



COLPRENSA
Agencia Colombiana de Noticias

Colprensa, la gran escuela

Varios profesionales de la información coinciden en que esta agencia es una buena escuela para aprender y desarrollarse como periodista. Quienes trabajan allí, están constantemente redactando y enviando artículos. Los periodistas de Colprensa trabajan con la velocidad de la radio y la profundidad de la prensa.

Pág. 11

Cotidiana: una emisora del pueblo

Cotidiana, una estación radial ubicada en Cota y fundada el tres de diciembre de 1998 por un grupo de estudiantes de la Universidad de La Sabana, se ha convertido en un verdadero modelo de emisora comunitaria, autosostenible y con gran sentido de pertenencia por parte de los habitantes de esta población de Cundinamarca.



Pág. 10

En directo

Febrero de 2002. Publicación Bimestral

Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Universidad de La Sabana. Chía No. 07 ISSN 1657 - 5156

\$500

Un año negro para la libertad de prensa

Los doce meses que han pasado desde febrero de 2001 hasta hoy constituyen un año negro para la libertad de prensa en Colombia. Los ataques contra el respeto por las ideas diferentes han coartado notoriamente el derecho a informar y ser informado, y los perjudicados no son sólo los periodistas silenciados; la población civil también resulta afectada por los atentados contra los fundamentos de la vida ciudadana.

Trece comunicadores sociales perdieron la vida a manos de los violentos durante este año, sin contar aquellos que han abandonado el país a causa de amenazas.

Pág. 6

Haga click y encuentre empleo

En Colombia está por verse el momento en el que se masifique el uso del Internet, pero mientras tanto, quienes ya conocen la gran cantidad de posibilidades que ofrece la red, no deben descartar la eventualidad de que esa oportunidad de conseguir empleo que tanto han estado esperando llegue por este medio. Los periodistas también encuentran opciones de empleo en portales nacionales y extranjeros. Descubra cuál es el «perfil de un comunicador solicitado».

Pág. 5

Entre la censura y la autorregulación

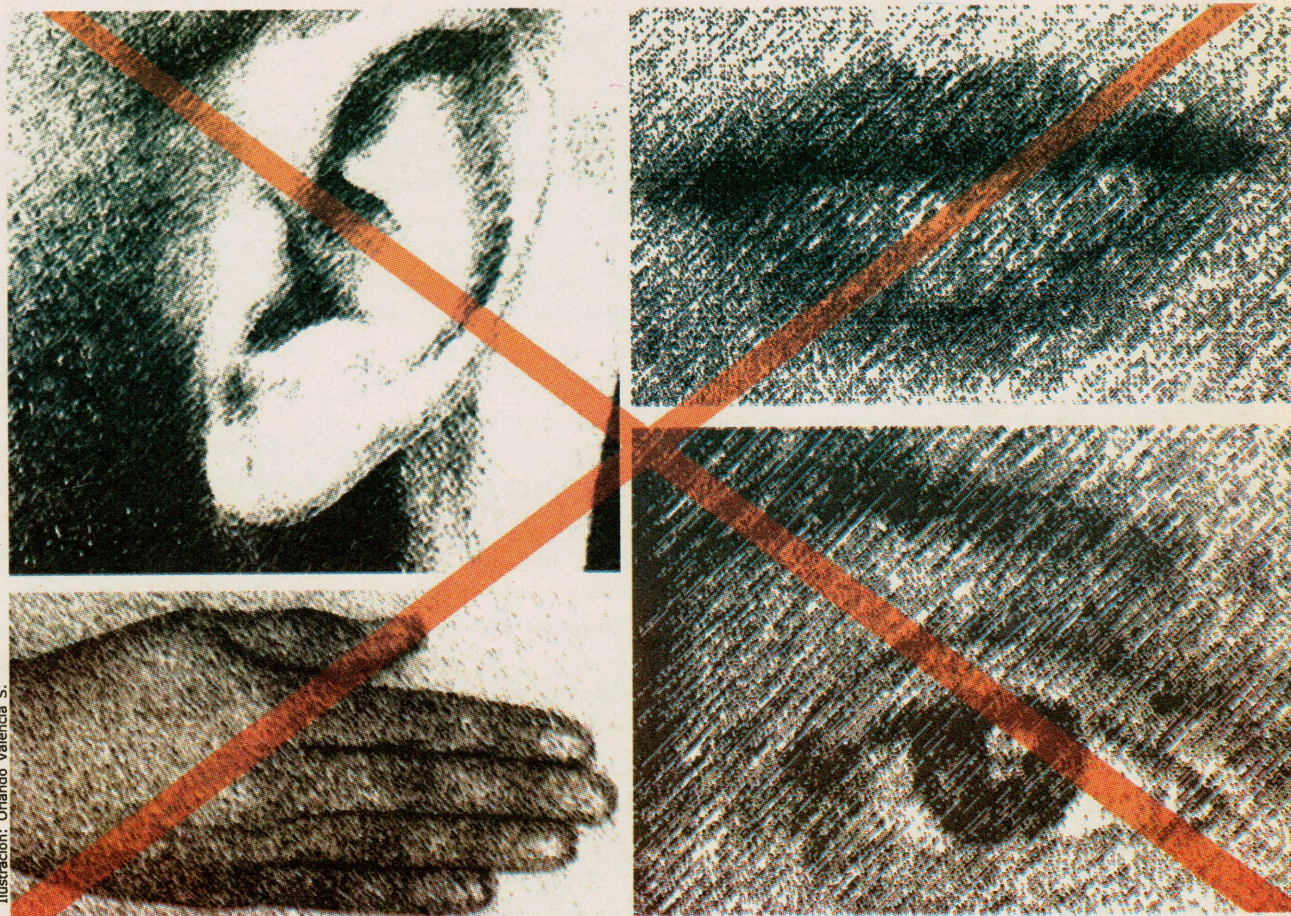


Ilustración: Orlando Valencia S.

La libertad de prensa y la ética profesional en el cubrimiento del conflicto, visto por los periodistas en Colombia”, es el título del estudio realizado por el Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana, que utilizó un sondeo de opinión aplicado a 159 de los 450 comunicadores que pueden estar trabajando en las empresas informativas del país cubriendo temas de orden público, paz, derechos humanos y conflicto armado en el país. Los periodistas fueron preguntados acerca de la libertad de prensa en Colombia y algunos aspectos de sus rutinas periodísticas. La autocensura, la necesidad de códigos de ética al interior de las empresas informativas y de elevar la calidad de los profesionales de la comunicación social, son algunos de los datos que revela este trabajo, en el cual quedan también señaladas las principales deficiencias en el ejercicio del periodismo: el síndrome de la chiva y la difusión de informaciones sin confirmar.

Pág. 8 y 9

2 Editorial

El miedo de la prensa en Colombia

Por César Mauricio Velásquez O.
Decano Facultad de Comunicación Social
y Periodismo Universidad de La Sabana



Los ataques a la libertad de prensa en Colombia van de la mano del recrudecimiento del conflicto armado, el debilitamiento del gobierno, la corrupción de la clase política y las precarias condiciones laborales de muchos comunicadores. Lo más trágico es la cifra de 31 periodistas asesinados en los dos últimos años en el país, los ataques con bombas a las sedes de los medios de comunicación y el miedo que se ha generado en las redacciones para trabajar sin ataduras.

Es lamentable que ante estos hechos el Gobierno carezca de una política firme en defensa de las libertades básicas de los profesionales de la comunicación y que ayude a salvaguardar el derecho de los ciudadanos a estar bien informados. Es imposible construir un gobierno de autoridad sin libertad de expresión y no es bueno comprobar que las mordazas, autocensuras y presiones a los periodistas son proporcionales a la debilidad de la democracia. Así queda reflejado en un reciente sondeo del Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana, aplicado a 159 periodistas en 30 ciudades del país la primera semana de febrero.

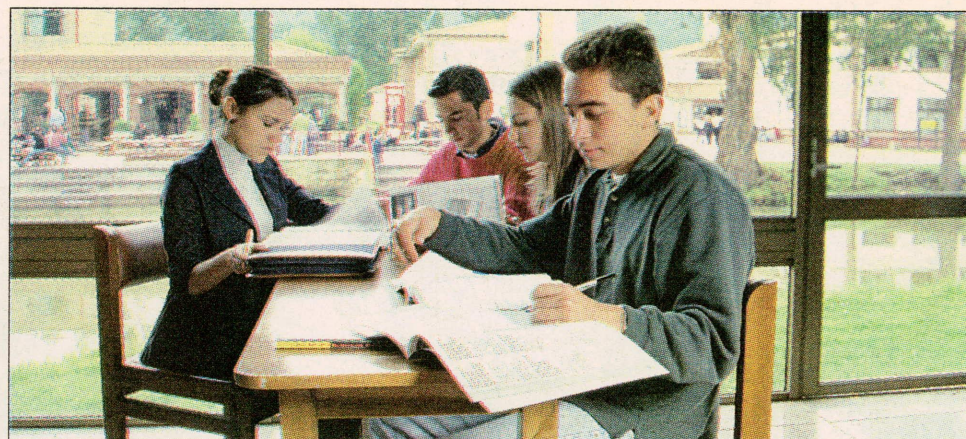
Un 48% de los periodistas opina que los grupos de autodefensa son los que más intimidan a la prensa, seguidos de la guerrilla en 25%; pero el dato nuevo corresponde a que los

periodistas también se sienten intimidados por los anunciantes, 9%, y por el Gobierno 10%.

Igual de preocupante es la inestabilidad laboral de muchos periodistas, esto también contribuye al miedo. El 52% opina que la autocensura al interior de cada medio es fruto de intereses económicos, políticos y empresariales. Así mismo advierten, en un 82%, que la carrera loca por la sintonía en radio y televisión ha llevado a los medios a emitir informaciones sin confirmar, es decir, el síndrome de la chiva sigue vivo y creciendo. Sobre la credibilidad de los medios en el cubrimiento del conflicto, el 40%, le cree más a las versiones de los periódicos y un 30% a la televisión.

La mayoría de los periodistas consultados, el 74%, está a favor de tener códigos éticos para elevar la calidad de la información, sin duda un dato esperanzador para el periodismo colombiano. Según el sondeo, el comportamiento ético se enfrenta a riesgos y dificultades difíciles de superar que van desde la intimidación de los actores del conflicto, hasta las presiones del gobierno y anunciantes.

Para hacerle frente a tantos desafíos los colegas reclaman unidad del gremio, compromiso del Estado y mejor preparación personal e intelectual de los nuevos comunicadores. En esta misión estamos comprometidos desde la Universidad en franca relación con los colegas y medios de comunicación.



Lo que ignoraba la historia

Por Oscar Segura Ortiz
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Los innumerables hechos que hacen de la historia una cuna de nuevas generaciones, están condenados ante el presagio de una humanidad sin memoria, que de no preocuparse por los avatares del pasado, seguramente recaerá en el error. De este modo, el producto de una ignorancia alimentada o de una enseñanza sin dirección clara, nos señala la preñez de una juventud libre de sus actos, pero sin esperanza de liderazgo; esperanza que pide a gritos nuestra patria desangrada.

Pero no se trata del liderazgo que ha acompañado al Estado durante todos estos años; se trata de uno enteramente nuevo, dispuesto a emprender un redireccionamiento con bases firmes, sentadas sobre el conocimiento de una historia nacional enrevesada por la ignorancia de muchos y la viveza de pocos.

La universidad desempeña ahí un papel fundamental: el de esforzarse por despertar una actitud de crítica con fundamentos y de creación de ideas encaminadas a la acción. Una tarea ardua en tiempos donde la conciencia social por la problemática nacional ha quedado silenciada por avalanchas publicitarias que le venden al hombre desde una idea política ausente de principios hasta un encuentro íntimo con sólo una llamada. A la postre, el alboroz social.

¿Será el hombre una especie en vía de auto extinción? Por qué no. Los índices de muerte aumentan de forma proporcional con los índices de ignorancia

y estos con los de natalidad; ya lo analizaba Eduardo Galeano. Una opción menos de trabajo para un colombiano significa, por lo menos, tres personas en condiciones no óptimas por alimentar.

Día a día el cronómetro de una bomba que está a punto de explotar corre con mayor rapidez conforme a los acontecimientos rutinarios de un país que no repasa los hechos que marcan el presente, y que comienza a hincharse de ira y dolor mientras sus hijos mueren en medio de la lucha por sobrevivir.

Mentes brillantes pasan a diario por las aulas, sólo que inadvertidas por la ausencia de comunicación.

Cuando el hombre busque equilibrar su vida social, afectiva e intelectual con la envergadura y los cimientos de su existencia, tal vez encuentre como edificar un sistema de equidad,

fraternidad y justicia. Pero largo tiempo pasará para que esta nación se pronuncie en contra de la aparatosa realidad que la consume en la decadencia en vez de aceptarla y resignarse.

Mentes brillantes pasan a diario por las aulas, sólo que inadvertidas por la ausencia de comunicación. Es seguro que la materia prima más valiosa de una nación es el garbo y el arte de los hombres dispuestos a su defensa y no la bellaquería de unos pocos con intereses personales. Las verdaderas fuentes de exploración están en las mentes de esta nueva generación.

El país esta lleno de cosas que vale la pena recuperar, pero eso implica convicciones fuertes; decidir qué hacer y realizarlo hasta el fin, aceptando cada uno su propia responsabilidad.

En directo

Periodico universitario para comunicadores y periodistas. Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Universidad de La Sabana.

Consejo Editorial

César Mauricio Velásquez, Martha Lucía Restrepo, Adriana Patricia Guzmán, Juan Carlos Gómez, Alfonso Forero, Sergio Llano.

Gerencia General

Patricia Rocca

Dirección Editorial

Liliana María Gutiérrez

Editor General

Diego Patiño

Diseño y Diagramación

Orlando Valencia Sarmiento



Redacción

Álvaro Acuña, Jaime Alberto Amador, Yeferson Asprilla, Giuseppe Caputo, Jaiver Andrés Gómez, Oscar Segura, Guber Zora.

Fotografía

Rocío Mendieta, Ana Palacios.

Ilustración y Producción

Diego Patiño

Orlando Valencia Sarmiento

Equipo Comercial y de Relaciones Públicas

María Carolina Arbeláez, Angélica María Hincapié.

Preprensa e Impresión

Cacimpre Ltda. Teléfono: 4130659 - 4130660

Universidad de La Sabana

Campus Universitario Puente del Común, Km. 21

Autopista Norte, Bogotá, Cundinamarca, Colombia.

Teléfono: 8615555 exte. 1907/08/10

Fax: 8618517 e-mail: endirecto@unisabana.edu.co

Los planteamientos de los columnistas no comprometen el pensamiento oficial de En directo ni de la Universidad de La Sabana.

Por Diego Patiño
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Andrés Felipe Pérez, la telenovela de fin de año

La guerra estrella

Cada vez más, y gracias a los medios de comunicación, el conflicto colombiano parece una telenovela saturada de lágrimas y sentimentalismos. Las emociones humanas que podría generar el conflicto para intentar 'depurarlo' están siendo mal manejadas. Lo peor: parece gustar entre el público.

La belicosa realidad, que a manera de telenovela —o en el peor de los casos reality show— llega en indiscriminado bombardeo de 'información' a nuestros hogares todos los días, cerró el 2001 (como si se tratara del fin de una temporada de algún programa) con uno de los capítulos más descarnados y salido por completo de cualquier proporción. Andrés Felipe Pérez Ocampo, víctima del Gobierno, de las Farc, de los medios, de nosotros mismos, se convirtió en la atracción mediática, casi circense, de final de año.

Luego de convertirse en discurso, credo y bandera de todos, el menor y sus familiares se dieron cuenta que de nada valían las súplicas y el dolor que podían estar sintiendo. El hecho de que hubieran decidido cortar cualquier contacto con los medios de comunicación desde el momento en que el pequeño fuera internado por última vez en el hospital días antes de morir, pone de manifiesto una repelencia hacia el mal manejo de las emociones humanas a través de los medios, así como la escandalosa parafernalia de un hecho que en sí mismo no era noticia sino más bien anecdótico. Un clamor en medio del conflicto que fue manipulado por todos los actores de la guerra, incluidos los propios medios de comunicación, con la televisión a la cabeza. Tal como lo señaló Ómar Rincón en su columna del 23 de diciembre en el diario El Tiempo, «Andrés, el niño, fue convertido en sensación de la última compasión de moda».

El problema con respecto al manejo de las emociones en los medios surge cuando a partir de la necesaria humanización de la noticia (sobretudo en nuestras condiciones como nación) no se abre campo hacia las generalidades que puedan convertir un caso particular en el reflejo de lo que vive un país. Según Amparo Pérez, defensora del televidente en Caracol Televisión, «los noticieros en general se dedican más a presentar el hecho (caso de la niña que le quemaron las manos, la vendedora de rosas, etc.) pero no se ataca el problema a fondo de los niños que son maltratados o víctimas de la violencia». De tal manera que la formación de conciencia sobre causas sociales y creación de vínculos de identificación colectiva —ambas funciones primarias del periodismo— está siendo mal manejada, si no olvidada.

Sin embargo, hay que precisar que la intención de los medios no es en ningún momento premeditada.

Sencillamente, lo que ocurre es que la tradición y la costumbre de crear íconos —y últimamente mártires— de la guerra en Colombia están arrastrando a los medios a una espectacularización inconsciente en la medida en que los mismos no permiten espacios para la reflexión, la sedimentación y análisis informativos.

Los canales privados de Caracol y RCN incurrieron, precisamente, en un abuso de emociones lastimeras. Convirtieron todo el asunto de Andrés Felipe en poco menos que un espectáculo de fenómenos con la falsa pretensión de tallar el 'rostro bueno' de la guerra y la precipitada esperanza de una resolución menos infeliz como la que al final acabó por darse. Basta con revisar los titulares melodramáticos con que Noticias Caracol se hacía sentir cada vez que cualquier nimiedad rondara al pequeño. O la forma con que periodistas como Claudia Gurisatti enarbolaban las banderas de una cruzada que no terminó por aportar nada, en supuestos intentos de los medios por reconstruir un país.

Pero la exacerbación alcanzó todos los ámbitos periodísticos, incluidos los escritos. Para Germán Rey, Defensor del lector de El Tiempo, este diario alcanzó a estar al «borde del sensacionalismo», cuando publicó en primera página al día siguiente del fallecimiento del menor, la foto del mismo en su ataúd, mientras sus familiares y allegados lloraban a su alrededor. Lo que es peor, esta imagen fue catalogada al domingo siguiente como 'La foto de la semana', como si se tratara de cualquier evento social.

Por ahora no hay que ser demasiado listos para darse cuenta que en menos de lo que se demora una persona en encender su televisor vamos a tener nuevos y más patéticos casos como el del niño Andrés. Casi con toda seguridad veremos dentro de poco, especies de fusiones entre niños mutilados por las minas y coroneles Acosta, entre 'madres de las Delicias' y niños con cáncer. Por supuesto, para entonces nos encontraremos de nuevo con aquellos que se han apoderado del protagonismo del país de manera innecesaria y buscan que la "perfecta" miseria humana sea el "perfecto" maquillaje que empolve sus "perfectos" rostros delante de las cámaras..



Ilustración: Diego Patiño

Opinión

Por Carlos Alfonso Velásquez. Jefe Área de Opinión Pública
Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Más sentimientos que reflexión

Enero, nuevo año, nuevas energías, nuevos propósitos...esperanza en que las cosas marchen mejor. Muchos Colombianos iniciaron el 2002 con un pensamiento consciente o inconsciente: "a pesar de las crisis del proceso de paz con las Farc, es muy probable que en el último lapso del gobierno Pastrana se recomponga la negociación y empecemos a ver definiciones para que, ipor fin!, termine la guerra descompuesta, degradada y confusa en que estamos.... hay esperanza".

Pero..., recién pasaron las fiestas, los baldados de agua fría empezaron a caer sobre la opinión pública. Frente a las cámaras de televisión, el vocero de las Farc calificó de mentiroso al comisionado de paz y el Presidente, mirando el reloj, dio el ultimatum de 48 horas. El chorro de agua fría paró un poco cuando, gracias a la intervención de la ONU, los países amigos y representantes de la jerarquía de la Iglesia Católica se logró un acuerdo de cronograma para discutir con prioridad el cese de fuego y hostilidades, y se detuvo la operación militar sobre el área de distensión. No obstante, la escalada terrorista que siguió a la firma del acuerdo y prórroga de la zona, dio al traste con el asomo de esperanza. Es decir, para amplios sectores de una opinión pública -insuficientemente informada como la colombiana- la posibilidad de percibir definiciones en el camino hacia la paz sencillamente se desvaneció durante el primer mes del año.

Y al cierre del mes vino la encuesta sobre intención de voto con un resultado obvio: se premió al candidato percibido como portador de definiciones para terminar la guerra. No importa el costo. La desesperación por las indefiniciones y el agotamiento con la violencia política, hacen que eso, los costos de diferente índole, no sean motivo de preocupación, y mucho menos de discusión racional. Varios estudios de ciencia política han demostrado que, durante los debates electorales, la intención de voto de la mayoría de la gente es influenciada mucho más por los sentimientos que suscitan los candidatos que por razonamientos sobre los beneficios o viabilidad de sus propuestas.

El entusiasmo hacia alguien portador de definiciones para un futuro mejor, sin guerra, pesa mucho más que, por ejemplo, cuestionarse sobre si la estrategia a implementar -imponer el principio de autoridad, acabar la zona de distensión, exigir el cese al fuego, introducir veeduría internacional y pedir más ayuda militar a EE.UU- conduciría realmente a quitarle combustible a esa guerra para ambientar la negociación, o por el contrario, le agregaría mas leña a la hoguera. Ahora bien, ¿de donde provienen os insumos para el clima de opinión? En primera instancia de los hechos protagonizados por los violentos, y de la coherencia y permanencia del discurso del candidato. Pero cabe un cuestionamiento ¿es la realidad la que causa desesperanza?. O, ¿ es la forma y contenidos con los que la televisión transmite esa realidad?.

He descrito el clima de opinión adverso a la indefinición. ¿Qué efecto habrá tenido sobre la opinión haber visto en la pantalla chica -cual película de la 2ª guerra mundial- grandes movimientos de tropas similares a aquellos que antecedieron la invasión de

Normandía?, ¿Cuál el efecto cuando, a pesar del reloj del Presidente, se suspendió la operación militar y empezaron a ver torres de energía y puentes derribados, y víctimas inocentes?. ¿Hubo algún informe que invitara a recordar que las guerrillas no operan como un ejército regular en frentes definidos, y que, por ende, los carros de combate Cascabel -a los que tantas tomas se les hicieron- son más ruidosos que efectivos?, ¿Hubo notas que llamaran la atención en que las selvas del Caguán son radicalmente diferentes a las playas y llanuras de Normandía?, ¿O acaso informes en los que se hiciera ver que - sin justificarlos- los actos terroristas eran, probablemente respuesta a esos movimientos de tropas amenazantes, provenientes de una guerrilla que se siente débil, pero que no puede demostrarlo?.

¿Será que los informes sobre la negociación y la guerra en los noticieros de televisión tienen una óptica puntual y cortoplacista,

sin contexto?. La única respuesta válida es sí; de otra manera no se entendería por qué no estimulan la reflexión sino los sentimientos, aquellos que en sí mismos son inestables, vulnerables y manipulables. Con la política "mediatizada"- que día a día amplía su espacio de acción e influencia, la televisión ha ido adquiriendo un papel cada vez más medular en el tipo de sentimientos que se estimulen en los potenciales electores. Más aún en Colombia, donde los riesgos de seguridad para los candidatos hacen que las campañas políticas se realicen más en la pantalla chica que en la plaza pública, y donde el grueso de la población no lee prensa escrita, pero sí ve televisión. ¿Son conscientes los dueños y directores de noticieros de televisión y programas de opinión, de su responsabilidad frente a la sociedad y frente a la historia?

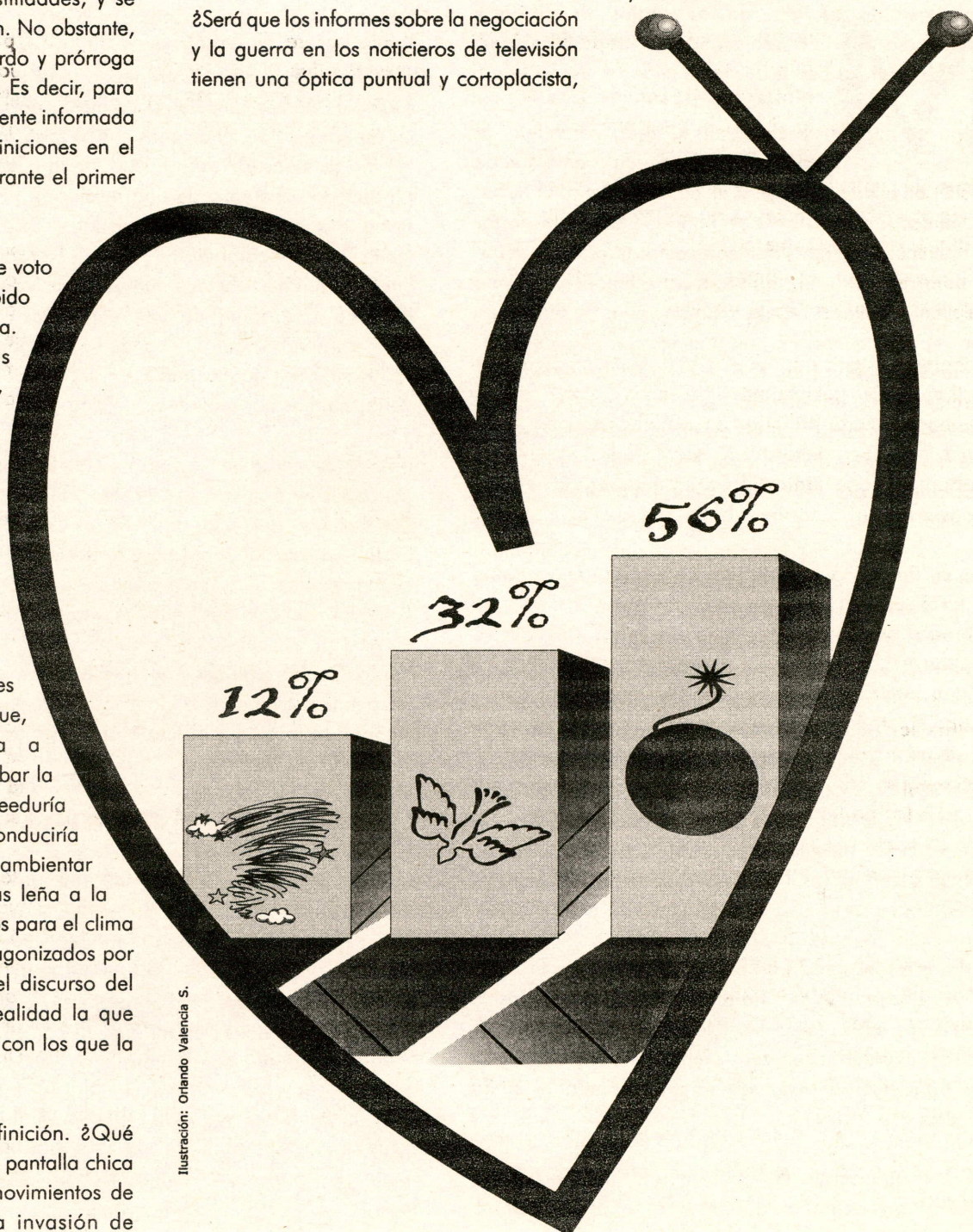


Ilustración: Orlando Valencia S.

Nuevos Medios

Haga click y encuentre empleo



monster.es
La web de empleo líder en el mundo

Empresas grandes y medianas empiezan a ver la internet como una herramienta indispensable para la búsqueda de personal, y esto también incluye a los periodistas. Para competir es necesario cumplir con el perfil de un comunicador moderno. Aquí le contamos cuáles son las exigencias del mercado.

CLICK@empleo.com

Perfil de un comunicador solicitado



Por Guber Zora
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Mientras los estudiantes de periodismo aún no están seguros de su futuro profesional, los periodistas que tienen la suerte de estar empleados no se explican de qué forma han llegado a obtener un puesto fijo a pesar de las difíciles circunstancias del mercado. De cualquier forma, es indispensable pensar en distintas opciones que nos pueden llevar a conseguir un buen empleo sin contar necesariamente con una «palanca» o una referencia personal.

En Colombia está por verse el momento en el que se masifique el uso del Internet, pero mientras tanto quienes ya conocen la gran cantidad de posibilidades que ofrece la red, no deben descartar la eventualidad de que esa oportunidad que tanto han estado esperando llegue por este medio.

Mónica Puerta, periodista egresada de la Universidad de La Sabana y actualmente editora de un portal llamado gestionhumana.com, tuvo la fortuna de emplearse allí gracias a que registró su hoja de vida en una página de Internet. Ella, al igual que todo su equipo de trabajo, es el más claro ejemplo de que conseguir empleo en la red no es una misión imposible. Clickempleo.com, por ejemplo, es una página que brinda a los profesionales la posibilidad de entrar a su base de datos y registrar sus hojas de vida en una lista que consultan varias empresas de distintos sectores del mercado.

En el área de las comunicaciones existen algunas compañías que están afiliadas a este portal como Inravisión, CM& TV Ltda., Punch S.A., RCN T.V S.A., Revista Dinero, Revista Credencial, entre otras empresas, que además de tener a disposición las hojas de vida de varios comunicadores, periodistas y publicistas, también cuentan con distintos servicios como actualización de datos y códigos relacionados con recursos humanos a nivel internacional.

Para la editora de gestionhumana.com los profesionales deben prepararse más para responder adecuadamente al alto perfil que esperan las empresas; ellos deben manejar habilidades como trabajo en equipo, orientación al servicio, liderazgo, redacción y conocimientos de multimedia e inglés.

Andrés Galindo, director de negocios corporativos de la empresa editorial Legis S.A está de acuerdo en que los empleos que están disponibles para periodistas en Internet son trabajos de perfiles muy altos en los que se requiere tener conocimiento tecnológico, facilidad para trabajar en diferentes culturas, capacidad para manejar adecuadamente el tiempo y ser capaz de asumir compromisos altos.

Mauricio Mendoza, editor de contenido de la página eempleo.com, está convencido de que las ofertas de empleo para comunicadores están enfocadas a perfiles empresariales y organizacionales y que, contrario a lo que muchos piensan, las ofertas para medios de comunicación, incluyendo Internet, son muy escasas.

De cualquier forma Mendoza considera que las referencias y contactos personales continúan siendo la forma más efectiva para buscar una nueva oportunidad de empleo; sin embargo, concluye que en cinco años, será Internet.

Contra el pesimismo existe una fórmula y se trata de la persistencia. Son innumerables los lugares que uno puede visitar para echar un vistazo a las ofertas de empleo que están a la orden del día. Para buscar empleos en otras partes del mundo, se puede consultar latpro.com o monster.com en donde es posible encontrar listados de empresas entre las cuales están la CNN, Disney, Miami Herald, NBC, Direct TV, Espn, HBO, MTV y Univisión. Indiscutiblemente el principal requisito es el dominio del inglés y otros idiomas, así que lo único que hay que hacer es abrir la mente y apostarle a las opciones que pueden estar más allá de la frontera.



Febrero 28

Universidad de La Sabana,
Campus Universitario Puente del Común kilómetro 21
Autopista Norte, Chía Cundinamarca.
(Auditorio Central)

PROGRAMACIÓN

- 8:30 a.m. Instalación a cargo de Marta Lucía Restrepo, jefe de la Sub-área de Comunicación Organizacional de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana.
- 9:00 a.m. Crisis en el sector petrolero Empresa Sindicato (Marbel Saldoval).
- 10:00 a.m. Break
- 10:20 a.m. El éxito de la Comunicación Organizacional, mucho más que sentido común (Andrés Aljure).
- 11:20 a.m. Manejo de la crisis en las organizaciones (Margaret Ojalvo).
- 12:30 a.m. Cierre

Para mayor información
Teléfono: 861-5555 extensión 1918 o 1910.

Día del Periodista

Orlando Sierra Hernández
Subdirector del diario La Patria.
Manizales, Caldas, Colombia.
Asesinado el 1 de febrero de 2002.

Marco Antonio Ayala
Fotógrafo del diario El Caleño.
Cali, Valle del Cauca, Colombia.
Asesinado el 23 de enero de 2002.

Heriberto Cárdenas Escudero
Corresponsal de los periódicos El Tiempo y El Espectador.
Periodista radial en el puerto de Buenaventura.
Valle del Cauca, Colombia.
Asesinado el 16 de noviembre de 2001.

Eduardo Estrada Gutiérrez
Periodista y presidente de una organización comunitaria afiliada
a la Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio.
San Pablo, Bolívar, Colombia.
Asesinado el 16 de julio de 2001

Jorge Enrique Urbano
Director, emisora Mar Estéreo,
puerto de Buenaventura. Valle del Cauca, Colombia.
Asesinado el 8 de julio de 2001

Parmenio Medina
Periodista colombiano afincado en San José, Costa Rica.
Director del programa radial "La patada".
Asesinado el 7 de julio de 2001

José Dubiel Vásquez
Director, emisora La Voz de la Selva.
Florencia, Caquetá, Colombia.
Asesinado el 6 de julio de 2001

Arquímedes Arias Henao
Director y periodista, emisora radial Fresno FM Estéreo.
Fresno, Tolima, Colombia.
Asesinado el 4 de julio de 2001

Pablo Emilio Parra Castañeda
Gerente y reportero, emisora radial Planadas Cultural Estéreo.
Planadas, Tolima, Colombia.
Su cadáver fue hallado el 27 de junio de 2001.

Edgar Tavera Gaona
Periodista de una emisora comunitaria en Guepsa,
Santander, Colombia.
Asesinado el 18 de mayo de 2001

Yesid Marulanda Romero
Periodista deportivo de Telepacífico.
Cali, Valle del Cauca, Colombia.
Asesinado el 3 de mayo de 2001

Carlos Trespalcios
Periodista deportivo.
Medellín, Antioquia, Colombia.
Asesinado el 1 de mayo de 2001

Flavio Bedoya Tovar
Corresponsal, semanario Voz.
Tumaco, Nariño, Colombia.
Asesinado el 27 de abril del 2001

Un año negro para la libertad de prensa

Por Giuseppe Caputo C.
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

No merecen un minuto de silencio, ni mucho menos una marcha saturada de camisas blancas y cintillos verdes. Merecen más, mucho más. ¿Mensajes de rechazo para quienes trabajan incansablemente por acallar la libertad? Podría ser, mas no es suficiente. ¿Gritos de indignación? Tampoco. Muchos de ellos denunciaron constantemente los ataques contra la dignidad humana. Entonces, ¿para qué aumentar la impotencia ante las balas, si fue ésta su principal mortificación y el único atentado contra la vida del cual no pudieron huir?

Los hombres que viven y mueren por el amor a la verdad merecen, ante todo, el compromiso de los profesionales de la información por mantener una sociedad libre. Y esto no se logra con flores ni carteles sino, más bien, por medio de la búsqueda y circulación de ideas, la posibilidad de indagar y cuestionar, de exponer y reaccionar, de coincidir y discrepar, de dialogar y confrontar, de publicar y

transmitir. Lamentablemente, son muchos los que, en Colombia, intimidan, manipulan y amenazan tan noble ejercicio y, por lo mismo, son pocos los que realmente conocen la libertad de expresión y de prensa. ¿Cuántos periodistas se levantan amenazados, temerosos de transmitir una noticia que pueda poner en peligro su seguridad o, peor aún, la de su familia? Muchos. ¿Y cuántos de ellos deciden interpretar el sentir de una sociedad a sabiendas del peligro que corren? Pocos, y por eso hacen la diferencia.

Los doce meses que han pasado desde febrero de 2001 hasta hoy constituyen un año negro para la libertad de prensa en Colombia. Los ataques contra el respeto por las ideas diferentes han coartado notoriamente el derecho a informar y ser informado, y los perjudicados no son sólo los periodistas silenciados; la población civil también resulta afectada por los atentados contra los fundamentos de la vida ciudadana. ¿O es que acaso el homicidio de Eduardo Estrada Gutiérrez, impulsador de una emisora comunitaria en San Pablo, no detuvo, además, un canal de expresión para los habitantes de este pueblo? Y ni hablar de Jorge Enrique Urbano, director de noticias de Mar Estéreo (Todelar), asesinado presuntamente por denunciar la venta de drogas en las calles y parques de Buenaventura. ¿No impide esto la convivencia pacífica de todos los colombianos?

Periodistas como Arquímedes Arias (periodista radial de la emisora Fresno Estéreo, Tolima), Édgar Tavera Gaona (reportero de una radiodifusora en Güepsa, Santander) y Pablo Emilio Parra (director de Planadas Cultural Estéreo, Tolima) fueron asesinados por difundir artículos sobre las acciones de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia. Del mismo modo, se presume que José Duviel Vásquez (director de la emisora La Voz de la Selva, Caquetá) y Flavio Bedoya (corresponsal del semanario comunista Voz) fueron enmudecidos por criticar las intenciones de los grupos paramilitares.

¿Quién puede devolverle la vida a defensores de la verdad tan vigorosos como Orlando Sierra (subdirector de La Patria, Manizales), Yesid Marulanda Romero (periodista de Telepacífico) o Carlos Trespalcios (reportero deportivo)? ¿Quién puede reprochar actos tan despreciables como el ataque con un carro bomba a la sede del Canal Caracol en Bogotá, sin el temor a ser asesinado? Algunos consideran que los periodistas por excelencia son hombres que no tienen nada que perder pero, ¿quién puede abrir los ojos, levantarse y decir: "Lucharé por la libertad de expresión porque lo único que me queda es morir"? Todos tendremos siempre algo que perder. Y el que diga que no, que tire la primera piedra.

Día del Periodista

Orlando Sierra

No más batallas de silencios

«Yo espero que la guerrilla, los paramilitares, los actores violentos reflexionen y entiendan que el país no lo han podido acallar con sus armas y tampoco podrán acallar a los medios».

Por Liliana María Gutiérrez C.
Jefe Área de Periodismo
Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Con la posición valiente y decidida que siempre lo caracterizó, Orlando Sierra, se pronunció sobre el atentado terrorista perpetrado contra las instalaciones del Canal Caracol en el noticiero del medio día: "Ya estamos soportando una guerra, una batalla de armas y de atrocidades, como para que también tengamos que soportar una batalla de silencios". Sus palabras suenan ahora a premonición. Tan sólo unas horas más tarde, el mismo Sierra sería la víctima de aquellas armas, y su silencio, el precio que se paga en Colombia por decir la verdad sin tapujos.

Un sicario le propinó dos disparos en la cabeza cuando ingresaba al periódico La Patria, en el cual había trabajado por más de 15 años y del que era actualmente subdirector. Dos días después, el periodista moría, pero las palabras que medio Colombia había escuchado de su boca por el noticiero Caracol momentos antes del crimen, seguían retumbando en los oídos de muchos: «Todo atentado que se ejecute bien sea contra los medios de comunicación o contra la población civil, no deja de ser un acto de terrorismo, y tratar de silenciar o acallar los medios de comunicación es un acto doblemente terrorista porque es, al miedo, infundirle el silencio».

Y en el caso de Orlando Sierra, el silencio se produjo en aquel "Punto de Encuentro", su columna en La Patria, a donde llegaban cada domingo sus lectores para informarse a través de sus escritos agudos y críticos, en los cuales generalmente reflexionaba sobre la corrupción y el conflicto armado en Colombia.

De dónde vinieron las balas asesinas, quién de tantos violentos ordenó silenciar la voz de otro periodista más en este país, es algo que las autoridades tendrán que establecer, para que no quede impune el crimen, aunque ya para este momento, los autores materiales e intelectuales se habrán dado cuenta de que poco a poco, con cada asesinato que cometen, el pueblo colombiano va aprendiendo a unirse, a alzar la voz para protestar, a mostrar su inconformidad y a impedir que el silencio se apodere de su libertad.

Es también ésta una labor de los medios de comunicación y, en especial, de los periodistas como gremio. No podemos, en un país como Colombia, seguir desunidos, pensando cada cual en su bienestar particular e imaginando a la violencia como un mal lejano, que jamás tocará a nuestras puertas mientras nos mantengamos lo suficientemente alejados de ella y nos hagamos «los de la vista gorda» ante la corrupción o la violación de los derechos humanos. No debemos seguirle el juego a quienes esperan silenciarnos o ponernos en contra de nosotros mismos haciéndonos pensar que puedan existir razones distintas al libre y responsable ejercicio profesional para que un periodista sea amenazado o se atente contra su vida. Si nos callan o nos separan, los violentos habrán ganado la batalla.

Orlando Sierra lo sabía, y por eso sus palabras siguen siendo proféticas: «Yo espero que la guerrilla, los paramilitares, los actores violentos reflexionen y entiendan que el país no lo han podido acallar con sus armas y tampoco podrán acallar a los medios».



Fotografía: Cortesía La Patria

COMUNICADO

Pronunciamiento público
del Observatorio de Medios de la Facultad de
Comunicación Social y Periodismo
de la Universidad de La Sabana.

Los atentados para intimidar y acallar a los medios, influir en los contenidos informativos y manipular las redacciones son un plan macabro que cierra posibilidades a la convivencia pacífica.

El Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana condena los atentados contra la vida del Subdirector del diario La Patria de Manizales, Orlando Sierra Hernández y el ataque con un carro bomba a la sede del Canal Caracol en Bogotá.

Estos hechos demuestran la fragilidad de la libertad de prensa en un país inmerso en un conflicto en el que la verdad y la sociedad están a merced de la fuerza de los violentos con el ánimo de doblegar a la opinión pública. Frente a estos hechos el Gobierno y la Fiscalía General de La Nación tienen la obligación de esclarecer y castigar a los autores de los ataques con sanciones ejemplares, como expresión del rechazo social a las acciones que atentan contra la libertad de prensa.

Los atentados para intimidar y acallar a los medios, influir en los contenidos informativos y manipular las redacciones es un plan macabro que cierra posibilidades a la convivencia pacífica entre los colombianos, socavan el principio de la libertad de expresión e impiden el ejercicio profesional de los comunicadores y el libre acceso de los ciudadanos a la información.

Invitamos a los propietarios, directores, periodistas y demás profesionales de empresas de comunicación a unir esfuerzos en defensa de la libertad de expresión y rechazar cualquier juego que los arrastre a tomar parte en uno de los bandos.

Bogotá, Colombia,
enero 31 de 2002

8 Desde el Observatorio

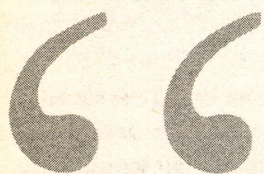
La libertad de informar en Colombia:

Entre la censura y la autorregulación



Ilustración: Orlando Valencia S.

Por German Ortiz Leiva
Profesor Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana



La primera víctima de la guerra es la verdad”, es una conocida frase para iniciar intervenciones en recintos académicos, anteceder ensayos periodísticos y hasta

matizar discursos políticos, sobre la labor de informar ante una situación inminente de conflicto social, civil o militar, y como reconocimiento de los obstáculos a superar cuando se trata de comunicar los hechos en circunstancias particulares como la guerra misma.

De ahí la importancia del estudio que el Observatorio de Medios acaba de hacer público sobre “La libertad de prensa y la ética profesional en el cubrimiento del conflicto, visto por los periodistas en Colombia”. De un total de 450 comunicadores que pueden estar trabajando en las empresas informativas del país cubriendo temas de orden público, paz, derechos humanos y conflicto armado en el país, fueron sondeados 159 sobre la libertad de prensa y algunos aspectos de sus rutinas periodísticas.

Ante la difícil coyuntura socio política que vive Colombia, es necesario conocer cual es la apreciación que tienen los periodistas sobre la libertad de informar y la fuerza de los grupos de presión que muchos pueden sentir, en especial en regiones apartadas o provincias, donde cubrir informaciones relacionadas con acciones de los actores armados puede constituirse en algo altamente peligroso. A su vez, y en otro sentido, existe la circunstancia agravante de que para muchos sectores sociales, la causa principal del deterioro del conflicto en Colombia, está en la manera como los medios de comunicación “informan sobre el conflicto y trivializan los hechos”.

Libertad de Prensa

La libertad de prensa sigue siendo uno de los elementos más preocupantes del conflicto colombiano. Según cifras del Comité para la Protección de Periodistas (CPJ), 37 fueron asesinados en todo el mundo como resultado directo de su labor en el 2001. Esta cifra supera en 13 el número de comunicadores muertos en

el año inmediatamente anterior en parte, por la guerra que se libró en Afganistán, donde murieron 9 periodistas. El segundo país en la lista, es Colombia con tres profesionales asesinados en el 2001. Este dato es relevante cuando se contrasta con las presiones que reciben quienes trabajan en medios de comunicación colombianos, puesto que de cada 10 consultados, 3.5 reconocieron que en último año han sido advertidos por lo que hacen.

Censura o regulación

En medio de la incertidumbre que causa el temor de perder el puesto, o las eventuales injerencias de funcionarios del gobierno, (54%) como razones que impiden el libre ejercicio de informar, una gran cantidad de periodistas consultados prefieren ante una inevitable censura, un código de ética del medio o la propia autorregulación, (80%).

Esta idea se ratifica más adelante al preguntarse de manera directa si al interior del medio se aplica la autorregulación, puesto que el 83% consideró que sí y además atribuyó el hecho a la convicción propia y la responsabilidad profesional (90%).

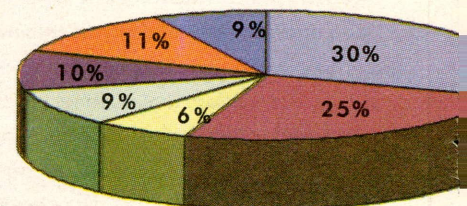
En una eventual autorregulación son otros los criterios prevalecientes ante la necesidad de restringir información para conocimiento de la opinión pública. Los propios hechos y no otro asunto, provenientes de la compleja realidad social, son los que deben conducir al comunicador a que en su criterio profesional, decida (autorregule) lo que es pertinente y legítimo comunicar de manera abierta y libre para el propio beneficio social (interés público) y no las veladas amenazas encubiertas en autocensura o enmarcadas en decisiones gubernamentales con la excusa de proteger el interés público. Así lo entiende la mayoría (63%), al referirse a la libertad de prensa frente a la iniciativa de la Comisión Nacional de Televisión propuesta en el último año en relación con controlar informaciones del conflicto armado.

Por eso es de gran importancia la presencia de unos códigos de ética para cada medio que sirva de guía a los criterios de regulación. Y aunque un número alto de encuestados reconoce que no lo tiene (49%) o no lo conoce (4%), el resto le da toda vigencia al mismo (47%).

Ficha Técnica: Sondeo de opinión realizado por el equipo de trabajo del Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana, del 1º al 6 de febrero del 2002. En total se entrevistaron telefónicamente a 159 periodistas de 30 ciudades del país en prensa, radio y televisión, mediante un cuestionario estructurado, dirigido a periodistas que cubren el conflicto armado en Colombia, a través de Unidades de Paz, derechos humanos, política, orden público y temas relacionados.

¿Cuál de los siguientes grupos intimida más a los periodistas?

- Autodefensas
- Guerrilla
- Narcotráfico
- Anunciantes
- Gobierno
- Grupos económicos
- Dueños de los medios

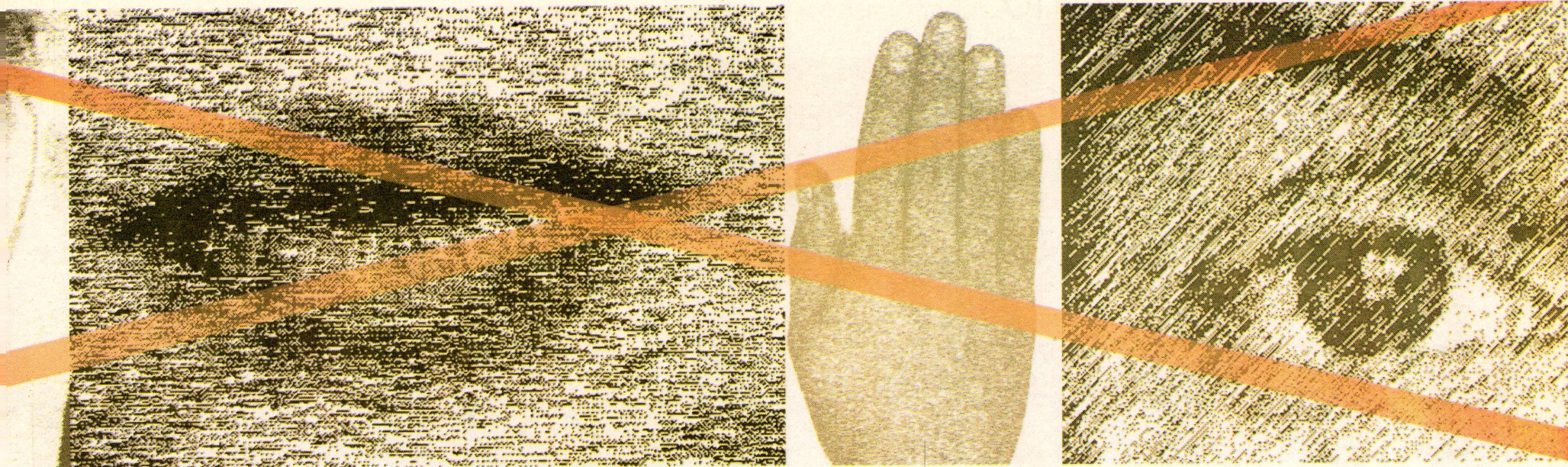


Rutinas Periodísticas

Un asunto de gran importancia para el futuro es el que tiene que ver con su credibilidad social. El 63% de los entrevistados, cree que sí hay credibilidad en las informaciones que ellos emiten del conflicto armado. Esto en parte se puede explicar por el tiempo dedicado a la gran difusión de este tipo de noticias en los medios masivos de comunicación. Para muchos comunicadores, quizás el tiempo dedicado puede traducirse en credibilidad, por eso es necesario hacer algunas aclaraciones.

En Colombia pocas personas ponen en duda la cantidad de tiempo que se destina en los medios para hablar del conflicto. A manera de ejemplo, tan sólo en un día, el domingo 20 de enero y ante la posibilidad de ruptura del proceso de conversaciones entre FARC y gobierno, los noticieros televisivos ocuparon más del 65% de sus emisiones del día a revelar detalles de lo que acontecía minuto a minuto en la Vereda Los Pozos.

Otro asunto es el cómo están informando. El ciudadano corriente recibe extensa información sobre la búsqueda de la paz en Colombia. El trasfondo es diferenciar que tipo de información se genera sobre el tema y cómo la opinión pública, le califica y cualifica el hecho en sí mismo a partir precisamente, de la información suministrada por los medios de comunicación.



Esa es la naturaleza de lo social de los medios de comunicación. Su mérito y la vez, su mayor responsabilidad. De ahí que se insista en la reevaluación del concepto tradicional de lo noticioso como algo llamativo y efímero. No se puede elaborar contenidos informativos del tipo "emitir para olvidar", como tradicionalmente se ha hecho, porque tal vez pueda causarse un efecto contrario, el efecto "bumerang", al que se refería en días pasados el periodista serbio Zlatko Dizdarevic invitado por la Corporación Medios por la Paz a Colombia, porque afectan la credibilidad de muchos periodistas que de manera sincera trabajan para informar de la manera más profesional.

Esto explica a su vez las opiniones divididas ante la pregunta del efecto producido por el ejercicio del periodismo frente a la misma libertad de expresión, como valor fundamental de la libertad de prensa. Mientras que el 45% reconoce que se ha fortalecido por cuenta de la práctica periodística, un 40% cree que se ha debilitado y un 13% que no ha ocurrido nada.

Derechos Humanos

Otro tema de gran trascendencia para el ejercicio del periodismo, es el relacionado con el tema de los derechos humanos. Ante la inquietud de si el tema recibe un tratamiento propositivo por parte de los medios, el 57% cree que sí ante un 37% que cree que no. Aquí el 6% no supo contestar, con lo que resulta preocupante de todas maneras que haya algunos periodistas que aún no tengan claridad al respecto.

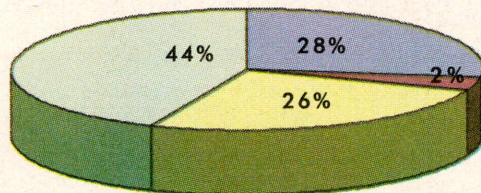
Sin embargo resulta muy llamativo que el 44% cree para que esto sea posible, es necesario elevar la calidad de los periodistas. De nuevo en este sentido, el recurso humano parece ser lo más valioso para recuperar la credibilidad y el reconocimiento social del gremio ante la opinión. Esto puede resultar de suma importancia incluso para los propios empresarios del medio que deben entender que entre más capacitados estén sus propios comunicadores, la calidad profesional del medio aumentará, independientemente de las inversiones en tecnología que se puedan hacer en el mismo sentido.

Víctimas civiles

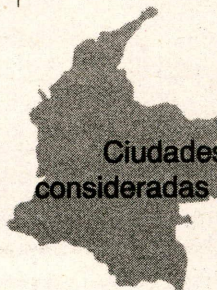
Un conflicto con las características del colombiano, debe contar con periodistas que reconozcan la importancia de divulgar y preservar los principios del derecho internacional humanitario. Son muchos los casos de violación que se comenten por parte

El Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana realizó un sondeo de opinión dirigido a periodistas de todo el país, para explorar cuáles son los posibles obstáculos al ejercicio de la libertad de prensa a los que se enfrentan los comunicadores.

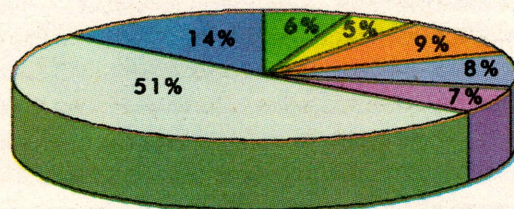
¿Cómo ayudar a fortalecer una cultura ciudadana por el respeto de los derechos humanos desde el medio en que trabaja?



- Con un código de ética propio
- Con una mejor actitud del director
- Con un mayor compromiso de los dueños del medio
- Elevando la calidad de los periodistas



Ciudades o regiones de Colombia consideradas peligrosas para el ejercicio del periodismo



- Antioquia
- Barrancabermeja
- Bogotá
- Florencia
- Putumayo
- Todo el país
- Zona de distensión

de los actores armados y en los cuales se ven involucradas víctimas civiles. Esto parece estar claro para un 49% de los periodistas sondeados. De hecho gran parte de la información referida al tema del conflicto, se dirige a cubrir víctimas provenientes de masacres, secuestros o ataques militares indiscriminados.

Informar para dar puntos objetivos de referencia a la sociedad entera que por razones obvias, no entiende las razones complejas de un largo proceso de resolución del conflicto armado colombiano. Este asunto es bien importante, para fortalecer la opinión del ciudadano común, muy vulnerable al tema de la guerra y de la paz, aún más, cuando estamos en medio de una contienda electoral en la que las opciones fáciles y llamativas suelen aparecer arrastrando no-solo a los electores, sino también a los informadores que terminan escribiendo sus notas con la idea de que Colombia no tiene otra opción que la guerra generalizada.

La búsqueda incesante de la objetividad

Las dos últimas preguntas se dirigen a reconocer un viejo problema de la prensa moderna en el mundo entero. El síndrome de la chiva es un asunto no resuelto aún ni por los directores de los medios ni los dueños de los mismos, aunque paradójicamente reconocido y criticado por muchos de los comunicadores entrevistados al respecto.

El 82% de los periodistas cree que los medios en Colombia emiten informaciones sin confirmar. A su vez el 90% de las causas se reparten entre el síndrome de la chiva, los niveles de sintonía y la prisa en la emisión, en últimas, nombres distintos de un mismo problema.

Nada más peligroso para los medios de comunicación nacionales que luego, pueden ser señalados injustamente por su sociedad, como los culpables de una impredecible situación, que no produjeron ellos, pero que tampoco hicieron nada para transformarla. Finalmente es válido recordar una frase de John Moody, vicepresidente del Fox News Channel a propósito de la guerra de Estados Unidos contra el terrorismo a fines del año pasado, la cual puede cobrar vigencia ahora para los propios medios colombianos: "Cubrir la guerra de Afganistán es como describir un gato negro en una habitación a oscuras".

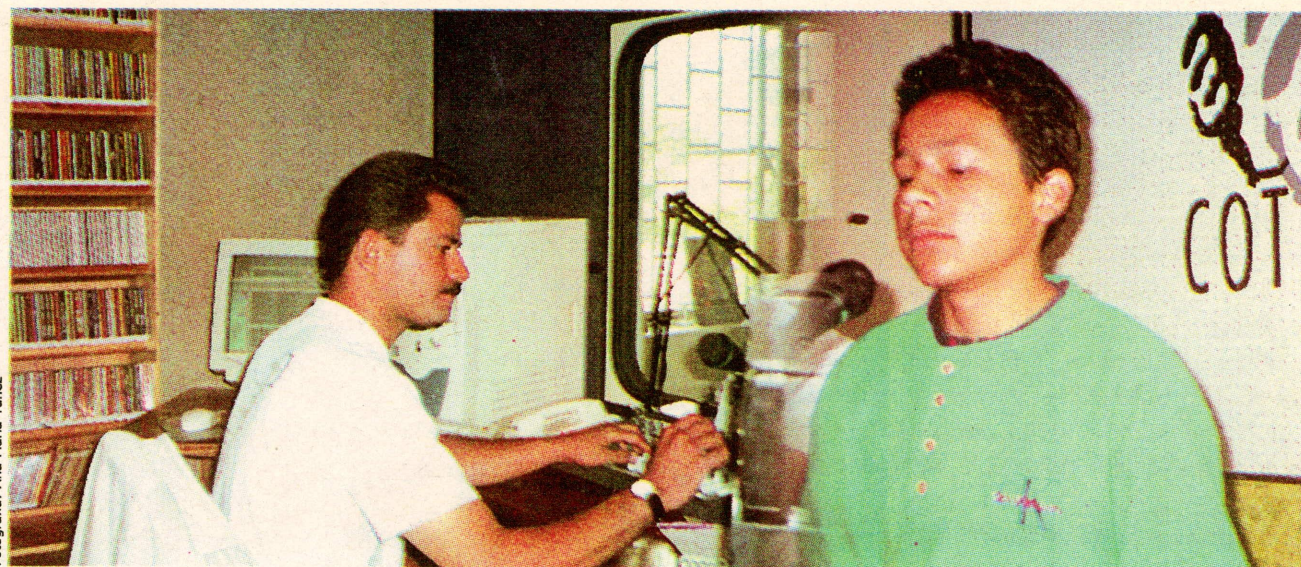
Informe especial

Cotidiana

Una emisora del pueblo y para el pueblo

Por Ana María Yañez
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Hace tres años se creó Cotidiana, una emisora comunitaria que presta servicios sin ánimo de lucro y que ha tenido gran aceptación en el pueblo. Lo que empezó como un proyecto universitario es hoy un móvil social para el municipio de Cota.



Fotografía: Ana María Yañez

La radio en Colombia es un medio que mueve a millones de personas gracias a su amplia cobertura y fácil acceso. Algunos municipios tienen la oportunidad de escuchar una gran variedad de emisoras que los informan y los entretienen, pero sólo algunos tienen el privilegio de contar con una emisora propia que les proporcione además, un servicio comunitario. Este es el caso de *Cotidiana*, una emisora ubicada en Cota, fundada el tres de diciembre de 1998 por un grupo de estudiantes de la Universidad de La Sabana quienes, teniendo la oportunidad de ayudar a una población allegada a la capital, decidieron iniciar este proyecto sin ánimo de lucro.

Existe una legislación que permite la formación de radios comunitarias, sin embargo, son pocas las personas que se miden al reto. *Cotidiana* ha generado unos importantes espacios para el pueblo y sus alrededores, hasta el punto de convertirse en el medio más influyente de Cota. Al ser una emisora, de bajo presupuesto, no le es posible contar con mediciones o estudios de audiencia, sin embargo, gracias a algunos sondeos de opinión, se pudo conocer que el 60% de los 15.000 habitantes de Cota escucha la emisora.

Jorge Enrique Castro, locutor de *Cotidiana*, asegura que "aunque no todos son radioescuchas frecuentes, tenemos la certeza de que toda la comunidad está enterada de la existencia de la emisora". *Cotidiana* goza de un amplio sentido de pertenencia por parte del pueblo, ya que la reconocen como su emisora, aquella que los escucha y los hace ser escuchados. Diariamente se reciben más de ochenta llamadas, lo cual es prueba de la interacción comunitaria.

Actualmente la emisora cuenta con un equipo humano de veinte personas, encargadas especialmente de abrir espacios de participación ciudadana, con los cuales se ha logrado buena acogida. Aunque *Cotidiana* no busca enriquecerse con su servicio, necesita del dinero suficiente para cubrir los gastos de nómina y funcionamiento, así que por medio de pautas publicitarias, los habitantes remunerar esta labor mientras reciben un servicio en el cual tienen la seguridad de que su mensaje va a ser escuchado por el Target específico que buscan.

Con el acelerado avance de la tecnología en las telecomunicaciones, sólo las emisoras de grandes cadenas

lograron mantenerse bien posicionadas, las demás, entre ellas las comunitarias, perdieron prestigio y hoy en día son consideradas como radios clandestinas, que no cuentan con los recursos técnicos, humanos y financieros suficientes para alcanzar un nivel respetable de audiencia. Santiago Laverde y su equipo quieren demostrar a través de *Cotidiana* que la radio comunitaria es un medio de gran influencia y que sí es posible poseer los recursos necesarios para generar un producto de alto calidad. Al respecto, Jorge Enrique Castro opina «no estamos en desventaja ante ninguna otra emisora por prestigiosa que esta sea pues, contamos con la mejor materia prima: una comunidad propia».

Educación, función prioritaria

Las tres funciones de la radio son educar, informar y entretener. Aunque las dos últimas casi siempre se llevan a cabo, la primera casi nunca se realiza. Las emisoras comunitarias, al tener más contacto con su audiencia, tienen la posibilidad de conocer sus necesidades y crear campañas especializadas que permitan transmitir mensajes educativos. *Cotidiana* se preocupa constantemente por sacar al aire campañas cívicas que puedan ayudar, de alguna forma, a mejorar la convivencia. Son comunes las cuñas que hablan sobre el cuidado especial que se debe tener con los ciclistas y los peatones, precisamente porque la mayoría de los cotences se moviliza por estos dos medios. Aquí se puede ver como una necesidad específica es finalmente observada y llevada a los medios de comunicación, que siempre parecen estar tan distantes de las pequeñas poblaciones.

En un proyecto en donde el servicio a la comunidad es el principal objetivo, el apoyo de la población es fundamental, ya que sin él los recursos económicos no serían suficientes para seguir adelante. Santiago Laverde opina que sin las constantes llamadas de los oyentes y su apoyo a la emisora, *Cotidiana* no tendría el valor que hoy tiene. "Todos los días lo que nos anima es saber que alguien nos está escuchando porque siente que realmente le estamos prestando un servicio».

Colprensa, La gran escuela

La agencia de noticias se ha convertido en un verdadero semillero de periodistas, gracias a su nivel de exigencia y a la manera como allí trabajan, con la velocidad de la radio y la profundidad de la prensa.

Por **Jaiver Andrés Gómez**

Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

El sentimiento de alegría y pertenencia no es unilateral, los habitantes de Cota afirman estar satisfechos. Por ejemplo, Rosalba Canal, dueña de una pequeña tienda en el municipio, ha encontrado en Cotidiana un espacio en el cual promocionar su negocio, además de enterarse de las actividades que se realizan en su pueblo. «Nosotros también hacemos parte del proyecto, pues estábamos pidiendo a gritos algo así y gracias a esto los dueños de la emisora encontraron un campo propicio en donde pudieron llevar a cabo su labor.» Si los intereses de la comunidad no se vieran reflejados en Cotidiana, el trabajo no tendría sentido y, desde luego, los emisoras nacionales entrarían a hacer competencia aplastando a las municipales.

Otro aspecto importante que deben tener en cuenta los medios de comunicación es el darse constantemente a conocer. Con este fin, en Cotidiana se han diseñado unos comunicados escritos llamados «Vida Cotidiana», con los cuales se busca que quienes no la oyen, la lean. En sus números se incluye un editorial redactado por los integrantes de la empresa y además, artículos y noticias con las últimas novedades de la emisora. Al principio de la publicación aparece siempre una pequeña frase de filosofía o fragmentos de canciones que puedan sonar atractivos para el lector. Estos folletos sirven no sólo para hacerle publicidad a la emisora y a los actividades que realiza, sino también para que los oyentes conozcan los avances de la misma y así puedan saber cuáles son los espacios libres para pautar, así como cuáles son los más propicios para sus productos o servicios. De esta manera se logra actuar en dos medios de comunicación simultáneamente para poder cubrir un número mayor de personas.

emisora
COTIDIANA

Las frecuencias radiales son aún más potentes que las de la señal de televisión, es por esto que las emisoras municipales logran llegar más allá de los límites de su pueblo. En Chía, Cajicá y sectores de Bogotá tales como Suba y gran parte del Sur Oriente en donde la señal alcanza a llegar, la emisora tiene una considerable sintonía gracias a la programación 'cross over' de la misma. Así, con algunos pequeños inconvenientes económicos al principio, y con un gran respaldo de la gente. Cotidiana ha logrado posicionarse en el primer lugar de audiencia en su municipio porque es una emisora que cree en la comunidad, y por lo tanto, la comunidad cree en ella. El trabajo de los medios de comunicación nunca finaliza, y por esto es tan importante que emisoras municipales como ésta, estén siempre en continua actividad para brindarle a los oyentes un producto de buena calidad y demostrarle al país que los proyectos a menor escala también don resultados fructíferos que se ven reflejados en toda una población.

Colprensa es, para muchos periodistas, un recuerdo de gratitud y aprendizaje. Esta agencia de noticias inició labores en 1981 y nació con la idea de reforzar a la prensa regional en lo que se refiere a los hechos que se desarrollan en la capital del país.

Es decir, periódicos como El Heraldo, Vanguardia Liberal, El Universal y El Colombiano se dedican a buscar las noticias que le interesan a su zona, y Colprensa es el corresponsal en Bogotá que les informa de aquellas que tienen incidencia nacional.

A pesar de la crisis económica por que atraviesa la agencia, que la ha obligado a reducir personal e incluso a compartir instalaciones con el diario la República, las personas que trabajan allí no desfallecen.

Los computadores son utilizados, sin pausas, por periodistas y practicantes, quienes redactan constantemente noticias que son enviadas, casi al instante, a periódicos que circulan en Barranquilla, Medellín, Cartagena y hasta Bogotá, entre otras ciudades.

Varios profesionales de la información coinciden en que esta agencia es una muy buena escuela para aprender y desarrollarse como periodista. Quienes trabajan allí, están constantemente redactando y enviando artículos. Con hechos extraordinarios como la suspensión de los diálogos de paz entre el Gobierno y las Farc, fácilmente se pueden enviar más de cincuenta informes diarios, pues noticia que llega, noticia que se va, y a cada periódico le corresponde decidir qué le sirve y qué no, por eso, los periodistas de Colprensa trabajan con la velocidad de la radio. Sin embargo, también lo hacen con la profundidad de un periódico, pues al cierre entregan un producto final, donde algunos informes pueden incluir estadísticas, cronologías y entrevistas y ya en su momento, cada periódico determinará qué herramientas utilizar. Esto hace que el periodista que labore allí tenga más oportunidad de entrar a cualquier medio.

Juliana Hernández, una joven practicante quien empezó en el área de generales (salud, informática, educación, trabajo) y ahora hace un remplazo en la sección de culturales, afirma que aprendió a escribir mejor, a tener criterio, a manejar fuentes y a superar el "síndrome de la hoja en blanco", que consiste en tardar varios minutos frente al computador sin saber por dónde empezar a escribir. Andrés Felipe Osorio, quien empezó como asistente de la sección económica y ahora es auxiliar de la edición nocturna, asegura que adquirió responsabilidad y "olfato periodístico", debido al permanente contacto con la noticias. Los dos coinciden en que mientras uno esté

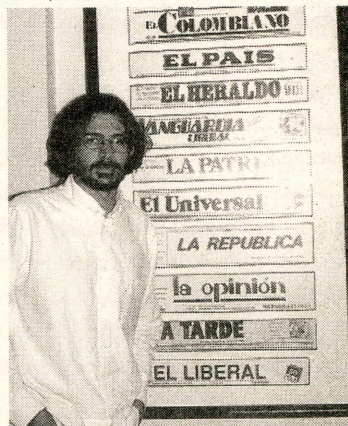
dispuesto a aprender, con seguridad siempre encontrará gente dispuesta a enseñar. El jefe de redacción de Colprensa, Roberto Vargas, añade que los practicantes curiosos y despiertos avanzan con más rapidez "y así se les van soltando cosas importantes como reportería y redacción de noticias".

Javier Héndez, redactor político de El Espectador, inició su carrera periodística en Colprensa como practicante. Arrancó haciendo un monitoreo radial, pasó a escribir notas para las ediciones dominicales y después hizo reportería diaria para la sección de generales. Cuando se graduó, le ofrecieron ingresar a la nómina de la agencia como redactor político; meses después lo llamaron para trabajar en el Espectador. En la agencia aprendió a "pulir el criterio periodístico" y agradece la oportunidad que le dieron de adquirir experiencia, pues cree que "uno puede tener las mejores notas (en la universidad), pero la experiencia es lo que cuenta". Javier Héndez asegura, al igual que Roberto Vargas, que el éxito depende más de la persona, y si ésta quiere hacer las cosas, las oportunidades están dadas. "Colprensa tiene sus puertas abiertas, lo que debe hacer el periodista es poner de

su parte y trabajar". Una vez más se insiste en la actitud del estudiante y en el empeño que le ponga a su trabajo. Sin vocación y compromiso, difícilmente se llega lejos. Los futuros periodistas deben darse cuenta de que su porvenir no depende de sentarse a esperar que lluevan oportunidades, éstas hay que ir a buscarlas.



Juliana Hernández afirma que en Colprensa aprendió a escribir mejor, a tener criterio, a manejar fuentes y a superar el "síndrome de la hoja en blanco".



Andrés Felipe Osorio, quien empezó como asistente de la sección económica, ahora es auxiliar de la edición nocturna en Colprensa.

Fotografía: Ana Palacios

En directo con

La esperanza de un futuro mejor

Tres de los más destacados periodistas colombianos dan su visión sobre el futuro del periodismo en el país y se refieren a la responsabilidad que implica la formación de nuevas generaciones de comunicadores.

German Santamaría:

«La crónica se hace un género inmortal»



Este destacado cronista, director de la revista *Diners*, se refiere al «imperioso deber» de los nuevos periodistas de desarrollar la capacidad de ver y leer la realidad mucho más a fondo de lo que en apariencia se presenta.

Por Aníbal Palomino Vargas
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Una entrevista se puede hacer en cualquier lugar, pero el ambiente y las sensaciones que se pueden percibir en el estudio de Germán Santamaría, hacen recordar que la verdadera esencia del periodismo está envuelta por un halo, un misticismo que trascienden la frivolidad de una llamada telefónica, un cuestionario por fax o un «diálogo» por e-mail. En este caso esas calurosas sensaciones las irradian el piso de madera, la puerta de roble, el sofá forrado en cuero, la biblioteca llena de libros y, sobretodo, la foto familiar en la que Santamaría aparece junto a su esposa y sus hijas.

Pertenece a una generación de hombres que hizo de las letras su razón de ser, su vida. En ellas confluyó la necesidad de entrelazar la literatura como resultado del periodismo (o habría preguntarse si fue a la inversa). Así que al hablar con Santamaría es inevitable hablar del género predilecto en su ejercicio periodístico: la crónica. «Siento que la crónica muere cada vez más, pues la inmediatez de los diferentes medios y la falta de espacio cada día la relegan a un segundo plano», comenta con cierta desilusión.

Desilusión porque los personajes retratados en cada una de sus novelas son la consecuencia de la investigación

social, la realidad de los hechos y las intimidades de las personas. Sin embargo, discutir qué tan reales son los personajes de sus historias, ha sido el epicentro de la labor de los críticos literarios como Juan Sierra, para quien el libro *No Morirás* está destinado a ser olvidado porque, según él, no alcanza lo que toda obra literaria debe lograr: «conmover y absorber al lector».

No obstante, lo trascendental del diálogo con este periodista y escritor no fue debatir lo que piensan sus adeptos y sus críticos. Más allá, están las reflexiones con las que pretende estimular a la joven generación de periodistas. Su aporte se enfila al imperioso deber de estos profesionales para que desarrollen la percepción, la capacidad tan escasa - y por lo mismo tan valiosa -, de ver y leer la realidad mucho más a fondo de lo que en apariencia se presenta, lo que él denomina, con su hablar pausado y modulado, «un tercer ojo: el ojo de la percepción, aquél que ve historias detrás de las historias».

Y es a través de ese tercer ojo por donde empieza a recorrer la mirada de lo que significa la crónica. Recuerda que alguna vez escribió una historia de colonos y se inspiró en ellos para crear un personaje propio. «Lo importante es que la crónica se hace un género inmortal, porque mientras más muestre la cotidianidad mejor cuenta la historia; el reflejo de la sociedad tal y como es. Uno como periodista no se puede inventar nada, pero puede coger una historia y tipificarla».

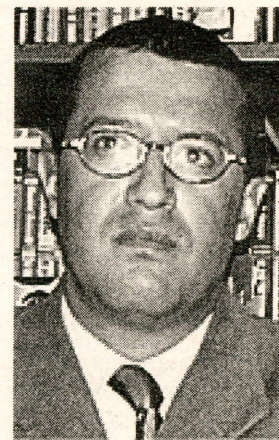
Tal vez esto sea a la explicación a su inclinación por escribir crónicas que están estrechamente ligadas con la muerte (como en el libro *No morirás*, inspirado en la avalancha de Armero). Eso no significa que trate de elevar y construir apologías a la tragedia y al dolor. Prueba de ello es el furibundo artículo que escribió en contra de Fernando Vallejo y la película *La virgen de los Sicarios*, donde, entre otras cosas, exige a los lectores de *Diners* de una manera categórica y radical, sabotear todo lo que tenga que ver con dicho autor y dicha película por tratarse de una producción que atenta desde todo punto de vista contra la dignidad de Colombia y sus habitantes.

Germán Santamaría esboza en la realización de sus crónicas el deseo vehemente de ser testimonio y prueba de los hechos que ocurren en Colombia y, al mismo tiempo, despertar en sus lectores ese recóndito lugar de sus almas donde se halla ubicado el antídoto contra la amnesia. «El periodismo literario es hacer una descripción lírica y metafórica de la realidad informativa», explica. Partiendo de esta concepción, sostiene que el problema del periodismo actual son las cifras y datos sumados a la estética, pues estos elementos no son compatibles

y, según él, la única posibilidad de lograr la trascendencia periodística en la actualidad es vincular lo escrito a la belleza artística y al contorno estético, mucho más que al hecho noticioso.

Después de escucharlo, tratando de capturar sus instantes y vivencias en diálogo espontáneo, se puede entender lo que representa el ejercicio del periodismo y en particular la crónica: tratar de absorber la realidad y plasmarla; tal y como se ha tratado de hacer aquí.

Juan Manuel Ruiz: La luz más clara entre las sombras



Con 32 años, es uno de los convocados a tomar la batuta del periodismo colombiano. Como subdirector nacional de noticias de RCN, cree que las claves del éxito son el talento y la tenacidad.

Por Carlos José Tello
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

En las salas de redacción colombianas existe una curiosidad que crece a medida que se van arrancando las páginas de los calendarios. Todos se preguntan pero nadie se atreve a hacer la inquisitiva demanda. Los redactores, exasperados, ven que la hora se acerca sin respuesta alguna: ¿Quiénes van a reemplazar a los grandes del periodismo colombiano? ¿Quiénes responderán al urgente llamado para tomar las riendas de los medios de comunicación más importantes del país? Todos viven los días de agonía que aún le quedan a la última generación de grandes periodistas en Colombia.

En directo con

Alejandro Santos:
«Bienvenida una
nueva visión del
periodismo»



El director de la revista *Semana* habló sobre el periodismo colombiano y sobre el papel que deben jugar los medios de comunicación frente al conflicto armado que se vive en nuestro país

Por Arie Saúl Kowler
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Alejandro Santos Rubino dice que el periodismo colombiano está atravesando uno de sus momentos más difíciles en cuanto a la amenaza a la libertad de prensa por parte de los actores armados. Afirma que se trata de un periodismo que tiene grandes virtudes, pero que muchas veces carece de contexto para explicarle a la gente lo que sucede en Colombia. «Es un periodismo que está en un proceso de transición; con muchos vacíos, sobretodo lo que respecta a la preparación de los nuevos periodistas».

Los nuevos periodistas que salen a ejercer su profesión en los medios son mucho más profesionales, más independientes y menos militantes en la política partidista; sin embargo, su falta de bagaje cultural y de criterio es impresionante. «Las facultades de comunicación social son un mar de conocimientos con un centímetro de profundidad; un refrán que no está muy lejos de la realidad», anota.

Los periodistas veteranos y los medios de comunicación se han quejado mucho por la falta de preparación de los estudiantes y, a su vez, las facultades de periodismo se han quejado mucho del poco compromiso de los medios frente a la preparación de futuras generaciones. «Lo que debe

haber es un compromiso, tanto de las facultades como de los medios, en tratar de formar a la generación que viene, ésa que le tendrá que decir al país para dónde hay que coger», dice Santos.

No es que sea mejor estudiar una carrera u otra, pero sí es posible que un abogado con vocación periodística tenga una ventaja comparativa frente a un periodista sin formación de abogado, en el sentido de que tiene una carrera más sólida.

Sin embargo, Santos anota que este puede ser un argumento falaz. «Creo que la preparación de cada periodista depende de él mismo y la única recomendación que podría dar a un nuevo periodista es que lea mucho. La persona que lee aprende a conocer la realidad de una manera mejor, a entender por qué vivimos en el mundo que vivimos y también puede aprender a escribir».

Los medios frente al conflicto

El tema del tratamiento informativo de la violencia está teniendo en Colombia unos ribetes cada vez más preocupantes. El énfasis que le da un medio al tema de la violencia puede terminar afectando la psicología colectiva de los colombianos. «Dependemos de los medios para ver qué es lo que pasa en nuestro país, porque no lo podemos ver con nuestros propios ojos», dice.

Santos piensa que el Acuerdo por la discreción propuesto por la Universidad de La Sabana es una gran aporte que se acerca mucho a lo que se debe hacer con respecto al manejo de informaciones dentro del conflicto; sin embargo, hasta el momento no se ha cumplido. Este acuerdo desarrolla una interrogante del compromiso de los medios de hacer un periodismo más responsable a la hora de informar. «Esto no se cumple porque los noticieros de mayor rating son los que más violencia transmiten en la pantalla chica», anota.

Aun así, Santos sostiene que ninguna medida represiva frente a los medios debe venir del Gobierno. Cuando hay algún error de irresponsabilidad de un periodista, éste debe ser 'castigado' dentro de los propios medios. «Debería haber unas reglas de juego claras sobre lo que representan los medios, sobre cómo funcionan y su papel en un país que atraviesa la situación de Colombia. Uno de los desafíos más importantes de los medios a la hora de cubrir el conflicto armado es sensibilizar a la sociedad acerca de lo que significa la guerra. 'Habla de tu aldea y te volverás universal', decía Tolstoi, y creo que el alma del periodismo es encontrar la anécdota y entenderla dentro de una globalidad».

Toda su experiencia profesional le sirve a Santos Rubino para asegurar que el periodismo colombiano necesita sangre nueva que ponga a pensar a la gente de una forma distinta: «Bienvenida una nueva visión del periodismo colombiano, que ojalá se esté engendrando ya en las facultades de comunicación social».

Sentado en una oficina en la que a duras penas caben un escritorio y una pequeña mesa para el computador, está un hombre que, si bien no es la respuesta absoluta a la creciente duda, es la luz más clara entre las sombras. Con su traza de intelectual moderno y su ubérrimo estilo al hablar, Juan Manuel Ruiz Machado, con apenas 32 años, es uno de los convocados a sentarse detrás del «escritorio grande» y tomar la batuta; aunque ya, desde su mesa pequeña, se desempeña como el subdirector nacional de noticias de RCN.

Para este «boyaco», oriundo de Tunja, la plaga más grande que aqueja al periodismo nacional es la mediocridad. Cree en el talento y en la tenacidad, pero dice que es muy difícil encontrar las dos cosas en los que apenas emprenden el camino. «Yo no creo que la clave del éxito sea la disciplina, también hay que tener talento para poder llegar lejos», dice.

Por eso se ha encargado de dirigir el programa de prácticas que tiene RCN. «Esta es una gran escuela, aquí se le exige a los practicantes como verdaderos profesionales. Nunca le digo a la gente qué hacer, simplemente dejo que propongan las cosas y exploten su creatividad», explica al referirse a las prácticas que dirige. Y es apenas natural que así sean las cosas. En las apretujadas paredes de su oficina descansan tres premios Simón Bolívar, mientras que en su casa se encuentra toda gama de condecoraciones entregada por la gobernación de Boyacá.

Este egresado de la Universidad de La Sabana se declara enemigo acérrimo de los pretextos y embustes con que la gente se excusa. «Hay personas que piensan que el mundo conspira contra ellos y terminan inculpándolo de lo que no hacen», asegura.

Igualmente, se muestra muy interesado en que los comunicadores asuman un papel de mediadores en la sociedad. «Yo creo que hay que aportar lo que uno puede entregar, hay que proporcionarle al país todo lo que esté al alcance». Por esta razón, Ruiz ha emprendido una laudable labor con su programa Territorios de Paz, espacio que trabaja para fomentar la concordia en una sociedad tan debilitada como la colombiana. «Esa es la forma de colaborar desde mi trabajo», manifiesta.

Por otro lado, también es consciente del papel primordial que juega la cultura como catalizadora de los problemas sociales, de tal manera que ha luchado por mantener —en medio del agitado mundo de las noticias— un lugar para las manifestaciones estéticas con el programa Viernes Cultural. Un espacio en el que busca mitigar la consternación que a veces pueden producir las noticias, así como brindarle apoyo al oficio artístico.

Tal vez la punzante pregunta de quién vendrá a reemplazar a los grandes jefes del periodismo nacional perdure por mucho tiempo, pero con seguridad no será eterna: en el horizonte, se alcanza a asomar un sol nuevo que ha comenzado a brillar.

14 Lo nuestro

Premios a la Excelencia

El área de Medios Audiovisuales de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana entregó el pasado viernes 15 de febrero, los premios a la Excelencia en Comunicación a los mejores trabajos realizados por los estudiantes en cada una de las asignaturas relacionadas con radio, televisión, fotografía y nuevas tecnologías.

Los alumnos ganadores recibieron como trofeo la Garza de Oro, que se institucionalizará como galardón para los trabajos destacados en cada semestre.

Los proyectos que se hicieron acreedores a los premios fueron:

Mejor Proyecto Lenguaje Audiovisual. Tercer semestre: *Un camino a la adaptación*, realizado por el grupo de Cristian Quiroga, Pilar Escobar, Carlos Schloss, Norman Vargas, María Paulina Rubio, María Teresa Posada, María Fernanda Guzmán, Sergio Cabrera, Samia Abisambra y Andrea Fierro.

Mejor Proyecto Multimedia. Tercer semestre. *Proyecto Mattel*, de Samira Estefan Ardila.

Mejor Talento en Fotografía. Cuarto semestre. *116*, por Alejandra Quintero.

Mejor Talento en Radio. Cuarto semestre. Diana Padilla.

Mejor Talento en Cine. Quinto semestre. *No bebas agua que no veas...ni leas cartas que no debas*, del grupo integrado por Carolina Rogelis, Johanna Cárdenas, Paola Quirós, Said Moreno, Lilian Naranjo, Tatiana García, María Francisca Ardila y Daniel Cruz.

Mejor Talento en Radio. Quinto semestre. Juliana Díaz.

Mejor Proyecto de Trabajo para Televisión. Sexto semestre. *Ciudad de la Luna*, de Lisa Tamayo, William Cárdenas y Javier Teuta.

Mejor Proyecto en Televisión. Séptimo semestre. *Carlos Vergel*, del grupo integrado por Juan Camilo Andrade, Silvia Peñuela, Paola Baquero, Catalina Jiménez y Alejandra Hernández.


Mejor Talento en Nuevos Medios. Octavo semestre. *Proyecto Origami Colombia*, de Denys Andrés Reyes.

Mejor Documental. Octavo semestre. *Delia Zapata Olivella, soy el folclor*, realizado por Dieric Jair Ferrín, María Fernanda Peña, Laura Chacón, Claudia Nieto, Lucero Soacha, Karen Carvajal y Shirley Zárate.


Mejor Proyecto de Televisión Documental. Octavo semestre. *Guerberos de Tradición*, del grupo conformado por Ana Milena Bermúdez, Luis Gabriel Ossa, Milena Rubiano, Natalia Camacho y Paola Ponce.

Mejor Investigación Periodística. Noveno semestre. Manuel Díaz, por su investigación sobre quienes llevan droga en su estómago.

Mejor Nota Periodística en Televisión. Noveno semestre. Patricia Serrano.



Universidad de La Sabana
Facultad de Comunicación Social y Periodismo



POLITECNICO GRANCOLOMBIANO
INSTITUCION UNIVERSITARIA

Sabana y Politécnico, unidos para la investigación

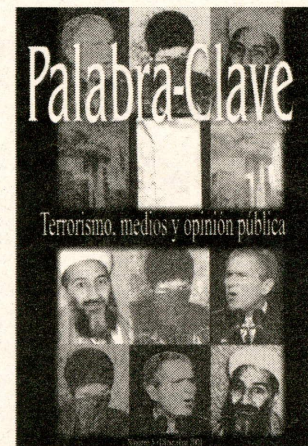
Las facultades de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana y del Politécnico Gran Colombiano, unirán esfuerzos en la realización de investigaciones conjuntas, que serán coordinadas desde el Observatorio de Medios de nuestra facultad. De esta manera, se espera fortalecer las relaciones académicas en beneficio de alumnos y profesores de ambas instituciones.

Periodistas graduados

Dice el refrán que el que persevera alcanza y en el caso de estos 11 exitosos periodistas y comunicadores sociales, este dicho popular parece ser verdad. Después de varios años de haber terminado materias en la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, y de ejercer la profesión en distintos medios de comunicación y empresas, obtuvieron finalmente su título gracias a un programa diseñado por la Facultad para que las personas que hayan dejado de presentar algunas materias o no hayan realizado la tesis, puedan graduarse mediante su colaboración en un proyecto de investigación coordinado por el Observatorio de Medios. Aparecen en la fotografía, de izquierda a



derecha, los graduandos: Juan Carlos Giraldo, Aída Rincón, Luisa Esmeralda Castro, Clara María Mora, Juan Alejandro Duarte, María Isabel Castillo, Hugo Sierra, Alfonso Parra, Juan José Ramírez, Silvia Martínez y Jorge Alfredo Jiménez. Los acompañan, el director del Observatorio de Medios, Germán Ortiz, y el decano de la facultad, César Mauricio Velásquez.



Palabra Clave

El pasado mes de diciembre fue presentado el quinto número de la revista Palabra Clave, publicación de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, dedicada a la divulgación de la producción intelectual y científica en el campo de la comunicación.

En esta edición se realizó un análisis acerca del tratamiento que dan los medios de comunicación a la información relacionada con los conflictos armados y el terrorismo. La coyuntura de los atentados contra las Torres Gemelas y el Pentágono en Estados Unidos, permitió traer nuevamente a colación este tema, que en Colombia se repite de manera cíclica, ante la permanencia del conflicto interno armado.



Fotografías: María del Carmen Guarín

Alumnos distinguidos

El pasado mes de noviembre, la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana rindió un homenaje de reconocimiento a los alumnos distinguidos en el primer semestre de 2001, el acto tuvo lugar en el auditorio de la institución y contó con la presencia del decano de la facultad, Cesar Mauricio Velázquez; la directora de estudiantes, Ana María Luque; profesores de la facultad y padres de familia.

En la fotografía aparecen, de izquierda a derecha: Juan Carlos Aparicio Schlesinger, Nidia Janeth García Pacheco, Stephanie Pizarro Coy, Martha Viviana Hernández Chaparro y Hernán Orjuela Cabrera. También fueron galardonados Eder Torres Rosas, Diana Elizabeth Pérez Manzano, Sonia Trujillo García y María Carolina Serrano Ramírez.

Encuentro de egresados



Universidad de La Sabana
Facultad de Comunicación Social y Periodismo

El 30 de febrero de 1972, cuando la Universidad de La Sabana era sólo un instituto de educación superior llamado INSE, se sentaron las primeras bases de lo que hoy es la facultad de Comunicación Social y Periodismo, una de las más antiguas de este claustro universitario y que hoy arriba a sus treinta años de labor ininterrumpidas en la formación de hombres y mujeres profesionales del periodismo para Colombia y el mundo.

Para conmemorar este trigésimo aniversario, la facultad tiene prevista la realización del Primer encuentro de egresados; con el fin de lograr un mayor acercamiento con sus egresados, saber dónde están ubicados laboralmente y en aras de una mejor relación entre la academia y las empresas de comunicación. Este evento se llevará a cabo el próximo 24 de mayo del año en curso en el campus universitario de Chía. Por lo cual, la oficina de egresados, que dirige Sergio Llanos, solicita a los egresados actualizar sus datos en el **Teléfono 861-5555 extensión 1915** o en el **E-mail. Sergio.llano@unisabana.edu.co**

Yerfeson Asprilla
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

El toque- toque femenino

Un grupo de mujeres, periodistas deportivas, quiere demostrar que no se es buena y talentosa por hacer una actividad hasta hoy exclusiva de los hombres sino porque en verdad se es capaz.

Por **Álvaro Acuña**
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

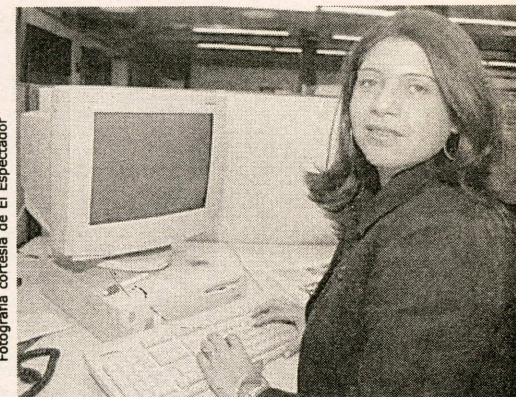
Recientemente, Gabriel García Márquez afirmaba que el siglo XXI era el siglo de las mujeres. Claro, no es que el Nobel colombiano lo haya dicho simplemente por adularlas o para desagrarlas de un mundo históricamente dominado por el género masculino. Lo que pasa es que casi todos los hombres de nuestro tiempo, al igual que Gabo, se han dado cuenta del empuje y el protagonismo que ha tomado la mujer durante los últimos veinte años.

De hecho no se necesita escudriñar mucho para darse cuenta de que las descendientes de Eva están presentes en todos los campos donde el hombre antes reinaba. Es así como en Colombia, por ejemplo, vemos desde conductoras de Transmilenio, hasta muy serias aspirantes a la Presidencia de la República, y qué decir de nuestras medallistas olímpicas.

Y es allí justamente, en el campo deportivo, donde las mujeres cada día están cobrando más y más fuerza, no solamente por estar dirigiendo un partido de fútbol, montando en una bicicleta o alzando pesas, sino más bien por estar detrás de un micrófono, ante las cámaras o en los medios escritos.

Las dueñas del balón

Para Olga Lucía Barona, editora de deportes del semanario *El Espectador*, el hecho de ser mujer no ha sido impedimento para destacarse en un medio con predominio masculino. "Lo que pasa es que las mujeres son machistas y si no están en el medio es porque sencillamente no les apasiona el deporte", afirma Barona, quien lleva 14 años en el campo deportivo y dirige un grupo de más de 8 hombres.



Fotografía cortesía de El Espectador

Olga Lucía Barona, editora de deportes del semanario *El Espectador*, afirma que la clave para destacarse en el periodismo deportivo es demostrar que se sabe del tema.

"Una de las claves para surgir en este campo profesional -continúa Barona- es nunca sentirse inferior así se este rodeada de cien hombres y sobre todo demostrar que se es buena, es decir que uno sí sabe de lo que habla".

Sin embargo, aunque hay mucho talento y personalidad, todavía no existen mujeres comentaristas o narradoras de fútbol en este país. Para no ir tan lejos, el canal *FOX SPORTS* de Argentina cuenta entre su pánel de comentaristas con Margarita Wais, quien presenta y habla de balompié con bastante dominio del tema. Entonces, ¿por qué no ha sucedido aquí? Según la editora deportiva de *El Espectador* "hay que ser consciente que escuchar una mujer comentando fútbol en radio por más de media hora es aburridor, no sé si por el timbre de voz o por la costumbre de escuchar a dos hombres".

Distinto piensa Claudia Hernández, quien ha cubierto camerinos y actualmente conduce un programa deportivo en *Antena 2*, de *RCN Radio*. Para ella, la falta de oportunidades ha impedido que una mujer ocupe la posición de comentarista o narradora. "Este medio deportivo, es un medio machista donde los altos cargos están ocupados por hombres y les da miedo que una mujer lo haga mejor que ellos", puntualizó esta egresada de la Universidad de La Sabana, quien lleva trabajando más de 12 años al lado del comentarista Carlos Antonio Vélez.



Bogotá:

2.600 metros más cerca de la ignorancia gramatical

Por Jaime Alberto Amador B.
Estudiante Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Dicen los que saben de la materia, que el español se ha ido degradando hasta el punto de pensar que, tal vez en unos años, ya no existan los fragmentos del idioma que hoy tenemos. Así como hay especies de animales ya extinguidas, o en vía de extinción, hay palabras, frases, normas ortográficas y expresiones que hoy ya no se usan, o que van en dirección al baúl del idioma olvidado.

Pero lo que resulta verdaderamente preocupante, a la hora de pensar en el uso correcto de nuestro idioma, es el enorme apoyo que la contaminación visual de nuestras ciudades está haciendo para que estemos cada vez más cerca de la ignorancia gramatical. No hace falta citar ejemplos concretos. La muestra está más cerca de lo que uno puede creer. Basta con ponerse a contar, al salir a la calle, cuántos "horrores ortográficos" se pueden encontrar durante dos minutos de búsqueda en las vallas, volantes, tiendas, letreros de los medios masivos de transporte etc.... El ejercicio anterior es tan sencillo como cuando por la carretera uno pone a los niños a contar cuantos burros se ven desde el puente del común hasta Tunja.

Es normal encontrar avisos escritos a mano, como los populares graffitis, con unos horribles errores. Lo anterior se logra entender ya que, tal vez, no hubo mucha educación, algunas veces ni siquiera la secundaria, en las personas que hicieron estos letreros. Lo imperdonable

Los errores ortográficos que más abundan en las calles son: la falta de tildes, que ocupa el primer puesto, seguida de la inexistencia de signos de puntuación; el mal uso de preposiciones; y la abundancia de las gazaperas gramaticales, a las que Argos muchas veces se refería.

es cuando detrás de estas faltas hay todo un equipo profesional del más alto nivel académico. Ni siquiera la publicidad de las entidades gubernamentales se salva de tener estos errores.

Los errores ortográficos que más abundan en las calles son: la falta de tildes, que ocupa el primer puesto, seguida de la inexistencia de signos de puntuación; el mal uso de preposiciones; y la abundancia de las gazaperas gramaticales, a las que Argos muchas veces se refería.*

La Real Academia de la Lengua dice que el uso de la tilde en las mayúsculas no es una excepción. La mayoría de los avisos llevan un texto en mayúsculas para llamar la atención, pero ni siquiera eso los vuelve inmunes a la norma ortográfica. Lo más cómico del asunto es que ni siquiera las mayúsculas tienen la culpa de esto, porque en Bogotá hay muchos avisos escritos en mayúsculas que sí

llevan sus respectivas tildes, pero 20 cuadras después otro aviso de la misma empresa no las lleva.

La cuestión no es de estética comercial. La cuestión es de respeto a las normas ortográficas, para así contribuir a la conservación de nuestro idioma. Por eso, así como el DAMA controla la contaminación visual de la ciudad, debería haber una ley y un organismo de control para mejorar el uso gramatical de las vallas publicitarias, no tener que decir que Bogotá está 2600 metros más cerca de la ignorancia gramatical.

* Las gazaperas o escollos gramaticales son aquellos errores tipográficos a los que muchas veces los autores de los textos están expuestos. Se refiere al uso del debe-debe de, que-de que, entre muchos más. Roberto Cadavid Misas - Argos- (1914- 1989) se refería a ellas como "disparates" o errores monumentales en el uso correcto del idioma.

Es hora de suscribirse a

En directo

Universidad de La Sabana
Campus Universitario Puente del Común,
Km. 21 Autopista Norte, Bogotá,
Cundinamarca, Colombia.

Teléfono:

8615555 exte. 1907/08/10

Fax: 8618517

e-mail: endirecto@unisabana.edu.co