

Informe Final de la Práctica Profesional

**Sistematización de las prácticas en RCN Web TV y Publicaciones Portada:
diferencias y acercamientos para la construcción de un periodismo público**

Marysol Rozo Ríos

Arminio del Cristo Mestra

Universidad Santo Tomás

Facultad de Comunicación Social para la Paz

Prácticas Profesionales

Bogotá

2014

CONTENIDO

I.	EJES TEMÁTICOS.....	3
II.	INTRODUCCIÓN.....	4
III.	JUSTIFICACIÓN.....	5
IV.	OBJETIVOS.....	7
V.	MARCO HISTÓRICO.....	8
VI.	MARCO TEÓRICO.....	15
VII.	DESARROLLO DE EJES TEMÁTICOS.....	18
	1. Primer Eje Temático.....	19
	2. Segundo Eje Temático.....	25
	2.1. <i>Agendas informativas</i>	25
	2.2. <i>Fuentes de la noticia</i>	30
	2.3. <i>Contexto ciudadano</i>	30
	2.4. <i>Públicos</i>	37
	2.5. <i>Infraestructura tecnológica</i>	39
	3. Tercer Eje Temático.....	43
	4. Cuarto Eje Temático.....	47
	4.1 <i>¿Qué mejoró tras la sistematización?</i>	48
	5. Quinto Eje Temático.....	50
VIII.	CONCLUSIONES.....	53
IX.	ANEXOS.....	57
X.	BIBLIOGRAFÍA.....	83

Propuesta comunicativa basada en periodismo público, concepto de sistematización y contextualización entre lo periodístico y comunicacional.

I. EJES TEMÁTICOS

- *Descripción del trabajo periodístico en Publicaciones Portada y RCN Web TV.*
- *Proximidades y distancias entre los dos medios de comunicación (RCN Web y Publicaciones Portada) desde lo periodístico y comunicacional.*
- *Papel del ciudadano dependiendo de los objetivos periodísticos de cada medio de comunicación. (RCN Web y Publicaciones Portada).*
- *Nuevos saberes de la sistematización para el aporte comunicacional al periodismo público y a la construcción de democracia.*
- *Aporte de la ruta metodológica de Lola Cendales en la sistematización de experiencias.*

II. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo da a conocer la sistematización de experiencias de dos prácticas en medios de comunicación realizadas en diferentes lugares de Colombia entre el diciembre de 2012 y octubre de 2013, con el fin de construir nuevos saberes a partir de las experiencias que cobran un sentido comunicacional.

Cabe destacar que la sistematización de experiencias comenzó como alternativa educativa desde 1960 y se vino consolidando en América Latina hasta 1980, que fue la fecha donde se dio la primera sistematización como trabajo social. Con la incorporación de la práctica a las universidades se consolida este método como una forma de darle un sentido más crítico a la práctica profesional para que los sujetos se conviertan en productores de conocimiento desde su experiencia.

Dado que la sistematización es de dos medios de comunicación (RCN Web TV y Publicaciones Portada) diferentes desde la cobertura informativa hasta la misma infraestructura tecnológica, se pretende mostrar las proximidades y distanciamientos entre los dos medios de información; y de igual manera argumentar la articulación entre los dos para la construcción de un periodismo público.

Por consiguiente la sistematización cualitativa crítica convertirá al investigador en un sujeto reflexivo y consciente de su capacidad de transformación y construcción en los sistemas. Una relación directa entre el conocimiento universitario y la relación con dinámicas laborales, dará una construcción de transición educativa productiva a una laboral participativa.

De esta manera se puede argumentar que la sistematización se convierte en un proceso de dinámicas que busca generar enseñanzas de la práctica y conocimientos de los sujetos que en ella convergen. La sistematización se convierte en una experiencia formativa y se enriquece con cada una de las subjetividades de las personas estudiadas y con la del investigador.

En la investigación se tendrán en cuenta preguntas directrices y ejes temáticos enfocados a construir una experiencia descriptiva que permitan dar herramientas conceptuales y metodológicas del trabajo de campo.

Ya que el trabajo reúne dos sistematizaciones se pretende poder visibilizar la experiencia, conocimiento y nuevos saberes de los dos lugares de trabajo. Concibiendo la realidad de los dos lugares en donde se trasmite información, se pretende transformar las realidades donde se está trabajando.

Es así como desde cada experiencia subjetiva de los medios de comunicación, se buscará conocimiento para articular características de un periodismo público más cercano a la ciudad, donde se lideren procesos para formar una opinión pública más autónoma que se caracterice por un diálogo entre la sociedad y que genere agendas ciudadanas con mayor acercamiento a los intereses comunes de la comunidad.

Reconociendo la sistematización como una modalidad de investigación y teniendo la posibilidad de obtener conocimiento de dos tipos de medios de comunicación (independiente y mediático), se pretende despertar un espíritu más crítico en la comunicación pública con una ciudadanía activa que reconozca la importancia de la deliberación como forma de construir democracia.

III. JUSTIFICACIÓN

El ejercicio periodístico realizado en las prácticas ha dejado nuevos saberes basados en la experiencia, metodologías y situaciones que se han dado en la labor y en el sentido de ella.

Se hace necesario sistematizar la experiencia para que de ella surja una reflexión en todos los aspectos comunicativos que la práctica puede tener. De esta forma, también los sujetos investigados pueden aportar a la teorización de llevar a cabo un mejor ejercicio del periodismo público.

Cada uno de los medios que se va a investigar da un conjunto de matices que aporta a la sistematización. Diferencias y acercamientos entre ellos permitirán construir un conocimiento basado en las nuevas agendas ciudadanas que hay que implementar y un periodismo más creativo por y para la sociedad.

En la medida que el periodismo toma fuerza en las dinámicas del ciudadano activo y construcción de democracia, los medios en donde se realizó la sistematización aportarán elementos para complementar lo que se debe tener en cuenta para la práctica, para el ejercicio comunicativo, para generar una comunicación con contexto que permita salir de las estructuras informativas de los medios tradicionales.

Siendo los sujetos del trabajo de trascendencia, también se deben analizar los aspectos contextuales de donde se están trabajando las dinámicas de la comunicación. Es necesario fundamentar la experiencia para poder crear el proyecto de cambio social; para que el comunicador se convierta en el constructor del proyecto.

En otras palabras el sentido de la experiencia va tener su base en una observación participante por parte del sujeto investigador con los sujetos a estudiar, que en este caso son los periodistas del grupo de trabajo. Por medio de entrevistas estructuradas y profundas se va a dar paso a voces y sentimientos del sujeto investigado.

Los diálogos también formarán parte de la investigación ya que al ser más informales los sujetos están más abiertos a las percepciones de su cotidianidad y a las opiniones de la realidad profesional periodística, que en cierto modo van a ser el punto de partida de la investigación y posteriormente la base para la transformación del sentido del trabajo.

¿Qué es lo importante y trascendental en la presente sistematización que aporta a las teorías de la comunicación? La respuesta está en la importancia de la articulación de dos tipos de medios de comunicación que dan muchos elementos para el ejercicio periodístico. Entre juntos se puedan complementar, pero aún así muestran la carencia de una ciudadanía más activa y por ello el afán para el impulso de sociedades más críticas.

Tomando el periodismo público como el “fortalecimiento del papel de la sociedad civil y la revitalización del sentido de lo público” según Ana María Miralles (2002, p.15), se hace necesario que la información que transmitan los medios de comunicación sea una herramienta para el funcionamiento de la democracia.

Sobre todo la comunicación se convertirá en un aspecto central que dará paso a que los sujetos investigados se conviertan en protagonistas del estudio. Se recurrirá a la memoria y a la

experiencia para tener un acercamiento a la cotidianidad, la cual no es fácil de conseguir en fuentes tradicionales.

Afirmaré ahora que la sistematización como la reconstrucción de la interpretación de las experiencias generará, no sólo un conocimiento comparativo entre los dos medios, sino que la articulación entre los dos tipos de ejercicio periodístico abrirá campo para el reconocimiento de la realidad con sus sujetos y cómo en ella se puede dar un cambio social para medios de comunicación con audiencias más críticas.

Los sujetos trabajados con la reflexión del investigador integrará la fundamentación de la experiencia que tomará en cuenta una observación participante. El trabajo basado en el periodismo público pretende también mostrar una característica importante es este tipo de periodismo, como lo menciona Ana María Miralles (2002) en su texto de *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, una nueva relación entre los medios y las audiencias.

IV. OBJETIVOS

Objetivo general

Identificar el sentido de la experiencia periodística en RCN Web TV y Publicaciones Portada, para que con la articulación de los dos medios de comunicación se logre una nueva propuesta comunicativa basada en el periodismo público.

Objetivos específicos

- Analizar la experiencia profesional en cada medio de comunicación para identificar elementos del periodismo público y su forma de articulación para formar una propuesta comunicativa enfocada a la ciudadanía.
- Proponer desde los saberes adquiridos formas de comunicación que enriquezcan el diálogo ciudadano para la construcción de la democracia.

V. MARCO HISTÓRICO

El siguiente marco histórico se divide en dos partes según las empresas en que se realizaron las prácticas profesionales. La historia del nacimiento de cada una y de los propósitos que juntas persiguen abren conocimiento a nuevos puntos de referencia para encontrar nuevos saberes basados en acercamientos y diferencias entre juntas.

Publicaciones Portada

El proyecto santandereano nace en el 2007 con fines netamente políticos. Con una mirada independiente y no oficialista. Publicaciones Portada nace con el fin de crear conciencia política, democrática e incluyente para espacios para el disenso.

Se sabe que su Gerente General, RosembertGelves se inspiró en un modelo de revista de tinte nacional denominada: Semana. Esta revista trata temas en su mayoría políticos dándole un manejo periodístico a profundidad y con diversas fuentes; lo que la hacen reconocida a nivel nacional e internacional por sus investigaciones, columnistas, crónicas y especiales.

Hay que destacar que el principal propósito o la misión de la publicación es servir como canal de comunicación a los ciudadanos para que de esta manera puedan expresar sus opiniones en un marco de respeto, teniendo en cuenta que la opinión de ellos abre espacios para el crecimiento de la sociedad santandereana.

Contexto social, político y cultural del año 2007

El 2007 está caracterizado por grandes decisiones políticas que marcan el desarrollo del país. Continúa el segundo periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez, que va del 2006 al 2010. Éste se encuentra marcado por la política de la Seguridad Democrática, un plan estratégico que permite cambiar algunos aspectos de la Constitución de 1991 y el aumento de militarización.

En este año el presidente tomará decisiones políticas y afianzará relaciones con el mandatario del país vecino venezolano Hugo Chávez Frías. En una ocasión se reúnen en Isla Margarita para hablar acerca de comercio y seguridad fronteriza. De igual forma el presidente colombiano

prepara una excarcelación masiva de guerrilleros de las Farc, dentro de los que se encuentra “Rodrigo Granda”. Esto como petición del gobierno francés para desarrollar gestiones de paz.

Como en el Estado se toman grandes decisiones, en las selvas colombianas uno de los lugares donde se encuentran varios de los miembros de la guerrilla de las Farc también se mueven las situaciones, decisiones y los secuestrados del conflicto colombiano. Jhon Frank Pinchaopolicía secuestrado desde 1998 es rescatado luego de huir de la selva. Pero por otro lado las Farc informan que once de doce diputados del Valle que estaban secuestrados murieron en “fuego cruzado”.

Álvaro Uribe avala al presidente Hugo Chávez y a la senadora Piedad Córdoba para que se gestione con las Farc “acuerdos humanitarios” donde se liberen personas secuestradas. Pero en el mismo año el presidente suspende la mediación por las llamadas de ellosn(Chávez y Córdoba) a altos militares pasando por la soberanía de Uribe.

Es así como el año está cargado de decisiones políticas importantes para los secuestrados en el país, desarrollando un paso más de lo que se consideraría el camino a la paz, lo cual ha marcado un punto de referencia importante en la historia colombiana.

Con decisiones sociales el número de desplazados aumenta por la militarización, puesto que los espacio rurales se han vuelto un campo de guerra dejando en medio a la población civil indefensa. La Seguridad Democrática, el Plan Colombia y la Ley avalada de “Justicia y Paz” incumplen según analistas estándares internacionales de reparación y justicia.

De igual forma, el Gobierno anuncia el “Proyecto de ley del Plan de Desarrollo 2006-2010 Estado comunitario: desarrollo para todos” para reducir los índices de pobreza del 49% al 39% y poder en acción una gestión para la vulneración de la población acosada y expuesta a los cambios políticos y sociales del país.

En el panorama cultural en este año se destaca la muerte del cantautor colombiano Octavio Mesa apodado el “Rey de la Parranda” por su contribución a la música popular antioqueña. Y en otro ámbito cultural Bogotá es nombrada Capital Mundial del Libro 2007 tras concluida de Feria del Libro. (“Colombia en 2007”, 2008).

RCN Web Noticias

RCN nació el 11 de febrero de 1949 producto de inversión directa de Fabricato, Laboratorio Uribe Ángel, Calcetería Pepalfa, Cía Col. de Chocolates, Gaseosa Postobón e Industrias de Tejidos S.A. Esta cadena fue resultado de Nueva Granada y Radio Medellín.

Todelar nació en 1956 como Circuito Todelar, que incluía la Voz de Cali, Radio Reporter y Radio Musical.

Cuando Colombia comienza a entrar en la era de comunicaciones un grupo de empresarios antioqueños fundó la Radio Cadena Nacional. En 1967 la empresa RCN participa en una licitación para televisión, donde fue adjudicada una hora de programación repartida entre la comedia El Hogar y la comedia extranjera Hechizada.

En 1973 la empresa radial es adquirida por el empresario Carlos Ardila Lule. Tres años luego la cadena se reinaugura y en 1980 comienza a transmitir por primera vez el Reinado Nacional de Belleza. Años más tarde la programadora comienza con programas dramatizados como la serie *Cusumbo* y en 1984 se estrena *El Taita* la primera novela nacional. En 1988 entra ser parte de la organización OTI haciendo que se pueda llevar en vivo y en directo las transmisiones de los Juegos Olímpicos y los Mundiales de Fútbol.

La programadora de televisión en 1997 obtuvo el mayor número de horas adjudicadas, logrando audiencias nacionales e internacionales con *Café*, *La Potra Zaina*, *Eternamente Manuela*, *Guajira* y *Las Juanas*. Por otra parte, la empresa ha adaptado obras de literatura colombiana como *La Otra Raya del Tigre*, *La Vorágine*, entre otras. De igual manera, han creado producciones que recrean la cultura y costumbres de diferentes zonas del país. Programadora RCN Televisión por siete años fue catalogada “la primera empresa productora y programadora del país” por el Consejo Nacional de Televisión.

Con la ley de televisión de 1995 que permite el montaje y operación de canales nacionales privados, se presenta la licitación, saliendo favorecida para la adjudicación de los canales privados. Desde 1997 se comienza el montaje e inicio de Canal RCN. El 10 de julio de 1998 sale al aire la primera emisión del canal. La empresa ha producido diferentes tipos de formatos entre telenovelas y series. También se han caracterizado por las transmisiones deportivas y eventos

culturales como el concurso Nacional de Belleza, Miss Universo, Los Premios Grammy, El Festival de Vallenato, entre otros.

También, el canal cuenta con el departamento de producción de comerciales, que presta servicios a agencias de publicidad y a clientes directos. De igual forma, produce las cuñas de radio y televisión, avisos de prensa, avances y todo lo que tenga que ver con la parte de producción del canal.

Entre otros formatos se encuentra el Sistema Informativo del canal que sale al aire 4 veces entre lunes y viernes, y dos veces los fines de semana. Nació el 27 de mayo de 1995 con el nombre de *RCN 7:30* informativo de la mañana presentado por Fernando González Pacheco y Lucía Esparza Baena. El estudio fue montado por AP y Reuters.

Luego de que la programadora pasó a ser canal privado el noticiero comenzó a emitir solo por la noche con Vicky Dávila y Ana María Trujillo, pero cuando se amplió la programación emitieron noticieros tres veces al día. Desde el 2007 el noticiero empezó a emitir alertas informativas vía SMS. En 2008, se crea un canal hermano de informativo noticioso llamado NTN24, con emisión de noticias 24 horas transmitido en Latinoamérica y Estados Unidos.

Con el tiempo el canal aumentó la calidad de los contenidos convirtiéndose en uno de los pocos canales de Latinoamérica con capacidad para producir ocho novelas de forma instantánea, programas de entretenimiento, noticias e información. Desde el 2010 la señal se puede ver en alta definición en diferentes lugares del país.

Contexto social, político y cultural de los años 50 y 60`s

Luego del llamado ‘Bogotazo’ comienza en Colombia una guerra civil no declarada entre los tradicionales partidos liberal y conservador. De igual manera, se origina la lucha guerrillera en Colombia y se acrecienta el deterioro del orden público y la situación político social del país.

Laureano Gómez, fue proclamado presidente como único candidato por el partido conservador. Gómez, bajo la justificación de mantener el orden, suspendió las Cortes y redujo las libertades de la población civil. A su Gobierno le fue atribuido numerosas desapariciones de liberales a manos de la fuerza secreta de civiles armados denominada *Policía Chulavita*.

Gómez, actuó como una figura caudillista que promovió la educación cristiana, el nacionalismo económico y la redistribución de renta. Posteriormente sufrió un ataque cardíaco y fue reemplazado por Roberto Urdaneta Arbeláez. El presidente era rechazado por la mayoría de sectores en la sociedad y por ello tuvo a lugar un golpe de Estado por parte del General Gustavo Rojas Pinilla.

El país en esta época se caracterizó por tener un periodo de persecuciones políticas y un creciente número de muertos por la guerra entre los partidos. Aumentó el desplazamiento porque miles de campesinos llegaron a la ciudad para buscar seguridad. Tuvo un mayor desarrollo la actividad industrial pero esto no se vio reflejado en la calidad de vida de las personas, ya que lo que recibían no alcanzaba para sus gastos.

Con la dictadura del General Gustavo Rojas Pinilla se demuestra la simpatía del partido liberal y recibe el apoyo del partido conservador, liderado por el expresidente Ospina Pérez. Pinilla promete conceder amnistía a los guerrilleros que dejaran las armas. Se reinstala el Congreso y se crea una Asamblea Nacional Constituyente.

Dentro de la Asamblea se aprobó la extensión del sufragio del voto de las mujeres y se creó lo que se llamó una “Tercera Fuerza”; la cual era una alianza entre trabajadores, clases medias y militares basados en la doctrina católica. Los partidos tradicionales temieron que la alianza construyera un tercer partido lo que implicaba la pérdida de puestos en muchas regiones del país.

Durante el periodo presidencial se pierde la armonía entre funcionarios y dirigentes civiles durante las jornadas de protesta contra el gobierno en Bogotá. Una decena de estudiantes muere y más de 500 resultan detenidos en una fecha que posteriormente sería recordada por las universidades públicas. Rojas decide asumir la dictadura militar caracterizada por continuos enfrentamientos con la prensa, expedición de normas que pretendían proteger a funcionarios y la creación de la prensa estatal y paraestatal subsidiada por el Gobierno.

Nace la televisión en Colombia bajo el gobierno de Rojas Pinilla y se crea el Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión. En el año de creación (1954) se hacen las primeras pruebas de televisión nacional en Medellín. Se instaura la censura y el posterior cierre de diarios de oposición como El Tiempo, El Espectador y El Siglo. Varios periódicos son multados y se instaura la persecución política contra el protestantismo.

Alberto Lleras Camargo líder liberal inicia una lucha contra “los bandoleros” y desde España pide apoyo a Laureano Gómez para la renuncia del General Pinilla. Dicho pacto reconciliaría a los partidos para que se llegara a crear posteriormente el Frente Nacional. Se firmaron varios tratados entre los partidos para reconocer su responsabilidad compartida de la decadencia de la democracia, y se comenzaron a buscar fórmulas igualitarias. Los partidos firman un compromiso para dividirse el poder durante 16 años y se arreglan las diferencias que se habían tenido con Laureano Gómez.

Durante la caída del Gobierno de Rojas Pinilla las guerrillas que no se habían acogido a la amnistía volvieron a las armas y fueron bandoleros. Se lleva a cabo un paro nacional de la Iglesia, los partidos políticos, los estudiantes, la banca, las industrias y los sindicatos, los cuales se opusieron a la reelección del General. Rojas aceptó retirarse y ser sustituido por un gobierno militar en transición. El 10 de mayo de 1957 anunció su renuncia en todo el país a través de la Radio Nacional de Colombia. La misma nación que había albergado a Laureano Gómez derrocaba a Rojas Pinilla.

En el ámbito de los medios de comunicación, los años 50 son la época dorada de la radio que enfrenta a nuevas cadenas: de la vuelta a Colombia en bicicleta transmitida por RCN, a la radionovela ‘El derecho de nacer’ transmitida por Caracol. En ellas también se transmiten fútbol profesional y humor. También se considera la época dorada porque el transistor que llegó al país, aumenta la audiencia nacional. Bajaron los costos de los receptores y se permitió el movimiento de los radioescuchas. “Según la UNESCO, en 1952 había 500 mil radio-receptores en Colombia, 139 por cada mil habitantes; otras fuentes señalan que en 1959 se calculaban cerca de dos millones; hacia 1972 habían subido a 12 millones” (Salamanca, SF)

Situación política, social y cultural en los años 70's

Colombia estaba finalizando la larga etapa de la “Violencia” caracterizada por la lucha bipartidista entre liberales y conservadores. Cada uno de los grupos políticos querían mantener el statu-quo y había una lucha constante en las diferentes regiones del país por los colores de la bandera que marcaban el partido político.

El país acababa de salir de un periodo de concentración de tierra, unanimismo religioso, bipartidismo y una guerra civil no declarada entre los partidos liberal y conservador. Entre 1956

y 1957 se dio la reunión de los líderes del partido liberal, Alberto Lleras Camargo y el líder del partido conservador Laureano Gómez. Allí se firmó el pacto del Frente Nacional, el cual garantizaba la alternatividad de los partidos para gobernar. Este periodo duró 16 años y finalizó con el candidato del partido conservador Misael Pastrana Borrero que gobernó de 1970 a 1974.

Con el lema “Frente Social” Pastrana comenzó con la ‘colombianización del patrimonio del país’, obtuvo las empresas petroleras Colpet y Sasog, se adquirió el 50% de de la Gulf en los yacimientos de Orito y de las instalaciones de oleoducto en Tumaco. Se dio comienzo a la asociación en materia de explotaciones petroleras y se reglamentó la inversión extranjera en la banca.

Se introdujo el sistema UPAC (Unidad de Poder Adquisitivo Constante) de ahorro; se organizó el subsidio familiar, creándose el Consejo Superior con participación de personeros de organizaciones sindicales, se pavimentaron 2300 kilómetros de la red vial y casi se termina la Troncal Occidental; se dotaron los puertos de equipo con recursos locales y crédito externo; se remodeló el aeropuerto El Dorado y se construyeron los aeropuertos de Bucaramanga, Leticia, Montería y Pitalito, y se reconstruyeron 14 pistas de aeropuertos. (Presidencia de la República, SF)

Por consiguiente el Frente Nacional ocasionó el surgimiento de varios partidos políticos que intentaron poner resistencia al bipartidismo, como la ANAPO, el MRL y el Frente Unido. También se creó la guerrilla de las Farc (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia), que aún hoy en día causan violencia, desapariciones forzadas, secuestros, desplazamientos, actos terroristas sustentados en bases ideológicas, muertes de campesinos, entre otros.

En el ámbito social la violencia no se acabó, el periodo estuvo marcado por una alta delincuencia común del bandolerismo y la presencia de grupos guerrilleros de izquierda. Se dio el debilitamiento ideológico de los dos partidos políticos que se vio reflejado en la abstención electoral. Por último, los cambios ocasionaron un acelerado proceso de urbanización, impulsado por los conflictos agrarios y la violencia en el campo.

Otro aspecto fue el ámbito cultural. El periodo comprendido entre 1961 y 1972 se conoce como el “decenio prodigioso” ya que llegan un gran número de cambios bruscos en el estilo de

vestir y de pensar. En los 60's llega la cola de caballo, la minifalda y el cabello por encima de los hombros. Y en los 70's aparece el boom de los estampados de flores, jeans bota campana y maxifalda. La última provoca una expansión en la industria textil colombiana y se funda la Asociación Colombiana de Alta Costura, así como Coltejer que se convierte en la primera textilera de América Latina y en 1968 se crea confecciones Luber por Luis Uribe Romero.

VI. MARCO TEÓRICO

La presente sistematización de experiencias tiene en cuenta las prácticas profesionales realizadas en dos medios de comunicación como se ha venido presentando en el trabajo. RCN Web TV y Publicaciones Portada representan un trabajo de experiencia comunicativa que ha entregado saberes, reconocimientos de espacios, primera prácticas luego de salir de la academia y un aspecto importante: teorización de lo aprendido en la interpretación de lo vivido.

Según Lola Cendales (citado en Torres y Constanza, SF, p.256) “se puede reconocer la sistematización como una modalidad de investigación que busca reconstruir e interpretar las experiencias privilegiando los saberes” y a los participantes que se ven involucrados en la práctica. Por ello, se hace necesario que las prácticas puedan tener un sentido comunicativo y que puedan generar un espacio para que los actores dialoguen sobre sus conocimientos adquiridos y lo que hace falta para que se vaya construyendo un cambio social desde la comunicación.

Cendales (2004, p.256), enfatiza que el proceso también permite “complejizar la lectura de la realidad y potenciar las capacidades investigativas y pedagógicas, conceptuales y metodológicas de las personas”. Cuando se indaga por las dinámicas de los roles profesionales de cada una de las personas investigadas, se abre un espacio de reflexión en cada ciudadano que le permite recordar no sólo su campo profesional sino cómo como individuos pueden potenciar la transformación social desde el periodismo público en la construcción de una democracia más participativa.

En este punto recalco que el trabajo está basado en los conceptos de periodismo público de Ana María Miralles, la cual toma la formación de la opinión pública como un “proyecto político

dinámico” (2002, p.67).El periodismo público tiene como fin poder establecer conexiones entre el periodismo y la democracia. Entre los dos conceptos se puede establecer una relación amplia de cómo se complementan, pero la ciudadanía también juega un papel fundamental en la formación de una opinión pública tomando un papel activo en la comunicación.

Es de saber que el periodismo actual no está formando a la ciudadanía en sus roles de individuos activos con la capacidad de proponer temas, intercambiar opiniones, debatir para establecer soluciones y transformar los espacios en que viven, para que sean ciudadanos en todo el sentido de la palabra en la comunicación política.

Wolton(citado por Miralles, 2002) enfatiza que son los ciudadanos protagonistas de la información en el sentido “de que la agenda más débil por el momento es la de la opinión pública frente a la de los políticos y a la de los medios, y es esa la que el escenario mediático está en capacidad de propiciar y visibilizar”.

Aclaro los conceptos de periodismo público y la importancia de la ciudadanía activa para dar el enfoque de la sistematización de experiencias en los dos medios. RCN Web TV y Publicaciones Portada con sus acercamientos y sus distancias pueden articularse para fomentar la inserción del ciudadano a una esfera de deliberación pública.

En la investigación que se ha realizado cada uno de los medios de comunicación tienen sus elementos desde lo local y lo nacional. Tienen diferencias desde la cobertura informativa hasta la infraestructura tecnológica, tiene diferentes agendas, trabajan con diferentes fuentes, los temas para los públicos son distintos; pero a pesar de las diferencias comparten el fin de la presentación de un tipo de información para el ciudadano, sin involucrarlo en sus agendas informativas.

Como lo cita Jesús Martín Barbero en *Entre saberes desechables y saberes indispensables*, enfocando los medios en la proliferación de nuevas TIC: ellos pasan a ser únicamente instrumentos impidiendo insertar las “redes digitales en los planes nacionales de desarrollo y en los contextos de democratización local” (2009, p.18). Es decir que no se puede llegar a pensar a las nuevas TIC como la solución para el funcionamiento de contextos participativos ciudadanos. Pero si como una herramienta útil para la extensión de proyectos de cambios sociales.

Adviértase, pues, que el periodismo público busca mejorar la relación de los medios con sus audiencias. El principal punto ha sido tener en cuenta la opinión del ciudadano para que de esta manera se genere una agenda informativa. De esta manera la iniciativa encuentra canales para que se pueda conversar sobre la esfera pública desde la convocatoria de los medios para una deliberación.

Se plantea una desafío de articulación entre lo que ya existe, para generar nuevos medios de comunicación basados en periodismo público para y por el ciudadano. De esta manera se genera una participación más activa de lo público con su importancia deliberativa para construir una democracia participativa en todo el sentido de la palabra.

Los periodistas pasarían solo del deber ser al deber estar como ciudadanos generando opinión de los temas relevantes que necesita la sociedad. Por su parte, los ciudadanos dejarían de únicamente ser receptores de información y jugarían un papel más activo dependiendo de sus necesidades, requerimientos y problemas. El periodismo público puede hacer que el ciudadano tome campos de acción activos ante su comunidad y cree espacios de deliberación para la propuesta de soluciones a problemas cotidianos de las personas.

Para finalizar como lo cita Miralles con la creación de espacios públicos definidos como aquellos “referentes formados por conjuntos temáticos capaces de captar la admiración y atención de la población, aquello que se presenta para ser contemplado por todos los miembros de una sociedad y/o aquello que puede ser percibido y creído como común y público y que la gente al contemplarse en ello como un espejo o marco de referencia, puede dar una respuesta colectiva” (Citado en Miralles, 1997). La comunicación entraría en una tipo de periodismo público formado para estar en contra la sencillez y la superficialidad de lo básico.

SUJETOS A ESTUDIAR

Grupo periodístico y ejecutivos de cuenta Publicaciones Portada

- RosemberGelves. Gerente general Publicaciones Portada.
- Sergio Dueñas. Periodista, administrador de página web y diseñador de Revista Portada y Periódico Santander al Día.
- Carolina Díaz, Periodista y gerente comercial de Publicaciones Portada.

- Expedito Acelas, Ejecutivo de cuenta.

Grupo periodístico base RCN Web TV.

- Mauricio Aragon: Director Noticias Web. Comunicador Social de la Universidad Libertadores. Trabajó en Telepaís, Colprensa, El Tiempo.com y en Semana.com. Posteriormente Máster en Periodismo en España por Beca Balboa con apoyo de Fundación Telefónica. Trabajó en el diario El Mundo de España.
- Julián Jerez: Periodista 2- 3 años de experiencia en RCN. Egresado de Universidad Santo Tomás.
- Johana Melo: Periodista 3- 1 mes en RCN. Licenciada en lenguas modernas de la Universidad Distrital. Máster en Periodismo en la Universidad de San Pablo CEU-España. Trabajó en diario deportivo Marca.
- Tatiana Ramírez: Periodista 4- 1 año y medio en RCN. Egresada de la Universidad Javeriana en Comunicación Social.

Personas externas a la página web pero con directa relación:

Juan de Jesús: Locutor de RCN, para la sección de titulares.

VII. DESARROLLO DE EJES TEMÁTICOS

Dentro de las dinámicas de comunicación que desarrolla RCN Noticias Internet y Publicaciones Portada se puede empezar a teorizar los diferentes ejes temáticos que la presente modalidad de tesis tiene consigo. Las experiencias y puntos de vista de los sujetos investigados acompañados de teorías de la comunicación abren espacio a preguntar: **¿Cómo se pueden articular dos medios de comunicación como RCN Web (medio nacional) y Publicaciones Portada (medio departamental) para la construcción de nuevas características en el ejercicio del periodismo público?**

De allí, se parte para el análisis crítico de cada eje temático que van a ser expuestos a continuación:

1. Primer Eje Temático

Descripción del trabajo periodístico en Publicaciones Portada y RCN Web TV.

La presente descripción encierra la narración de la investigadora y de los sujetos investigados sobre múltiples experiencias laborales encerradas en una determinada dinámica de la comunicación dependiendo del medio al que se refiera.

Más que ser una percepción del sujeto investigador, el trabajo también encierra los testimonios de los periodistas que trabajan en el medio, los cuales son agentes de conocimiento directo basados en la experiencia laboral. Las entrevistas y diálogos están llenos de detalles que comunican y dan paso a todo un contexto político, social, cultural y de entorno que influye a la hora de comunicar.

Las entrevistas a los diferentes sujetos de investigación se realizaron en tiempos dados por los periodistas durante o después de sus labores cotidianas. Se pudo establecer una confianza previa entre el investigador y ellos para que se diera mayor tipo de descripción en las respuestas basadas en su experiencia.

Recorrido laboral, saberes, aprendizajes y opiniones de su trabajo fueron los temas que se tocaron en las entrevistas estructuradas todas con un esquema de preguntas (Ver anexo 1).

Según la posición de Teresa Quiroz y María Luz Morgan (citadas por Torres y Constanza, SF) quienes se preguntaron la forma en que la sistematización produce conocimientos teóricos generales a partir de experiencias particulares, hay que destacar la diferencia entre conocimiento común y científico. Ellas aclaran que los sujetos con experiencia lo que permiten es producir conocimientos generales que pueden mejorar teorías sociales.

Y precisamente eso es lo que intenta la articulación de dos medios de comunicación. Por medio de experiencias vividas en el rol comunicativo del país poder llevar a cabo mejoría en las características del periodismo público para lograr que los medios construyan una democracia con sentido más participativo y con el apoyo de una ciudadanía más activa en sus necesidades directas.

Los sujetos investigados, los cuales casi todos son periodistas, cumplen la función que recalca Óscar Jara y el equipo de la Red Alforja (citado en Torres y Constanza, SF); en la manera que los sujetos conciben la realidad. En un principio se siente de forma vivencial, pero al conocerla a profundidad se da el paso más importante: actuar para transformar una realidad que necesita cambios.

Al realizar las entrevistas y hacer parte de una mirada crítica de las prácticas profesionales, los sujetos también entran en el rol “de ser sujetos sociales más críticos, reflexivos y conscientes de su capacidad constructiva y transformadora de los sistemas”, según Alfonso Torres y Nydia Constanza (SF, p. 250) en su texto de *La sistematización de experiencias presupuestos metodológicos y procesos metodológicos*; que realmente ha sido un documento guía en el desarrollo del trabajo.

Comenzaré el proceso descriptivo y de investigación sistemática con el medio departamental y escrito denominado Publicaciones Portada que aporta la autonomía de temas, la selección de notas para el interés general basadas en la investigación previa por parte del periodista y la diversidad de fuentes. La experiencia sistemática que se describirá está de acuerdo con la percepción de la investigadora y las dinámicas comunicativas expuestas por el grupo de trabajo de Publicaciones Portada.

Publicaciones Portada por lo departamental y utilización de fuentes

El medio de comunicación es escrito y a nivel departamental. Se trabaja con el nombre de Publicaciones Portada que abarca un periódico que se distribuye a nivel regional cada 15 días y a nivel departamental la revista que se publica cada mes.

En un principio la revista así como el periódico tiene más fines publicitarios que comunicativos pero aún así, tienen publicación de notas empresariales, económicas, políticas, de actualidad e investigación que apoyan el material comercial. La revista sí tiene un costo comercial para clientes y público en general pero la distribución del periódico es gratuita.

Esta trabaja temas de actualidad, actividad económica en San Gil y en Bucaramanga, política, crónicas, entretenimiento y una sección de “fotos sociales” que maneja la agenda del matutino. Por su parte el periódico tienen una sección regional y departamental. Se trabajan con temas

económicos, empresariales y de interés general. Hay que saber que Publicaciones Portada cuenta con temas de investigación y de actualidad, pero también se reconoce la creación de contenido dependiendo las problemáticas de la región, como lo aseveró el Gerente General en una de las conversaciones informales. La escogencia de temas se realiza con los periodistas en una reunión dependiendo de la publicación.

En esta acción los periodistas se agrupan en una reunión informal donde le presentan al jefe los temas que ellos consideran pertinentes para las publicaciones. Allí, él elige los temas para publicar y aconseja el enfoque que se les puede dar para mostrarlos de una manera más interesante. Los temas que los periodistas proponen salen de sus recorridos e investigación individual por el pueblo.

Cada periodista trae un tema o envía al correo una nota escrita para que sean revisadas. Alrededor de dos o tres notas son escritas en la semana; las cuales se les hace un tratamiento de investigación, se consultan fuentes, se toman fotos y se escribe con un número determinado de caracteres. Publicaciones Portada cuenta con una página oficial para la revista y otra para el periódico, y también existe cuenta en Facebook donde se publican las notas más importantes de interés general. La revista es conocida a nivel departamental siendo la 3º mejor y reconocida por las personas por el voz a voz ya que maneja 6 años de experiencia.

En la empresa se destaca la autonomía de los periodistas para escribir y proponer los temas que con respecto a su perspectiva sean más interesantes o pertinentes para la publicación. Cabe destacar que para el periódico los temas si son escogidos en la reunión informal, mientras que los temas de la revista son trabajo investigativo de los periodistas que están en la “calle”.

RCN Web Noticias: en la cobertura tecnológica e importancia de las audiencias

En el medio nacional de comunicación hay que destacar un cambio en las dinámicas de información que se vino llevando en la página web mientras se desarrollaba la investigación. De tener un portal incluido en un canal de televisión de entretenimiento se llegó a tener una página propia con información noticiosa nacional e internacional (www.noticiasrcn.com)

Por esta razón se ha decidido presentar una breve descripción de los elementos con los que partió la nueva página para posteriormente entrar en la descripción de las dinámicas de actuales

de trabajo. Hay que resaltar que en RCN Web noticias fue el medio donde primero se realizó las prácticas como primer acercamiento del contenido de la presente sistematización. Por ello se intenta tomar la mayor información posible de las dinámicas informativas sin estar en la insertas en ellas.

Una amplia experiencia laboral tiene la mayoría de los periodistas del portal y saben cómo es trabajar en un medio de comunicación de masas. Saben los tiempos en que deben redactar una noticia, tienen la estructura de las noticia en su mente, trabajan a un ritmo rápido y siempre buscan publicar lo que les interesa a las personas.

Casi todos los entrevistados son redactores de la página web y su función es cargar contenido noticioso a la página Web denominada Noticiasrcn.com. En su horario de trabajo buscan noticias por las diferentes fuentes que tienen, para luego volverlas a redactar y subirlas a la página. En el portal pequeño que antes manejaba noticias RCN, alrededor de 20 a 15 notas se sacaban del noticiero de medio día, 8 ó 10 del noticiero de las siete de la mañana y de la noche y 5 notas se sacaban del noticiero de las diez de la noche. El redactor que sacaba las notas las reescribía y pedía ayuda a sus compañeros para que entre todos hicieran la agenda comunicativa.

En las fuentes cuentan con RCN La Radio y La FM en fuentes locales, emisoras bogotanas y con alianza al canal. En fuentes internacionales se encuentran EFE y AFP. De la primera casi siempre sacan noticias e información y de la segunda sacan fotos de alta calidad y con buen estilo fotográfico.

RCN Noticias Internet es un lugar para aprender redacción, rapidez en la creación de una nota noticiosa (es el único tipo de información que se maneja), ortografía, concentración en los momentos de “últimos minutos”, edición de imágenes y de video y aprendizaje constante de la importancia de la inmediatez, precisión en la web, importancia y cuidado en lo que se emite siendo un medio de comunicación masivo que tiene grandes alcances.

Una herramienta trascendental en la Web es la tecnología. Servidores con alta capacidad para tener exclusividad en internet, importancia de los programas de edición para que el producto noticioso quede con buena información escrita y en multimedia rapidez en la red y búsqueda de otros medios comunicativos para que el producto consiga mayor interés.

A principios de año cuando se trabajó en el medio se estaba pensando en la creación de una página web únicamente de noticias que se desvinculara del canal en donde se pudiera abarcar todos los servicios que los usuarios estaban necesitando. A mediados de julio del 2013 Noticiasrcn.com. fue puesta en marcha. Como se había establecido la página cuenta con información, imágenes, multimedias, videos y un grupo especial de columnistas hablando sobre temas en los que son expertos.

La nueva página está estructurada dependiendo de la importancia de las noticias del día y de unos subtemas establecidos con anterioridad por los directores de ella. Cuando se estaba realizando la estructura base de la página web, a Mauricio Aragón, director de Noticiasrcn.com le fueron entregados diferentes modelos de ubicación de notas por los siguientes conceptos:

- Por si se presenta un último minuto.
- Para resaltar una noticia importante del momento que abra espacio a la investigación.
- Para mostrar las noticias del día con una estructura base de información.

Los modelos de estructuración están guiados por tamaños, imágenes, negrillas en las letras y un elemento importante en la web: los espacios. En la parte superior y como temas bases noticiosos se encuentran: nacional, internacional, deportes, entretenimiento, bienestar, opinión, tecnología y titulares. Cabe resaltar que la página presenta información del noticiero que es transmitido por televisión, pero ahora cumple la función de apoyo y no de base, como anteriormente se hacía.

Información nacional e internacional se muestra en la página que destaca últimas noticias, fotogalerías, videos y un menú de notas dependiendo que link o tema quiera ampliar. Muchas de las notas, y lo relacionado con los multimedias se sigue tomando del noticiero. Las fuentes principales son AFP y EFE y muchas de las noticias nacionales tienen apoyo de videos del noticiero. Existe un nuevo espacio de destacados, una ampliación completa de la información y algo importante en la página: la tecnología para la rapidez en los videos, la posibilidad de ver los noticieros por Livestream (transmisión en vivo) y la investigación en nuevos temas.

En una entrevista publicada en la web por el portal de la Universidad Javeriana, en la sección de comunicación social y periodismo, Mauricio Aragón director de la página, hace una breve descripción de los objetivos y alcances del medio: “Buscamos que la página ofrezca un valor

agregado. La oportunidad de ver todo lo que el espectador quiera ver, la inmediatez, la identidad propia. Tenemos una transmisión de datos muy importantes porque tenemos un énfasis en el video muy amplio. Soportamos picos de tráfico muy altos, y somos capaces de transmitir 1100 TB (terabyte) mensuales.”(“Apreciación de la página web”,2013).

La página sigue destacando información de Colombia y el mundo con alto contenido noticioso y una gran capacidad tecnológica que es lo que se resalta en el medio. La cobertura informativa varía dependiendo de la actualidad y de los temas de la agenda del país. La autonomía según lo expresado por el director está basada en la capacidad de rapidez y de sostenimiento de información (videos, fotos, textos, etc...), ofrecidas a los usuarios.

Es más, internamente en la página el grupo de trabajo analiza las maneras de llegar al público con información y nuevas maneras de presentarla. Hay algo que los destaca dentro de los otros medios: la rapidez para llegar a los espectadores, donde las redes sociales juegan un papel trascendental en la transmisión de la información y en el prestigio del canal (RCN):quién dice las noticias primero, qué tan ciertas las dice y cuál es el manejo que se le da a la información.

Google Analytics es la herramienta utilizada dentro del canal para medir estadísticamente el flujo de la página, sus visitantes por minuto, las noticias más visitadas, los intereses de los usuarios y todo lo relacionado en términos matemáticos para aumentar usuarios. De igual manera para mirar el “tráfico” del portal.

En RCN Web se aporta la importancia de las audiencias, aunque los intereses que la idea persigue no están muy enfocados en una clase de periodismo público donde se impulse el espíritu crítico de ellas. El medio de comunicación aporta igualmente la infraestructura tecnológica como principal medio para el contacto e involucramiento de la ciudadanía.

En esta línea según Miralles hay que tener un énfasis en la construcción de la agenda informativa con el ciudadano del común y no con la sociedad civil organizada en el camino para el periodismo público (2002, p. 133). Los medios de comunicación comenzarían a ser el escenario para el debate en asuntos de interés público y los ciudadanos pasarían a ser historia en las decisiones del Estado.

2. Segundo Eje Temático

Proximidades y distancias entre los dos medios de comunicación (RCN Web y Publicaciones Portada) desde lo periodístico y comunicacional.

En el libro de *Ciudadanía y comunicación: saberes, opiniones y haceres escolares* se encontraron saberes que mencionaban acerca de las competencias comunicativas. Ricci y Zani (citados en Valderrama, 2007) afirmaban que los individuos tenían una competencia proxémica donde se detallaban las proximidades y distancias de los procesos comunicativos.

En este eje temático se tomarán las proximidades y distancias para precisamente desentrañar los procesos comunicativos que se dan dentro de las empresas informativas de información tanto en Bogotá como en Santander. Aunque el contexto que Ricci y Zani lo plantean es diferente, se toma en cuenta porque los elementos permiten construir conocimiento de los ya obtenidos.

Según Ana María Miralles (2002, p. 83) las diferencias y las perspectivas de los ciudadanos individuales no se excluyen porque estas abren espacio para la deliberación al interés público. Múltiples elementos de las dinámicas comunicativas se unirán para dar paso a la construcción de matices de la realidad periodística. Las subjetividades de los actores y de los procesos del medio permitirán teorizar aspectos trascendentales en el periodismo público.

Entre todos los aspectos entre los que se pueden tener proximidades y distancias se dividió el análisis entre los siguientes sub-ejes: **Agendas informativas, fuentes de la noticia, contexto general, público e infraestructura tecnológica.**

2.1. Agendas informativas

Como ya se ha mencionado antes por el contexto en que se manejan los dos medios de comunicación y por los objetivos que juntos persiguen tienen unas marcadas diferencias cuando se habla de intereses, enfoques y perspectivas a trabajar. Más aún destacando que uno es un medio televisivo a nivel nacional y el otro es un medio impreso a nivel departamental.

En 2002, Miralles (p. 46) plantea que los criterios de selección de la información se convierte en un aspecto trascendental para el periodismo público: con qué criterios, con la intervención de quién, que participación tienen la ciudadanía, etc.... Los temas de las agendas se van a convertir en las propuestas de participación ciudadana por parte de la sociedad.

En realidad los temas informativos comienzan a transformarse dependiendo sobre lo que las personas hablen, piensen y comenten en su realidad. El cambio de los temas por temáticas de intereses ciudadanos y subjetivos establece la partida para comenzar a hablar de un periodismo más incluyente con los problemas de la población.

A partir de que los medios de comunicación dan a conocer sus agendas se le dice a las personas sobre qué pensar, más no cómo pensar sobre los temas, que es lo que se conoce como el primer nivel de la agenda setting (Miralles, 2002, p. 46). Se ratifica el poder de los medios en la opinión pública, por la falta de rol y de empoderamiento de esta misma. Es allí cuando nace la necesidad del nuevo desafío del periodismo: reconocer la autonomía de la esfera de la opinión pública.

La clave para las nuevas agendas es que enfoquen en términos generales según Miralles, en el discurso, debate público y deliberación. Estos enfoques permiten abrir un espacio para el intercambio de discursos políticos. La comunicación política según Wolton (citado por Miralles, 2002) es capaz de identificar los problemas nuevos que surgen, integrar a los actores de la situación del momento y facilita la exclusión de los temas que han dejado de ser objeto de conflicto.

Es por ello que por parte de las proximidades de las agendas informativas de los dos medios investigados comenzaré destacando la temática de la política que juntos trabajan con énfasis. Son los temas más trabajados en juntas. En RCN Noticias Internet se destacan los temas de las negociaciones de paz, acuerdos entre Farc y Gobierno, decisiones políticas de índole nacional tomadas por órganos de control, justicia y obras públicas.

De las 30 notas periodísticas que pueden estar en el home de www.noticiasrcn.com¹⁰ son de política (Anexo 2); relacionados con asuntos ya antes nombrados. Las relaciones entre política y periodismo abren siempre un espacio para la permanente discusión pública. Además el periodismo al que se quiere llegar brinda el espacio para la revitalización del papel de la sociedad civil en el sentido de lo público.

En la última edición de la Revista Portada también se puede destacar su inclinación por temas políticos acompañados por temas empresariales. De las 65 páginas que tiene la revista incluida la publicidad, alrededor de 25 notas son políticas de las 50 en general. Hay que destacar que de

igual forma la revista cuenta con secciones como editorial, educación, negocios, construcción, actualidad, opinión, entre otros.

Muchas de las notas no solo tienen contenido político sino que de una u otra manera se pueden relacionar con política, por los temas que abarcan grandes dimensiones. Los lectores al leer economía o temas empresariales también entran en un conjunto de relaciones con política en donde todo incluye y es el ciudadano el que empieza a tener deliberación política en temas actuales.

Los siguientes cuadros muestran la frecuencia con el que cada medio (Revista Portada en una publicación y RCN en un día en la web) trabajan la política en sus temas de agendas informativas. Aunque los resultados dependan de la fecha, el contexto situacional, el tiempo y un conjunto de factores imprevisibles, los gráficos muestran la cantidad de noticias políticas que se encuentran en juntos medios de comunicación. En RCN Noticias Internet se toman 30 notas periodísticas generales que aparecen en el home de la página (www.noticiasrcn.com) como el 100% y por Publicaciones Portada se toman 33 notas totales de la revista como el 100%.

GRÁFICO 1

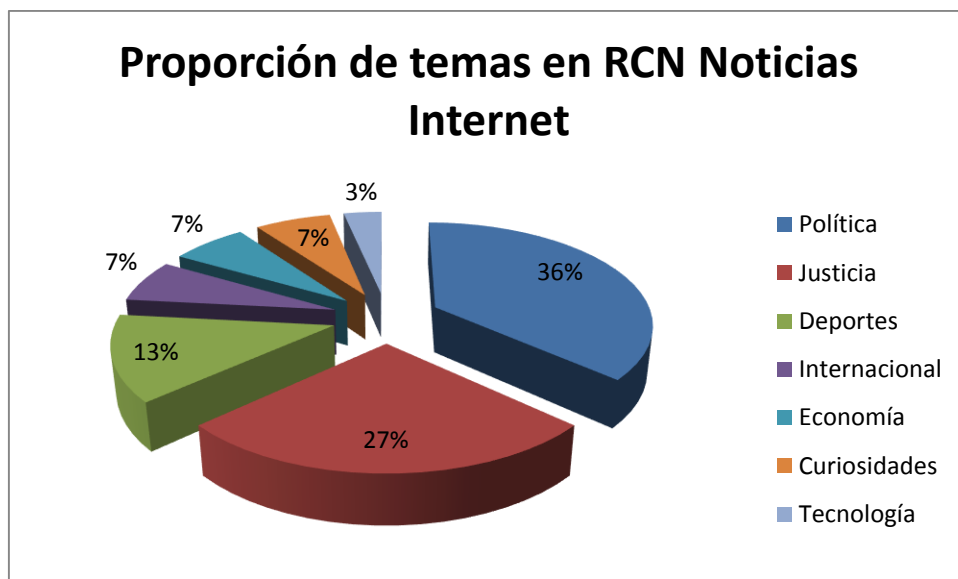


Gráfico 1 (Se muestra una priorización por los temas políticos y de justicia en las agendas comunicativas de la página web)

GRÁFICO 2

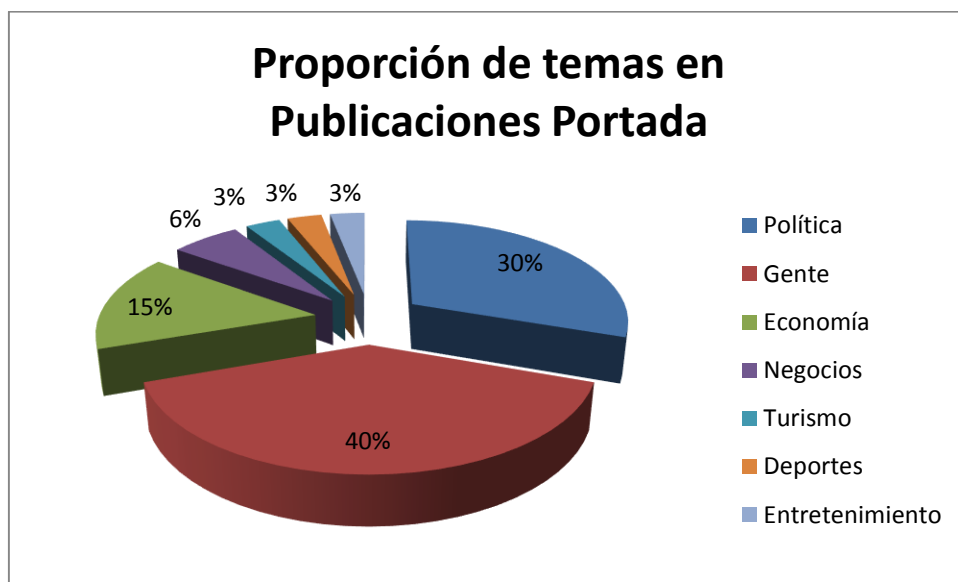


Gráfico 2 (Se muestra una priorización por los temas de la gente como entrevistas o logros y también por cuestiones políticas)

Además de la temática de la política hay que resaltar que cada medio comparte e informa mayor información de su región. RCN tiene una sección nacional pero de igual forma también tiene una sección únicamente para Bogotá, con información reciente y actual de la capital del país. Por su parte Revista Portada es la revista insignia del departamento de Santander.

Por ello se destaca la función comunicativa de cada medio con relevancia en su región y énfasis en las temáticas de interés que son marcadas por ellos mismos. Es así como se puede establecer la importancia de temas políticos y de la región en cada uno de los medios de comunicación trabajados.

Ahora bien: por parte de las distancias que se establecen entre los dos medios, la principal radica en que RCN es un medio pensado para la web y Publicaciones Portada maneja un estilo impreso dentro de la región. Cada uno de los medios utiliza sus recursos y herramientas dependiendo de los intereses de los receptores.

Como en la web lo más importante es la eficacia, encontrar con rapidez el tema buscado, las curiosidades, el multimedia (video, fotos, vínculos, etc...) y la variedad de información, en un medio impreso se destaca el estilo de escritura, los especiales, los temas de interés general y la investigación.

En cada uno de los medios trabajados se puede señalar una de las notas más importantes a nivel de interés general. Las galerías de fotos en RCN recibían gran acogida así como también los videos de temas de actualidad o temas curiosos. En Publicaciones Portada una de las noticias que más gustó fue el especial que se hizo sobre un nuevo Centro Comercial para la región, donde además de exponer la noticia se mostraba un cuadro comparativo de qué tan beneficioso y productivo era comprar allí; según los precios de algunos artículos seleccionados.

Por otro lado se menciona las notas con mayor profundidad en la revista que en la web hablando en términos de extensión, análisis y terminología más técnica. En RCN Web son comunes los artículos de 6 a 8 párrafos con una extensión de 3 a 4 líneas por cada párrafo.

Se expone la nota, se da las respuestas de las preguntas de la pirámide invertida y se intercalan fuentes de apoyo. Casi siempre los periodistas de la página no tienen incidencia en lo escrito, ni involucran opiniones acerca de los temas a trabajar. Las noticias es lo que dicen las

fuentes y lo que ellos narran complementándolo con un corto contexto de la información general que contiene la nota.

En Publicaciones Portada en cada artículo el común denominador son 23 párrafos de 5 a 7 líneas cada uno. Es común poner un contexto general, lo que dice cada fuente, un análisis de lo expuesto, una contraposición y una conclusión que le dé al lector una nueva forma de ver el tema. La gran diferencia se explica por los formatos y por el contexto en que cada una trabaja. Además cabe resaltar que RCN como medio nacional lo que intenta hacer es tener la mayor cobertura con corresponsales en cada ciudad importante del país, la cual es escogida por el número de habitantes y las dinámicas de cada lugar.

Entendiendo a los medios de comunicación como herramienta para la democracia, también se le puede denominar a la ciudadanía como un conjunto de dinámicas en el que cada individuo o grupo forma parte de un proceso social. Es por ello que el concepto de ciudad no sólo es importante a la hora de escribir la información sino que él envuelve un conjunto de relaciones e identidades.

En la revista departamental desarrollada en su contexto en particular, se destaca temáticas más sociales y notas con intereses ciudadanos, porque la cobertura se acorta y existe mayor posibilidad de investigación y estudio en un tema específico.

Queda por aclarar que la cercanía entre los dos medios por los temas políticos marca la importancia de la de democracia, medios de comunicación y ciudadanía. Y que las lejanías aunque se hacen visibles por los formatos que marcan la extensión y la terminología, se hacen necesarias para lograr la especialización y análisis de los temas para poder llegar al área de las audiencias más críticas. Poner a pensar a la ciudadanía “fortaleciendo el papel de la sociedad civil y revitalizando el sentido de lo público” (Miralles, 2002, p.15).

2.2 Fuentes de la noticia

El periodismo público busca exactamente formar públicos críticos, autóctonos y con sentido de participación en la realidad mediante prácticas de deliberación. En lo que se basan los periodistas para construir las notas son en sus fuentes primordiales, las cuales según el periodismo buscado está en la misma ciudadanía.

Elisabeth NöleNeumancon su libro *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social* define una sociedad con el deseo de poseer el apoyo de la opinión pública para no verse amenazada por el rechazo o el aislamiento. Ana María Miralles cita a la autora en el libro de *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana* para hacer referencia a la opinión predominante.

La cita de Nöle aclara que tal opinión predominante pretende representar todos los espectros de opinión de la sociedad, cuando en realidad solo representa una parte “de ese conjunto diverso y contradictorio por naturaleza” (citado en Miralles, 2002). Es así como se entra a afirmar que la existencia de fuentes en los medios solo marca la decisión del enfoque de la noticia o la información que le desee dar el medio de comunicación dependiendo de sus intereses y línea editorial.

Por ello es de tal importancia saber las fuentes que mueven a cada medio de comunicación trabajado, porque estas van a llevar al enfoque periodístico de cada uno de ellos. Las fuentes marcan el punto de partida de la información, la línea editorial y el prestigio de la compañía.

En las proximidades de las fuentes periodísticas que se destacan en los dos medios de comunicación se puede destacar la importancia que tiene las fuentes institucionales como primordial promotor de la información, acerca de las decisiones políticas de cada uno de los contextos geoespaciales que les compete.

Presidente, ministros, secretarios, alcaldes y demás personas con cargos gubernamentales son tenidos en cuenta por los dos medios como principales canales de información, por su confiabilidad, reconocimiento en la sociedad y autoridad en las temáticas que sean pertinentes.

Por parte de RCN Noticias Internet se destaca las fuentes con solo una línea editorial como la casa de RCN radio, televisión y web por el complemento de la información en diferentes formatos de presentación. Teniendo en cuenta que pertenecen a la organización empresarial Ardila Lule integrada por 80 compañías que ofrecen servicios de entretenimiento, información, comunicación y otros.

En Revista Portada exactamente no tienen una línea editorial que esté marcada, pero casi siempre en sus notas buscan involucrar fuentes gubernamentales o empresariales para darles

fuerza y credibilidad a los reportajes y notas publicados. Es más, la revista por ser de tinte empresarial, tienen una modalidad de formato de información denominado publrreportaje en donde únicamente la información es presentada en pro a una empresa.

Lo que tiene que ver con las leyes y lo ya previamente establecido se puede deducir que es utilizado con frecuencia y es marco de referencia en las fuentes de ambos medios de comunicación. Se privilegian fuentes de prestigio, que tengan gran conocimiento en los enfoques a trabajar y que sean reconocidas en el contexto.

En distancias, hablando de las fuentes periodísticas, se puede destacar que RCN Web Noticias trabaja con agencias de mayor prestigio y reconocimiento informativo a nivel mundial como AFP y EFE. Y también se apoya con fuentes de la misma casa como RCN Radio o la FM. Fuentes internacionales y bogotanas.

Por su parte Publicaciones Portada al trabajar en un contexto que abarca menor información tienen más contacto con la percepción ciudadana de los problemas de la ciudad y es muy común poder preguntar al ciudadano de calle algún tema denominador que se esté trabajando en la revista o en el periódico.

El contacto con el ciudadano marca la diferencia en el periodismo que se busca; ya que mirando las subjetividades de cada persona se logra descifrar dimensiones políticas, sociales y culturales del ambiente que antes no se habían visto. Preguntando y entrando en contacto con las personas se logra una comprensión de la realidad de una forma única intentando captar muchos más matices en ella.

No hace falta destacar que el ciudadano da una polifonía de voces en la agenda de la revista y el periódico. Pero también hay que mencionar que los temas no son puestos por ellos sino que son dados por una agenda ya antes establecida por el grupo editorial de Publicaciones Portada. ¿Teniendo en cuenta al ciudadano, pero no con los temas que ellos pueden plantear sino con temas impuestos, se da cabida al periodismo público?

Los temas así sean de interés para el público hay que reconocer que son los ciudadanos los que tienen el saber directo de la ciudad. No la escucha de estos actores solo para citar como se estaría haciendo en el medio de comunicación departamental, sino que también se debe dar

laprioridad a la vida cotidiana, describirlas dimensiones de la gente y narrar los conflictos internos que son de gran trascendencia para la sociedad.

Es así como las fuentes se convierten el material de apoyo para enfocar la noticia en los diferentes medios de comunicación. Sin duda alguna las fuentes con credibilidad y conocimiento juegan un papel fundamental. Pero también en el periodismo público serán los ciudadanos con sus experiencias cotidianas los que darán paso a nuevos saberes del espacio-contexto.

2.3 Contexto ciudadano

Según Juan Carlos Pérgolis cada ciudad tiene sus propios comportamientos y es pensada por el conjunto de ciudadanos con relatos fragmentarios, porque cada uno lo piensa a su manera de ver y con sus percepciones mentales ya establecidas. Los relatos que son aleatorios “aparentemente son ajenos a cualquier totalidad pero son capaces de mostrar los rasgos de la vida en la ciudad y los múltiples imaginarios que se tienen sobre ella”. (Pérgolis, 2005, p. 13)

Ante las diferentes miradas que se tienen del espacio es necesario saber que cada una de ellas le da un sentido que construye el rompecabezas de la realidad. Es necesario darle sentido a las acciones, a la información, a los eventos y circunstancias para mostrar una nueva significación y entendimiento de las dinámicas que allí se trabajan.

¿Y la realidad? Esta termina siendo un conjunto de similitudes y disímiles expuestas por los ciudadanos formando un conjunto de identidad. Teniendo en cuenta el punto de vista de las personas se logra un entendimiento sobre ellas. En el reconocimiento de la individualidad esta la conexión principal para cuando se habla de asuntos públicos, como lo afirma Ana María Miralles (2002, p. 13).

Bogotá y San Gil son ciudades de Colombia donde se encuentran los dos medios estudiados. Bogotá es la capital de Colombia. Por serlo cuenta con acumulación de grandes procesos políticos, empresariales y sociales para el país. En una conversación con un periodista de RCN Web, él afirmaba que en Bogotá se tejen las grandes decisiones del país y por ello estar cerca de la capital es estar cerca a grandes cambios para el país. Es allí donde están los organismos de mayor jerarquía a nivel político. (Congreso, Casa presidencial, Procuraduría, Corte Suprema de Justicia, entre otros).

Está ubicada en el centro de Colombia y según las proyecciones del censo del 2005 tiene una población de 7.363.782 habitantes. Es uno de los centros industriales y empresariales más importantes del país. Algunas revistas más importantes del mundo la destacan por la alta productividad, la facilidad de crear empresas, el gran número de centros culturales como museos y bibliotecas y de igual forma la ciudad con mayor número de universidades (144).

La extensión del distrito es de 1587 kms, que posee una organización administrativa urbanística. Tiene 20 localidades y un clima de 6° a 24° C. este último marca grandes diferencias en el comportamiento de la población según lo que se va a explicar más adelante.

La capital es un punto de concentración de diferentes dimensiones de la ciudad. La percepción social de la capital disminuye en conceptos como corrupción, calidad de vida, inseguridad y tiempo. Hay que destacar que en una ciudad como Bogotá se tienen en cuenta el factor del transporte por la magnitud de extensión del área que la delimita.

En contraposición se encuentra San Gil que es denominada la capital turística de Santander y se localiza a 90kms de Bucaramanga. Está rodeada de pueblos coloniales y su entorno turístico y de aventura marca la diferencia para lo que son las dinámicas en la ciudad.

Es una ciudad tranquila que ha venido transformándose en su entorno urbanístico con edificaciones, urbanizaciones y grandes proyectos empresariales por el impulso del desarrollo económico establecido por el turismo. San Gil es vista como destino de naturaleza y el clima (entre 24° y 32° C) establece una diferencia entre sus ciudadanos y los espacios.

Según conceptos de psicología hay muchos factores internos y externos que causan que un individuo se pueda sentir mejor en un determinado espacio. El clima es uno de ellos. En un determinado caso puede permitir el desarrollo de muchas actividades con conexión en un medio abierto o por el contrario limita comportamientos sociales naturales. Muchos de los ambientes establecidos en el mundo causan un comportamiento estándar es un tipo de población.

Con un número de 42.988, según el censo del 2005 y un área de 149.5 kilómetros, el sitio turístico ofrece amabilidad, disposición y trabajo entre sus habitantes. La menor cantidad de personas y los entornos sociales, hacen que la percepción de seguridad y calidad de vida entre las personas aumente favorablemente.

El departamento de Santander según la administración territorial oficial están divididos por provincias y núcleos de desarrollo provincial. Existen seis provincias en el departamento: Provincia de Soto, de Guanentá, Comunera, de Vélez, de Mares y de García Rovira. Cada una de estas provincias están conformadas por municipios y San Gil se encuentra dentro de la Provincia de Guanentá; la cual se denomina de esta forma por los indígenas guanes que habitaban en la región.

Por ser pequeña la capital turística, las industrias y las empresas más grandes son muy centralizadas y “todo queda cerca a cualquier hora”. La actividad económica es la agropecuaria y se cuenta con varias empresas importantes de productos regionales como lo es el tabaco, el fique, el cemento, entre otras, las cuales se encuentran en las periferias de la ciudad. San Gil es una ciudad en crecimiento, con diferentes dinámicas desde el clima, hasta las principales actividades económicas y los valores culturales establecidos previamente por el espacio.

Los factores de la ciudad antes expuestos marcan un comportamiento humano para el ciudadano el cual influye directamente en las necesidades, que piensan los medios para su público. Como también influyen en rating, agendas informativas y enfoque periodístico. Muchos de los conceptos relacionados y expuestos se perciben que se puede relacionar con todo, formando un grupo de relaciones, argumentaciones y percepción de la realidad más completa donde entran a jugar muchos elementos.

RCN Noticias Internet se maneja desde el contexto bogotano. Siendo ciudad principal está regida por dinámicas de presión, afán, estrés, inmediatez y poco contacto entre los ciudadanos del común. Esta lejanía atrasa los procesos de deliberación, porque se maneja más los intereses particulares que los colectivos.

Dentro de las ciudades y sus proximidades hablando acerca de los medios se puede destacar que juntos medios son reconocidos en sus regiones. Son reconocidos a nivel de contenido, formatos y enfoque del contexto. Juntos medios se relacionan directamente con el contexto, narran y describen procesos económicos, políticos y culturales.

Van a la par en procesos de extensión y necesidades que se enmarcan en las dinámicas de economía, cultura y política. Cada una de estas facetas en la ciudad permite sacar diferencias y similitudes para el ejercicio del periodismo público. Por ejemplo: cómo la economía también es

un factor trascendental para los ciudadanos, las necesidades para un determinado público dependiendo de su cantidad de personas, el clima cómo puede influir en las percepciones sociales y psicológicas.

Las personas cambian sus necesidades y su sentido de la realidad cuando viven en otros lugares. ¿Qué les interesa? ¿qué se hace importante? ¿cómo uno se puede relacionar con las personas y cuál es la percepción social del estilo de persona que uno deber ser?. Al principio se pensaba que la ciudad en el ejercicio periodístico no iba a influir y que la experiencia práctica en otra ciudad como Santander solo iba a ser una continuación de un trabajo pensado.

Pero las dinámicas en el entorno, en el espacio marcan una multiplicidad de situaciones, rasgos, acontecimientos, saberes, estructuras, objetivos, cultura y percepciones sociales entre otras. El espacio marca el ejercicio periodístico y la ciudad da a conocer los sujetos que allí se encuentran y sus intereses dependiendo de sus búsquedas de sentido para el desarrollo de la estructura administrativa de convivencia.

Dentro de las distancias podemos recalcar la gran ciudad y la pequeña ciudad que hasta ahora está comenzando a expandirse. La diferencia no es abismal pero si es grande cuando se diferencia la extensión en kilómetros y en cantidad de pobladores por cada espacio de trabajo.

Las distancias físicas se mantienen entre cortas y muy largas. Los tiempos de los ciudadanos de San Gil son diferentes a los de los ciudadanos en Bogotá. Solo con decir que en Bogotá un tiempo de desplazamiento se demora entre 1 y 2 horas y en San Gil dentro de 10 a 20 minutos máximo. Estos tiempos marcan diferencias en las necesidades periodísticas de cada persona y grupo ciudadano.

Las divisiones que también existen en términos de economías y políticas locales y nacionales hablando en el contexto que en la capital se gestan decisiones importantes para el país. La gran y la pequeña ciudad le da cabida al periodismo público dependiendo de las necesidades de sus pobladores.

Aunque en ninguno de los medios se desarrolla un periodismo público como tal, juntos saben la importancia del ciudadano para sus agendas. Y ahora más teniendo en cuenta que para hacer periodismo también se debe tener en cuenta el espacio y la ciudad que da matices de clima,

extensión, población, valores culturalmente aprendidos, procesos económicos y políticos, etc...El periodismo va de la mano con la ciudad.

2.4.Públicos

Llegó al punto donde está una base para encontrar el periodismo buscado y salir del “ábaco de lo básico” (Reguillo, 2009, p.37). Esto con el fin de formar ciudadanos con actitud crítica y motivados por la participación activa que pueden tener en la sociedad, tomando temas de interés colectivo que involucran a un gran número de personas.

Se debe fortalecer las relaciones entre los medios y las audiencias. El principal punto que establece Ana María Miralles para esta relación es tomar el punto de vista de los ciudadanos para que sean ellos los que construyan las agendas informativas dando cabida a esta iniciativa ciudadana. Las audiencias por medio de los canales de comunicación se conectan con la esfera pública para lograr una deliberación.

Dicho de otro modo el periodismo público ya no puede trabajar más con la concepción que tenía el periodismo tradicional del ciudadano. El cual consideraba a la persona “un personaje del mundo privado, apático frente los asuntos públicos, desinteresado, desinformado, con la única excepción de la puerta que abre el sufragio universal...” (Miralles, 2002, p.25)

Es así como al pensar una persona sin interés de asuntos públicos es como si se estuviera hablando de alguien que no se interesa por sus necesidades, no se interesaría de hablar de algo que puede resultar beneficioso para el desarrollo de la sociedad. El sentido de la ciudadanía como se ha venido hablando es clave en la construcción de los nuevos saberes periodísticos.

Hablando de las proximidades que se puede establecer en los públicos de los dos medios de comunicación se puede mencionar que tanto en contexto bogotano y sangileño, la ciudadanía es inactiva en los procesos de construcción de esfera pública. Los televidentes y lectores tienen una receptividad de información alta pero la capacidad de crítica queda guardada para los conjuntos en casa.

Es decir el debate y la postura crítica ciudadana no llega a una iniciativa de deliberación, sino que solo está en conversaciones diarias familiares o laborales pero no en una transformación

subjetiva de los problemas cotidianos, que al parecer individuales se vuelven colectivos bajo la necesidad de cambio.

Y así se pueden definir a las audiencias poco participativas, que creen lo que ven y lo que leen porque las fuentes utilizadas tienen prestigio y credibilidad, pero no se preguntan si será cierto, y tomando o no una actitud más crítica, no se realiza trabajo de deliberación ciudadana con respecto a los temas que exponen los medios.

También cabe afirmar que la única participación directa que se presenta es por redes sociales: Facebook y Twitter, en juntos medios. Los periodistas afirman que por este medio de comunicación les llega cartas y comentarios que casi siempre están relacionados con quejas, inconformidades y argumentos con bajo sentido crítico. Se da solo las redes sociales como un sistema de crítica que no es constructiva y no aporta el desarrollo de cambios.

Hay que tener en cuenta que estas dos redes sociales manejan una comunicación muy lineal y lo que los periodistas afirman es que no se da un diálogo o una retroalimentación fluida entre el medio y el espectador. Hay solo una respuesta por parte del ciudadano receptor: crítica que no es constructiva, corta y con falta de argumentos.

Dentro de las distancias que los dos medios manejan con respecto a los públicos se determina que en Publicaciones Portada se tiene más en cuenta al ciudadano en sus problemáticas y más cantidad de personas son tomadas como fuente. Hay que destacar que aún no se ha llegado a tal punto en que la sociedad sea la que plantee los temas.

Con menor cantidad de población y un involucramiento más cercano en la polifonía de voces, Publicaciones Portada en su trabajo valora más la complejidad de las audiencias y está más cerca de lograr un periodismo público donde las personas sean capaces de entrar en las esferas públicas con mayor facilidad.

Por su parte RCN Web plantea sus exigencias con el público para la satisfacción de intereses. ¿Pero entonces que desea el público que ve Noticias RCN en internet? Según Mauricio Aragón, editor de la página web, a las personas siempre les interesa lo mismo. “¿A qué público estamos llegando?, ¿qué público nos está leyendo?, ¿qué quiere el público? Hay veces los medios se convierten en lo que se convierten por ceder a lo que quiere el público. ¿Qué quiere el público?,

los sucesos, la cámara de seguridad, el robo en el supermercado...” (“Conversación informal”, 2013).

Lo que se pudo analizar, indagar e investigar es que a juntos medios les interesa mucho sus públicos y no cabe duda que este elemento es el que los posiciona para ser unos de los mejores medios en su región. Pero se está subestimando lo que pueden ser capaces los ciudadanos al no sólo recibir una información de actualidad y con rapidez, sino que también la información sea propuesta por ellos y sean dados espacios de deliberación que son tan necesarios en la clase de periodismo buscado.

El ejemplo de periodismo público de *Voces Ciudadanas* propuesto por Ana María Miralles es la certeza que se puede crear opinión pública a través de la interacción de la información, el debate y la producción finalmente de una agenda ciudadana. “Espacio público, temas de interés, información para el debate, participación del ciudadano, identificación de consensos y seguimiento periodístico”. (Miralles, 2002, p. 115)

Temas y posibilidades que rozan juntos medios de comunicación en su labor, pero que para llevarlo a cabo se necesita la puesta en marcha de proyectos, primero internamente, para luego comenzar a mover los públicos y empezar los desafíos para la nueva era de comunicación.

2.5. Infraestructura tecnológica

Como la palabra lo indica la infraestructura es el conjunto de elementos y servicios que son necesarios para el desarrollo de una organización o actividad. En este caso infraestructura tecnológica es el conjunto de todos los elementos tecnológicos que cumplen una función determinada para prestar un servicio, que en este caso es de comunicación.

Servicios como inmediatez, capacidad de reacción, sistemas para la información y nuevas tecnologías son algunos de los elementos que se pueden mencionar dentro de los medios de comunicación trabajados. Hay que destacar que en este punto, RCN Web Noticias le lleva un gran trecho a Publicaciones Portada por el hecho de que el primero presta información por internet. Por ello, la principal herramienta es la tecnología avanzada para RCN Web.

El periodismo público convoca a varios procesos de deliberación que llevan a construir una agenda de prioridades según Miralles (2002, p. 34). Los intereses de los ciudadanos y su manera

de ver la realidad plantea disímiles y similitudes que dejan ver diferentes matices de los medios. Las diferencias dan un gran marco de cómo se trabaja y cuáles pueden ser los puntos a tratar para mejorar, en la construcción de un mejor medio de comunicación para la ciudadanía. La tecnología es un punto donde se presentan gran cantidad de diferencias y articulación entre ellas.

(La tecnología) Es la parte por la cual la investigadora ha podido observar e indagar que con una acertada tendencia en ella y buena utilización de la misma para la deliberación, se puede tomar como instrumento base para el contacto con el público, la posibilidad de manifestación de temas, desacuerdos, deliberación y disímiles recordando que la diferencia da campo para entrar a trabajar en varios matices de lo social.

Entre las proximidades hablando de infraestructura tecnológica se puede destacar el alto uso de las redes sociales: Facebook y Twitter. Naturalmente por la masificación del medio, RCN Web Noticias tiene más usuarios que Publicaciones Portada. Cada red social cumple con una función dependiendo del medio y el fin de las publicaciones.

Los usuarios de Noticias RCN en Facebook son 197.740 personas. Allí se publican alrededor de 15 notas por día, las cuales están compuestas con una frase de la noticia, acompañada de una imagen y un link de vínculo para la ampliación de la misma. Las personas pueden compartir las noticias con otros “amigos” y cuando se trabajó en el medio; las notas publicadas con mayor éxito, eran las que tenían mayor número de “compartir”, porque quería decir que muchas más personas las podrían ver.

El número de usuarios de Publicaciones Portada es de 6.718 personas, que por el contrario no tiene actualización por cada día sino que se publican notas cada 20 días, dependiendo las que salgan en el periódico o la revista. La nota está compuesta por una imagen, un título encima de ella y un link para más información que lleva a la página principal de Publicaciones Portada.

En el caso de Twitter para RCN tiene mucha importancia porque en esta red social se puede medir su prestigio, rapidez e inmediatez para comunicar la nota. Es más, es una manera de probar sus atributos de información, confiabilidad y veracidad. Características importantes en el periodismo tradicional. En Twitter el medio tiene 3.185.158 seguidores y se cataloga como uno de los medios con mayor cantidad de usuarios.

Como se decía anteriormente, tener usuarios y prestigio dentro de las redes sociales es un gran logro dentro de los medios de comunicación que se disputan la atención de los usuarios y miden su productividad dependiendo de ratings. Por su parte Publicaciones Portada, tiene más actividad en la red social de Facebook y cuando se le pidió el concepto al periodista sobre redes sociales dijo que este era uno de los únicos medios de comunicación santandereanos con esta cantidad de seguidores.

Los correos internos y las redes sociales en ambos medios han sido la vía para el contacto con los usuarios, los cuales cumplen la única función de tener una comunicación lineal entre las partes. El editor de la página web de RCN y el periodista administrador de redes sociales de Publicaciones Portada, coinciden en decir que la participación de las audiencias es baja y lo que se evidencia son solo quejas, comentarios sin un sentido de argumentación y opiniones al aire.

¿El comportamiento de los usuarios en internet y por vías tecnológicas se puede prever por la misma calidad de información que es transmitida o publicada? En muchos casos se podría decir que la pregunta si tiene validez, pero también hay que mencionar que los que opinan y tienen “participación” en las redes sociales son solo un mínimo porcentaje de los ciudadanos.

Hay todo un grupo de ciudadanos con percepciones importantes de la realidad en sus mentes, con un discurso de argumentación y con opiniones interesantes validadas por la experiencia. Pero a este grupo de ciudadanos que es la mayoría, le falta inserción, acciones por tomar y espacios abiertos con iniciativa de medios de comunicación para la deliberación de intereses comunes.

Una iniciativa de parte de los medios de comunicación en conjunto con la iniciativa de la ciudadanía es el paso y el proyecto a seguir en el periodismo público. Los medios por su parte no sólo quedarse con el registro de los hechos sino pensar el periodismo desde los ciudadanos a pie. Los ciudadanos por su lado construir agendas comunes, ya que estas ofrecen espacios para los temas de importancia, y de esta manera se pueden conectar a la esfera pública de la información y la convocatoria por parte de los medios de deliberación.

Así es como medios y ciudadanía construirían iniciativa, deliberación, agenda ciudadana, temas para la esfera pública, espacios para el diálogo, subjetividades que derivan bienes comunes; todo ello en conjunción con un contexto de ciudad y espacio. Retos y desafíos por

afrontar de ambos lados en donde se debe empezar a encauzar los elementos para que las cosas empiecen a pasar.

En cuanto a la distancias entre las infraestructuras de los dos medios de comunicación se puede mencionar una gran diferencia. RCN Web Noticias como es especializado en la transmisión de información por la red, también cuenta con servidores de alta tecnología y sistemas de buena cobertura para la transmisión de bases de datos.

En una conversación informal con el editor de la web de RCN, Mauricio Aragón, el mencionaba que los tipos de servidores que se utilizaban para la página tenían un gran cantidad de capacidad y se encontraban ubicados en E.U por motivos de seguridad y facilidad. Mencionaba cables de información en lo profundo del mar y muchos más avances tecnológicos que habían sido creados con el fin de informar. “Las comunicaciones mueven muchos negocios”, afirmaba Aragón. (“Conversación informal”, 2013)

Por ser un medio nacional y reconocido, RCN Noticias Internet su tecnología informativa y técnica es avanzada y de igual manera en sus notas de video y texto siempre se encuentra el nombre o el prestigio detrás de ellas. Asunto que no pasa en Publicaciones Portada, porque hacen uso de la tecnología pero no es su base para la transmisión de contenido informativo. Es sólo otro canal de información mencionando que hay veces no se actualiza.

Las Tecnologías de Información y Comunicación aportan, según Jaime Alonso, dos dimensiones en el sistema de comunicación. “Por un lado cambia la manera de cómo se produce, gestiona y consume contenidos y por otro lado modifica la manera de cómo se produce, gestiona y consume los procesos de comunicación. Por ello surgen diferentes maneras de entender la comunicación luego de la internet”. (2010, p. 21)

Finalmente hay que mencionar que la tecnología está y seguirá estando en una globalización de sus avances. Hay que destacar que un medio de comunicación debe tener estos canales actualizados y dispuestos al público para que sean otro vínculo de participación. Los diferentes formatos de interactividad y motivación de los públicos a opinar dentro de la red, abriría otra puerta al periodismo público. Otro desafío que siempre tendrá que innovarse.

3. Tercer Eje Temático

Papel del ciudadano dependiendo de los objetivos periodísticos de cada medio de comunicación. (RCN Web y Publicaciones Portada).

Comenzaré afirmando que el espacio público es uno de los elementos trascendentales que entran a jugar en el campo del periodismo público. Aristóteles lo define como un espacio vital para la sociedad donde se reunían las personas en la Antigua Grecia para compartir opiniones, evaluar propuestas y elegir la mejor información.

El concepto que como se puede investigar ha tenido una gran aceptación e importancia en la historia, Marc Augé en tiempos más recientes define como “lugares”: “**lugar de identidad** en el sentido que cierto número de individuos pueden reconocerse en él y definirse en virtud de él, **de relación** en el sentido de que cierto número de individuos, siempre los mismos, pueden entender en él la relación que los une a los otros, y **de historia** en el sentido de que los ocupantes del lugar pueden encontrar en él los diversos trazos de antiguos edificios y establecimientos, el signo de una filiación”.(1994, p. 147)

Y así como lo utiliza la palabra Marc Augé, la filiación o el lazo entre ciudad y periodismo empieza a ser cada vez más claro. La ciudad busca involucrar cada vez más a la sociedad para promover procesos de una construcción de una opinión pública autónoma. La ciudad no se quiere construir sino se quiere trabajar en el conjunto de ella misma que ya está establecido. La conexión entre ciudadanos y asuntos públicos es un eje fundamental en el desafío de comunicación que se quiere alcanzar.

Revitalizar el sentido de lo público como lo propone Ana María Miralles (2002, p.15), se da de igual forma fortaleciendo el papel de la sociedad civil. ¿Y cómo está actuando esta sociedad civil en los medios trabajados? Hay que establecer que el público sigue a cada uno de los medios de comunicación por también sus intereses periodísticos o de gustos que cada uno establezca. Cada persona establece sus importancias y sus intereses dependiendo de qué le gusta, en qué formato, qué quiere ver y cómo se quiere informar.

El papel de la ciudadanía dentro de RCN Noticias internet está marcado por complacencia de parte del medio a los usuarios, la favorabilidad que tienen sus notas medidas por “me gusta” o

número de visitas a la página y la poca participación por parte del grupo ciudadano a las agendas del medio.

En párrafos anteriores se expresaba que el editor de la página de RCN complacía al público dependiendo de lo que ellos querían ver. Referenciaba cámaras de seguridad, los robos, las noticias de inmediatez y todo lo que tuviera que ver con accidentes, hurtos, imágenes impactantes, etc... También el editor mencionaba que no cambiaban contenidos porque al público le gustaba: “ los medios de comunicación ceden buena parte de sus espacios para ese requerimiento del público...y los requerimiento del público son sensacionalistas”. (“Conversación informal”, 2013)

Y es entonces cuando el director del mediodo comunicación pregunta que si es responsabilidad de ellos hacer esta tarea de lanzar contenidos diferentes, ya sea más investigativos, con diferentes miradas o con una mirada polifacética de la ciudadanía. Desde como habló el editor hizo saber que además de las dinámicas de información que se manejan, su labor es un negocio y que se intenta entender desde esta perspectiva: “Estamos tratando de entenderlo como negocio, como medio, como herramienta informativa, como herramienta de interacción con nuestros usuarios...” (“Entrevista a Mauricio Aragón, Editor RCN Noticias Internet”, 2013)

Cuando habló el editor de RCN Noticias tuvo mucha relación con la entrevista que se le hizo al gerente de Publicaciones Portada, en acertar que construir un medio de comunicación es duro y que también de alguna u otra forma debe ser entendido como un negocio.

Es así como el papel del ciudadano en Noticias RCN web se limita a este tipo de intereses y a una participación baja, con comentarios sin sentido o argumentos que insultan y que no tienen ningún fin. La interacción de los intereses ciudadanos es marcada por vías tecnológicas como las redes sociales, pero el papel del ciudadano se detiene allí en este medio que no abre espacios para la deliberación ni la participación. Es más, su rol como negocio informativo le impide modificar contenidos, que serían la vía para el involucramiento ciudadano.

De modo que se puede evidenciar que las empresas informativas se autodefinen como industrias y las cifras que publican los directores les quitan de inmediato la duda respecto a la necesidad social del producto. Así lo aclara Max Horkheimer en el texto “*La industria cultural*.”

Iluminismo contra mistificación de masas”. Dentro de estas empresas de información millones de personas juegan un papel predominante en la trasmisión de productos standard que buscan suplir siempre las mismas necesidades. (1988, p.1)

En Publicaciones Portada, el gerente de la compañía afirmó que los objetivos del medio eran incentivar el papel del ciudadano. Se desarrollaban las actividades dependiendo de sus intereses y las notas publicadas eran por peticiones de la ciudadanía. Cuando se mira el trabajo de la revista y el periódico parte de lo que dice el director se refleja en las publicaciones, pero otra parte no.

El contenido en todo caso tiene involucramiento de ciudadanos tomados como fuentes, pero no como actores directos de la información. Además se destacan los artículos empresariales que toman en un ámbito más general los requerimientos de la sociedad civil sin involucrarla directamente en una esfera de deliberación pública.

Aquí conviene detenerse en un punto clave para la investigadora: cuando el ciudadano no es tomado con su polifonía de voces y su iniciativa en las ideas, se puede de nuevo llegar a pasar las fronteras de un periodismo tradicional. La información como elemento base para la democracia no cumpliría su función específica.

En Publicaciones Porta sólo se tiene en cuenta al ciudadano como fuente y se tiene abierto un espacio tecnológico para quejas y “participación”. Pero, no se han abierto espacios para la deliberación y otras formas de hacer política para la posibilidad de acercarse a la realidad de cada uno de los actores con sus diferentes matices.

El papel del ciudadano en Publicaciones Portada no abre el espacio para la autonomía del público, ni para que ellos sean los que planteen una agenda ciudadana con la “verdadera función de la opinión pública construir y visibilizar sus temas”. (Miralles, 2002, p. 29).

Aún así hay un matiz que mencione el gerente de la revista que podría darle un espacio más visible a los ciudadanos y se podría re significar su papel dentro de la sociedad. ¿Cuál es el matiz?. Los ciudadanos del común no se ven representados en los medios de comunicación formales porque a estos les hace falta representatividad en los temas de interés común, en lo importante para la ciudadanía, en un interés colectivo.

Cuando se hace entrevistas a las personas del común siempre ellos preguntan: “¿para qué medio es?”. En ese momento las personas se buscan sentir representados en el medio y buscan sentir confiabilidad a la persona que le van a dar sus testimonios. Tomando como base que el periodismo público se construye con la ciudadanía, con el lenguaje de la gente y con sus percepciones, el medio debe estar al servicio de la sociedad desligándose de todos los elementos que para el ciudadano no le hagan sentir confiabilidad.

Los elementos son:

- La cantidad de fuentes institucionales utilizadas en los medios y el mejoramiento de la calidad de ellas (las personas no se sienten identificadas del todo con los testimonios por la falta del involucramiento ciudadano).
- La falta de espacios de deliberación y la promoción de iniciativa ciudadana. Los medios se quedan únicamente contando con las redes sociales afirmando que allí es el espacio de “participación ciudadana”.
- Re direccionar y re significar los objetivos de los medios de comunicación. (¿Quién construye la comunicación?, la ciudadanía o los mismos medios).
- Los temas con enfoque ciudadano se quedan en el aire sin investigación ni análisis. Por ello hay que reunir a los actores principales para encontrar soluciones viables en el debate y la discusión. (En la diferencia y disímiles están las soluciones de los problemas sociales, culturales y económicos).
- La falta de revitalización del sentido de la ciudadanía y la política. La construcción de la política como una actividad que se orienta a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar determinados objetivos. En la relación de periodismo y política lo que se enfoca es cambiar el modo de hacer política.

El sentido de la ciudadanía se abre a la participación directa de las personas del común para luego entrar en sus experiencias y problemas cotidianos. Luego que se conocen y se entienden estos intereses se pasa a tener una deliberación para promover la democracia activa y la construcción de un nuevo sentido político.

Es así como en términos del periodismo público más allá de confundirse todos quedan interconectados en pasos a seguir para el nuevo tipo de periodismo que se quiere construir dentro de los próximos años. Porque como se vio en la investigación y en las prácticas del ejercicio periodístico, tanto las dinámicas, como las personas y los procesos en la actualidad están requiriendo y pidiendo un cambio en el sistema.

4. Cuarto Eje Temático

Nuevos saberes de la sistematización para el aporte comunicacional al periodismo público y a la construcción de democracia.

Al pasar la investigación y en el transcurso de ella el conocimiento práctico y teórico adquirido ha sido continuo y de mucho enriquecimiento para la investigadora en dimensiones académicas, profesionales y personales. El pasar de las dinámicas de información de diferentes medios y conocer en tan poco tiempo algunos de los elementos importantes para hacer periodismo ha generado la construcción de diferentes saberes y percepciones.

Se destaca la oportunidad comunicacional de poder haber estado en dos medios de comunicación que con sus disímiles y similitudes permitieron establecer puntos de referencia en la manera de poder construir un mejor tipo de periodismo para los ciudadanos. La experiencia comunicacional y la constante actividad auto observadora permitió tener un trabajo con matices y temas a investigar.

Aunque cabe mencionar que ninguno de los dos medios manejaba un periodismo público propiamente dicho, los dos tenían características a destacar para aportar a este tipo de periodismo. La metodología escogida de sistematización permitió dar un sentido comunicacional y vivencial a las prácticas. Además, permitió estar en una actitud crítica con el contexto, los

actores, las empresas, las dinámicas y otros tipos de elementos que proporcionaron un conocimiento alternativo.

Es más, el mismo conocimiento que se buscaba adquirir sobre el periodismo público permitió a la investigadora aprender de su primer contacto con los medios de comunicación de dos lugares de Colombia. Conocimientos de gramática, entendimiento de las dinámicas de la información, puntos de vista, percepciones de los actores, procesos de trabajo, estructura periodística, importancia de la publicidad, públicos, avances de la tecnología, etc...

Por otro lado, se destaca que de la experiencia aprendida en los dos medios de comunicación se pudo aportar teorías comunicacionales teniendo en cuenta la importancia de estos recursos. Transformando los conceptos periodísticos antes planteados en un comienzo de la práctica se logró cambiar la experiencia y la manera de ver otros términos como ciudadanía, democracia, periodismo público y política.

4.1 ¿Qué mejoró tras la sistematización?

Luego de las prácticas y el ejercicio investigativo cada medio ha presentado y está presentando cambios en sus dinámicas comunicativas y otras fueron propuestas por la investigadora.

RCN Web TV con la apertura de una página única para noticias (www.noticiasrcn.com) abrió al medio la posibilidad de mayor contextualización en las notas, la variedad de temas y la continuidad en la apertura de espacios para la participación ciudadana.

Así como la reflexión de los periodistas y editor en jefe de la página de los objetivos que se quieren perseguir, el análisis constante de las dinámicas informativas y las reuniones frecuentes para mejorar el contenido de la página.

Publicaciones Portada con un cambio estructural en las jerarquías de la empresa, la búsqueda de espacios más especializados en temas y el intento constante para que la revista funcione en la web (redes sociales, página de internet, participación, etc...)

Una propuesta de mayor reflexión en las labores para que el medio no sólo se base en la publicidad sino en la especialidad de temas de interés general que incluyan a los ciudadanos. De esta manera se da mayor prioridad a los contenidos periodísticos.

El siguiente cuadro muestra las debilidades y fortalezas de cada medio de comunicación encontradas en la sistematización de experiencias:

	Debilidades	Fortalezas
RCN Web TV	✓ Únicas fuentes internacionales o bogotanas. ✓ Notas sin contextos previos y solos extraídos de “cables” (AFP Y EFE). ✓ Relación fuertemente ligada internet-TV	✓ Avances y cobertura tecnológica. ✓ Importancia en los intereses ciudadanos. ✓ Buenas actualizaciones en redes sociales y nuevo portal Web que incluye otro formato más completo para web.
Publicaciones Portada	✓ Falta de actualización de la página web y redes sociales. ✓ Espacios de publicidad muy grandes restando importancia a contenidos. ✓ Baja participación e interacción ciudadana.	✓ Utilización múltiple de fuentes ciudadanas. ✓ Mayor contacto con el ciudadano de a pie. ✓ Notas pensadas para los intereses ciudadanos, con un contexto y análisis previo.

5. Quinto Eje Temático

Aporte de la ruta metodológica de Lola Cendales en la sistematización de experiencias.

La presente sistematización de experiencias recoge los aportes de la autora Lola Cendales. Como primera medida por reconocer la modalidad de sistematización como una forma directa de investigación que según “reconstruye e interpreta las experiencias, privilegiando los saberes y el punto de vista de los participantes”. (Citado en Torres y Mendoza, SF).

En la investigación se ha podido explorar todos los conocimientos que pueden tener los sujetos que trabajan y que son parte de las dinámicas de comunicación de las empresas informativas. Periodistas, locutores, ejecutivos de cuenta, administradores de páginas web, editores y gerentes son el grupo que al cabo del estudio permitieron tener una mejor comprensión de las prácticas.

Además de ellos la acción autoobservadora y de participación activa de la investigadora permitió anotar datos importantes, determinar comportamientos cotidianos y relacionar toda una clase de elementos periodísticos que puede seguir creciendo dependiendo del tiempo de la investigación.

En un principio no se esperaba hallar tantas teorías comunicativas en la experiencias y posteriormente cuestionarlas, auto descubrirlas, complementarlas y proponer algunos saberes nuevos. Es más, en la investigación aunque se recogieron conocimientos nuevos, la investigadora está de acuerdo en decir que con un mayor tiempo de estudio se pueden descubrir otros saberes dependiendo del cambio de las dinámicas, las personas, las relaciones, las prioridades, etc...

Por lo dicho anteriormente, la investigación tuvo el aporte de Lola Cendales, por el espacio de interlocución y diálogo que se abrieron en las empresas en el transcurrir del trabajo. Los actores al tener unas dinámicas establecidas no tienen espacios para discutir sobre el sentido de lo que se está haciendo y muchas veces siguen estructuras informativas dadas previamente.

No buscan una postura crítica y de aporte comunicacional en su trabajo; y por esta razón los saberes que están ahí no pueden ser descubiertos. El trabajo académico dentro de las empresas

permitió tener a los actores una postura más reflexiva sobre su realidad, además de cuestionarse sobre el ejercicio periodístico y proponer nuevas ideas para la transformación de las estructuras en RCN Noticias Internet y en Publicaciones Portada.

Cabe señalar que fue más difícil poner a reflexionar a los actores de RCN Noticias Internet que a los de la empresa informativas santandereana, porque los primeros manejaban unas dinámicas más estrictas dentro de un medio de comunicación de masas, con intereses lucrativos y un determinado tipo de información a mostrar.

Publicaciones Portada aportó varios elementos para el periodismo público mientras que RCN Noticias Internet sugirió los medios y formas para poder llegar a este periodismo pensado (hablando de tecnología y participación de las audiencias). Juntos medios de comunicación con sus aprendizajes permitieron llevar a cabo la investigación.

Es así como el trabajo fue construido de manera colectiva. Se siguió la ruta metodológica de Cendalesal establecer los objetivos iniciales, los participantes de la experiencia y la pregunta problémica que fue de algún u otro modo los que marcaron el orden y el camino investigativo del trabajo. Cuando se establecieron, ya se había estado en la primera experiencia laboral y se unificó con la segunda experiencia laboral, para saber qué se quería lograr, qué se iba a descubrir y cómo se iba a hacer. Dentro del marco de las posibilidades de la investigación se decidió hacer una comparación de acercamientos y diferencias de los dos medios de comunicación, sabiendo toda la riqueza de saberes que los disímiles causan.

La experiencia fue enriquecedora en términos de academia e investigación crítica, porque al estar en dos medios de comunicación tan diferentes en Colombia, la investigadora pudo encontrar elementos para el periodismo público que se quiere llegar a practicar y comenzar a seguir dentro de las empresas informativas que se puedan convertir en organizaciones de debate comunicativo.

Posteriormente se pudo clarificar los aspectos sobre los cuáles se quería sistematizar, que en el presente trabajo fueron llamados ejes temáticos y fueron cinco pensados para recopilar la mayor cantidad de información. Luego esta información, se utilizó para teorizar construyendo unos nuevos saberes en el área comunicativa. Al finalizar, se ejecuta una sistematización de las sistematizaciones que en este trabajo se indicó en el cuarto eje temático. Allí se buscó interpretar

lo saberes descubiertos para profundizar en lo que fue la experiencia generando nuevos aprendizajes.

Como se pudo descubrir, se siguieron algunos lineamientos de la autora pero también surgieron la diversidad de formas y enfoques para llevar a cabo el proceso de sistematización de experiencias que encerró los conceptos de construcción colectiva, recopilación de experiencias, teorización de nuevos saberes e importancia de los disímiles en las experiencias informativas.

VIII. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta la investigación realizada por un año (2013), los siguientes son los saberes recogidos o los retos que hay que recalcar a manera de conclusiones. La sistematización además de un trabajo académico también aportó cambios en las empresas comunicativas de los diferentes lugares de Colombia, mayor reflexión crítica en los actores de las dinámicas de información y de la investigadora, un estudio más profundo del ejercicio del periodismo en el campo y nuevas perspectivas de trabajar el tipo de periodismo deseado: público y para el aporte de la paz en la ciudadanía.

Desafíos para afrontar

Los saberes adquiridos en la sistematización de experiencias se encuentran enmarcados sobre las bases del periodismo público, el concepto de ciudad, la democracia participativa y el rol activo de la ciudadanía en las esferas públicas.

1. El saber aportado por una revista departamental en donde se destaca la selección de temas por interés colectivo, la polifonía de voces tomada en cuenta como fuentes y la investigación de la mayoría de las notas con un contexto previo.

Y por su parte un medio de comunicación de masas aporta la importancia de la tecnología en tiempos de globalización como medio para el involucramiento ciudadano. Cabe destacar que hay que crear nuevos tipos de interacción con el público basándose en las nuevas TICS. Inmediatamente ligado a este saber está la importancia de las audiencias para el desarrollo del periodismo público como elementos constructores de temas para la sociedad.

2. La interactividad y el producto noticioso mostrado de diferentes maneras, dependiendo de los formatos, abre interés en los receptores a la participación conjunta. Videos, crónicas, multimedias, especiales, fotogalerías, etc... Cada tipo de información muestra un matiz diferente sin olvidar el objetivo principal del periodismo que se quiere lograr: agenda ciudadana y el papel de acción en las personas para incluirse en la esfera pública.

La identidad del medio de comunicación marca la diferencia con otros medios; que finalmente se terminan complementando cada uno con su formato y estilo.

3. La transformación de las redes sociales como trasmisoras directas de información de la ciudad. Seguir trabajando para presentar información oportuna y con vínculos a una mejor contextualización del tema: actores, lugares, historia, causas, consecuencias, etc...

4. La necesidad del cambio de agendas informativas a agendas ciudadanas que tomen en cuenta los intereses colectivos y las particularidades de los sujetos como agentes de la ciudad. Un periodismo que sea más incluyente con los problemas de la población. Formar medios de comunicación en donde la sociedad civil se sienta más respaldados y representados por ellos de acuerdo sus fuentes, temas, cambios e involucramiento.

Una cercanía entre sociedad civil y medios de comunicación donde comience a desarrollarse y fomentarse un periodismo público. Continuar con el valor de la autonomía de la esfera pública expresada en un público libre de pensamiento.

5. La importancia de los temas políticos para causar deliberación y cambios estructurales en la sociedad. No sólo hablando política como tema sino como *polis*, es decir la capacidad que tienen los ciudadanos para tomar decisiones conjuntas sobre temas colectivos.

De igual manera, desde la política se puede relacionar otro tipo de dimensiones en la sociedad como la económica, cultural y social. La política como pilar del cambio en la sociedad.

6. En la investigación se pudo determinar una observación que ocurría en los dos medios de comunicación tanto de Bogotá como de Santander. Los medios de comunicación esperan del público participación y las audiencias esperan cambios en la

manera de comunicar la información por parte de los medios. Es decir que juntos elementos de la sociedad están a la espera de un cambio que ni siquiera depende de ellos.

Los medios de comunicación deben empezar a ver su entorno, a preguntar al ciudadano cuáles son sus intereses, a formar debates públicos y determinar cuáles son los temas que necesitan una resignificación. Por su parte, las audiencias deben ser más críticas y activas en la información recibida. Investigar, opinar, discutir e incluirse dentro de las dinámicas de la democracia no sólo hablada desde la capacidad de votación sino de acción.

¿Quién va a empezar primero con el cambio en las dinámicas de información?. Juntos a la vez, sin esperar una comunicación con dominio sino con asociación.

7. La importancia del concepto de ciudadanía, el cual encierra todos unos matices de sujetos, relaciones, identidades y dinámicas de trabajo. Hablar de periodismo no se puede hacer sin hablar del contexto ciudadano en el que se esté trabajando.

La ciudad determina los intereses, los enfoques y las relaciones entre los actores que al final de cuentas son los ciudadanos. ¿Y cuál es ese papel de los ciudadanos que persigue el periodismo público? Precisamente el de la democracia, la participación activa y las relaciones de subjetividades que se convierten en colectivas cuando se da a lugar espacios de discusión.

Ciudad de población, en la extensión, en el clima, en la cultura, en sus gobernantes, en los ciudadanos, en los espacios, en las costumbres, en el trabajo, etc...La ciudad y sus relaciones como el contexto.

8. Los ciudadanos no son sólo fuentes, son generadores de contenidos periodísticos basándose en sus narraciones de percepciones, situaciones y problemas en la vida del lugar. Las personas tienen mucho por contar desde su punto de vista y desde sus experiencias, las cuales darán paso a otra mirada social de la ciudad.

9. Romper el imaginario de la ciudadanía individualista, en donde cada uno se preocupa simplemente por lo suyo sin ser conscientes que sus problemas e inconformidades tienen un tinte colectivo que puede ser solucionado con diálogos, consensos, reuniones en donde se impulse la participación activa, entre otros.

Todo ello basado en una ciudad más independiente y con gobernantes que sepan el objetivo de la política colectiva.

10. Capacidad de respuesta ciudadana crítica y constructiva dependiendo de los temas planteados. Para que sus opiniones se hagan confiables, valederas y con una argumentación basada en la investigación y en los saberes establecidos previa y posteriormente.

Una construcción constante de saberes, así no sean documentados, pero que se estén generando dentro de todos los espacios de la ciudad.

¿Qué se buscó en la investigación?

La búsqueda de una nueva era de comunicaciones para la paz, abriendo espacios de consenso en donde las audiencias de la ciudad y medios de la comunicación desarrollen un matiz de posibilidades que cubran los intereses colectivos de la sociedad. Mirando no cómo cada elemento es más importante que el otro sino cómo cada uno se complementa y se asocia para buscar soluciones de periodismo y política. Desafíos y retos para la comunicación.

IX. ANEXOS

Anexo 1

Entrevista estructurada realizada a los periodistas de RCN Web antes del cambio de la nueva página web

1. Su nombre y breve descripción de experiencia laboral
2. ¿Cuál es el trabajo que más le ha gustado?
3. ¿Cuál es su función específica dentro de las dinámicas de información que maneja noticias internet RCN?
4. ¿Qué ha aprendido en noticias internet RCN que no lo haya aprendido en otros medios?
5. ¿Qué es lo más gratificante para usted al trabajar en la página de noticias internet RCN?
6. Cómo periodista ¿aporta para la paz?
7. ¿Porqué está trabajando para un medio de comunicación que limita la información siendo medio de comunicación de masas y no está de acuerdo con la información que emite?
8. ¿Cómo periodista con posibilidad de transformar la realidad, qué le cambiaría a la página Web de Noticias Internet hablando en términos de estructura, metodología y contenidos?

Anexo 2 de la página web

De las 30 notas posibles 10 son de política



Anexo 3

Entrevista al editor de RCN Noticias internet: Mauricio Aragón

Mi nombre es Mauricio Andrés Aragón Hernández, soy comunicador social periodista, tengo una amplia experiencia en periodismo digital, he trabajado inicialmente en televisión. Más o menos unos 10 ó 12 años empecé en el noticiero Telepaís, luego en agencia de noticias Colprensa como jefe de Redacción, luego en el Tiempo.com como director de noticias, luego en Semana.com como editor general y recientemente como editor general de noticias del canal.

¿Cuál es el trabajo que más ha tenido impacto en su carrera profesional?

Toda la etapa que he trabajado en periodismo digital ha sido la que más he disfrutado, creo que desde esa etapa fue la que trace el futuro de mi carrera, mi presente y es lo que quiero seguir haciendo, trabajando en portales informativos y seguiré en esa línea del periodismo.

¿Por qué el periodismo digital es importante para los medios de comunicación de masas?

Creo que es el futuro de los medios de comunicación. Me parece demasiado democrático, es un medio participativo, atrás quedaron esos medios algo blindados para el público, medios a los que el público no podía acceder, sólo por medio de una carta o una eventual llamada. Ahora los medios son más incluyentes a los lectores, al público en general. Ese público puede comunicarse con los medios a través de las vías, eso es una de las cosas.

Segundo me parece una herramienta demasiado “rica” para contar historias. Tiene demasiadas formas de contar o transmitir historias y eso lo hace un medio realmente interesante, tantas que todavía no hemos descubierto todas. Todos los días estamos descubriendo nuevas formas de contar historias, llevar nuevos canales, llámale multimedia, galería de fotos, sondeos....las posibilidades son infinitas, depende de los que estén detrás de los medios para llevar las historias.

¿Qué es lo más difícil de ejercer el periodismo digital?

El periodismo digital solo es una herramienta, es como hablar de periodismo en radio, en televisión, pero el periodismo es uno solo: el periodismo es el bueno. El único que debe existir,

el periodismo veraz, equilibrado, el periodismo que muestra todos los ángulos de una información, ese es el periodismo que debe existir. Ahora que lo hacemos para radio, para televisión, para internet, etc..lo difícil es: ¿cómo hacer periodismo?

Creo que lo más difícil es entregar a la gente la información de la manera más veraz oportunamente. Aunque muchos ponen en tela de juicio la objetividad, tenemos que procurar ser lo más objetivos posibles en el manejo de la información y llevarle todos los puntos de vista que hay a las personas. Y esa es nuestra labor. Creo que muchos medios de comunicación por la inmediatez pecan por ligeros en el manejo de la información; pero eso no solo sucede en internet sucede en todos lados. Y creo que en periodismo nos debemos esforzar más por ser rigurosos porque es una manera de brindarle respeto al que está al otro lado, a quienes nos escuchan, nos leen, nos ven.

¿Cuál es su función específica en la Web de RCN?

Todavía no he terminado de entenderla. Al parecer es una cosa pero terminan siendo muchas. Hoy mi función es velar por el contenido periodístico y editorial de la sección de noticias de la página canalrcnmsn.com. Tengo también como función el diseño y elaboración de un nuevo proyecto para canal RCN que es el nuevo portal de noticias que vamos a lanzar en dos o tres meses. Ese portal se va a llamar Noticiasrcn.com.

Ese es el portal nuevo, dinámico que llegará a competir con los grandes portales de medios de este país . He concentrado mi tiempo y mi atención a este nuevo portal, pero también he dividido el tiempo para concentrarme en el equipo y guiarlo. A mi modo de ver tienen que ser así para ofrecer un producto de calidad.

¿Cuál es el conocimiento periodístico que ha adquirido en Noticias RCN que no haya adquirido en otros medios de comunicación?

En el campo digital he aprendido muchísimo el valor del video en Internet. He empezado a aprender realmente de lo multimedia que ofrece Internet, he aprendido mucho de videos, formatos, pesos. He aprendido de interactividad, de cómo unir ese video en una plataforma digital, buscar la ruta para conectar eso, y hacer una especie de sinergia tecnológica que nos

permita ofrecer video no solo en TV sino que también poder llevar video a las pantallas de un computador. Eso es un gran ejercicio, toda una maestría.

Aparte, es el desarrollo de esas plataformas, yo les he enseñado al grupo para tener una página en Internet de noticias para que sea exitosa.

¿Qué es lo más gratificante que ha hecho en el canal para aportar a las dinámicas de comunicación?

La propuesta de diseño del nuevo portal.

Realmente, creo que va a ser un diseño ganador, sin duda va a competir, que va a posicionarse en su tiempo como uno de los medios digitales más leídos en el país, creo que va a ser un digno representante de noticias RCN en Internet. Con estos medios no buscamos ni pisar, ni reemplazar, ni canibalizar al medio padre que en este caso es nuestro noticiero; sino lo que queremos es que el medio tenga una representación distinta en otra plataforma como lo es en Internet, llevar esa marca de Noticias RCN a la red y utilizarla de la mejor manera.

Creo que con el diseño, el aporte periodístico y técnico que estamos haciendo alcanzará un tope y luego de eso todo será crecimiento.

¿Cómo cree que en su carrera periodística aporta para la paz?

Hay una postura especial. Yo creo que los medios no tenemos una función específica, por ejemplo en los diálogos. Creo que nuestra función en torno a la paz es informar de la mejor manera de lo que ocurre no solo de los diálogos sino de organismos de Estado, es contar que pasa con el Ejército, la Policía, la armada, contar rápidamente que paso con los organismos armados ilegales. Hacer todas esas lecturas, contarle que está pasando a la gente, transmitirle la información, analizarla. Informar de la manera más veraz y objetiva posible sobre el conflicto armado. Esa es nuestra función.

Conseguir la paz solo está en manos del grupo de negociadores que está ahorita en Cuba. Nuestra función en el mejoramiento de la calidad de vida, que esta sociedad funciona como sociedad en términos de convivencia es informar. Si los medios informáramos como debemos informar, estaríamos formando una mejor sociedad.

Contribuir en un proceso como el que se está llevando en La Habana requiere prudencia en la información que transmitamos de ese lugar, es como ya un compromiso que tenemos. Manejar discreción que se ha pedido con los diálogos, especialmente este tema tiene que ser así.

Los medios pueden contribuir informando y haciéndolo bien. Si los medios tienen sesgos entonces se lo van a transmitir al pueblo y van alimentar el conflicto, entonces no estarán contribuyendo con la paz. Si los medios informan con otras miradas y con mayor profundidad podemos estar construyendo un pueblo más crítico que no se concentraría en un conflicto que ya se ha concentrado por más de 60 años.

¿Cree que la información que transmite RCN es polifónica o se limitan mucho a algunas fuentes?

Sin duda.

Los medios más escuchados y seguidos de este país fallan en el manejo de la información a través de fuentes diversas, lo hacen por fuentes oficiales, no buscan la otra cara del asunto y responden al manejo periodístico convencional que es ir a la fuente oficial. Entonces se cae en el juego del oficialismo o medios oficialistas. En la mayoría de los casos, no en todos, en muchos casos se hacen buenos trabajos, se cometen estos errores. Hay informes especiales que salen aquí que tienen muchas miradas desde todos los ángulos como el que salió del meridiano 82, diez días después del fallo de La Haya que le otorgó mar a Nicaragua. Ese informe tenía todas las miradas posibles. Pasa a la mirada de pescadores, del Gobierno de Nicaragua, Gobierno colombiano, etc...

En ese caso quién es el que decide toda esa información: el que la está viendo, ¿con qué se queda de todo lo que vio?. Pero imagínate un noticiero de dos horas y media con ese tipo de información todos los días, es imposible. Pero se debería hacer un esfuerzo por comparar la información.

Pero esto no solo pasa aquí, he pasado por muchos medios y en todos ocurre. Algún día los medios vamos aprender de este tema.

¿Qué cree que le puede mejorar a la página de Noticias Internet, para hacer de ella un espacio de tecnología en comunicación más innovador para el usuario?

Todo, por eso hay un nuevo proyecto.

Entendimos que lo que se estaba haciendo no se debería estar haciendo así. Todo lo que quiero tener en la página va a llegar con el nuevo proyecto. Me gustaría ser fuerte en la opinión, traer buenos columnistas, gente opinando desde su especialidad, cada uno sobre diferentes temas, pero no solamente política y justicia sino también gente que hable de cocina, gente que hable de salud, gente que hable de planes, de rumba... Pero que sean expertos en una área y pueden hablar con cierto conocimiento de ellas. Eso me gustaría que hubiera en la página más allá de lo noticioso.

Va tener videos, análisis, especiales que rompan con el tipo de esquema noticioso. Sé que mucho de lo que me gustaría tener y no tengo va a llegar con el nuevo proyecto, para ocupar espacios que tenemos de la línea periodística que tenemos hoy.

¿Alguna de la información transmitida queda limitada trabajando para un medio de comunicación de masas?

No, creo que hoy cubrimos todo. Solo lo que te digo, que es en medio del afán por decirlo nos quedamos con una versión, luego 5 días después sacamos la otra. Y esa es la dinámica de la información por decirlo primero, pero algo en que pecamos todo.

Cometemos el error de decir algo a partir de lo que alguien dijo sin verificar algunas veces, entonces tenemos que ajustar esas tuercas que se han ido desajustando con los años, hoy más que antes.

Hoy más que antes, es decir, tengo conciencia periodística desde el año 91 ó 92, recuerdo estarme metiendo en el tema periodístico, desde que estaba en el colegio: lo que recuerdo de mi ingreso a la universidad y esa etapa preuniversitaria era un periodismo de otro nivel, mucho más riguroso y no había esa euforia que hay ahorita por tantos medios, por la Internet, por redes sociales de decirlo primero. En esa entonces era todo mucho más pausado, los noticieros no lanzaban últimos minutos a cada rato, tal vez el medio inmediato por excelencia era la radio. A la radio le tocó Armero, Palacio de Justicia... todo le tocó primero a la radio en esas épocas.

Pero hoy por tantos medios, por tantas plataformas, todavía no hemos aprendido como manejarlas. Es decir, si bien es una virtud que existe en la Internet, que los medios estén tan

cercanos a la gente, que exista tanta voz; por otra parte tampoco hemos aprendido del todo a manejar esa forma de participación. Pero lo aprenderemos, eso si no me cabe la menor duda, haremos de esta participación algo efectivo y contributivo al proceso informativo.

Ahora estamos digiriéndolo, estamos enseñando a los lectores a comentar, a participar. Pero la verdad los medios lo dicen todo, aunque la gente muchas veces nos tacha de tendenciosos; o crea que a veces una información está cargada. Sí a veces esa es la apariencia que da un hecho por cubrirse de la manera que te digo.

A la primera declaración lo publico. Obviamente hay gente que dice “hash” pero porque me lo muestran de ese lado, y la gente se queda con esa versión que salió de ese lado, pero no recuerda que al día siguiente salió la otra. Lo bueno sería que todo saliera empaquetado para que la gente se quede con la impresión que el trabajo periodístico se hizo de la forma correcta Pero la forma que lo estamos haciendo es así.

Cómo tengo que lanzar, cómo tengo que decirlo, porque o si no lo dice él primero, entonces lo lanzó por decirlo de una manera incompleta, pero todo lo decimos. Hay mucha gente que habla de lo que pasa en los medios y son mentiras. Todo lo que llevé y jamás he recibido una llamada de un director a decirme que baja esto porque no lo puedo publicar. Jamás. Hay que mejorar en manejo riguroso de información y contrastar.

Lo que he visto en Noticias RCN es el manejo objetivo de muchos temas, algunos dicen que se ataca Petro. Si en Bogotá ocurrió lo que ocurrió por el tema de las basuras había que contarlo. Cuando Petro haga algo bueno se contará que hizo algo bueno, cuando haga algo malo se contará que hizo algo malo...ese es el papel de los medios de comunicación. Es el contrapeso.

Miraba el tema de las encuestas. Envíanos por lo menos un tuit diciendo ‘favorabilidad del presidente: 47%’ y entonces de inmediato recibíamos 20 mensajes diciendo ‘pero por qué favorabilidad, ese no es el indicador que nos interesa nosotros queremos conocer la desfavorabilidad’ y el tuit siguiente era la imagen desfavorable del presidente. No cabe todo en 140 caracteres, tenemos que botar todo en 2 tuits. Todo sale punto por punto.

Un programa como ‘Dos Puntos’ por ejemplo, pone a debatir al público ya que trajeron a un sector uribista y un sector santista para que analizaran los resultados de la encuesta de cara a Santos. Lo que pasa es que la gente tampoco es tan rutinaria en informarse.

Creo que se castiga mucho a los medios de comunicación y no nos hemos dedicado a evaluar al público, ya que el público también necesita una evaluación. ¿A qué público estamos llegando?, ¿qué público nos está leyendo?, ¿qué quiere el público?

Hay veces los medios se convierten en lo que se convierten por ceder a lo que quiere el público. ¿Qué quiere el público?: los sucesos, la cámara de seguridad, el robo en el supermercado debajo de las nalgas, etc... Como saben que al público le gusta eso, erradamente ceden buena parte de sus espacios para ese requerimiento del público, ¿en detrimento de qué?: De la calidad de sus productos, ¿qué muestra eso?, que no es un medio jerarquizado, que no responde a lo más importante, sino responde a requerimientos sensacionalistas por parte del público. Pero es el público que está pidiendo eso.

¿Qué haría el público me pregunto, si sacamos eso y sacamos lo otro?, lo serio, lo duro ¿lo apaga?, ¿hemos hecho el ensayo? Algún día un director de noticias tomará una decisión y hará un replanteamiento en ese sentido, entonces también deberíamos evaluar los públicos.

Una forma muy interesante de evaluar al público es a través de los foros. ¿Qué calidad de comentario encontramos en los foros? :es la calidad de un comentario muy baja, cero debate, es un comentario visceral, es un comentario lleno de sentimientos y poco argumentativo, en el que busco destruir al otro, lo que piensa el otro, aplastar lo que piensa el otro, a través del insulto, a través de la injuria y la calumnia, ese es el comentario y basta con entrar a mirar. Esto no me lo estoy inventando: al Tiempo, a Semana a RCN.

El aprovechamiento del anonimato para decir lo que se me antoja, esos son los foros de los medios de comunicación. Ahora no voy a generalizar eso: ya que es de un 10%, que dice, que plantea teorías, que plantea tesis, que las argumenta, que discute, que aporta, etc... Que termina desplazado por ese aplastante 90% que comenta de la manera que te digo. Ese es el público al que estamos llegando.

¿Cómo hacemos para que eso pueda cambiar? ¿Es responsabilidad nuestra?...aún hay muchas preguntas sin resolver, me encantaría tener una respuesta pero uno desde aquí trata de entender cómo se mueve la masa, de trabajar de la mejor manera para que la gente esté informada, pero los públicos son muy difíciles. Creo que hay responsabilidades de parte y parte y la sociedad tiene que entender que una cosa es la opinión y otra cosa son los argumentos. Uno puede opinar muy fuerte, a través de un argumento y sin insulto. Una opinión fuerte y sin insulto, fácilmente se publica, pero todo es insulto la calumnia, el aplastar al otro al que piensa distinto y eso es una falla. Eso es una tirada de línea en el que uno se la pasa acá y allá. ¿A quién llegamos, cómo informamos?

Hay mucho por corregir, hay mucho por mejorar, lo único que quiero decir es que detrás de todos estos procesos comunicativos, hay un equipo humano trabajando, hay gente que quiere hacer las cosas bien...gente que arriesga su vida, que sacrifica el tiempo con su familia, que hace todo lo posible por llevar la información a los hogares de todas la personas.

Muchas veces falta esa otra mirada, tal vez por ese ritmo, por esa dinámica, por el afán en que vivimos para informar, por contarle ya, pero muchas veces se hace completo. Entonces mejorar mucho. Estamos viviendo dinámicas revolucionarias. Hoy estamos viviendo lo que es para mí como la aparición de la radio o la aparición de la televisión. Estamos viviendo la llegada de Internet y no la terminamos de entender. Todos los días salen libros.

Un número determinado de personas intentando de entender cómo funciona o para dónde va. Todos parecen tener una respuesta y lo cierto es que esto se está inventando todos los días. Estamos tratando de entenderlo no sólo como herramienta informativa sino también como negocio, porque esto es un negocio desde la perspectiva en que me encuentro.

Estamos tratando de entenderlo como negocio, como medio, como herramienta informativa, como herramienta de interacción con nuestros usuarios. Estamos intentando entenderlo de todas las maneras posibles para utilizarlo de la mejor manera. Cada día estamos aprendiendo cosas, pero es un mundo interesante del cual nunca me saldría.

Anexo 4

Entrevista a Julián Jerez-periodista RCN Noticias internet

Mi nombre es Julián Jerez, yo he trabajado en el periódico de la localidad 5° de Antonio Nariño que se llamaba ‘Zona Urbana’, trabajé como por 5 ó 4 años y era la persona encargada de hacer crónicas y cubría una sección que se llamaba ‘Cronicalles’ y trabajé en una emisora web que se llamaba ‘Radio Tentaciones’. Ahora estoy en el Canal RCN.

¿Cuál es el trabajo que más ha tenido impacto en su carrera profesional?

Todas las funciones del periodismo me gustan desempeñar. Cualquiera de sus áreas, sea televisión, prensa, escrita, radio o periodismo digital.

¿Cuál es su función específica en RCN?

Soy editor de Rcn.com. Dependiendo el turno que tenga mi función es organizar la página web, organizar notas, sacar continuidad (notas sacadas del noticiero para la web), saber qué notas se sacan de un noticiero para subir a la página, y sacar notas prioritarias en la página. Tener la página organizada.

¿Cuál es el conocimiento periodístico que ha adquirido en Noticias RCN que no haya adquirido en otros medios de comunicación?

Todo, uno aprende mucho en la práctica. La universidad te da muchas bases que no solo un periodista debe tener sino cualquier persona: una buena ortografía, una buena actualidad, tener destreza para hablar. Pero en RCN he estado informado, he pulido mi redacción, mi gramática, he mejorado mi criterio periodístico, he aprendido a vender temas, a valorar tu historia, a saber que se puede desechar y qué puede servir.

¿Qué es lo más gratificante que ha hecho en el canal para aportar a las dinámicas de comunicación?

Todo. Siempre he dicho que si uno se levanta con pereza para ir a trabajar mejor cambie de trabajo. Trabajar con ánimo, más allá que vaya a recibir su sueldo, más allá que tenga para sus gastos diarios, es crecer como profesional, es ser tú como persona. Entonces todas las funciones

que ejerzo a diario son gratificantes, tanto las habituales como las adicionales que puedan salir por X o Y motivo: asistir a una reunión, poner la cara para ciertas cosas, etc... Todas las cosas las hago con mucho amor y aprecio porque finalmente fue para lo que estudié.

¿Cómo periodista siente que aporta para la paz?

A través del mismo criterio periodístico que tú tienes puedes aportar para la paz. No opinar para dañar, no hacer comentarios destructivos sino al revés. Por ejemplo, en este momento hay un proceso de paz, aportar cosas para que ese proceso de paz llegue a feliz término. No va ser una paz absoluta pero es un gran paso.

Entonces como periodista si siento que apporto y en qué sentido siento que apporto: informando. Que la gente este actualizada y sepa en qué mundo está viviendo, para que así mismo, la gente cree una consciencia en donde la sociedad pueda exigirle cosas a los gobernantes del país.

Anexo 5

Entrevista a Johana Melo- periodista RCN Noticias internet

Mi experiencia laboral ha sido acá en RCN. Mi especialidad son los deportes. Además estuve en radio Marca en España, una radio del país especializada en deportes y allí trabajé en varias áreas de la emisora.

Por otro lado también soy licenciada en inglés como lengua extranjera.

¿Por qué le interesó el periodismo?

Siempre me gustó. Pero cuando quise empezar la carrera no tenía los medios económicos. Una vez ya ejerciendo mi carrera como profesora en Estados Unidos, tuve los medios para realizar la maestría que es algo mucho más breve, más compacto y más rápido.

¿Qué es lo que más le ha gustado de ejercer el oficio periodístico?

Sin duda en radio Marca, el acercamiento a los escenarios deportivos y a los protagonistas de las historias. Digamos que soy muy de estar en el campo con ellos. Digamos en un partido de fútbol no con solo 90 minutos, sino todo lo que hay el antes y el después, que muchas veces influye en el juego de los deportistas.

¿Cuál es su función específica en la Web de RCN?

Editora de contenidos Web. Eso significa que manejo redes sociales como Twitter y Facebook. Mi función es buscar contenidos de distintas agencias o contenidos propios y publicarlos en la red con la mayor brevedad y exactitud posible.

¿Cuál es el conocimiento periodístico que ha adquirido en Noticias RCN que sea trascendental en términos periodísticos?

Sin duda la redacción para web que es muy distinta a la redacción de papel. La redacción para contenidos web es muy breve, muy al grano y corre el riesgo de la inmediatez, por ello debe ser constatada por otros medios como agencias, radio, televisión y otras que estén a la mano.

¿Qué es lo más gratificante que ha hecho en el canal para aportar a las dinámicas de comunicación?

De momento no creo que haya alcanzado lo más gratificante. Sin embargo estoy trabajando en un especial que queremos transmitir con la nueva página, que está relacionado con el deporte, con nuevas promesas del deporte colombiano.

Creo que de ahí se sacaran varios temas interesantes, importantes y nuevos; que de pronto no ha salido en ningún otro medio.

¿Cómo crees que en tu carrera periodística aportas para la paz?

Ese es un tema complicado. Sin embargo yo creo que desde su neutralidad, su imparcialidad total...ser un persona neutral a la hora de transmitir la noticia. Yo creo que desde mi caso en la redacción deportiva, yo no tengo una inclinación por algún equipo a la hora de transmitir un partido, así sea yo la hinch.

Es difícil escribir una nota de tu equipo sabiendo que perdió, pero eso no debe influir en la labor periodística. Independientemente de quién gane o quién pierda eso no puede tener influencia en la labor. Debes mantener tus principios éticos de periodismo.

Creo que respetar a los lectores es una manera de contribuir a la paz, a la tranquilidad y a la salud mental de los lectores.

¿Limitas información por estar trabajando en un medio de comunicación de masas con estructuras establecidas?

De momento no me he visto afectada por eso que tu llamas estructuras. Creo que esa es la libertad que proporcionan los contenidos web, y es que no debo limitarme a las noticias. Todos los casos enriquecen mis notas. Mi sección no necesariamente está enriquecida por el noticiero, entonces esto me ha permitido un poco de autonomía. Tener criterio de lo que voy subiendo para ver si es relevante.

En mi caso en particular mis noticias no se han visto moldeadas por algún tipo de estructura.

Anexo 6

Entrevista a Tatiana Ramírez- periodista RCN Noticias internet

Periodista de la página Internet Noticias. Trabajé en Terra y duré año y 3 meses. También realice un práctica en el Tiempo.com, pero eso fue con la universidad

¿Cuál es su función específica en la Web de RCN?

Actualizar la página, mantener actualizadas las redes sociales.

¿Qué es lo que más le ha gustado de ejercer el oficio periodístico en Terra?

La tecnología, la página como tal. La página de acá no tiene ingenieros, no tiene tecnología, le falta recursos. Terra si fue diseñada una página de internet como tal. La página de internet noticias RCN, nació con base al noticiero.

Evidentemente la página de internet tiene los ingenieros, tecnología, tiene todo. Acá es una pelea para conseguirlo todo, haya uno lo tenía todo a la mano.

¿Cuál es el conocimiento periodístico que ha adquirido en Noticias RCN que sea trascendental en términos periodísticos?

Creo que la parte de noticias nacionales, porque en Terra solo se manejaba información internacional, más que todo esto.

Además aprender la presión del último minuto. En Terra no había presión para escribir, porque digamos la filial de Terra es de Brasil y nos enviaban muchos temas. Por lo menos tenían una afiliación con Colgate entonces nos enviaban muchas noticias de salud. Nos enviaban la parte de actualidad, de deportes, etc...

¿Cómo crees que en tu carrera periodística aportas para la paz?

¿Qué apporto para la paz? No.

Porque no apporto para el proceso de paz o algo así. Básicamente la función que tenemos acá es mantenerla actualizada. Nunca hemos tenido la oportunidad de entrevistar a las personas o escribir sobre el tema. Lo que diga el noticiero lo subimos.

¿Es de tu gusto profesional trabajar en un medio de comunicación de masas como lo es RCN?

Sí, por las oportunidades que da. En otro medio no tienes las oportunidades de conocer gente, te abre puertas. En otros medios trabajas para hacer otro tipo de notas. Digamos en RCN dices que quieres iniciar un proyecto para irte al Amazonas a investigar sobre indígenas y ellos te lo aprueban. Eso en un medio pequeño no lo vas a lograr.

Es más factible profesionalmente estar en un medio grande que en un medio pequeño.

¿Qué cree que le puede mejorar a la página de Noticias Internet, para hacer de ella un espacio de tecnología en comunicación más innovador para el usuario?

El diseño. Yo estoy peleando eso desde hace un año, ellos como hace 10. Es fatal.

Y también que contáramos con más personas o que pudiéramos estar encargados de un tema en especial. No todos de todo, porque ninguno lo hace bien. No todos tenemos las mismas fortalezas. Johana es buena en deportes pero tal vez no en nacional.

Que cada uno se pudiera enfocar en sus temas, porque cada tema sería fuerte.

¿Cómo se podría llevar a cabo en la página web un diferente tipo de periodismo, como lo es el público?

Incluir más a la gente como el Cazanoticias y eso...no tengo ni idea.

Anexo 7

Entrevista a RosenbergGelves- Gerente de Publicaciones Portada

La siguiente entrevista se realizó a RosenbergGelves, director de Publicaciones Portada.

¿Cómo nace la revista Portada?

La revista Portada nace hace seis años a raíz de un proceso que se estaba viviendo en el municipio de San Gil, que era la venta de Acuasan, (empresa de acueducto, aseo y alcantarillado de San Gil) o colocar en manos de un operador privado la operación de la empresa triple A, de acueducto y alcantarillado del municipio. ¿Qué vivimos en ese momento como ciudadanos?: que no existía una vitrina, no existía una herramienta, que no existía un medio en el cual los ciudadanos, la gente pudiera expresar ese inconformismo de ese hecho en particular que se estaba generando en San Gil.

Nos dimos en la tarea entonces de crear ese medio de comunicación sin la total experiencia, sin el capital financiero. De ahí nace esta idea, como una herramienta para que la gente expresara sus ideas, sus opiniones y que a través de un medio de comunicación impreso se pudiera transmitir ese inconformismo generalizado ante ese proceso en particular que era la venta o la entrega de la empresa triple A un operador privado.

Inicia toda la historia con todas las carencias y dificultades que en este país tiene hacer periodismo y con todas las mismas necesidades que tiene hacer un medio impreso. Han sido muchas las etapas que hemos vivido con gratas sorpresas como cuando en el cumpleaños del municipio de San Gil siendo Álvaro Uribe Vélez presidente de la República nos envía un saludo a la revista y a toda la comunidad.

La empresa comienza a crecer, los formatos cambian, las dinámicas de la comunicación también y nos empezamos a ajustar a eso, pasando por los diferentes formatos, los diferentes tamaños, los diferentes papeles y las diferentes tintas. Y yendo casi como el salmón en contravía de lo que ocurría en el país y en el mundo. Porque lo que ocurre hoy en el mundo es que los

medios impresos por el costo de papel y los insumos se acaben. Nosotros no escuchamos eso, no creímos a eso y seguimos adelante a pesar de dificultades.

Y a hoy nuestra empresa, Publicaciones Portada tiene 3 productos diferenciados, un periódico Santander al Día, una revista económica que es la revista Portada y una de entretenimiento que es la que estamos lanzando. Consolidándonos como una empresa de comunicaciones que se arraiga al corazón de los santandereanos y que quiere expandirse.

Así como han cambiado los formatos ¿Cuáles son los objetivos que persiguen los formatos?

Hay que entender al lector, porque en última es un producto que le ofrecemos al lector. No es lo que el medio quiere escribir, es lo que el lector diga, es lo que el lector perciba, es lo que el lector crea que se debe comunicar. Eso es lo que nosotros hemos hecho siempre tratar de escuchar al lector, que es complejo porque son muchas variedades. Pero es entender al lector, sus necesidades, saber qué le es útil y en esa medida los contenidos periodísticos han venido evolucionando y en esa medida los contenidos se han articulado con lo que el lector desea saber de lo que pasa en su entorno.

A la par de los cambios de los formatos también hemos madurado en los contenidos periodísticos que es lo que le entregamos al lector teniendo siempre un buen material humano en temas periodísticos, calidades humanas y en el tema de la elaboración de los contenidos. Quienes elaboran los contenidos son las personas, son los profesionales y en eso hemos sido muy juiciosos, muy responsables.

En cada párrafo que escribimos que sea muy respetuoso, sea bien sustentado, no vaya en contra de la moral de las personas. Por lo tanto hemos avanzado a la par en esos dos temas: formatos, calidad, respeto y utilidad de la información.

En alguna parte de la revista me han comentado que surgió un tinte político ¿Por qué decidieron pasar la información a una clase de periodismo más empresarial?

Cuando la revista nace, nace por un proceso político es decir un proceso público. Hay veces la gente no comprende o le falta ilustración sobre lo que es la política y confunde política con

elecciones. La política es la polis es el arte de la ciudad, el arte de gobernar y el arte de manejar la ciudad. La política no son las elecciones, el proceso electoral es distinto.

Nosotros iniciamos un proceso de la polis, de la ciudad de las cosas que le pasaban a la ciudad que van inequívocamente relacionadas con los cargos de elección popular y las personas que ejercen el poder, las personas que nos gobiernan. Comprendimos y entendimos al lector, que lo que la gente quería oír en nuestro medio era más el tema económico empresarial. Las falencias que vimos en lo político era la falta de empleo, el tema de economía y los diferentes indicadores.

Por lo tanto dimos un giro al sector empresarial. Santander es un sector empresarial, es la tercera economía del país. Nos enfocamos en ello tratar de complacer al lector y le dimos ese giro. El tema político no lo hemos dejado de lado, solo que ahora lo enfocamos por el lado de las teorías económicas de la política, en lo que a la polis concierne el tema económico solo que nuestra columna vertebral ya no es la política sino el tema económico.

¿Le cambiaría algo a las dinámicas de información que se manejan?

Hay algo que ha afectado los medios de comunicación y depende cómo nosotros lo aprovechemos afecta positiva o negativamente. Las redes sociales y la internet le han dado un sacudón a los medios tradicionales de información. El Twitter, el Facebook nos mantienen actualizados y puntualizados. Tú ves el noticiero de las 7 de la noche y ya sabes lo que van a decir porque alguien lo ha trinado, porque alguien ha hecho un comentario en el Facebook, etc... De tal manera que nos ha obligado a ser más profundos en el análisis y no podemos nosotros entendiendo esas dinámicas de las redes sociales y del internet pretender desde nuestra casa periodística manejar la puntualidad de la información, porque esa ya es imposible de tenerla.

Lo que hacemos es ofrecerle a nuestros lectores análisis y profundidad. Como un reflejo a nivel mundial Jeffrey Bezos el dueño de Amazon compró el Washington Post un diario norteamericano ícono y así muchos magnates lo han hecho. Compran los medios de comunicación para inyectarles algo y es el tema digital y aquí el papel no va a desaparecer, el impreso no va a desaparecer. ¿Qué tenemos que hacer? Adaptarnos, adaptarnos con el papel a la plataforma digital.

Si una casa periodística, un proyecto periodístico no entiende que debe anclarse a las redes sociales, al periodismo digital y a las plataformas web está ineludiblemente condenado a desaparecer. Es un equilibrio entre lo impreso y nuestra plataforma digital.

¿Esta combinación entre lo impreso y digital es lo que abriría espacio para que la ciudadanía pudiera participar?

El periodismo lo construimos todos. El periodismo no solo lo construyen los periodistas y profesionales que generan contenidos sino la ciudadanía. El grueso de la ciudadanía no le gusta comprometer su nombre. Lo dice en tertulias, lo dice en cafés, lo dice en pasillos, pero no lo dice en un medio de comunicación. La gente le exige al medio de comunicación que diga y es lo que nosotros tratamos de hacer; y existen los canales para eso.

Perseguimos que la gente también participe por medio de columnas o escritos que envían a nuestros correos. Tenemos un par de secciones que es el Yo Reporto donde la gente envía a través de las plataformas digitales, a través del correo electrónico: Fotografías y su análisis sobre ciertos hechos que pasan.

Si la ciudadanía participara más activamente en los medios de comunicación, se entendería definitivamente que los medios de comunicación son un alto poder. Pero la ciudadanía no se ha empoderado de los medios de comunicación. Aún no han comprendido lo que es ser activos y participar. Nuestro medio está diseñado para eso, para que la gente participe.

¿Alguna alternativa para que la ciudadanía pueda ver en los medios ese canal de opiniones y deliberación?

Los grandes medios de comunicación se nutren de la pauta. Tener una empresa de comunicaciones no es fácil: ésta es una empresa, aquí hay consumibles, aquí hay personas, estructura, etc... Genera muchos costos y eso se nutre de la pauta publicitaria que generalmente en su gran mayoría la proporciona el Estado.

Lo que un medio de comunicación deber hacer para su independencia es desligarse de esa pauta estatal, de esa pauta oficial y desde esa medida para tener independencia. En esa medida la gente se va ver identificada, la gente va a notar que su medio de comunicación sea de cualquier

plataforma es una caja de resonancia del establecimiento, del Estado, creo que no va a tener mucho interés en participar.

Pero si la ciudadanía ve que le medio de comunicación es independiente y tiene cierta distancia del establecimiento, créame que culturalmente va a entender que a través de un medio de comunicación independiente ellos se podrán escuchar así como sus ideas.

Anexo 8

Entrevista a Carolina Díaz- Periodista y ejecutiva de cuenta Publicaciones Portada

¿Cuál es su nombre y su experiencia laboral en Publicaciones Portada?

Mi nombre es Diana Carolina Díaz Suárez y desempeñé diferentes funciones. Empecé como secretaria, asesora comercial, gerente comercial, ejecutiva de cuenta y en la parte periodística he hecho una columna desde hace cuatro años, y a parte de ello también he hecho publrreportajes, artículos, etc...

¿Cuáles son los objetivos que orientan a Publicaciones Portada?

El enfoque con el que se empezó fue un enfoque netamente político, para ser la veeduría de la parte política del departamento, ya que en cabeza de Publicaciones Portada está un docente de ciencias sociales y políticas. Pero con el paso de los años nos fuimos dando cuenta que se hieren bastantes susceptibilidades al tratar temas políticos cuando no es un lado es el otro que se reciente, entonces decidimos cambiar el enfoque a algo más empresarial, más económica, más social , sin olvidar los temas políticos que a la mayoría de gente que nos lee le interesa.

Esos son los objetivos que tenemos, de cubrir el mercado total del departamento quizás en una edición futura salir de acá.

¿Qué posibilidades hay para que el público acceda a la información?

En el espacio de créditos está la página web, y en la página web está la recepción de correos. Muy ocasionalmente recibimos correos pero si se reciben felicitándonos o por gente que está en contradicción de lo que nosotros mostramos. Tal vez algún artículo en el que ellos se ven inmiscuidos o que no les conviene nos han llegado cartas y en la parte de los créditos también

están los correos empresariales. En los correos casi siempre son personas, en contra que, a favor de la noticia, por aquello que es mejor criticar que aportar cosas.

Y cada año se hacen sondeos de opinión del medio de comunicación de las diferentes sedes que hay que normalmente se hace en Enero; en Barrancabermeja, Bucaramanga y acá en San Gil. Uno se dedica a otras cosas y se hace el sondeo de cómo les parece la revista, si leen la revista, si les parece que son asertivos los artículos, qué les gustaría que saliera, qué no les gusta que salga. Todas aquellas cosas que son de opinión se hacen en Enero.

¿En las notas que ha escrito, involucra al ciudadano?

Cuando se hacen reportajes empresariales o publrreportajes se tienen en cuenta netamente la opinión del empresario, quien es el que paga el artículo. Netamente la visión de él, la línea que él le quiera dar a su negocio, en esa clase de escritos si se hace.

Pero cuando se hacen artículos, especialmente en mi columna, sí tomo bastante en cuenta la parte social, la parte de los ciudadanos, trato de hacer entrevistas a diferentes personas, diferentes perspectivas del tema que voy a tratar y las mando ahí en esas 550 palabras, para mostrar no solo la verdad de una parte sino de todas las partes independientemente del tema que sea .

Anexo 9

La siguiente entrevista fue realizada a un miembro de la revista Portada en Octubre del 2013. La cantidad de datos para la sistematización se encuentra en el análisis de lo hablado y cada detalle abre la puerta a una parte de la significación de la experiencia.

Entrevista a Sergio Dueñas- Periodista y administrador de página web Publicaciones Portada

¿Cuál es su nombre y su cargo?

Sergio Dueñas periodista, diseñador y administrador web de la Revista Portada

¿Cuál es su función específica en la revista Portada?

Tengo varias funciones no solo una. En este momento hemos venido llevando un trabajo no solo del periodismo sino que también nos hemos tenido que mezclar con varios departamentos de

la revista. Desafortunadamente hemos tenido inconvenientes con los anteriores diseñadores y no se pudo encontrar la persona indicada para que hiciera la labor de la mejor forma.

Por ello hemos venido trabajando con la Revista Portada de modo que acomodemos los horarios para que podamos hacer las diferentes labores que hacen parte de la administración de la página web, las redes sociales que es un elemento muy importante al día de hoy y el diseño de las publicidades. La publicidad es la base de cualquier medio impreso o de cualquier medio de comunicación, y hay que diseñar las publicidades de modo que sean impactantes para el cliente y para el lector.

También se desarrolla la labor periodística en el municipio. El propósito es comunicar los temas más importantes, pero no comunicar desde un punto de vista o dos puntos de vista. La idea es dar a conocer la noticia con análisis, con investigación y con veracidad. Esas son las labores que se han venido desarrollando en el medio de comunicación.

¿Qué cambios implementaría en la Revista Portada y en el periódico Santander al Día?

Hoy estamos en una revolución digital en todo el mundo. Para nadie es un secreto importante que grandes medios de comunicación como el Washington Post o la revista Penthouse han estado en los últimos años en quiebra debido a la importancia y a la revolución que han tenido las redes sociales. Ningún medio de comunicación debe ser ajeno a esta comunicación y es importante reforzar y atacar ese mercado o ese medio de comunicación.

Una nota cuando la vemos en las noticias a las siete de la noche, ya es una noticia desactualizada porque ya miles o millones de personas la han visto por redes sociales. Entonces lo que han hecho las redes sociales o lo que han dicho los medios de comunicación que están en la parte web es dar la noticia instantáneamente diría yo, y ya la noticia impresa, por televisión o por radio ya son un poco desactualizados. En el caso de la Revista Portada son todas esas noticias que ocurren informarlas pero en la información impresa profundizarlas.

¿Qué posibilidades hay para que el público que lee la Revista Portada tenga acceso a la información o tengan una participación más activa en las publicaciones?

Las redes sociales han sido la ventana en el que todas las personas pueden comunicar, pueden dar a conocer sus diferentes puntos de vista. Hace poco por ejemplo vimos el bombardeo al

presidente Santos por todas las decisiones que tomó en el país y todo fue mediante las redes sociales.

Por las redes sociales se han convocado diferentes paros, se ha comunicado. Entonces las redes sociales son la ventana en la que todos los lectores ven la revista Portada: pueden dar a conocer sus puntos de vista sobre los artículos, pueden enviarnos su artículos, pueden participar, hay una sección en la página web en donde pueden enviar los artículos y nosotros los publicamos. Obviamente bajo un debido análisis, de modo que esa es la forma en que pueden participar en la revista, pueden darnos a conocer su punto de vista bajo este medio de comunicación.

¿En qué se basa la agenda informativa de la Revista Portada y el periódico Santander al Día?

La agenda de los dos es diferente: una se basa en informar y otra se basa en analizar. La mayoría de artículos que se publican en el periódico son más informativos y en la revista son los artículos que se profundizan. Entonces ese es el modelo a seguir en el periódico, damos a conocer los puntos de información desde la nota informativa, la nota que comunica, y la revista es el análisis, la investigación, la profundización, donde se ven los diferentes puntos de vista, la opinión de la comunidad. Lo que diría el periodista de Caracol conocer la realidad de todos los ángulos.

Además un medio de comunicación tiene dos cosas importantes: una es ser útil. Debe ser útil para leerlo: digamos un análisis que se haga sobre ¿Cuánto me cuesta comprar un apartamento?, ese es un artículo útil porque me va a servir para información sobre metros cuadrados, ubicación, etc...

El otro elemento importante es que sea veraz, que un artículo por las diferentes fuerzas que se maneja no sea un artículo que desinforme, ni que vaya en contra o a favor de algún tipo de organización o de persona, que se veraz y que presente el artículo siendo imparcial. Esa es la importancia a la hora de elegir un artículo para publicarlo en un medio de comunicación como en Tusangil.com también que es una página de entretenimiento una página más like.

Anexo 10

Conversación informal a Expedito Acelas

La siguiente conversación se llevó a cabo con el vendedor de Publicaciones Portada Expedito Acelas que más que una entrevista estructurada permitió un diálogo informal, dado con un lenguaje coloquial, jergas santandereanas y perspectiva del periódico y la revista de la región.

¿Cómo surgió la Revista Portada?

Mi nombre es Expedito Acelas Mejía. Yo nací con la Revista Portada y prácticamente soy uno de los protagonistas del medio de comunicación desde que nació. La Revista nació hace 6 años y medio, un proceso difícil porque trabajar con un medio de comunicación que la gente no conoce o desconoce lo que es una revista, o no saben respecto al tema o al producto.

Pero afortunadamente vencimos las adversidades y en el trascurso del trabajo que hicimos vendiendo la publicidad, metiendo a la gente en el cuento, a la gente de la Provincia; logramos entrar a Bucaramanga hace aproximadamente 2 años y medio. Allá también estamos trabajando para meternos en el mercado porque la competencia está difícil.

¿La idea principal de la revista quién la tuvo y cuál era el objetivo primordial?

El cerebro de la idea se llama Rosembert Gelves. Él tenía otra revista pero el nombre no era como muy comercial, era muy simple. Entonces se cambió la idea y se comenzó a sacar una revista bien presentadita. Se empezó a meterse en temas importantes de política, de todo lo que fuera de actualidad y de esta cuestión. Empezó a coger fuerza, a coger vuelo, empezamos a llegar a todo los municipios de la provincia Guanentina y parte de la provincia comunera, que ese ha sido el trabajo.

¿Cuáles son los objetivos de la Revista?

Ahora se cambió el proceso de la revista porque ahora es más bien como empresarial. Entonces ahora ya se va a tratar de empresas, de personajes, de personas que tienen influencia en ciertas empresas u organizaciones.

Antes era el tema del rebusque con las notas. Que tal político se había caído y entonces tocaba indagarlo e investigarlo. Algo por el estilo así. Por ejemplo al ex alcalde de San Gil lo encontraron por allá con un poco de billetes falsos, le “metía una candela” a ello como para estar al día. Pero ahora la revista ya cambió y es con más firmeza, como con más raíces.

¿Cuáles han sido sus funciones dentro de la revista?

Siempre he sido el de la publicidad. Yo he sido el que ha estado ahí hablando en términos económicos para sostener la revista.

Fuera de ello soy el encargado que la revista llegue a muchas partes de los municipios, que esto lo hacemos con amigos míos que se sientan contentos de tener vínculos con la revista para llevarla a la alcaldía, al consejo, a la emisora, al juzgado y a todas partes. Se reparte estratégicamente la revista para que sea de fácil acceso a muchas personas y la puedan ver mucha gente.

¿Usted le cambiaría algo a la revista en términos de contenido?

No creo, porque precisamente por la experiencia ya se le ha cambiado la cara el contenido. Ya se le ha metido en sus agendas mucha variedad de temas.

¿Qué posibilidades hay para que el público o las personas que la observen accedan a la información?

En el caso mío yo entrego un promedio de 800 revistas, las entrego a personas que uno conoce. Las entregó en un salón de belleza que ahí uno sabe que va a valer mucho la revista. Inclusive le voy a contar una anécdota de esas: yo las llevo a la peluquería, y hay veces me llaman y me dicen Expedito tráigame otra revista porque no se roban Semana, no se roban Soho pero si se roban Portada. Entonces ahí se ve la fuerza que tiene la revista, lo que atrae, porque es que viene de nosotros de raíces sangileñas.

¿Cuál es su estrategia de venta?

Mi estrategia es que como la gente me conoce, sabe que es un producto muy elegante, bien presentadito. Las personas se sienten orgullosas de decir: Llevo la Portada. La revista tiene un precio económico para que el que la venda gane, son unos cuatro puntos de venta más o menos.

¿A qué se debe el surgimiento de la revista, que a la personas les guste tanto y sea de su preferencia?

Por lo que ha ido aumentando el contenido de la revista, la presentación de la revista es muy interesante. Ha surgido porque es una forma “elegante” de llegarle a la gente, no porque la venda o trabaje en ella, sino porque desde Bucaramanga cuando uno se encuentra con los sangileños que están allá uno escucha comentarios de las personas.

Por ejemplo que es la mejor revista del departamento. Y en realidad es cierto porque uno mira otra revista de Bucaramanga y no hay una ni parecida. Precisamente entramos al público bumangués porque hay muchas personas de San Gil y porque la venta del producto fue por centros comerciales. Entonces empezaron a vender en sitios populares, en La Triada, en la Gobernación, en la Alcaldía, en las clínicas.

Una vez me encontré con una señora y me dijo que no sabía que la revista era así de bonita porque la llevaban a la clínica donde ella la trataban. Es por ello que también se ha trabajado con la colonia sangileña que se sienten orgullosos que el producto sea propio.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, Jaime (2010). *Evolución tecnológica y cibermedios*. España: Universidad de Murcia.
- Augé M. (1994) *Conceptualización del espacio público*. Recuperado el 14 de noviembre de 2013. Disponible en: <http://www.unalmed.edu.co/~paisaje/doc4/concep.htm>
- Barbero, Jesús M. (2009) *Entre saberes desechables y saberes indispensables*. Recuperado el 12 de octubre de 2013, disponible en: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07334.pdf>
- Horkeimer, M. y Adorno, T. (1988) *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*. Buenos Aires: Nombre Falso.
- Intranet. *La red de Nuestra Tele. ¿Quiénes somos?*. Recuperado en marzo de 2013. Documento disponible en: http://rcnias:7778/portal/page?_pageid=134,57738&_dad=portal&_schema=PORTAL
- Pérgolis, Juan C. (2005) *Ciudad fragmentada*. Buenos Aires: Nobuko.
- Miralles, Ana María. (2002) *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Colombia: Norma.
- Noelle, Elisabeth. (1995) *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Recuperado el 11 de noviembre de 2013. Disponible en: <http://books.google.com.co/books?id=ePbphHu5tKsC&printsec=frontcover&dq=Elisabeth+Noelle-Neumann,&hl=es&sa=X&ei=2IKBUuz3HZTnkAftvoGQDQ&ved=0CDQQ6AEwAQ#v=onepage&q=Elisabeth%20Noelle-Neumann%2C&f=false>

- Red por la Abolición de la Deuda Externa y la restitución de la Deuda Ecológica. *Colombia el segundo mandato de Álvaro Uribe Vélez encarna más impunidad y guerra*. Recuperado el 07 de noviembre de 2013. Disponible en: <http://www.quiendebeaquien.org/spip.php?article264>
- Reguillo, Rossana. (2009) *Agenda de país y desafíos para la comunicación*. México: Centro de competencia para comunicación en América Latina.
- SA. *Organización Ardila Lule*. Recuperado el 11 de noviembre de 2013 Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Ardila_Lulle#Organizaci.C3.B3n_Ardila_L.C3.BClle
- SA. *Colombia en el 2007*. Recuperado el 07 de noviembre de 2013 Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Colombia_en_2007.
- San gil Colombia. *Web site oficial de la capital turística de Santander*. Recuperado el 13 de noviembre de 2013 Disponible en: <http://www.sangil.com.co/>
- Suárez, Juan P., (SF) *La industria en la República siglo XX*. Recuperado el 20 de octubre de 2013 Disponible en: <http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?inpopup=true&id=79839>
- Torres, A. y Mendoza N. (SF) *La sistematización de experiencias presupuestos epistemológicos y procesos metodológicos*. En Páramo, Pablo (Comp.), *La investigación en ciencias sociales: estrategias de investigación*. Colombia: Universidad Piloto.
- Universidad Javeriana (2013). *Entrevista a Mauricio Aragón, editor de noticiasrcn.com*. Recuperado el 13 de noviembre de 2013 Extraído de : <http://javerianadigital.com/entrevista-a-mauricio-aragon-editor-de-noticiasrcn-com/>

- Valderrama, Carlos E. (2007) *Ciudadanía y comunicación. Saberes, opiniones y haceres escolares*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores y Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos.
- WordPress. *Definición de política*. Recuperado el 14 de noviembre de 2013. Disponible en: <http://definicion.de/politica/>