario ver cómo Twitter tiene efectos poderosos en la comunicación", aseguró el CEO.

Finalmente, Costolo dijo que Twitter no ha realizado cambios secretos en la programación de su interface, sino que procura repotenciar la plataforma tecnológica con la ayuda de miles de programadores y bajo la mayor transparencia posible.

El CEO se encontró con el abierto escepticismo de una audiencia llena de periodistas online, preocupada por recientes movimientos de compañía que parecen alejarse de la libertad de expresión y la apertura *online*.

Escena tres: Verificar, el futuro de la tecnología

Amy Webb, presidenta del grupo @Webbmedia, montó todo un espectáculo cuando explicó las tendencias tecnológicas para 2012. Más que una presentación para periodistas, su exhibición parecía una experiencia de mercadeo.

En un auditorio abarrotado, Amy explicó que una de las tendencias en el futuro de la industria será cada vez más verificar la autenticidad de la avalancha informativa.

La tarea de liderar el proceso de curar o verificar los hechos en la Web, primordial para los medios, está recayendo en las universidades y las empresas tecnológicas.

Amy mencionó algunos ejemplos de curaduría de contenidos y publicidad como MIT Media (Super PAC App), Columbia Journalism Review y Truth Googles.

La segunda gran tendencia seguirá siendo el video social producido por la audiencia. Para Amy, los periodistas piensan primero en el contenido, antes de recapacitar sobre la mejor forma de distribuir los productos audiovisuales. La experiencia del usuario a la hora de navegar entre los videos y la correcta distribución del contenido son la clave del éxito de los nuevos proyectos.

Escena cuatro: El futuro de los editores de redes

El liderazgo de los editores de las redes sociales está asegurado porque el trabajo resulta cada vez más complejo y evoluciona a una velocidad insospechada, aseguró Niketa Patel (@Niketa), editora de redes de CNNMoney.com.

"Aunque los encargados de monitorear las redes sociales en los medios tradicionales buscamos siempre 'evangelizar' a los otros periodistas para que hagan de este tipo trabajo parte de su rutina, las técnicas para recolectar información y enganchar a las audiencias en las redes se vuelven cada vez más complejas. Esa tendencia hace prever que la labor se especializará hasta límites insospechados", dijo Niketa.

En efecto, el trabajo en redes se vuelve cada vez más estratégico para los periodistas que buscan herramientas que les permitan mejorar su trabajo a través del contacto con las audiencias.

Liz Heron (@lheron), directora de redes del Wall Street Journal, aseguró que los reporteros necesitan herramientas tecnológicas que les permitan verificar la autenticidad de los usuarios y el origen de la información que circula en las redes.

Respecto al diseño de políticas

para el uso de las redes en los medios, Eric Carvin y Anthony de Rosa, editores online de la Associated Press y Reuters, respectivamente, se mostraron a favor de que se establezcan reglas para que los periodistas hagan buen uso de esas herramientas. Sin embargo, Liz Heron y Niketa Patel aseguraron que las redes evolucionan tan rápido, que es difícil establecer políticas fijas que no pierdan sentido en poco tiempo. Para ellas, lo mejor es aplicar reglas éticas periodísticas de antaño y dejar abierta la puerta para la creatividad y la experimentación.

La verdad nunca duerme

Miles de periodistas pensando en el futuro de la profesión permitirán mitigar el impacto de la tecnología y construir con ella un escenario esplendoroso. La Online News Association ha abierto uno de esos espacios en los que los editores les dan sentido a las herramientas tecnológicas para aplicarlas al periodismo.

Abierto este camino, la noche cae sobre San Francisco y la presencia fantasmagórica de la niebla que deambulaba por las calles se ha diluido. Al hombre del megáfono lo han dejado solo en la esquina del Citibank. Los avisos iluminan la dureza de su rostro. Empaca el altoparlante en su carrito metálico y avanza hacia el Embarcadero en busca de un refugio para pasar la noche. El hombre quiere descansar de un día vacío, mientras que la verdad brilla en cada rincón con los ojos bien abiertos, a la espera de ser contada.

(*) Algunos apartes de este texto fueron publicados primero en el blog del autor.

ELECCIONES EN ESTADOS UNIDOS

Reñida batalla por la Casa Blanca



Karen Johanna Krackow Pineda

Periodista En Directo
kaenkrpi@unisabana.edu.co
Twitter: @KarenKrackow



María Camila Suárez Peña

Periodista En Directo
mariasupe@unisabana.edu.co
Twitter: @mariacasuares

Tan sólo cinco puntos porcentuales separan a Barack Obama de su contrincante Mitt Romney en la carrera por la Presidencia de Estados Unidos, cuyas elecciones serán el próximo 6 de noviembre.

"We can" y "Change" eran algunas de las palabras más mencionadas por los norteamericanos hace cuatro años. Hoy en día, no sólo las pronuncian, se preguntan: ¿Pudimos? ¿Cambiamos?

A meses de terminar o refrendar un cuatrienio de gobierno, analistas consultados por *En Directo* dicen que Obama sólo logró, de manera parcial, llevar a buen puerto tanto la política exterior como interior norteamericana. Uno de sus desafíos, quedarse en la Casa Blanca, será la recuperación económica nacional.

El camino hacia la reelección, sin embargo, no es expedito. De acuerdo con las últimas encuestas, Obama supera por sólo 5 puntos porcentuales a su contrincante, el republicano Mitt Romney, a quien se le reconoce por su exitosa trayectoria empresarial en los Estados Unidos y por impulsar una importante ley de salubridad pública, cuando fue gobernador de Massachusetts (2003 - 2007).

Por su parte, el gran capital político de Obama es estar al frente de la Casa Blanca. "La mayoría de los presidentes que buscan reelegirse en Estados Unidos lo logran. El local tiene una ventaja inicial: en la cultura norteamericana más vale malo conocido que bueno por conocer", afirma Santiago Silva, consultor del Observatorio de Políticas Públicas del Concejo de Medellín

El actual mandatario, un abogado de 51 años, que llegó al poder luego de derrotar a John McCain en 2008, busca respaldar su reelección con la continuidad de un *estado benefactor*, que durante lo que va corrido del cuatrienio se expresa en la derogación de la política "Don't ask, don't tell", que prohibía a los miembros de las fuerzas militares, con tendencia homosexual, revelar su condición al interior de las filas castrenses. Además, invirtió 2.000 millones de dólares (unos 4 billones de pesos) en la creación de programas vinculados con la mano de obra.

Pero hay algo más: la lucha que Estados Unidos ha enfrentado contra el terrorismo, después del atentado del 11 de septiembre de 2001, causó odio y rechazo contra Medio Oriente, personificado en la figura de Bin Laden. La muerte de este rebelde, en 2011, "es un suceso que favorece electoralmente al mandatario, los estadounidenses odian el terrorismo y Obama acabó con su líder", afirma Kyle Johnson, politólogo de la Universidad de Connecticut y magister en ciencia política de la Universidad de los Andes.

Punto de quiebre

El campo económico puede ser el talón de Aquiles o la ficha clave en el triunfo de cualquiera de los dos candidatos.

Mitt Romney, de 65 años, tiene una gran experiencia en el sec-

tor privado. Demostró que pudo sacar de la crisis a la empresa Bain & Capital, y hacerla una de las más productivas. "Cuenta con unas credenciales que puede utilizar muy bien; ha sido un excelente empresario a lo largo de su vida", comenta el politólogo Silva.

El aspirante republicano es un hombre que ve en la producción la base de la economía. "Su modelo es de estado pequeño, de libre mercado. Él beneficia a las empresas privadas para que produzcan más empleo", explica Fernando Hoyos, consultor político y director de la revista *Posición*.

Durante la contienda preelectoral, Romney ha planteado extender los préstamos hechos a la industria automotriz estadounidense. El objetivo de ello es salvar 1,4 millones de puestos de trabajo para evitar una catástrofe económica.

Lo que propone es la fórmula de "cub, cap and balance": recortar, limitar y equilibrar los gastos del déficit federal. En lo referente a impuestos, pretende mantener la contribución sobre ingresos en un 15%, haciendo permanentes los recortes del gobierno Bush sobre las ganancias de capital y los dividendos.

No obstante, antes de que Obama asumiera el poder en 2008, la economía perdía mensualmente 800.000 puestos laborales. Después de 30 meses de gobierno, hay 4,6 millones de nuevos empleos. "Obama ha venido lidiando, no con éxito completo, la crisis económica mundial. Va lento, pero seguro", afirma Silva.

El candidato demócrata ha re-

saltado que el paso crucial, en un futuro, es asegurar la reducción del gasto deficitario, que en 2010 se financió vendiendo deuda al extranjero por 708 mil millones de dólares, y para lo cual sigue impulsando la Ley del Estimulo Económico: 783 mil millones de dólares que pretenden combatir la recesión económica.

El voto latino

Los residentes latinoamericanos son la minoría más numerosa de Estados Unidos. Con 23 millones de personas, son el grupo más grande de extranjeros; superan incluso a la población china, que crece 31,9% cada nueve años, según el último censo de Estados Unidos del 2011.

No obstante, sólo 12 millones de latinos están habilitados para votar. "El candidato que no le hable a los latinoamericanos directamente y que no proponga políticas para ellos, difícilmente llegará a la Casa Blanca", advierte Hoyos.

Según lo reveló la última encuesta de la firma Latino Decisions, Mitt Romney cuenta con un 21% de apoyo de esta comunidad, a diferencia del 73% que tiene Obama.

En gran parte el desafecho hacia Romney se explica por la circulación de un video, donde el candidato alardea de que si fuera latino obtendría fácilmente el favor de esta colectividad.

"Mi padre fue gobernador de Michigan, pero nació en México (...) si (yo) hubiera tenido padres mexicanos, yo tendría una mejor posibilidad de ganar (...) Lo digo como chiste, pero sería útil ser

latino", decía Romney en el filme.

En tanto, Obama le ha sugerido a los grandes empresarios invertir en obras públicas para la construcción de carreteras y escuelas, y contratar para dichas tareas a la población latinoamericana. Busca, de igual manera, expandir la disponibilidad de créditos para los latinos que tienen pequeños negocios y desean impulsar sus negocios.

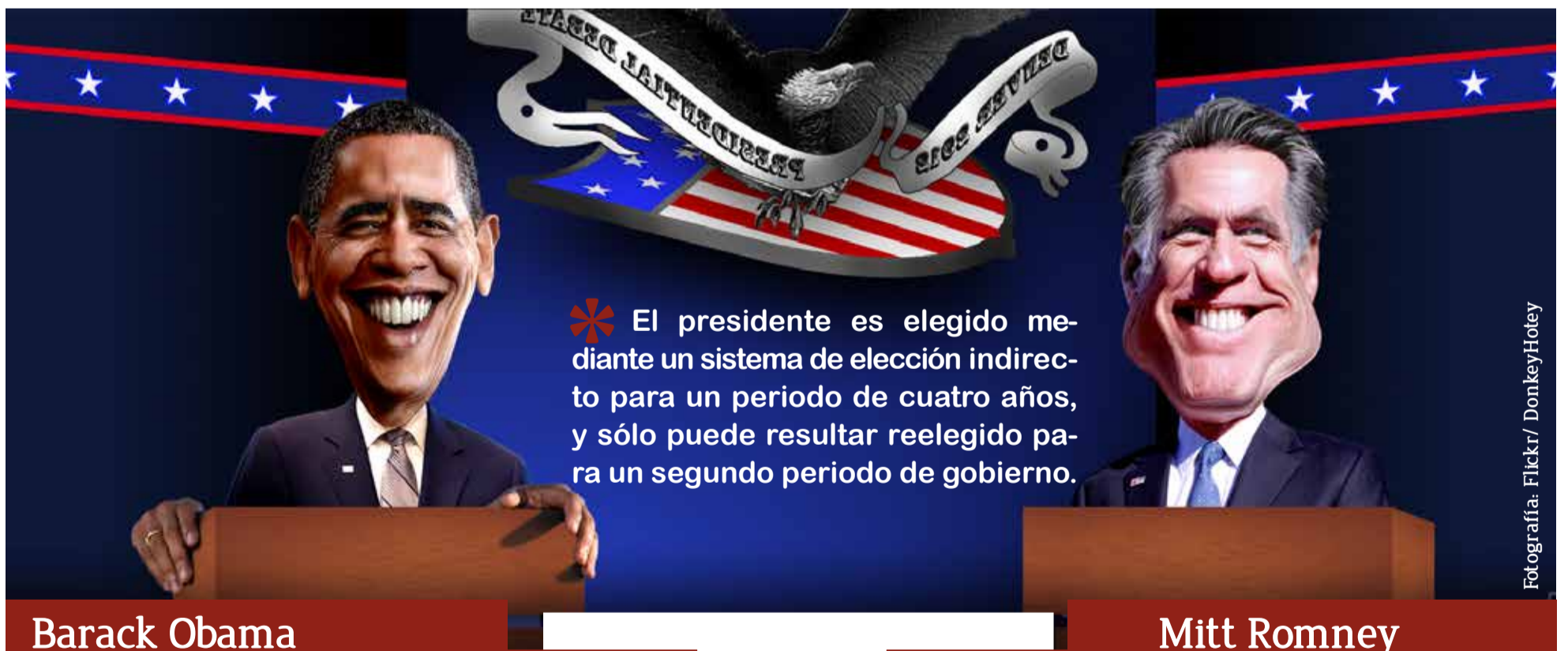
La batalla en los medios

En Estados Unidos, los medios de comunicación se la "juegan" siempre por un candidato.

Fox News, por ejemplo, apoya constantemente al partido republicano. Semanas atrás transmitió un video en el que se criticó fuertemente al gobierno actual.

Mientras tanto NBC publica reiteradamente algunas encuestas de opinión en las que siempre se da como ganador a Obama. Luego del primer debate, el candidato demócrata llevaba la delantera en los "votantes probables" por 3 puntos porcentuales, según señaló esta cadena.

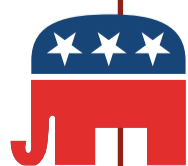
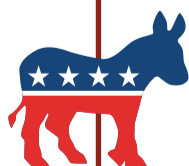
Sin duda, los medios de comunicación son una plataforma excepcional de campaña para cualquier candidato. Su poder, especialmente en contiendas tan apretadas, puede desequilibrar la balanza hacia un lado u otro. En la mayoría de ocasiones visibilizan lo que les conviene, muestran lo positivo del candidato al que apoyan y lo negativo del que rechazan. "contribuyendo así a la polarización de la política estadounidense", explicó el politólogo Johnson.



Barack Obama

Graduado de la Escuela de Derecho de Harvard. En 1996 ganó un asiento en el Senado por el estado de Illinois, desde donde trabajó en la ley de asistencia social e impulsó el uso de grabaciones policiales en investigaciones de homicidios.

El 4 de noviembre de 2008 venció a John McCain en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos. Se convirtió en el primer presidente afroamericano de este país. Ganó la contienda con 365 votos de los representantes al Colegio Electoral, 192 más que los obtenidos por el candidato republicano.



Mitt Romney

Sacó de la crisis a la empresa Bain & Company, ahora Bain Capital, una compañía de inversiones que se ha convertido en una de las organizaciones más rentables de los Estados Unidos. Según una publicación de la revista estadounidense *Vanity Fair*, en plena campaña electoral la compañía cuenta con un patrimonio de 200 millones de dólares.

Fue gobernador de Massachusetts, cargo en el que aprobó la Ley del Cuidado de Salud, que le permitía a todos los residentes de ese estado acceder a seguro médico. Impulsó la reducción del gasto estatal y la eliminación de un millonario déficit presupuestario.

The editor's editor

Milton Coleman, Senior Editor at *The Washington Post* and current president of the Inter American Press Association (IA PA), talks about current threats to freedom of expression in the region and the changing pace of media.



Fotografía: Richard Emblin.

■ Milton Coleman: talking point

port the Inter American Commission on Human Rights of the Organization of American States (OAS). The commission and the OAS believe that freedom of expression is fundamental to Venezuela and Ecuador.

What is your take on what is happening in Latin America?

I think it's an interesting time for Latin America and for up and coming democracies. The region still faces age-old challenges of classism, poverty and social inequality. Drugs are still a huge problem and the US has a role in all of this. It is also creating a problem for journalists covering certain countries on the continent and drugs continue to affect the quality of life for everyone.

And the economic situation?

Economies are all over the map. What is interesting is the offensive taken by the Chinese in the region and the degree to which some governments see themselves as friends of governments in the Middle East, such as Iraq and Iran. I am also seeing a technological revolution. This may help Latin America become more insulated from the financial crisis of the world.

And the media situation back home?

There has been a profound economic transformation of the country and what this means for jobs and government services.

The US is incredibly divided right now. There are challenges in the media to meet the demand for more continued and sophisticated coverage of events. The democratization of media, through social networks, means that people need to know more than ever which news is accurate and the informed opinion of news organizations.

Does the economic situation affect newspapers adversely?

Yes. Newsrooms are going to get even smaller. Newspapers will become more like daily news magazines with a premium on enterprise and investigative journalism. There will be more informed analysis of the events. Newspapers are becoming more specialized and niche. There won't be that immediacy when it comes to covering the news.

So the challenge isn't between online content and print, but the economics.

Yes. The challenge to all of us is how do you monetize your content. A lot of very good journalists are not going to work for peanuts. The greatness of the journalism age, when newspapers made the money is gone. Many newsrooms would like to pay journalists more, but simply don't have the money.

How can one handle all the content?

A lot of responsibility depends on editors. It's hard to build a team with so many news platforms operating within one news organization. It's very hard for editors to read everything these days. Before it was deciding what went on the front page. The window for making decisions is so much much smaller now. The window of making decisions for the web is minutes and the person in charge of the front page is working in the middle of a news hub. The big decisions that have to be made are: "what platform does it go on? What are we going to have on the web today?"

How do you see the younger journalists entering the profession?

They are faster with the multi-media skills. They also know how to edit video. They've grown up with these toys. But they are less

experienced in working side by side with really experienced journalists. The new technology has changed reporting.

We used to call journalists "gum shoes" as they pounded the pavement for a story. Today many younger journalists rarely meet their sources. It's all done on the phone.

Is this a bad thing?

This is not all bad. Instead of getting a "leak" from some source, investigative journalists are handed a digital database. Reporters then go on a computer and get the information.

How do you see Colombia?

In a general sense, Colombia is one of the better off places. Clearly there are problems, such as what happened with reporters when President Uribe was in power. Colombia has better press laws and there is an interest to protect freedom of expression in digital communities. Colombia is also an example how news organizations can work together to overcome common problems. Look at how the Colombian media supported *El Espectador* when they were bombed by Escobar. Mexico could learn from Colombia's example.

And the coverage in US media?

One of the things that drives US foreign coverage around the world is US foreign policy. Readers at one time only saw Plan Colombia in the news and what we were doing in Peru. The time Colombia starting getting away from Plan Colombia was also the time when news organizations were cutting down on their foreign coverage. So Colombia is not covered that much in news now.

Reproduced with permission from The City Paper.

What is the mission of the Inter American Press Association?

We continue to look at the best way to establish freedom of expression in the Western Hemisphere. It's more difficult now than 20 years ago when the IAPA was founded as there are more democracies and more governments using democracy to undermine democratic laws of freedom of expression. People are stirring up crowds against the media and journalists are being killed.

Which country is currently a threat to freedom of expression?

The worst-case example against freedom of expression right now is Ecuador and the use of legal means to discourage freedom of expression and outdated laws and judicial misconduct have a

chilling effect on the news media. A Press Law by that government looks to prohibit the media from influencing someone on how to make up their mind during an election.

That's precisely what journalism should do: help people make an educated decision when they go to vote. Then, there is other legislation which claims that if you own 6 percent of a media house you cannot own any other type of business. This stalls any type of private initiative. The small owners of media houses are also corporate citizens. They pay taxes. They employ people. They also have a right to a voice. And don't they also have a right to own a successful business?

How can the IAPA deal with a situation such as Ecuador's?

We must do all we can to sup-

AROUND THE WORLD

UNITED KINGDOM

Lucy-Anne Holmes, an actor and author, has started an online campaign asking *Sun* editor Dominic Mohan to stop publishing photos of topless girls on Page 3. *Sun* has been publishing page 3 photos since 1970.

FRANCE

The French state prosecution service starts preliminary investigation into a possible criminal prosecution of the magazine *Closer* and the unidentified photographer for printing topless photos of Duchess of Cambridge. If convicted, *Closer's* publishers could be fined up to €225,000--and the photographer €45,000.

GERMANY

Germany's second biggest news agency, DAPD, has filed for insolvency protection. The agency has been struggling ever since it was founded three years ago.

PHILIPPINES

A new "cybercrime" law introduced in the Philippines increases punishments for criminal libel and gives the authorities excessive powers to shut down websites and monitor online traffic. The maximum punishment is doubled from six to 12 years in prison.

BRAZIL

The *Financial Times* launches a digital newspaper print site in Brazil, a new Latin America page on its website and a mobile app for the region. The daily will be available in São Paulo, Rio de Janeiro and Brasilia.

■ (Compiled by Mathang Seshagiri)

INTERCAMBIO CULTURAL COLOMBO-VENEZOLANO

Rincón de encuentro entre chamos y parceros

María Félix Hernández

Periodista En Directo
mariaheir@unisabana.edu.co
Twitter: @mariafelix90

Laura Pastrana

Periodista En Directo
laurapasi@unisabana.edu.co
Twitter: @pastra_lau

Colombia se ha convertido en el destino número uno del exilio venezolano. Según datos de la Oficina de Migración de Colombia, en 2011 llegaron 229.234 personas, 27 más que en el año anterior.

La historia se ha invertido. Hace más de 30 años, cerca de un millón de colombianos migraron a Venezuela en busca de oportunidades durante el primer 'boom petrolero'. Hoy, el fenómeno migratorio se revierte. Un promedio de 19 mil venezolanos llega mensualmente al país. Algunos de ellos convierten este territorio en su hogar.

En agosto de 2009, Rogelio Yereña, mejor conocido como Roger "el del negocio de las arepas venezolanas", llegó a Bogotá con una mano adelante y una atrás, en busca de nuevos horizontes. Al principio, encontrar oportunidades fue muy difícil, pero con el tiempo, el empresario se ha abierto un camino.

Roger, originario de Barquisimeto, Venezuela, era propietario de una franquicia de comida rápida llamada "Dogs and Ball". Durante las temporadas de juegos de béisbol, los espectadores que asistían a los estadios no podían irse sin probar los famosos perros calientes. Roger ahora es dueño de la franquicia de Budares en Bogotá, un negocio de comida venezolana, célebre por sus arepas. Se ha convertido en el lugar de encuentro de la migración venezolana a la capital.

Budares es un restaurante pequeño ubicado en la carrera 11 con calle 73. Allí, convergen las historias de algunos de los 250 mil venezolanos que viven en Bogotá, y de los colombianos que llegan al lugar en busca de arepas.

Carlos Ardila, paisa radicado en la ciudad de Bogotá hace más de seis años, es un ejecutivo que trabaja para una empresa cercana a la zona del restaurante. Ha adoptado al Budares no solo como uno de sus lugares favoritos para almorzar, sino también como el sitio donde se reúne con compañeros de trabajo para hacer negocios.

"Es una ventaja que los venezolanos vengan a nuestro país porque esto reafirma el buen momento por el que está pasando Colombia. No considero que la ola migratoria sea un riesgo para nuestra identidad cultural", comentó Ardila mientras degustaba una arepa de carne desmechada.

"Por el contrario, es un buen momento para que Colombia le retribuya a Venezuela el favor que hace muchos años el país vecino le hizo a los colombianos, abriéndoles las puertas a muchos que aún siguen allá", opinó Ardila.

Entre sueños y quimeras

Al ritmo de vallenato y música llanera venezolana, Roger sueña con que Budares se convierta en la cuna de este intercambio cultural entre colombianos y venezolanos. Los pasillos de su restaurante son testigos de múltiples interacciones entre el chamo caraqueño y el parce paisa, fanático de la arepa también.

Entre arepas reina pepeada, jugo de papelón y tres en uno (jugo de naranja, zanahoria y remolacha), comidas típicas de Venezuela, se entretienen historias de hermanos que han encontrado en



Colombianos y venezolanos reunidos en el bar Budares, en Bogotá.

Colombia la posibilidad de huir de los problemas que actualmente aquejan al país vecino.

La caraqueña Miriam Castellano afirma: "Estoy en este país por problemas políticos y económicos. Mi familia se dividió entre chavistas y antichavistas. Quiero abrir puertas para mi familia aquí, porque es el país más cercano a Venezuela y el que ofrece mejores oportunidades".

Inversiones

Aunque las cifras son escasas, según el grupo *holding inmobiliario Casa Propia*, en un artículo publicado en la revista *gerente.com*, más de 40 millones de dólares en inversiones inmobiliarias de venezolanos se registraron en Colombia entre 2010 y 2011.

Las inversiones no han sido solo de tipo inmobiliario: Dos medios de comunicación venezolanos también llegaron a Colombia para invertir y satisfacer las necesidades informativas de los vecinos.

Uno de esos inversionistas en nuevos medios es el venezolano Daniel Pages, creador del website *Somos Tricolor*. "Aunque mi mayor ingreso económico no es el periódico digital, lo creé porque vi que somos muchos los venezolanos que estamos en Colombia y quise mantenerlos en contacto a través de una misma vía", dijo Pages.

Roger, el dueño de Budares en Bogotá, recuerda que llegó a este país con su esposa, dejando en su patria natal parte de su familia y sus bienes. A Bogotá, trajo su calidad humana y su espíritu

de colaboración. En su arepería, hay espacio tanto para venezolanos, que a veces se acercan en busca de ayuda, como para colombianos, a quienes siempre les está enseñando un poco de la cultura gastronómica venezolana en cada uno de sus platos.

Dos culturas

Según el Ministerio de Cultura, entre los dos países de la antigua Gran Colombia existen acuerdos de cooperación cultural que permiten fortalecer las relaciones binacionales.

El venezolano Eduardo Tinoco, estudiante de Negocios Internacionales de la Universidad de La Sabana, asegura que "el intercambio cultural binacional no solo ocurre entre naciones sino también informalmente dentro de las instituciones educativas".

Tinoco sale a rumbar desde los jueves y durante todo el fin de semana a lugares colombianísimos, como *Andrés Carne de Res*, *Gaira* o *Armando Records*. Los venezolanos de esta migración visitan esos sitios arrastrados por el runrún que recorre Caracas: "en la fría Bogotá hay sitios en los que extrañamente

"Estoy en Colombia por problemas políticos y económicos. Mi familia se dividió entre chavistas y antichavistas."

Miriam Catellano

los meseros se disfrazan en una sola comparsa, Carlos Vives canta cualquier día de la semana, y las discotecas tienen pisos con ambientes distintos". En Caracas, la inseguridad y la incertidumbre económica impiden que los ciudadanos disfruten de proyectos así.

Durante los dos últimos años, muestras artísticas que dan testimonio del intercambio cultural de esta nueva migración se han presentado en Bogotá y en otras ciudades del país. Tal es el caso de la exposición fotográfica "Miranos, estamos aquí", del venezolano Antonio José Briseño, quien refleja el éxodo a través de sus 63 obras.

Es común entre los extranjeros que nunca han venido a Colombia y que solo conocen al país a través de las noticias, relacionarlo con la droga como la principal fuente económica, con la guerrilla como dominadora de los límites geográficos y con el secuestro como el crimen rampante. Pero los que migran y viven en Colombia saben que todos esos imaginarios, aunque reales en algunas regiones, son reemplazados por el vallenato, universidades prestigiosas, y por personas buenas que, sin conocer a los migrantes, ofrecen un tinto, una familia y un techo.

"Colombia es lo mejor que me ha pasado después de Venezuela. Y me siento en un país muy segura, aunque muchos me digan que estoy loco", expresa Roger, de forma muy elocuente, mientras limpia las mesas y habla con sus clientes.

María Alejandra Villamizar, pe-

riodista colombiana y directora del website *Confidencial Colombia*, le dijo a *En Directo* que "el ciudadano venezolano que se encuentra fuera de su país está viviendo un trance temporal porque quiere volver, y porque cree que va a volver a un país mejor".

"La migración venezolana al país se expresa políticamente de manera espontánea. Estamos aquí, somos parte de algo", tratan de decir los venezolanos a través de su participación activa en distintos ámbitos. Las expectativas políticas alrededor esta inmigración, sin embargo, no alcanzan a las grandes corrientes de opinión como los de *La Primavera Árabe*. Algunos de los que migran lo hacen por trabajo, otros por estudio, otros por motivos políticos. Considero que el fin último de los venezolanos en este país es hacer un puente, esperar que cese el problema político y social por el que pasa Venezuela, y eventualmente, volver a su país", señala Villamizar.

Independientemente de los motivos, la migración venezolana aumentó, y Colombia se ha convertido en la casa preferida de esos ciudadanos que buscan nuevos horizontes. En una de las paredes del restaurante Budares, hay un mural gigante que representa esta nueva mezcla. A la derecha del muro, hay sacos de café, un cóndor, una mula y una palenquera. A la izquierda, están las arepas y su reina pepeada, un oso polar, arpas y la virgen de la Divina Pastora. La fusión de esas dos imágenes marcará el futuro de la región.

LA MÚSICA DE GARDEL CONQUISTA A BOGOTÁ Y SUS ALREDEDORES

El tango, viejo alcahueta de idilios mozos



Maria Camila Medina Gómez

Periodista En Directo
 mariamedg@unisabana.edu.co
 Twitter: @camimedina15



Andrea Carolina Montaña

Periodista En Directo
 andreamoco@unisabana.edu.co
 Twitter: @caromontaco

En Cajicá, una uruguaya le dio vida a un café-bar llamado Carambola, que además de ofrecer exquisitos platos gauchos se ha convertido en una academia de tango para varios jóvenes. Allí se entreteje una historia clandestina de amor.

"Antes de conocerla, el tango ya me había amarrado a este lugar y a ella, también", afirma el hombre de sombrero negro, mientras persigue con su mirada a la mujer que lo enamoró desde hace un año, con una táctica aún desconocida.

"Es como si tuviéramos el afán de hablar y el tango fuera la forma precisa para decirlo", expresa sin aliento.

El hombre de nariz pronunciada se pasea por el lado de las mesas sin dejar de seguir esos pasos elegantes y precisos que aprendió en una academia de tango en Buenos Aires y luego afianzó en este lugar que ahora recorre: Carambola.

En este sitio, una casona antigua de color blanco que se alza diagonal a la estación del tren, en Cajicá, los visitantes pueden vestirse con los trajes de la época dorada del tango y aprender a bailarlo, mientras disfrutan de deliciosos platos gauchos.

Academia a la uruguaya

Carambola, sin embargo, no siempre ha estado ahí. Hace más de 12 años, la uruguaya Ana Sousa llegó a Tabio para instalar un pequeño café que luego, con ayuda de muchos amigos y su propio empeño, se convirtió en un espacio para la enseñanza del tango.

Con el tiempo, el café se hizo pequeño y decidieron trasladarse al parque, donde con una grabadora se impartían las clases en público. Así, la gente se fue enamorando de Carambola.

Ahora que se trasladaron a Cajicá, la afluencia al lugar ha aumentado. "Cuando la gente entra a Carambola, lo primero que piensa es que el lugar es mágico porque transporta en el tiempo... y uno no se quiere ir", afirma Sousa.

Ana, de 64 años, fue muy bien recibida en Colombia. Muestra de ello es que al menos el 60 por ciento de la decoración que hay en el sitio le fue regalada por las personas del municipio y sus alrededores, que tanto la aprecian.

Ya ha vivido por más de 40 años en Colombia, y a esta señora la rodea ese sello bohemio que imprime la cultura del tango.

El cafisho

El hombre del sombrero negro es Ian Mateus y le dicen "cafisho", ese personaje argentino, de los años veinte, que lucía guapo y misterioso, pero señalado de mujeriego y vividor, alcohólico y frío, cuyo corazón le pertenecía a una sola dama, aunque pasara sus noches en camas distintas.

"A mí me dicen el cafisho, pero no es cierto. Sólo me molestan porque hablo con las meseras", cuenta Mateus, estudiante de ingeniería química de la Universidad Nacional. Sin embargo, reconoce que existe una mujer de

piel blanca que ocupa sus pensamientos y apresa su corazón.

"Me gusta ponerme el sombrero y los zapatos para bailar, sobre todo cuando sé que ella va a venir. ¿Si la ve? Ella se viste como si viviera para bailar tango. A mí me gusta verla y servirle su vino caliente", admite el bailarín de 20 años, mientras se arregla los cordones de los zapatos, apoyado en una de las paredes de Carambola. Las pinturas de este café-bar imitan las calles del emblemático sector de la capital argentina, llamado Caminito.

Mateus confiesa que el tango le ha alcahueteado su idilio con la mujer de piel blanca, porque "sólo hasta que las personas se entregan al abrazo y al caminar del tango, pueden entender que más que caminar, el tango es cuestión de energía y comunicación no verbal".

César Valencia, cantante profesional de tango, dice que el origen de este género no es sudamericano sino que proviene de África. Allí, era un baile entre hombres para probar cuál era el mejor bailarín.

"Por eso, muchas parejas toman el tango como una ayuda terapéutica, para reafirmar su comunicación en cuanto al amor, la pasión y la conexión que hay entre ellos", sostiene Iván Ovalle, dueño de la academia *Alma de Tango*.

En Latinoamérica, el tango se instaló tras el éxodo de los europeos en los años 20 hacia los conventillos o inquilinatos de los países del Río de la Plata.

El reportaje de Juan José Hoyos, *La última Muerte de Guayaquil*, publicado en el diario *El Tiempo* el 16 de septiembre de 1984, explica cómo en Colombia

el tango se apoderó de Medellín de tal forma que se volvió la "casa de verano" de esta cultura durante la década de los 20.

Pero el tango no se quedó en ese lugar y en esa época. Pareciera que reviviera en *Carambola* o, por lo menos, eso es lo que se vive en el lugar: jóvenes que encuentran en este ritmo la respuesta a la búsqueda de emociones fuertes.

Música para jóvenes

En Bogotá, *La esquina del Tango*, en la calle 59, cumple una

labor similar.

César Augusto, en la voz, y su tío, en el bandoneón, ambientan las noches capitalinas, para que un Ignacio Corsini o un Gardel acompañen el baile de tantos apasionados por el tango.

También el gusto por Gardel se mantiene en lugares como *El viejo Almacén* de Bogotá, donde hay rincón especial para el cantautor.

Aunque para la mayoría de personas, los tangos transmiten melancolía, drama, desamor y traición, no puede ignorar se que esta expresión cultural le

canta también a la vida, a la esperanza y al amor.

El tango ya no es propio de los abuelos; ahora los jóvenes lo practican y se identifican con él. Así lo hizo Mateus, quien adoptó las nuevas corrientes de este género musical en su estilo de vida y en su mejor forma de expresión. El electrotango es una de esas variaciones que, además de sonar en las milongas, lugares para bailar tango, suenan constantemente en diversos bares de rumba electrónica.

Al joven estudiante le gusta "escuchar tango electrónico de grupos como *Sexteto Milonguero*, *Otros Aires*, *Bajo Fondo* y, por supuesto, las fusiones del tango con música clásica como la del fallecido Ástor Piazzolla".

Entre los jóvenes, el tango no es un mero ritmo.

Sirve, igualmente, para afianzar las formas de comunicación, pues fomenta la seguridad de las personas, a través de ejercicios de relajación.

De momento, "Cafisho" sonríe mientras se acomoda el sombrero frente al gran espejo de plumas que se encuentra colgado en *Carambola*.

"Ella (la mujer que lo prendó) nunca dijo que nos veríamos de viernes a domingo para bailar, pero los dos simplemente lo sabemos y yo lo disfruto", asegura.

Para Mateus, *Carambola* es el espacio perfecto. "¿Y sabe algo? Acá me siento siempre muy cómodo. A veces creo que nací en el momento histórico equivocado, pero luego pienso que tengo éste lugar y me río de esas bobadas", comentó.



EDITORIAL

Cuidado con dejar el Ferrari sin gasolina



Adriana Patricia Guzmán de Reyes

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

Nunca antes ha habido tantos y tan positivos acuerdos en torno al futuro del Periodismo: es y será digital.

Así lo sentenciaron los miembros de todas las mesas de trabajo y los ponentes de la 68a Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) reunida en Sao Paulo, un escenario en el que tratamos de estar cada año, por tres razones:

Primero, sin duda es el espacio que da cuenta del quehacer del periodismo durante el último año, fundamentalmente en América Latina; segundo, nos permite entender las movidas de la industria mediática, el negocio y las tendencias que anualmente emergen para responder a las necesidades de las audiencias, y tercero, porque desde hace varias ediciones la academia tiene ya un espacio clave a través del Consejo Latinoamericano de Acreditación de Periodismo, un

ente que, auspiciado por la SIP, da fe de la calidad de las instituciones que formamos periodistas.

Dos grandes temas marcaron, de nuevo, las discusiones que involucraron a unos 500 periodistas, académicos y directores de medios: el estado de la Libertad de Prensa en América Latina, y los cambios en la profesión, en nuestros países, en la era digital.

Sobre el primero, el diagnóstico no pudo ser más dramático, pues en el Continente persisten prácticas desafortunadas que rompen toda posibilidad de avanzar sobre un periodismo libre, y sobre las cuales no profundizo por razones de espacio. Países como Venezuela, Ecuador y Argentina experimentan sucesos orquestados desde sus propios gobiernos, que impiden una comunicación sin censura. En muchos casos, desde luego, algo de culpa han tenido las mismas empresas infor-

mativas a la hora de abogar por su libertad de expresión; pero, en todo caso, es aberrante pensar cómo desde los mismos estados se intenta bloquear el derecho de informar.

Para erradicar estos males, hubo muchas propuestas, entre otras la del Brasil, cuyos representantes sugieren organizar una red continental de periódicos, comprometidos con la defensa de los derechos humanos y la libertad de expresión. Vamos a ver qué tanto eco tiene y cómo se lleva a la práctica.

Al respecto del devenir periodístico, el director de *The New York Times*, Arthur Sulzberger J, lo resumió categóricamente: el futuro será digital, pero no en detrimento inmediato del papel.

The New York Times, desde hace 18 meses, empezó a cobrar por sus contenidos digitales. Actualmente tiene 2 millones de suscriptores, 10 por ciento de los cuales están fuera de Estados Unidos. La fórmula, en sus propias palabras: "tratamos de hacerlo bien (el periodismo) en todas las plataformas y siempre". Se ocupan, de igual manera, de todos sus lectores y ofrecen información

de diversos temas, impregnada siempre de credibilidad y fidelidad.

Hace poco, los periodistas de este medio norteamericano conquistaron China, con una página en mandarín. En los próximos meses lanzarán otra en portugués. Una apuesta arriesgada, pero que da cuenta de la ruta por seguir.

Pero el futuro de la profesión va más allá del manejo de las plataformas y de los sistemas mediante los cuales circula la información. Lo hemos dicho en muchas oportunidades, y esta vez lo sostienen los expertos: la receta estará en seguir haciendo un buen periodismo.

El reto estará siempre en la producción del contenido. Sergio Dávila, director del periódico *Folha de Sao Paulo*, sostuvo que un diario que no lleve consigo un buen periodismo es como un Ferrari sin gasolina. Y dijo, también, que si bien el toque de "modernidad" en una redacción lo pueden dar las nuevas generaciones de periodistas, es importante seguir acudiendo a la experiencia de quienes llevan años ejerciendo. "Hay que oír a los mayores". Comparto plenamente esta

premisa, porque el conocimiento sobre la profesión no se improvisa, ni nace de la noche a la mañana.

Lo que demanda el futuro del periodismo digital es, por encima del dominio de las plataformas, lo de siempre: la chispa y la pasión por buscar nuevas y mejores historias, que impacten y que sean útiles; el principio ético de buscar y contar la verdad; otorgar valor a la fuente; darle voz al que no tiene voz, y hacer notar las dos caras de la moneda, aunque cueste.

Atender al pie de la letra los principios del buen periodismo será lo que nos permita viajar, por la autopista de la información, conduciendo un Ferrari tanqueado, con la mejor tecnología, y con la tranquilidad de ofrecer, en el camino, a las audiencias las herramientas necesarias para que consuman información de manera rápida, pertinente y atinada.

Posdata: Celebramos los 40 años de nuestra Facultad. Gracias a todos quienes han hecho posible que llegáramos hasta aquí. Tendremos un especial de *En Directo* durante la Semana de la Comunicación. Espérenlo.

LABRA PALABRA

Públicamente privado



Jairo Valderrama V

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

Sostener la propia opinión cuesta tanto como mantener a un elefante en el meñique. La opinión generalizada pesa de tal manera que en la sociedad resulta bastante arriesgado exponer un punto de vista acerca de cualquier asunto si la apreciación de la mayoría es distinta. Intente comunicar que no toma cerveza, en una fiesta de pueblo, que no le gusta el fútbol, en un estadio, y que no usa teléfono celular o una cuenta en Facebook, en una reunión de adolescentes. Aparte del asombro en sus rostros, los receptores asegurarían que usted es un extraterrestre; a algunos les parecerá irreal que exista alguien que pueda pensar y actuar de otra manera.

Cuando aumenta la insistencia en ser una oveja mansa o un cordero arisco en medio de un rebaño de cabras inquietas, se recibirá más de un topetazo. Existe una descomunal información sobre estos temas, relacionados casi todos con las teorías de la comunicación y el periodismo. En muchas de estas, hay coincidencias en que esas inclinaciones de la gente a adoptar modelos masificados surgen por un temor inconsciente al aislamiento o a la discriminación, y el efecto es mayor en la etapa juvenil, cuando el reconocimiento resulta definitivo en el dinamismo grupal. Poco a poco, sin embargo, la conducta va moldeándose (eso

se espera) de acuerdo con los principios y los valores, que permiten identificar de manera más acertada cuándo una acción es conveniente, independientemente de la opinión ajena. Eso se llama criterio.

La preocupación ante estos fenómenos crece porque la intolerancia reemplaza al respeto. Apenas aparece un indicio (símbolo) que representa una postura diferente, el rechazo y la imposición se manifiestan. Los colores y escudos de los equipos de fútbol constituyen un preciso ejemplo de ello. Da la impresión de que ciertas personas desearan que todas las demás adoptaran sus propias conductas a como diera lugar.

Todos los seres humanos nos equivocamos; todos cometemos fallas: esa, la imperfección, es una característica más de nuestra humanidad. Sin embargo, el perfeccionamiento se logra a partir de los errores desapercibidos que otros nos señalan. Por supuesto, se trata de no incurrir de nuevo en ellos. De la misma manera, indicamos a otras personas aquello que nos parece equivocado. Esa es quizás la manera más enriquecedora de crecer mutua e integralmente, con la sensatez y el diálogo fraterno y fructífero.

En el ámbito físico, nunca dos sujetos ocupan exactamente los mismos espacio y tiempo. Por tanto, en un instante preciso, nadie recibe la misma percepción de un objeto, porque cada uno observa desde un punto de vista diferente, en espacio y en tiempo, o solo en uno de estos. La impresión, así, es única e irrepetible para cada persona. De ahí que de manera absoluta nadie piense igual, aunque, por supuesto, existen coincidencias, similitudes y apreciaciones compartidas.

El lugar de cada persona en la sociedad, a partir de su experiencia (siempre única), le otorga el derecho pleno, si lo desea, de adoptar el punto de vista que prefiera, aunque sea una vista de punto. Y punto.

Con vuestro permiso.

JURUNGANDO

¿Parcial de taquigrafía? ¡Qué susto!



Rodolfo Prada P

Columnista de En Directo
rodolfo.prada@unisabana.edu.co

No recuerdo con exactitud en qué semestre los estudiantes de comunicación llegamos a la clase de taquigrafía, para aprender a tomar notas a la velocidad del habla, porque la grabadora no era suficiente.

No fue un semestre, sino dos, los que agonizamos en el aprendizaje de un sistema de rayas y círculos con los que se reemplazaban las letras del alfabeto. Así que primero padecimos taquigrafía, y luego, en el semestre siguiente, lo hicimos con taquigrafía Greg simplificada. Algunos de mis compañeros se lo tomaron tan en serio que los volví a ver, años después, usando algunos de esos grafos en sus apuntes.

En otro tiempo de la carrera tuvimos que sacrificar muchos sábados para recibir clase de artes gráficas en el SENA. Parecíamos aprendices de médicos, con bata blanca impecable, inspeccionando linotipias, máquinas planas, rotativas, prensas, matricadoras y un sinnúmero de aparatos que servían para imprimir periódicos. Muchos de quienes estuvimos en esas sesiones terminamos, efectivamente, trabajando en *El Espectador* o *El Tiempo*.

Otros cuantos sábados los tuvimos que dedicar al aprendizaje de la mecanografía, con máquinas de carrito y rodillo, y con profesoras del SENA tan exigentes que los parciales y los exámenes los hacían en teclados sin letras.

Viejos tiempos en los que había que llegar a la clase de redacción del doctor Londoño cargando una *Olivetti* portátil de ocho libras y una resma de papel periódico para escribir las tres cuartillas del reportaje.



En la mitad de la carrera inventé en mi casa que debíamos llevar cámara profesional para las clases de fotografía. De lo contrario, hubiera tenido que soportar el "oso" de usar la vieja Kodak de los paseos de fin de año.

En la mitad de la carrera inventé en mi casa que debíamos llevar cámara profesional para las clases de fotografía. De lo contrario, hubiera tenido que soportar el "oso" de usar la vieja Kodak de los paseos de fin de año. Fueron largas sesiones de cuarto oscuro: "encarretando" rollos, exponiendo en la ampliadora, revelando y secando para conseguir la imagen perfecta; perfecta para nosotros.

Forrábamos los viejos escritorios con cartulinas negras y traíamos, no sé de dónde, ramos de flores naturales para improvisar sets en las clases de televisión, grabábamos los in-

formativos radiales en equipos de doble casetera, en la sala de la casa de alguien y preparábamos las exposiciones en proyectores de diapositivas para descrestar con la tecnología.

No han pasado 25 años y las cosas, ciertamente, son de otro mundo: ya no hay taquigrafía (qué bueno), ni clases de mecanografía, ni visita a los talleres del SENA, ni cartulinas negras, ni equipos de doble casetera, ni casetes, ni Olivetti, ni resmas, ni rollos de 35 milímetros, ni cuartos oscuros... pero aprender periodismo en La Universidad de La Sabana sigue siendo divertido.

PARAPENTISMO

Volar es cuestión de método



Javier Eduardo Pico Zárate

Periodista *En Directo*
javier.pico@unisabana.edu.co
@JavierPico19

En municipios como Sopó y Guatavita, algunos viajeros pagan unos 100.000 pesos por navegar en el cielo durante algunos minutos. Otros turistas sólo asisten para apreciar un espectáculo cargado de color y piruetas en medio de hermosos paisajes.

El miedo paraliza las extremidades. La descarga de adrenalina no se hace esperar. La frecuencia cardíaca se acelera. Resta tan solo, aguantar la respiración, tomar impulso y esperar a que el viento haga su parte.

Los fines de semana, en especial los domingos, arriban decenas de visitantes al mirador de Sopó, Cundinamarca, para asombrarse de quienes vuelan manipulando una tela desplegada en el cielo y sentados en una silla semejantes a las de Transmilenio.

"El parapente es un planeador ultraligero flexible. Está hecho por textiles, tela, líneas y cuerdas. Esos son los elementos básicos y la manera más fácil de practicar este deporte", explica Ricardo Gómez, parapentista profesional y director técnico de la Federación Colombiana de Deportes Aéreo Fedeaéreos.

Cuando llegan los instructores y pilotos a la "pista" de despegue todos parecen cumplir un mismo ritual. Para empezar, los turistas no pueden sobrepasar una línea amarilla demarcada en el suelo, pues corren el riesgo de que, como en más de una ocasión, el parapente aterrice sobre ellos.

"El parapente llegó a Colombia hace 20 años y ha venido evolucionando muchísimo. Los de antes eran como los paracaídas cuadrados que utiliza el Ejército Nacional o los paracaídas normales. Ahora les llamamos los "barbietentes" porque son de todos los colores y estilos", explica Hanna Cárdenas, parapentista profesional.

Para volar se necesitan seis elementos fundamentales: casco, silla con protección, paracaídas de emergencia, mosquetones (argollas) de seguridad, un radio y muchas ganas de atreverse a surcar el cielo.

Desde luego, antes se ha verificado que la tela esté bien extendida en el suelo; las líneas, desenredadas; las argollas, totalmente cerradas; el intercomunicador, con buena señal, y el casco, sin ninguna fisura.

Para despegar, los pasajeros deben correr en la dirección que indique el instructor-piloto y emprender una carrera progresivamente acelerada hasta que el parapente se eleva y deja el suelo, impulsado por las ráfagas de viento.

Federación que vuela

Cada piloto debe portar su licencia actualizada bajo los requerimientos de la Federación Colombiana de Deportes Aéreos (Fedeaéreos), el Comité Olímpico Colombiano, Aeronáutica Civil y Coldeportes.

Según Cárdenas, parapentista profesional, los pilotos certificados por la Federación deben cumplir con un número de horas



■ Un vuelo Tándem (en pareja) dura entre 10 y 20 minutos.

de vuelo, kilómetros recorridos y demostrar un excelente estado físico y mental.

"En Fedeaéreos aparecen registrados los parapentistas que están abalados y que tienen licencia para practicar e instruir en este deporte porque, como en todo, pueden encontrarse personas en el mercado negro que enseñan sin tener pleno conocimiento y pueden arriesgar la vida de los demás por ganarse unos pesos", agrega.

El curso para ser instructor y obtener la debida licencia toma un tiempo de 15 días aproximadamente. "Todo depende del proceso de la persona, es decir, si realiza el curso de lunes a viernes o solamente los fines de semana", explica Gómez.

Los diferentes rangos de licencia son: alumno, novato, intermedio y avanzado. También se explican certificaciones técnicas de instructor *Tándem* (el que vuela con pasajeros), que es el grado más alto en el marco de este deporte.

Aunque no existe una reglamentación estricta sobre la experiencia que debe tener cada

piloto que se dedica a realizar vuelos Tándem, la Federación recomienda que tenga más de cinco años de práctica. Estos vuelos son los que más requieren de preparación, pues en el momento de ejecutarse debe tenerse en cuenta el peso de la persona, las ráfagas de viento y cómo se maniobra el ala del parapente.

Son contadas las ocasiones que se encuentran pilotos mujeres que estén abaladas por la Federación y que se atrevan a conocer el mundo a través del parapentismo. Hanna Cárdenas, una mujer pelirroja y de rostro amable, niega decir cuántos años tiene, pues considera posible practicar este deporte hasta los 70 años.

Deporte de mínimo riesgo

En Cundinamarca, los sitios que más frecuentan las personas son los miradores de Sopó y Guatavita, pues son locaciones que cuentan con las condiciones geográficas aptas para el parapentismo. Estos sitios se encuentran abiertos al público de domingo a domingo, de nueve a cinco de la tarde, siempre y cuando las condiciones climáti-

cas permitan la práctica.

Las características de seguridad del lugar son inspeccionadas con detalle, ya que alrededor de las plazas aéreas no debe haber cables, postes o instalaciones eléctricas.

Fuera de estas precauciones, "a pesar de que la gente interpreta el parapentismo como un deporte totalmente inseguro, no lo es. De hecho, es un deporte de riesgo controlado", asegura Gómez, quien detalla que "eso significa que el peligro lo determina el piloto; no es un riesgo inminente como sí puede presentarse en otros deportes donde el practicante no tiene el dominio".

Desde luego, los pilotos toman algunas precauciones antes de desplegar el parapente y asegurar los arneses a la silla de vuelo. Tanto Cárdenas como Gómez, por ejemplo, suelen protegerse con pasamontañas, gafas de sol, prendas de vestir térmicas, y crema solar.

Usualmente un vuelo en parapente tiene un costo de cien mil pesos por persona y dura entre 10 y 20 minutos, dependiendo, en muchas ocasiones, del estado de

salud de la persona. Los pasajeros suelen marearse fácilmente cuando practican este deporte por primera vez, debido, en parte, a la ingesta previa de alimentos pesados o bebidas embriagantes.

Para todos los gustos

Son tan diversos los clubes repartidos en las principales ciudades del país como Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga, que el novato en esta disciplina puede deleitarse con decenas de lugares avalados por la Federación Colombiana de Deportes Aéreos y Coldeportes.

"Colombia tiene una ventaja: al poseer tres cordilleras, se presta para efectuar parapentismo en casi todo el país", destaca Cárdenas.

De igual manera, hay varias modalidades de competencia dependiendo del gusto del practicante. Está el Cross-Country (recorrido y distancia), Acrobático y Accurasy (precisión). Según Cárdenas, "todas estas maneras de competir son reglamentadas y supervisadas por la Federación Internacional de Deportes Aéreos (FAI)".

Fotografía: Javier Pico

En la Web

www.unisabanaradio.tv

Taekwondista con discapacidad

Jhormary Rojas es una mujer que sufre del Síndrome de

Turner y otras enfermedades más. La deportista, a pesar de su condición, ha sido digna representante del taekwondo

colombiano en varios países, como México y España.

Rojas, que cuenta con el título de cinta negra, se ha en-

frentado a personas que no sufren de ninguna discapacidad. Aún así, la colombiana siempre

ha ganado los primeros lugares, gracias a su constancia y esfuerzo. /En Directo TV

SKATEBOARDING

Buscan dejar de ser ruedas sueltas



Mabel Páez Villalba

Periodista *En Directo*
maribelpavi@unisabana.edu.co
Twitter: @Mabel_pv

Un deporte que reúne a casi 10 mil patinadores, sólo en Bogotá, busca obtener el reconocimiento oficial de Coldeportes, que permitiría la financiación de su práctica. La institución muestra su voluntad de apoyarlos, pero exige una rigurosa organización.

Visten con gorras beisboleras, camisetas anchas, pantalones "escurridos" y tenis. Bajo sus pies, una tabla los lleva a aumentar la adrenalina al límite. ¿Los ha visto en la calle, cerca de su casa o invadiendo espacios públicos?

Hay quienes los encuentran rodando sobre sus patinetas por las calles y se muestran incómodos con su presencia. Si los ven en grupos, son una "pandilla"; si los ven solos, son unos "desadaptados sociales".

No son desocupados ni buscan hacerle mal a nadie, solo quieren practicar tranquilamente su deporte, el *skateboarding*. Desafortunadamente, Bogotá no cuenta con los espacios suficientes para ello. Por tanto, las escaleras a las afueras de un edificio, las rampas, las barandas y los andenes de toda la ciudad se han convertido en su escenario de juego.

Estos deportistas, además de afrontar el riesgo de lesionarse cuando ejecutan en lugares inadecuados sus trucos, deben lidiar con vigilantes y policías, quienes no pierden oportunidad para sacarlos corriendo de cualquier espacio público que ocupen.

"Todo lo dañan, no respetan el patrimonio de la ciudad", asegura Miguel Rojas, un policía bachiller que vela por la seguridad en la estación de Transmilenio Ricaurte, uno de los lugares favoritos de los *skaters* por sus amplias graderías.

Buscar parché

A falta de escenarios propicios, los deportistas buscan otros lugares o "parches", como ellos los llaman, para poder "montar

tabla" y competir entre ellos. Cristian Sabogal sabe de esto, pues lleva más de seis años en el mundo del *skateboarding* y, junto a su grupo de amigos del colegio, ha vivido la evolución de esta arriesgada práctica en el país.

No es un holgazán. De hecho, a sus 19 años, Cristian es un promisorio estudiante de ingeniería de la Universidad Distrital, quien se dedica a su carrera de lunes a viernes y aparta los fines de semana para montar tabla alrededor de Bogotá o en las afueras de la ciudad.

"La gente nos ve como vagos. Pero que salga a la calle a montar en una tabla no me hace un vago. Yo cumplo con mis deberes", cuenta el joven.

Llegar a ser un deportista extremo de alto rendimiento, como Cristian, requiere de años de entrenamiento, un excelente estado físico, resistencia en las piernas y, por supuesto, mucho equilibrio. Pero, además de ello, se necesita una suma considerable de dinero para financiar el pasatiempo.

Una tabla nueva (300 mil pesos), tenis (200 mil) y pantalones (\$150 mil) son los implementos que un *skater* tiene que estar comprando cada tres meses, pues se dañan con facilidad debido a la continua práctica.

El privilegio del patrocinio

Fracturas en las muñecas, esguinces en los tobillos, cicatrices y moretones resultan comunes para alguien como Cristian, que se lanza al vacío sobre una patineta que avanza a gran velocidad a lo largo de un circuito callejero, donde se inicia la osadía.

Los *skaters* tienen que conformarse con practicar su deporte en las calles y presentarse en torneos que no son de gran categoría. En esas competencias de barriada, buscan darse a conocer para que los dueños de las marcas más reconocidas de productos de *skate* decidan patrocinarlos.

Jaime Bulla, uno de los primeros *skaters* del país y dueño de Fun, una marca reconocida en el medio del *skateboarding*, asegura que "es complicado patrocinar a varios patinadores al mismo tiempo porque los costos son elevados". El patrocinador gasta un millón y medio de pesos mensuales en cada uno de los deportistas a los que les da productos, un pequeño sueldo, seguro médico y la financiación de su participación en torneos internacionales.

Esta y otras empresas de productos para *skaters* como Element, Flip o Quiksilver son las encargadas de apoyar a los patinadores que se han destacado en los eventos que se or-

ganizan en el país.

Uno de los torneos que logra reunir a miles de deportistas de BMX, Roller y Skate es *Snickers* Urbanía, que ofrece a los ganadores un millón de pesos. En contraste, Estados Unidos organiza uno de los encuentros deportivos más grandes del mundo extremo, los X-Games, donde el vencedor es premiado con más de 100 mil dólares (unos 200 millones de pesos).

Las lesiones que sufren estos deportistas pueden llegar a ser muy graves y requieren de costosos tratamientos médicos de recuperación. Cristian, por ejemplo, sufrió esguinces en ambos tobillos, que fueron cubiertos por el seguro y por su padre.

Las exigencias

En Colombia, este deporte no está formalmente organizado y, por ello, no goza de beneficios como aquellos que sí están federados. Por ejemplo, el fútbol o el ciclismo reciben ayudas gubernamentales para mejorar el rendimiento de los deportistas o salvaguardar la salud de ellos en caso de lesiones.

"La discusión de incluirnos dentro del Sistema Nacional del Deporte lleva más de 10 años, en los cuales nos hemos acercado en varias ocasiones a Coldeportes para hablar al respecto", dice Christian Gaitán Pache, un *skater* de vieja guardia que impulsa la organización oficial de su práctica desde el Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD).

El dinero estatal no puede ser destinado a financiar actividades sin reconocimiento deportivo. "No es que

“ La gente nos ve como vagos. Pero que salga a la calle a montar en una tabla no me hace un vago. Yo cumplo con mis deberes”

Cristian Sabogal

haya desinterés por apoyar a los deportistas extremos; ellos deben manifestar su interés en organizarse, y así Coldeportes empieza a colaborarles", explica Jorge Giraldo, jefe de prensa de la entidad.

Entonces, ¿cuáles son los requisitos para que un deporte sea federado? Una federación es una reunión de mínimo cinco ligas, cada una en diferente departamento. Para que exista una liga debe haber un mínimo de diez clubes, y cada club necesita un número de deportistas mayor a 25. Estos deben tener el debido reconocimiento deportivo en su departamento. Adicionalmente, es necesario implementar un programa de control al dopaje para que el juego sea limpio. Si todos estos requisitos se cumplen, Coldeportes hará las respectivas verificaciones y les podrá otorgar el reconocimiento.

Otra alternativa

"Desafortunadamente no hemos logrado crear un sistema unificado que nos permita tener un reconocimiento deportivo", comenta Gaitán Pache. Pero, lo que sí consiguieron es "crecer como comunidad y ser reconocidos como el deporte extremo más numeroso en Colombia. Hace 20 años no eran más de 50 *skaters* en Bogotá, ahora son casi diez mil", destaca.

Pero que el *skateboarding* sea federado "quizá no es lo más conveniente para los deportistas extremos porque los obligaría a estandarizar la actividad e imponer ciertas reglas comunes, a pesar de que una de las virtudes de esta práctica resulta de la constante evolución en los trucos y tendencias", expone Gaitán Pache.

Después de varias reuniones con representantes de Coldeportes y del IDRD, las entidades y líderes urbanos identificaron dos líneas de trabajo que tiene la institución: Deporte y Recreación. Todos los deportes extremos son un espectáculo que disfruta tanto el practicante como el espectador. Así que, basándose en ese principio de apoyar actividades recreativas, y mientras el *skateboarding* no esté incluido en el Sistema Nacional del Deporte, los jugadores empezarán por organizar una estructura de clubes recreativos.

Ellos saben bien que, del grado de organización y compromiso demostrado, dependerá que la sociedad deje de tildarlos de "desadaptados" y empiece a mirarlos como lo que en realidad son: deportistas extremos.



“ Es complicado patrocinar a varios patinadores al mismo tiempo porque los costos son elevados”

Jaime Bulla

