

Mentes Brillantes

Universidad de La Sabana

Invitada: Adriana Patricia Guzmán

Danna Lorena Obando Bernal

Unisabana Medios

Índice

Contenido

| | |
|---|----|
| Objetivo del Producto | 3 |
| Sinopsis del producto | 4 |
| Contextualización y documentación sobre la temática tratada | 5 |
| Perfiles de las fuentes testimoniales consultadas | 11 |
| Adriana Patricia Guzmán de Reyes, Directora Comunicación Institucional Universidad de La Sabana | 11 |
| Guión técnico, escaleta técnica | 12 |
| Guión literario, escaleta de contenido | 14 |
| Bibliografía | 23 |
| Referencias | 25 |

Objetivo del Producto

Mentes Brillantes, programa de Unisabana Medios de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, son un conjunto de Podcast encaminados al aprendizaje en diferentes áreas como comunicación, derecho, salud, entre otras disciplinas trabajadas dentro y fuera de la Universidad por expertos y profesionales quienes comparten sus conocimientos.

En las páginas a continuación encontrará el desarrollo del Podcast en el área de los medios de comunicación y cómo los mismos han tenido que converger para mantener a sus audiencias informadas, claro está, siempre manteniendo la parte ética y profesional del campo periodístico.

Además, la evolución de la tecnología desde los últimos 20 años ha crecido hasta llegar al pico más alto, donde se encuentra hoy. El panorama sigue siendo de constante desarrollo, por lo cual es fundamental analizar el impacto actualmente. Periodísticamente hablando, el trabajo no ha sido sencillo. El periodismo ha tenido que regenerarse y lo seguirá haciendo, pero jamás se acabará.

El objetivo durante el desarrollo del Podcast será analizar qué cambios se han venido desarrollando en la última década y cómo serán los medios durante los próximos diez años. El periodismo se transformará pero no morirá nunca.

Sinopsis del producto

Hoy en día los medios de comunicación son una herramienta fundamental en la creación del pensamiento crítico, en la construcción de la democracia y en el sostenimiento de una sociedad informada sobre los hechos económicos, sociales y políticos, tanto a nivel nacional como internacional.

Tener acceso a la información es un derecho básico, el problema hoy día es la falta de interés por parte del ciudadano común sobre los hechos noticiosos. Con el auge de la tecnología, los medios han tenido que converger y acoplarse a sus públicos. Así ha funcionado desde los inicios de la Comunicación y el Periodismo y así seguirá pasando.

Adriana Patricia Guzmán, Directora de Comunicación Institucional de la Universidad de La Sabana. Desde su amplia experiencia, explica el papel de los medios en la construcción del pensamiento crítico y la democracia en la sociedad con la tesis: ***El periodismo no morirá jamás.***

PODCAST

<https://drive.google.com/file/d/1qZrn1RrTFY0g9TilxAFpKvT1-tRZdiJj/view?ts=5e42121>

Contextualización y documentación sobre la temática tratada

Conocer y entender los términos y conceptos cuando se realiza una investigación, proyecto o demostración para un público, es fundamental. Día tras día las personas se comunican, emiten y reciben información. Pero ¿Qué es Comunicación? Este término se simplifica en la acción y efecto de comunicar y transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor. (RAE)

Cuando se habla sobre los medios de comunicación, son definidos como “Sistemas técnicos que sirven para informar a los miembros de una comunidad determinada”. Los medios de comunicación desempeñan un papel determinante en la sociedad, por ello, el periodismo es la base de la construcción social y su función e importancia es irremplazable.

Xosé Soengas Pérez catedrático de Comunicación Audiovisual en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela, explica que:

“Los medios son poderosos porque tienen capacidad para llegar a todos los ciudadanos e influir en la sociedad. A través de su línea editorial pueden orientar la opinión pública y modificar conductas y comportamientos”. Por ello, son un instrumentos fundamental y determinante para que los mensajes lleguen a las

audiencias, pero no basta solo con eso, pues el fin y objetivo último es convencerlas. **Institucionales.us.es. (2020)**

Entendiendo el periodismo como herramienta elemental de la vida humana, se analiza el desarrollo que ha tenido a través de los tiempos. La historia también hace parte del proceso para entender a los medios, su trayectoria y su futuro. Así, comprender que EL PERIODISMO NO MORIRÁ NUNCA.

“Desde tiempos muy remotos el hombre ha creado los medios de comunicación” **Institucionales.us.es. (2020)**. No siempre han sido llamados de esa manera, pero lo cierto es que los medios han estado siempre en la construcción de la historia de la humanidad. Han sido creados, trabajados y desarrollados para responder a necesidades de intercambio de información y más que eso, para la educación.

Al realizar un recorrido a través del tiempo, se evidencia que en los inicios, la comunicación primitiva se basaba en gestos; muecas, sonrisas o sonidos eran utilizados para expresar sentimientos o necesidades (Sutori, 2020). Los jeroglíficos, en el año 5.000 a.C también son un claro ejemplo de la necesidad humana por comunicarse y, así mismo mantenerse informada. Los egipcios fueron los primeros que plasmaban sobre piedra o pared mediante unas figuras. Luego de años buscando maneras para facilitar el paso de información, en el año 105 d.C llega el papel y los inicios de la imprenta. Se desarrollaron papeles hechos de arroz, para luego dar paso a la imprenta moderna. (Martínez Martínez).

Con el desarrollo de la Imprenta de Tipos Móviles de Gutenberg, inicia el proceso de **masificación y sistematización de los medios de comunicación**” (Sutori, 2020). En ese momento nace el primer medio masivo de comunicación moderno, con este invento se da inicio a la producción masiva de libros. La imprenta marcó la comunicación y sin duda el periodismo, se contaban sucesos de la vida diaria y es ahí cuando nace la prensa.

En 1901 la radio es la protagonista. “Después de que diversos científicos como Hertz, Maxwell y Tesla desarrollaran los principios de la radio, pudo ser posible enviar una señal de radio a la otra punta del mundo”. Un suceso inimaginable para el hombre. La comunicación pasaba fronteras y daba inicio a una era de la verdadera masificación de la información.

1927 la fecha de la primera emisión televisiva, este invento permitía escuchar un sonido y proyectar una imagen de un suceso que está ocurriendo en el momento de forma instantánea.

En 1969 el mundo iba a revolucionar con el Internet. Nace ARPANET una red militar de comunicación por encargo del Departamento de Defensa de Estados Unidos. Posteriormente se convertiría en la WWW, accesible vía señal de internet. Este es el invento de comunicación más importante que ha tenido la historia de la humanidad. Todos los procesos se volvieron instantáneos. La información está a tan solo una búsqueda y la conexión es tan sencilla como abrir los ojos.

Seguido del auge del Internet, llegó la era de las Redes Sociales. El momento más crucial para el Periodismo. El momento en que la innovación y la reinención son cruciales para seguir acompañando a las audiencias en el día a día informativo. “Las más utilizadas hoy en día y las más populares son Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat y YouTube”. (Sutori, 2020).

El impacto de las tecnologías digitales ha traído para los últimos años el desarrollo de procesos de convergencia en los medios de comunicación. (Salaverría, 2009) Así funciona este medio. Es tan sencillo como entender que mientras la humanidad da pasos para avanzar y hacer más “fácil” la vida, el Periodismo también avanza porque ha estado y estará cada día, la necesidad de informarse es constante. Por eso, el periodismo no morirá, el periodismo va a converger.

Henry Jenkins, en su libro *Convergence Culture*, lo expresa de una forma aún más clara: “Con convergencia me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. Convergencia es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose. (Velásquez García)

Es evidente el cambio y evolución que han tenido los medios a lo largo de la historia. Llegar a las audiencias y quedarse con ellas es un proceso de creatividad y

regeneración, los gustos y maneras de interpretar la vida, la información o los escritos, evolucionan día tras día.

Los medios hoy por hoy tienen grandes retos, deben trabajar para no ser aniquilados por el internet y las redes sociales. Además de ello, transmitir la información de forma clara para cualquier ciudadano.

Es un reto y no es sencillo. Internet revolucionó el mundo, revolucionó a los medios y retó a los periodistas, pero así mismo, Internet les dio herramientas para emitir la información de manera más rápida, eficaz y verídica. Le dio la posibilidad al periodismo de investigar con mayor facilidad, de tener información de primera mano incluso sin estar en el lugar de los hechos.

No hay duda de la etapa por la que está pasando el periodismo. Está cambiando y evolucionando y si, los periodistas de ahora y las generaciones que vienen trabajan con la verdad, con la innovación y de la mano de los avances y la tecnología, el periodismo llegará mucho más lejos de lo imaginable. (Savio, 2014)

“El periodismo es contar la verdad, pero hoy se está contando sólo la verdad que interesa al sistema, pero no estamos contando la verdad del común” comenta el periodista Manuel Chaparro (Rojas, 2018). Dejar atrás intereses particulares e ir en búsqueda de lo que realmente importa en la sociedad, es la base del buen ejercicio periodístico. Esto se hace por la gente y para la gente.

Antonio Gramsci, un pensador comunista italiano, escribió en sus Quaderni del carcere (Cuadernos de la cárcel) : "El viejo mundo está muriendo a distancia y el nuevo mundo lucha para nacer: ha llegado el momento de los monstruos". Necesitamos de un nuevo periodismo que nos conducirá a través de este ciclo, identificará a los monstruos y convertirá las voces de la humanidad en su conjunto en un sendero hacia el nuevo mundo (Savio, 2014).

Por tanto, es evidente que con la transformación de los mecanismos para que la información llegue a la sociedad, el periodista ha tenido que evolucionar a la par. Su trabajo se ha convertido en una actividad “más sencilla” por la inmediatez de la información. Sin embargo, al mismo tiempo el trabajo puede ser más arduo y complicado; La verificación de la información y fuentes, el pensamiento constante para llegar a las audiencias de una forma rápida y que genere buena recepción, la velocidad con la que se necesita trabajar. Quizá el avance de las comunicaciones facilita unos trabajos pero complica otros y, es en esa adaptación donde el periodismo se salva, sigue presente. La humanidad necesita ver, escuchar o leer lo que pasa en su vecindario, en su país, pero también lo que pasa en el otro lado del mundo y las redes son una fuente de información pero no siempre de información real. Además, carece de análisis, de observación e investigación.

Perfiles de las fuentes testimoniales consultadas

Adriana Patricia Guzmán de Reyes, Directora Comunicación Institucional Universidad de La Sabana



Directora de Comunicación Institucional de la Universidad de La Sabana. Comunicadora Social y Periodista de la Universidad de La Sabana. Economista de la Universidad Santo Tomás y máster en Gestión de Empresas de Comunicación de la Universidad de Navarra (España). Programa de Desarrollo Directivo (PDD) de Inalde Business School. Especialista en periodismo económico y en redacción sobre negocios y empresas. Más de 20 años dedicada a la docencia en diversas áreas del periodismo. Por 10 años, fue decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana. Periodista de varios medios de comunicación del país. Ha ejercido el periodismo en Colombia en publicaciones como La Revista Clase Empresarial, Síntesis Económica y los diarios El Tiempo y El Espectador por más de diez años. En la Universidad de La Sabana tiene una experiencia de docente en Comunicación de más de 11 años. En dicha Universidad fue además jefe del Área de Redacción, Secretaria Académica, Vicedecano del Programa de Comunicación Social y Periodismo y Directora de Programa del mismo. Adriana Patricia Guzmán conoce el mundo de las comunicaciones, las ha investigado y por tanto mantiene su tesis en defensa del periodismo.

Guión técnico, escaleta técnica

| | |
|---|---|
| UNISABANA RADIO GUION PARA PROGRAMAS |  |
|---|---|

| | | | | | | | |
|---------------------|---|-------------------|-----------|---------|--|--|------------------|
| Nombre del programa | | Mentes Brillantes | | | | Tipo | Podcast |
| No. Programa | 01 | Fecha | Grabación | | | Duración | 15 minutos 06 sg |
| | | | Emisión | | | | |
| Participantes | William Calderón Salazar Danna Lorena Obando Bernal | | | Tema(s) | | <ul style="list-style-type: none"> Medios de Comunicación ante la convergencia digital. Desarrollo ético y moral en el campo mediático | |
| Invitados | <ul style="list-style-type: none"> Adriana Patricia Guzmán | | | | | | |
| Sección | Descripción | | | | | Duración | |
| Inicio | Introducción de la temática a desarrollar en el podcast | | | | | 38 sg | |
| Cabezote | Cabezote Saludo y presentación del programa | | | | | | |
| Separador | Música 1 | | | | | 0:07 sg | |
| Perfil | Breve descripción del personaje a entrevistar | | | | | 1 minuto 25 sg | |
| Separador | Efecto 1 | | | | | 0:07 sg | |

| | | | |
|------------|---|------------------|--|
| Entrevista | Adriana Patricia Guzmán Intervención del invitado | 10:10 | |
| Separador | Efecto 1 | 0:07 sg | |
| Preguntas | Se le realizaron 3 preguntas a la invitada sobre la temática abordada | 3 minutos, 25 sg | |
| Separador | Efecto 2 | 0:02 sg | |
| Conclusión | El invitado terminará el tema con una frase que englobe la temática Mi mensaje central para los oyentes de mentes brillantes es... | 10 sg | |
| Separador | Efecto 1 | 0:07 sg | |
| Despedida | Recordar redes sociales y canales donde está disponible el programa | 0:33 sg | |

Guión literario, escaleta de contenido

6. Guion Literario

Guion: Podcast Mentas Brillantes Adriana Patricia Guzmán

Loc 1: Hoy en día los medios de comunicación son una herramienta fundamental en la creación del pensamiento crítico, en la construcción de la democracia y en el sostenimiento de una sociedad informada sobre los hechos económicos, sociales y políticos, tanto a nivel nacional como internacional.

Tener acceso a la información es un derecho básico, el problema hoy día es la falta de interés por parte del ciudadano común sobre los hechos noticiosos. Con el auge de la tecnología, los medios han tenido que converger y acoplarse a sus públicos, pero ¿Cómo hacerlo de manera ética y profesional?

El periodismo se ha transformado desde sus inicios y así seguirá siendo. Lo único cierto es que el periodismo no morirá nunca.

CONTROL: Cabezote ENTRA a PP y RESUELVE

Loc_1: Soy William Calderón y esto es Mentas Brillantes, Podcast de Unisabana Medios, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Sabana.

CONTROL: Música 1 ENTRA a PP y RESUELVE

Loc_1: Adriana Patricia Guzmán es Directora de Comunicación Institucional de la Universidad de La Sabana. Comunicadora Social y Periodista de la Universidad de La Sabana. Economista de la Universidad Santo Tomás y máster en Gestión de Empresas de Comunicación de la Universidad de Navarra (España). Programa de Desarrollo Directivo (PDD) de Inalde Business School. Especialista en periodismo económico y en redacción sobre negocios y empresas. Más de 20 años dedicada a la docencia en diversas áreas del periodismo. Por 10 años, fue decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana. Periodista de varios medios de comunicación del país. Ha ejercido el periodismo en Colombia en publicaciones como La Revista Clase Empresarial, Síntesis Económica y los diarios El Tiempo y El Espectador por más de diez años. En la Universidad de La Sabana tiene una experiencia de docente en Comunicación de más de 11 años. En dicha Universidad fue además jefe del Área de Redacción, Secretaria Académica, Vicedecano del Programa de Comunicación Social y Periodismo y Directora de Programa del mismo.

CONTROL: Efecto _1 ENTRA a PP y RESUELVE

Loc 2:

Vamos a ver que le hace falta al periodismo de hoy, hablemos de los números. Hoy estamos a las puertas de una nueva celebración más del día del Periodista. Tradicionalmente el 9 de febrero en Colombia. Es el momento en el que se recuerda, hace tantos años, se imprimió el primer periódico en nuestro país, y después de tantos años el periodismo sigue vivo y a

pesar de todo lo que se conversa en una cafetería, en las redacciones de los diarios y a pesar de todas las vicisitudes, pues yo pienso que el periodismo sigue más vivo que nunca.

Unos dicen que está a punto de desaparecer, otros que simplemente está migrando de plataformas, de medios, de formas de difundirse, yo creo que en todos estos años de academia y ejercicio profesional el periodismo no va a morir jamás. Ante todo, solo hay un periodismo, solo uno. Todo eso de lo que hablan actualmente lo digital, lo multimedial, lo económico, lo social, lo político, lo deportivo, lo cultural. Son apellidos que según lo bien o mal que se construyan o se difundan le darán su categoría, su casta, su gusto pero definitivamente pues el periodismo es solo uno y es eterno. hoy hay que poner nuevos ingredientes, de los que se cuentan, creo yo, los números.

El periodismo en su esencia es el mismo siempre. Es el mismo que reportaba, por ejemplo, hace 72 años el que se denominó famosamente el Bogotazo en su momento. Una historia en la que tres disparos a quemarropa fueron propiciados por Juan Roa Sierra, cuando el líder, abogado, de la época salía de su despacho en el centro de Bogotá. Jorge Eliecer Gaitán, Jorge Eliecer Gaitán cuando salía de su despacho en el centro de Bogotá con el que además se desató una revuelta en la cual terminó siendo linchado, pues también el asesino. Los diarios de la época, titulaban: Bogotá estaba semidestruida y lo habían dicho los diarios oficiales del país a los que, por naturaleza, el público le creía y pues en verdad, casi que les rendía culto.

Hoy por cuenta de esa misma noticia imaginemos qué hubiera pasado, las redes sociales seguro estarían inundados de información que no solo vendría de manos de periodistas

avezados, comprometidos, apasionados por su profesión, titulados de universidades, sino de seguro ciudadanos de a pie que pasaban por las calles desprevenidamente, lanzaron un trino al aire y con ello pues la noticia se hubiera vuelto, no solo más viral de lo que fue en su momento, la muerte de un líder político Colombiano, sino que apenas hubieran bastado unos cuantos minutos para que el mundo entero supiera del acontecimiento, como hoy ocurre con cualquier hecho. Pero los retos de nuestro periodismo entonces no estaban solo allí en la rapidez, en la virilidad, en los clics de los que tanto se habla estos días y en donde se entiende que hoy está el corazón del periodismo. Los retos están en ser distintos. En evidenciar que, para ser periodistas, hay que tener con seguridad pasión, constancia, talante y bueno eso que hoy incorporo y que he denominado: las matemáticas. La pasión hace que, por su parte, no importe, el día, ni la hora, ni la circunstancia para trabajar. Con mucho tesón, en la búsqueda del bien común. De una información bien dada, de un comentario bien hecho.

La búsqueda de la verdad no puede ser una frase de cajón, es la mejor fórmula para llegar a lo que tras bambalinas existe hoy, a lo que muestra la realidad, lo más próxima posible. Con la constancia, no solo en esta profesión sino en mucho, se puede llegar, se puede llegar tan lejos como uno quiera y no parar y no detenerse ante lo que no vale la pena. Como en la guerra los más constante siempre llegan lejos y siempre llegan muy lejos a pensar de las vicisitudes.

Talante, hoy recorro a la real academia, a donde deberíamos ir todos los periodistas siempre. Señala en una de sus acepciones que corresponde al semblante. Es decir que para

ser periodista no solo hay que serlo, sino que todo parecerlo y con la frente en alto. Decirlo a los cuatro vientos, como quien se jacta de ser Médico, ingeniero o geólogo.

Y ahora lo más raro quizá, lo nuevo, pero a mi modo de ver, lo imprescindible, las matemáticas. Es una ciencia deductiva que lleva lo universal a lo particular. Que estudia las propiedades de los entes abstractos como números, figuras geométricas y símbolos y sus relaciones. su objetivo final.

En la actualidad queda en evidencia que al periodismo hay que sumarle matemáticas. Ese mito de que solo estudian Comunicación y Periodismo. Las personas que huyen de las matemáticas hay que eliminarlo. Las matemáticas serán hoy, las que no se acerquen a una mejor profesión.

Para la época de 9 de abril de 1948 era poco o nada lo que se escuchaba a las audiencias. Ocurrían los hechos, corríamos tras las noticias, hacíamos machotes. ¿Quién no se acuerda del machote? sufrimos las armadas, recurrimos al archivo en papel, ponemos la foto. Amamos, eso sí con mucha pasión, en el diario del día que, a la luz de nuestra lógica de hoy, cuando llegaba a las manos de los lectores ya hubiera quedado añejo. Intuimos lo que la gente pensaba del producto. Intuimos que la gente estaba satisfecha. Calculados quien podía leernos y nos imaginamos hasta el perfil de quien leyó. Pero hoy, de verdad que sí es hora de escuchar a las audiencias y además de mediar a esas audiencias y de medir todo eso que hacemos para tener certezas y tomar decisiones. No hay mejor forma de saber cómo actuar, cómo darles a los audios algo más y mejor y por supuesto de mejor calidad. Tomarle el pulso al público hoy por hoy nos da pistas muy eficaces para entender lo que

quiere, lo que buscan los públicos y lo que esperan. Y no solo el público, sino los públicos. Hoy los anunciantes invierten dinero, por ejemplo, en youtubers porque pareciera que tiene verdadero poder de influencia sobre su audiencia, con esa figura generan el contenido que la gente realmente quiere ver, con el tono que quieren y el enfoque que quieren. Logran la conexión emocional que se busca con cualquier contenido o historia. En el caso del mercadeo logran que la gente compre lo que vende, pues para eso es el mercadeo. No son los únicos ni los más novedosos, quizá sí los más recientes. Hasta hoy uno de los más grandes problemas tradicionales fue el no haber escuchado a su audiencia y como resultado de ello pues haber perdido influencia, entre otras cosas por no haberse apropiado de lo que hoy se conoce como analítica de datos y de las nuevas tecnologías para entender lo que realmente busca la gente, pero ante todo lo que necesita. Ahora hay que ponerle números a nuestro periodismo. El nuevo periodista debe ser polivalente, claro, debe saber contar una historia, con las mejores palabras, tomar la mejor foto, hacer el mejor perfil, pero, sobre todo, leer métricas. Debe respirar digital, no puede tener miedo a las tecnologías. Debe interpretar números con la misma facilidad con la que lee una crónica y encuentra una noticia. Debe comprender el poder del mundo digital y de la data, con la misma facilidad con la que entendía el poder del papel y con los números, por supuesto, las palabras, que siempre son las más bellas, las mejor cuidadas, las más tratadas, las que refuerzan ideas, las que venden ilusiones, la que dicen la verdad, las que no ocultan lo real. Nunca antes tuvimos, pienso yo, tantas oportunidades para encontrar y contar historias relevantes y para difundirlas en tan solo unos segundos por todo el planeta. Y nunca antes vimos mejor una coyuntura para apropiarnos del futuro de nuestra profesión e irrumpir como protagonistas en la concepción, la experimentación y la consolidación de los nuevos modelos para hacer periodismo.

Aquí nacieron, esas sub profesiones cómo llamar ahora, qué ahora son más demandadas que hace algunos años.

El editor de los medios sociales: se ocupa de administrar los contenidos en las redes, su trabajo es moderar comentarios y construir la participación de la audiencia. ¿quién se hubiera imaginado que eso era un trabajo? a través de foros, chat y encuestas, así como de hacer seguimiento de lo que habla la gente en las redes sociales. Es el nexo, justamente, entre las redes sociales y la sala de redacción, dos mundos muy distintos.

El administrador de la comunidad: Es el editor que se encarga de publicar los materiales que envían las audiencias; fotos y videos de la gente, pero también columnas de opinión, reportajes, artículos, todo lo que se escribe. Trabaja en coordinación con todos los demás miembros del equipo y en ocasiones esa posición abarca otras funciones. No es eso que muchos se inventan y crean, saque la información de la manga y tuitee.

El Excel debe ser nuestro mejor aliado, no es de físicos, no es de genios, es de buenos periodistas el saber buscar, encontrar, filtrar y sobre todo presentar los datos. La verdad por delante y con esa palabra que hoy parece en desuso, la ética. Esa palabra que hará la diferencia entre el error y el acierto, entre lo blanco y lo negro, entre lo sucio y lo limpio. Así pues, pienso que el periodismo está más vivo que nunca, tenemos de verdad un gran camino por recorrer y tenemos que caminar a buen ritmo, con algo de números, buena fe y mucha honestidad.

5:40

CONTROL: Efecto _1 ENTRA a PP y RESUELVE

Loc 1: 1. Ahora se habla de que “todos pueden ser periodistas” porque cualquiera puede tener acceso a la información y difundirla, entonces ¿Qué pasará con las facultades de periodismo y con los cientos de profesionales que cada semestre se gradúan?

Loc 2: En efecto, cualquiera puede tener acceso a la información, pero no cualquiera está en capacidad de transformar la información, pero no cualquiera está en capacidad de transformar la información de manera seria, profesional y profunda, esa justamente es el valor agregado que debe dar la academia, la universidad a quien pase por ella. Además de ello, es imprescindible agregar el emprendimiento. No podemos seguir formando para seguir ocupando puestos que ya están ocupados, hay que formar profesionales para responder a necesidades nuevas e imaginar ocupaciones que todavía ni siquiera existen.

Loc 1: ¿Cómo ser éticos y profesionales imparciales, objetivos y bajo la primicia de la búsqueda de la verdad en un medio profesional donde los grandes problemas son la censura y la autocensura?

Loc 2: Parece simple pero siendo periodistas verdaderos, buenas personas, viviendo el respeto por el otro, siendo leales a la verdad y haciendo de la profesión un propósito de vida, así como muchas otras profesiones.

Loc 1: ¿Cómo sería el periodismo actualmente si no hubiera existido el auge de la tecnología?

Loc 2: Pienso que solo iría más lento pero seguiría siendo periodismo, el periodismo de hoy no lo es por la tecnología, es por ser periodismo

Loc 1: 4. ¿Las redes sociales se podrían apoderar del flujo de información en su totalidad? es decir, ¿Los medios podrían desaparecer?

Loc 2: Las redes siempre guardarán su informalidad, los medios su legitimidad, las redes se agotan y los medios se transforman, las redes son masivas y los medios privilegian.

CONTROL: Efecto _2 ENTRA a PP y RESUELVE

Loc 2: Mi mensaje para los oyentes de mentes brillantes es “el periodismo se transforma hoy, se engrandece cada día con lo intangible; la ética, el profesionalismo y una buena dosis de medios.

CONTROL: Efecto _1 ENTRA a PP y RESUELVE

Loc_1: Hasta aquí Mentas Brillantes de Unisabana Medios de la facultad de comunicación de La Universidad de La sabana. Seguimos sus comentarios en Twitter, Instagram y Facebook con el nombre USMComSabana. La producción e investigación de este episodio estuvo a cargo de Danna Lorena Obando Bernal, estudiante de la facultad de comunicación de La Universidad de La Sabana. Puede escucharnos en las plataformas Spotify, Itoons, Ivoox y Deezer. Espere nuestro próximo episodio.

Bibliografía

- Institucionales.us.es. (2020). *Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización – Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación.* [online] Tomado de: <https://institucionales.us.es/ambitos/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-actual-crisis-negocio-y-politizacion/>
- sipconnect. (2020). *Adriana Patricia Guzmán de Reyes.* Tomado de: <https://www.sipiapa.org/notas/1212428-adriana-patricia-guzman-reyes>
- Anon, (2020). [online] Tomado de: <https://www.linkedin.com/in/adrianaguzman?originalSubdomain=co>
- CONVERGENCIA DE MEDIOS Y NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN, Germán Velásquez García. (2013) Tomado de: https://www.academia.edu/17254356/Convergencia_de_medios_y_nuevas_formas_de_comunicaci%C3%B3n
- Institucionales.us.es. (2020). *Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización – Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación.* [online] Tomado de: <https://institucionales.us.es/ambitos/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-actual-crisis-negocio-y-politizacion/>
- Sutori.com. (2020). *Sutori.* [online] Available at: <https://www.sutori.com/story/evolucion-en-la-comunicacion--ukcTmPTBzmzUzSLeh6sTCwf8> [Accessed 23 Jan. 2020].

- Morato, A., Escobar, M. and Mañá, F. (2020). *El futuro de los medios de comunicación ante el impacto de las nuevas tecnologías*. [online] EOI. Tomado de: <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/25045/el-futuro-de-los-medios-de-comunicacion-ante-el-impacto-de-las-nuevas-tecnologias>
- Marketing Directo. (2020). *La evolución de la comunicación a través de los siglos: de las pinturas rupestres a Twitter | Marketing Directo*. [online] Available at: <https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/medios/la-evolucion-de-la-comunicacion-a-traves-de-los-siglos-de-las-pinturas-rupestres-a-twitter> [Accessed 23 Jan. 2020].
- UNIMINUTO Radio. (2020). *¿Cómo se entiende el periodismo de hoy?* [online] Tomado de: <https://www.uniminutoradio.com.co/como-se-entiende-el-periodismo-de-hoy/>
- Los medios de comunicación ante la convergencia digital. Conference: I Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0 (CD-Rom) At: Bilbao (Spain) Volume: Actas del I Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0 (CD-Rom) tomado de: https://www.researchgate.net/publication/269097778_Los_medios_de_comunicacion_ante_la_convergencia_digital

Referencias

- Universidad a Distancia de Madrid. (2020). *Juan Fernández-Miranda, en UDIMA: “El periodismo no morirá nunca”*. [online] Tomado de: <https://www.udima.es/es/juan-fernandez-miranda-udima.html>
- Participarán estudiantes de UDEP, A. (2020). “*El periodismo de calidad nunca morirá con las nuevas tecnologías*”. [online] UDEP Hoy | Universidad de Piura. Tomado de: <http://udep.edu.pe/hoy/2013/periodismo-de-calidad-no-morira-con-nuevas-tecnologias/> [Accessed 23 Jan. 2020].
- Jaime, C. (2021). «El buen periodismo nunca morirá». Tomado de: <http://www.vanguardia.cu/villa-clara/13600-el-buen-periodismo-nunca-morira>