

devolvieron sus espacios y de la cadena nacional *Radionet*, que fue absorbida y comenzó a ser operada por su socio *Caracol Radio*, y con los ajustes en las plantas de personal de los demás medios de comunicación. Tal cifra no incluye a los demás trabajadores de los medios de comunicación, muchos de los cuales deberían también considerarse periodistas (editores de televisión, camarógrafos y auxiliares de redacción).

Entre las liquidaciones de personal directivo en las salas de redacción del país que no se cerraron definitivamente se destacan las siguientes: *Caracol Televisión* redujo de 36 a 26 su planta de personal de manejo; *Comunican S.A. (El Espectador)* de 46 a 24 y hasta diciembre del 2001 había liquidado a 169 de sus 381 empleados; *Ediciones Vea (Revista Vea)* liquidó a sus 4 empleados de confianza; *Inversiones Cromos (Revista Cromos)* redujo de 15 a 3 personas su equipo de redacción; *Latin Holding (Primerapágina.com)* de 17 a 5 y la agencia de noticias *Colprensa*, de 30 a 11.

En el marco de la situación anteriormente expuesta, no es viable hacia el futuro la existencia de periodismo independiente en Colombia, si como tal entendemos el que no depende del enfoque de los monopolios de información anteriormente descritos. En términos de infraestructura existen cientos de equipos inutilizados que van rápidamente hacia la obsolescencia, alejándonos aún más de las posibilidades reales de reactivación del sector del periodismo. Y en materia de empleo, las consecuencias del escalamiento del conflicto y su consecuente impacto económico amenazan con crear una pérdida aún mayor.

## Acercamiento al periodismo en Santander

Javier Sandoval Montañez

## Approach to journalism in Santander

### Summary

The document presents different diagnostic points of view on the situation with journalism in the department of Santander. It deals with the question of an exploratory opinion poll that opens with the concepts delivered by the directors and journalists of the regional mass media concerning the real life journalist practice in this part of Colombia. The opinion poll was carried out between august and october of 2002, by means of personal interviewing the directors, publishers or editors-in-chief of the regional mass media (newspapers, radio and television). Besides, different mass media reporters were asked to respond to surveys in the written form. Thus, there was obtained the opinion of 40 active journalists of the metropolitan area of Bucaramanga and the municipalities of Barrancabermeja, San Gil and Socorro

**Key words:** Journalism in Santander (Colombia), journalistic enterprises, forms of hiring, professional ethics of the journalist.

## Acercamiento al periodismo en Santander

### Resumen

El documento presenta diferentes puntos de vista sobre el diagnóstico de la situación del periodismo en el departamento de Santander. Se trata de un sondeo exploratorio a partir de conceptos entregados por directores y periodistas de medios regionales, que acerca a la realidad del ejercicio de la profesión en esta parte de Colombia. El sondeo fue realizado entre agosto y octubre de 2002, mediante entrevistas y encuestas con directores, editores o jefes de redacción de medios periodísticos de prensa, radio y televisión regional. En total, se obtuvo la opinión de 40 periodistas activos del área metropolitana de Bucaramanga y los municipios de Barrancabermeja, San Gil y Socorro.

**Palabras clave:** Periodismo en Santander (Colombia), empresas periodísticas, ética profesional.

### Javier Sandoval Montañez

Comunicador Social-Periodista egresado de la Universidad de La Sabana (Bogotá) y diplomado en Pedagogía General por la Universitaria de Santander-UDES (Bucaramanga). Durante más de 10 años desempeñó su labor periodística en *Colmundo Radio* (Bogotá), *RCN Radio* (Bogotá y Sogamoso) y *Vanguardia Liberal* (Bucaramanga). En los últimos cinco años alternó su ejercicio periodístico con la docencia universitaria. Actualmente, en la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) es coordinador del área de Periodismo en la Facultad de Comunicación Social.

**Correo electrónico:** [wsandoval@unab.edu.co](mailto:wsandoval@unab.edu.co)

Reflexión presentada en la jornada *Crisis del periodismo, crisis de democracia*, de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), el 18 de febrero de 2003, con motivo del Día del Periodista.

## Acercamiento al periodismo en Santander

El ejercicio digno de la profesión o la posibilidad de una estabilidad económica es el dilema que a diario enfrentan no pocos periodistas de este departamento de Colombia. La neutralidad y la distancia de las que debe gozar el periodismo no aplican cuando el profesional tiene necesidades económicas y sociales que atender. Es un problema de subsistencia. La crisis económica, el desempleo, la corrupción y otros males que aquejan al país han tocado también a quienes cotidianamente deben informar de ello. Y no es que esto sea algo reciente, sino que —como la misma situación de Colombia— ha llegado a unos niveles inocultables. Por eso no es arriesgado asegurar, como lo hace Carlos Ibarra<sup>1</sup>, que “el periodismo es el reflejo de todos los males del país”. Una pregunta podría resumir lo que este sondeo exploratorio de la situación del periodismo santandereano encontró: ¿Se puede ser ético sin morir de hambre?

El comportamiento de la economía ha llevado a las empresas anunciantes a reducir sus presupuestos de publicidad y por ende al descenso de los ingresos en los medios. Los indicadores dados a conocer por Ibope a febrero de 2003 muestran que en el último año el descenso de la inversión publicitaria en televisión fue del 12% y en radio del 3%. En prensa se dio un leve crecimiento del 2%. Los principales anunciantes como el Gobierno, las entidades financieras, el sector de alimentos, los productos de aseo personal, la telefonía celular y los servicios de salud redujeron sus presupuestos publicitarios en cifras que oscilan el 5 y el 68 por ciento. Los anunciantes con mayor crecimiento en la pauta publicitaria fueron los propios medios de comunicación. En consecuencia, las medidas de contingencia han ido desde la recapitalización de algunas de estas empresas de comuni-

caciones, como el caso Radio Caracol, hasta la desaparición de espacios periodísticos e informativos, siendo este último el más común de los casos en Santander. Pablo Emilio Buitrago<sup>2</sup> señala: “Hay una situación preocupante en cuanto al cierre de espacios para ejercer el periodismo, principalmente en radio. Respetando las doctrinas religiosas, uno ve que cada vez más iglesias están comprando emisoras y como consecuencia de eso se ha cerrado algunos espacios noticiosos o de opinión que eran opciones para los periodistas”.

Excepto *RCN* y *Caracol*, las cadenas y emisoras de Bucaramanga no cuentan con programas periodísticos propios. Esos espacios los han entregado en concesión a programadores o periodistas particulares, quienes por un pago mensual tienen derecho a comercializarlos, con el compromiso de realizar el programa a nombre de la empresa de radiodifusión. “Ante la carencia de medios para trabajar, uno tiene que buscar alternativas”, dice Carlos Alberto Bermúdez, quien agrega: “En mi caso, soy el director de noticias de *Todelar Santander*, pero tengo el espacio en concesión; pago un arriendo a la emisora y eso sale de la pauta que venda”. La situación es semejante en *Colmundo Radio*, *Radio Primavera* y *Radio Melodía*.

Hasta aquí no tendría nada de extraño que periodistas de reconocida trayectoria dejaran el ejercicio diario de la reportería para emprender el difícil camino de hacer empresa. Casos como estos en el país son muy sonados. La revista *Cambio*, la emisora *Radionet* y los noticieros de televisión *Noticias Uno* y *CMI*, son algunos de propiedad de connotados periodistas. María Elvira Samper, Mauricio Vargas, Yamid Amat, Daniel Coronel, Félix de Bedout y hasta el propio Gabriel García Márquez hacen parte de la lista de periodistas dueños de medios. La inquietud surge cuando el periodista de a pie, el *cargaladrillos*, además de su trabajo de recolección, procesamiento y difusión de información debe buscar

<sup>1</sup> Carlos Ibarra, editor general diario *Vanguardia Liberal*. Entrevista personal.

<sup>2</sup> Pablo Emilio Buitrago, presidente de la Corporación de Periodistas de Santander. Entrevista personal.

anunciantes para que pauten publicidad en el medio para el cual presta sus servicios, como una tarea adicional para asegurar su sustento, sin que por ellos reciba un salario ni seguridad social.

### La información como mercancía

Tal situación ha redundado en algo que podríamos llamar el *mercadeo de la información* y que se ha acentuado en la medida en que han ido desapareciendo espacios formales de trabajo para los periodistas. Los comunicadores reconocen que este fenómeno se ha convertido en un círculo vicioso de extorsión mutua y constante entre periodistas y funcionarios públicos. Necesidades distintas los juntan en un juego de poder. La necesidad del periodista-vendedor de obtener una pauta publicitaria y el poder de influir en muchas personas (electores) a través de los medios de comunicación, convive con la necesidad del funcionario público de que su gestión sea difundida favorablemente y el poder que tiene de otorgar una pauta por medio de jugosos presupuestos publicitarios.

Sin embargo, como lo señala la mayoría de los periodistas consultados para este sondeo, lo anterior es el resultado de la situación descrita, mas no una justificación para tal conducta. Asimismo, al buscar responsables no sólo aparece la tan mentada crisis económica del país, que ha llevado al desempleo creciente en todos los sectores; aparecen también compartiendo créditos las universidades, los medios de comunicación, los gremios periodísticos, la falta de una reglamentación laboral profesional y los mismos periodistas, directos responsables por la pérdida de la dignidad del periodismo.

Ante la pregunta ¿qué opinión tiene de la situación del periodismo en Santander?, las respuestas de los periodistas activos consultados fueron muy diversas. Sin embargo, se evidenció una profunda preocupación por el detrimento de la situación laboral de la profesión y las consecuencias que ello está generando. “Noto con mucha preocupación que cual-

quiera es periodista (...) que está llegando gente a los medios a vivir de la profesión, a sortear las noticias... a venderlas; eso me preocupa mucho y no hay autoridad que controle”, es el concepto de Amparo Parra Mosquera<sup>3</sup>.

A pesar de que esto no es de reciente suceso, pues la práctica de vender la información resulta frecuente, indigna a los comunicadores profesionales que se haya extendido hasta generalizarse, además, porque “ahora cualquiera compra una grabadora, una cámara o toma un micrófono y ya es periodista”, dice Ricardo Jaramillo<sup>4</sup>. No obstante lo condenable que es para el periodismo la sola práctica de pedir pauta, resulta mucho más deleznable exigirla como una forma de extorsión. “Uno de estos periodistas, por ejemplo, va donde un funcionario a pedirle pauta por cierta cantidad y si no se la asigna empieza a atacarlo en su programa o periódico hasta que el funcionario cede y el periodista, entonces, empieza a hablar bien de él”, agrega el comunicador.

Otros directores de informativos ratifican esta conducta con nuevos ejemplos. “Los periodistas concesionarios que tienen que sobrevivir de la venta publicitaria encuentran en las entidades del Estado el camino más fácil, pero si no les conceden pauta, su radioperiódico, noticiero o programa de opinión se convierte en trinchera desde la cual disparan a diestra y siniestra en forma indiscriminada y en ocasiones inhumana contra el gobernante de turno, sencillamente porque no les da pauta. Pero también el gobernante sanciona o excluye de sus presupuestos a quien no habla bien de él o al que le da palo”, relata Vidal Humberto Abreo<sup>5</sup>.

Al respecto Pablo Emilio Buitrago sostiene: “Algunos de los periodistas veteranos que se han formado en el medio se han dejado contagiar por la política y en sus espacios de opinión acomodan la información a ciertos intereses de

<sup>3</sup> Amparo Parra, directora de noticias *Caracol Bucaramanga*. Entrevista personal.

<sup>4</sup> Ricardo Jaramillo, director *TRO Noticias*, Canal TRO. Entrevista personal.

<sup>5</sup> Vidal Abreo, director de noticias *Colmundo Radio Bucaramanga*. Entrevista personal.

movimientos y personajes políticos y uno percibe que hay compromisos pagos, es decir, hay periodistas que opinan bien o mal, si les otorgan o no una pauta publicitaria o si reciben o no favores de ciertos funcionarios o políticos”.

“Periodistas de algún renombre en la región se han dado a la tarea de traficar con las noticias, con métodos como buscar información comprometedor de un funcionario, a quien le ofrecen la oportunidad de participar en sus programas con un costo determinado, so pena de ser objeto de escándalo desde esas tribunas”, señala Carlos Ibarra.

### Condena ética

Esto, de suyo, deja al descubierto un periodismo contaminado, amañado y sujeto a las presiones. Una práctica carente de ética y condenable desde cualquier punto de vista, que no se justifica por la difícil situación económica, pues hay otras formas de conseguir el sustento más rentables y que no obligan a renunciar a la dignidad. El periodista, se supone, es garante de uno de los derechos fundamentales de la comunidad, “el derecho a recibir información veraz e imparcial”<sup>6</sup> y por eso se le considera “un servidor público del interés general, vocero de la opinión pública y trabajador del bien común”<sup>7</sup>. Por otro lado, la Unesco (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) señala que “en el periodismo, la información se comprende como un bien común y no como un simple producto”<sup>8</sup>.

Asimismo, el código de ética del Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB) establece que “el periodista debe adoptar una posición crítica frente a las fuentes, confrontarlas y compro-

bar sus afirmaciones”, así como mantener una posición de independencia de sus fuentes para conservar la credibilidad, indispensable en su ejercicio profesional; por ello condena conductas como recibir pagos o favores de las fuentes, así como la venta de publicidad como parte de la retribución por su trabajo.

De igual forma, se llama la atención de los propietarios de medios para contribuir a mantener la independencia del periodista, como lo explican María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo: “La empresa periodística tiene la responsabilidad de mantener un nivel decoroso en las remuneraciones de sus periodistas con el fin de garantizar su independencia en ese aspecto. Su salario debe permitirle al periodista dedicarse por entero al ejercicio profesional sin necesidad de acudir a otras fuentes de ingreso. Resulta vedada, en consecuencia, la práctica de imponer a los periodistas la venta de publicidad para que obtengan así parte de su ingreso. Esa gestión limita su independencia profesional y los expone a contraer compromisos que les impedirían informar libremente”<sup>9</sup>.

Pero como si fuera poco, los gremios periodísticos en Santander o no existen, no se pronuncian o también están plegados a intereses ajenos. Luis Emiro Millán<sup>10</sup> los califica como “grupos de amigos que se reúnen el 9 de febrero para celebrar el Día del Periodismo, pero después cada quien por su lado”. Ricardo Jaramillo considera que “no tienen representatividad”. “No hay un gremio fuerte que defienda la dignidad del periodista”, dice Carlos Ibarra. Existen tres organizaciones (la Corporación de Periodistas de Santander, la Cooperativa de Periodistas y el Colegio Nacional de Periodistas-Seccional Santander) pero ninguna que realmente agrupe y represente los intereses generales de los profesionales del periodismo.

El origen de esa situación de mercantilismo a la que ha llegado el periodismo santandereano se ha atribuido

<sup>6</sup> Constitución Política de Colombia (1991), Artículo 20.

<sup>7</sup> Javier Darío Restrepo y María Teresa Herrán. *Ética para periodistas*, Tercer Mundo Editores, 1991.

<sup>8</sup> *Ibíd.*

<sup>9</sup> *Ibíd.*

<sup>10</sup> Luis Emiro Millán, director de noticias *RCN Bucaramanga*. Entrevista personal.

principalmente a las condiciones impuestas por el mercado laboral, pero los propios periodistas dieron el primer paso al aceptar condiciones irregulares en la práctica profesional. El director de noticias de *RCN Bucaramanga*, Luis Emiro Millán, explica el fenómeno: “En primer lugar fue culpa de ellos mismos cuando aceptaron algo que en radio se llama trabajar por cupos. Los periodistas se dejaron imponer que tenían que trabajarle al medio y aparte de eso vender publicidad. No había ningún nexo de tipo laboral, la empresa no era empleadora directa, no tenía ninguna responsabilidad. Eso hizo que los periodistas empezaran a depender, por ejemplo, de las entidades oficiales y de los dirigentes políticos; entonces se manejaban las relaciones periodísticas con un criterio económico, es decir, le tapaba al político sus malas actuaciones con tal que le mantuviera su cupo mensual. Eso dio paso al chantaje y hoy vemos como algunas personas que trabajan en los medios, si quieren obtener provecho económico, sencillamente optan por asediar a un personaje de la vida pública hasta que les da su tajada, su beneficio mediante un cupo de publicidad”.

### Del mercado laboral

Al mirar atrás para intentar encontrar las causas de este mal se observa que, por un lado, la abolición de la Tarjeta Profesional de Periodista, mediante sentencia de las Corte Constitucional en marzo 1998, contribuyó a que cualquier persona, sin una formación básica en lo teórico, lo técnico y lo ético de la actividad periodística, pudiera acceder a los medios que, a su vez, golpeados en lo económico, encontraron en la concesión de espacios una solución para algunos de sus problemas, principalmente los laborales y los de comercialización.

Por otro lado, la proporción de egresados de las facultades de comunicación es mayor al número de puestos formales de trabajo en periodismo. En los últimos 10 años, la Facultad de Comunicación Social de Universidad Autónoma de

Bucaramanga (UNAB) ha graduado, en promedio anual, a 45 periodistas (comunicadores sociales con énfasis en periodismo). A esta cifra se sumarán los egresados de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia Bolivariana, que en septiembre de 2003 graduará los primeros comunicadores. Otras escuelas de periodismo del entorno regional, como la de la Universidad de Pamplona, también contribuirán en los próximos años al aumento de mano de obra para el periodismo.

Si bien es cierto que esa proliferación se da en todas las carreras profesionales, un médico o un abogado pueden trabajar de manera independiente, pero un periodista ejerce su profesión en un medio de comunicación y estos desde hace unos años vienen reduciendo sus espacios laborales. Asimismo, mientras el médico y el abogado pueden abrir su consultorio u oficina y cobrar directamente al usuario por sus servicios, el periodista no lo puede hacer. El periodista se forma para hacer su trabajo: recopilar, procesar y difundir información, y aunque también podría llegar a ser empresario, en el campo de los medios de información se requiere de una gran inversión y legalmente existen muchos impedimentos para hacerlo; no es posible montar un canal de televisión o una estación de radio así como abrir un consultorio o una oficina. Es claro, entonces, que el periodista depende de los medios de comunicación para desempeñar su trabajo.

Ese desequilibrio entre oferta y demanda laboral es una de las tantas causas de la situación de desprestigio en que ha caído la profesión. La disputa por las pocas sillas disponibles en los medios ha redundado en el deterioro de las condiciones laborales de los profesionales de la información. Amparo Parra Mosquera describe la situación laboral de los periodistas como difícil, porque “el periodismo, para ejercerlo como tal, ofrece un mercado muy cerrado en Santander... y muy barato”. La comunicadora considera que el salario no compensa el trabajo y la responsabilidad social que cae sobre los hombros del periodista profesional. Al respecto, Carlos

Martínez<sup>11</sup> dice: “Es lamentable. Cuando la situación económica no era tan mala, pagaban mal; hoy es lamentable”.

El periodista Millán también tiene su punto de vista sobre la situación laboral de los informadores: “Está un poco complicada. Ha habido recortes de personal y despidos. No hay conciencia en algunos medios de que el periodista también es un trabajador que merece un sueldo y seguridad social. Además, por disposiciones legales no se pueden establecer más estaciones de radio y los espacios ya están ocupados. La única manera para que ingrese alguien es que haya la disponibilidad del espacio, por demás escasos, y demuestre capacidades como para que vaya llenando los vacíos que van quedando”.

“No, en Bucaramanga no hay”, dice Carlos Alberto Bermúdez, sobre las posibilidades laborales para periodistas, lo cual trae consecuencias desalentadoras: “La gente que está trabajando es porque le pagan un sueldo supremamente bajo. Como hay tanto profesional buscando trabajo, entonces uno que quiere hacer hoja de vida se ofrece por menos plata y desbanca a otro de más trayectoria. A los empresarios no les importa eso porque lo que buscan es economía”.

Para Vidal Humberto Abreo, la situación laboral es diferente en cada medio porque algunos espacios de televisión, las principales cadenas de radio y el diario *Vanguardia Liberal*, tienen para sus periodistas contratos para desempeñarse en su labor exclusivamente, no obstante, con una remuneración muy baja. “Los demás son concesionarios y deben vender publicidad para sacar de ahí su remuneración mensual, no hay contratos de ningún tipo, no hay seguridad social, están absolutamente desprotegidos, sin un seguro, una póliza que los ampare”.

En opinión del editor general de *Vanguardia Liberal*, Carlos Ibarra, los mismos periodistas están generando ese irrespeto, porque “la profesión se feria; hay quienes se rega-

lan por 300 mil pesos y los grupos que tienen el control de los medios saben que pueden encontrar en el mercado laboral periodistas dispuestos a trabajar por cualquier precio. El periodismo se ha entregado al mercantilismo de la noticia porque como no hay fuentes de trabajo dignas, el periodismo se vende por lo que sea”. Carlos Guillermo Martínez explica la situación como “cuestión de subsistencia porque si uno no lo acepta, otro sí lo hace. O empeña su oficio o no come, no tiene otra salida. Es un sistema reprochable, pero esa censura debe dirigirse a los medios”.

### La academia también es señalada

Esa evidente y manifiesta ausencia de oportunidades laborales es quizá la primera causa de eso que Carlos Ibarra bien llama “mercantilismo de la noticia” y que a la vez desnuda una gran mediocridad en los contenidos informativos de los medios santandereanos y una preocupante ausencia de principios éticos, condenable desde cualquier punto de vista. Sin embargo, ante ello la academia es señalada de indolente. Los comunicadores le asignan gran responsabilidad a la universidad, por la galopante situación de deterioro profesional del periodismo. Se le sigue acusando por estar de espaldas a la realidad laboral de la región y general del país.

Para José Vesga<sup>12</sup>, las universidades “se convirtieron en un *paridero* de periodistas. Están graduando profesionales que no tienen un mercado laboral asegurado y por eso uno ve muchas personas que se regalan, lo que ha llevado a que el periodismo se haya degenerado en materia de ingresos económicos”. Vidal Abreo comparte la posición y sostiene que “sin duda las universidades están contribuyendo a aumentar la sobreoferta de periodistas en el medio”.

<sup>11</sup> Martínez, Carlos Guillermo, editor general periódico *El Compás*. Entrevista personal.

<sup>12</sup> José Vesga, periodista concesionario, director del noticiero de *Radio Primavera*. Entrevista personal.

Pero los cuestionamientos a las universidades no solamente tienen que ver con el incontrollado aumento de la mano de obra, sino que también apuntan a la calidad de la formación que reciben los futuros periodistas. En este aparte, además de las opiniones expresadas por los comunicadores de la región, nos apoyaremos en conceptos de algunos destacados periodistas del país. María Elvira Samper se expresa sobre las condiciones de los egresados: “No saben redactar, no leen, no conocen historia de Colombia. Les hace falta método, el rigor que sí garantizan otras disciplinas. Es más fácil enseñarle a un antropólogo a hacer un *lead* o una entrevista, que al otro darle el contenido, el contexto de las cosas. Pienso que el periodismo debe ser una carrera de posgrado”<sup>13</sup>.

Sobre el mismo tema, Juan Gossain: “La mayoría de los jóvenes que salen ni siquiera conocen el lenguaje periodístico. (...) Los muchachos deberían saber cuál es la verdad del mercado laboral. Tener claro que se trata de un mercado muy restringido. Si yo fuera uno de ellos tomaría la decisión de estudiar otra cosa antes, para luego llegar al periodismo que es una vocación”<sup>14</sup>. A las anteriores se unen las palabras de Gabriel García Márquez: “El infortunio de las facultades de Comunicación Social es que enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo. (...) Los muchachos que salen ilusionados de las academias, con la vida por delante, parecen desvinculados de la realidad y de sus problemas vitales. (...) La mayoría de los graduados llegan con deficiencias flagrantes, tienen graves problemas de gramática y ortografía y dificultades para una comprensión reflexiva de textos”<sup>15</sup>.

Carlos Martínez señala que las facultades donde se preparan los periodistas están “rezagadas” y existe una “necesidad por mantenerse en lo tradicional, por considerarlo

seguro” y sobre el pénsu dice: “Desconoce la realidad en todos los ámbitos. Se pretende formar estudiantes de hoy con esquemas antiguos. Todavía se mantiene la misma filosofía; a pesar de los cambios, los estudiantes salen muy despistados”. Luis Emiro Millán insiste en la falta de contacto con la realidad de las escuelas de periodismo. “Lo que se debe hacer es inculcarle al muchacho, desde el primer semestre, que él va a trabajar con la realidad, que es la materia prima del periodismo, pero hay mucho academicismo y se olvida que de la universidad hacia fuera está la ciudad, el departamento y la nación que van a ser sitios donde va a encontrar su campo de trabajo”.

El divorcio entre la academia y la realidad es una de las principales preocupaciones de los directores de medios, como lo ratifica Ricardo Jaramillo: “Falta que al estudiante se le *estrelle* con la realidad desde el principio, no encerrarlo en cuatro paredes a recibir una gran cantidad de conocimientos teóricos alejados de la realidad del país”. La insistencia sobre este tópico es evidente. “Las universidades están contratando a estudiantes recién egresados como profesores sin ninguna experiencia en el ejercicio profesional, que repiten lo que aprendieron y por eso cuando los estudiantes llegan a los medios se encuentran con una realidad distinta”, sostiene José Vesga.

Aunque para quienes expresan estas opiniones las falencias de los egresados son tomadas como vacíos en la formación dada por la universidad, no todo son críticas contra la academia, pues se reconoce que el ambiente de mediocridad y falta de ética en el desempeño de la actividad obedece también a una falta de compromiso de los propios periodistas. Vidal Humberto Abreo, uno de los más duros críticos de la academia por, según él, actuar de espaldas a la realidad, ve con preocupación la falta de lo que él llama *mística*, amor por la profesión, entre los recién graduados. “Un periodista debe tener amor por esto, de lo contrario no sirve. Para mí un periodista que llega para ver a dónde lo mando, ese periodista no tiene *mística*. Eso es inconcebible porque esa es la sangre

<sup>13</sup> Gabriel Alba y Juan Guillermo Buenaventura. “Facultades de Comunicación en el ojo del huracán”, en *Signo y Pensamiento*, No.31, 1997.

<sup>14</sup> *Ibíd.*

<sup>15</sup> *Ibíd.*

nueva. En la universidad hay un ejercicio rico y sano que es la crítica permanente sobre el quehacer de quienes estamos actualmente en los medios y eso no se puede quedar en discusiones de salones, eso tiene que llevarse a la práctica y los estudiantes deben llegar a discutir, a proponer y a propiciar ese mismo tipo de espacios en los medios, pero no lo están haciendo, están llegando a hacer lo que les pongan”.

A todo este ambiente de mediocridad en la producción periodística se suma la falta de capacitación y actualización de los periodistas graduados, quienes, por motivos distintos, no continúan estudios de posgrado. La ausencia de cursos relacionados con la profesión, la falta de tiempo, los bajos ingresos y la poca importancia que los medios dan a ello son algunas razones por las cuales la mayoría de periodistas en Santander no continúa capacitándose y se queda con lo aprendido en la universidad y lo que la rutina diaria enseña.

La posición de Carlos Ibarra en torno al tema apunta a los directamente implicados: “Hay una mediocridad absoluta y eso también es reflejo de lo que pasa; nadie quiere comprometerse, nadie quiere ejercer en forma real la profesión con todos sus principios y fundamentos. La calidad es absolutamente mala, por esa mediocridad del periodista que no se preocupa por mejorar, por prepararse más. No hay capacitación por parte de los medios, pero el periodista tampoco se preocupa por prepararse”.

Tal estancamiento en el desarrollo de la forma de hacer periodismo también se le atribuye a los medios que no han tenido evolución técnica, como lo señala Carlos Martínez: “Los periodistas pueden haber salido bien formados pero se encuentran con medios atrasados y por eso su desempeño también resulta mediocre”. Situación esta que, a pesar de considerarse generalizada, se percibe más en la radio, como lo menciona Iván Darío Chahín<sup>16</sup>: “No hay mucha experimentación en radio, por eso al comparar las estructuras de los

noticieros de hoy con las de hace 30 años no han cambiado mucho, mientras que los oyentes sí hemos cambiado bastante y estamos dispuestos a recibir otro tipo de información”.

En cuanto a la televisión regional, todavía se considera en etapa de crecimiento, pero igual preocupa que, como sucede en radio la mayoría de los espacios informativos, periodísticos y de opinión, están siendo manejados por concesionarios. En impresos es donde más intentos de renovación se han dado, pero también donde más fracasos se han conocido.

### Presiones y autocensura

Otro de los componentes de este panorama del periodismo en Santander es el del orden público: las amenazas que caen sobre los periodistas. Sin embargo, en tal aspecto las cosas han cambiado; por eso las presiones de los actores del conflicto armado, aunque latentes, se han visto relegadas por las presiones económicas que conforman lo que hemos dado en llamar el *mercadeo de la noticia*. Quienes más sienten ese tipo de presión armada son los comunicadores que ejercen su profesión en la zona del Magdalena Medio.

“La situación más crítica se da en Barrancabermeja, donde los periodistas se sienten intimidados, lo han manifestado, por tratar temas de orden público. Antes era la guerrilla; ahora, las autodefensas, que ejercen control. Esa situación está llevando a la autocensura y a un manejo delicado por parte de los reporteros para no meterse en problemas. En general hay un ambiente de autocensura porque los periodistas sienten que no tienen suficientes garantías en cuanto a su integridad y la de sus familias para el ejercicio profesional y entonces prefieren abstenerse de tratar algunos temas o limitarse al boletín oficial, siempre con el riesgo de que cuando dice algo, alguna de las partes se siente molesta y entonces viene la amenaza”, explica Pablo Emilio Buitrago, en calidad de presidente de la Corporación de Periodistas de Santander.

<sup>16</sup> Iván Darío Chahín. Periodista, productor independiente de radio. Entrevista personal.

Y es que, como dice Vidal Abreo, “nosotros sabemos que no hay ninguna noticia que valga tanto como la vida”. No obstante, aclara que “la situación de seguridad ha cambiado con respecto a la vivida hace cinco años, pero no ha desaparecido, sigue latente y mientras haya guerra en Colombia seguiremos con las dificultades, seguiremos autocensurándonos”. Del mismo modo, reconoce que hoy estas no son las únicas presiones y “cuando no son los actores del conflicto armado son las presiones económicas [las más evidentes], en especial las que ejercen los gobiernos, las administraciones regionales y locales, con sus grandes presupuestos”.

Luis Emiro Millán atribuye el descenso de las presiones armadas a que “en Santander también ha descendido la actividad de desorden público con respecto a hace cinco años, cuando la relación de los periodistas con los miembros de los grupos armados al margen de la ley era más frecuente y directa; entonces, así como había posibilidad de tener material informativo, también se prestaba para presiones. Hubo intentos de querer manejar la redacción y hasta de querer manejar el punto de vista”. Otros señalan nunca haber estado en riesgo real, como Amparo Parra quien recuerda: “Por ahí hubo unas amenazas el año pasado contra mí, pero se hizo una investigación y sorpresivamente venían de un medio de comunicación”.

Ricardo Jaramillo dice que en cuanto a la situación de orden público “no ha pasado nada, pero hay que tener cuidado en cuanto a la información oficial porque puede haber problemas de imprecisión”; sin embargo, reconoce que las presiones corresponden a otro aspecto: “Los canales regionales son entes oficiales, por eso se siente alguna presión, sin que se llegue a la censura”. Carlos Alberto Bermúdez también señala que las presiones hoy por hoy son distintas: “Son principalmente económicas, aquí son muy escasas las provenientes de la situación de orden público, o por lo menos son escasas las denuncias: son más las presiones de carácter económico”.

Algunos reporteros consultados para este sondeo tienen su punto de vista sobre el tema: “Debo seguir directrices que

determina el director”<sup>17</sup>. “Existen presiones externas que impiden un buen funcionamiento de la labor periodística dentro del canal, por intereses corporativos”<sup>18</sup>. “Existe la presión directa de los monopolios económicos y políticos”<sup>19</sup>. “Lamentablemente, las condiciones socioculturales en nuestro país hacen que existan las censuras violentas, burocráticas y económicas”<sup>20</sup>. “Los medios manejan demasiados intereses económicos”<sup>21</sup>.

Todo lo anterior: la baja demanda laboral, la deficiente preparación académica de cara a la realidad de la profesión, la poca preocupación de los medios por ofrecer buenas condiciones de trabajo a sus periodistas, las presiones a que son sometidos, la resignación de éstos y la falta de representatividad gremial, son los síntomas de lo que constituye el diagnóstico del periodismo en Santander, un periodismo carente de espíritu crítico, entregado a las presiones y alejado de la evolución permanente que exige la sociedad actual. Sin embargo, resulta prudente aclarar que pese a las opiniones mayoritarias expresadas por los periodistas consultados en este sondeo, no se puede asegurar que se trate de una situación generalizada.

## ¿No futuro?

Una vez superado el diagnóstico viene la pregunta: ¿qué hacer para reivindicar la profesión y devolverle la dignidad perdida?.

Una agremiación fuerte y verdaderamente representativa, una reglamentación acorde con la situación que obligue a las empresas periodísticas a ofrecer condiciones dignas a sus

<sup>17</sup> Juan Manuel Arias. Periodista. Consulta escrita.

<sup>18</sup> Javier Rodríguez. Periodista *TRO Noticias*. Consulta escrita.

<sup>19</sup> Nicolás Rodríguez. Periodista *TRO Noticias*. Consulta escrita.

<sup>20</sup> Yenny Alexandra Hernández. Periodista, jefe de producción *Canal TRO*. Consulta escrita.

<sup>21</sup> Liliana Zabala. Periodista *Radio Reloj*. Consulta escrita.

comunicadores, la modificación de los contenidos formativos de las universidades para responder a la realidad laboral de la profesión y la búsqueda de alternativas diferentes al mero ejercicio de reportería como desempeño profesional, son algunas de las respuestas que apuntan a la resolución del problema. Pese a ello, el futuro no se ve muy distinto a lo que es el panorama actual, salvo algunas pequeñas modificaciones impulsadas por esporádicos intentos de renovación, a juzgar por las opiniones expresadas por los propios periodistas.

Pablo Emilio Buitrago, el presidente de la Corporación de Periodistas de Santander, sostiene: “La prensa va a seguir prevaleciendo, a pesar de las nuevas tecnologías; a la gente todavía le gusta tener su periódico, es algo cultural. Ahí tendríamos dos tendencias, un periodismo que se atreve a hacer investigación pese a las dificultades y un tipo de periodismo que entienda más una función social, que no sea solamente de denuncia y negativo, sino que también pueda ser actor importante para promover procesos de desarrollo. Eso en prensa. A la radio le falta mucha modernización, en el aspecto noticioso falta innovar, hacer una radio más ágil y dinámica, más agradable para el oyente. En la televisión, a pesar de los esfuerzos, sigue sin despegar; el carácter oficial del canal regional le resta dinamismo; por eso uno de los aspectos más importantes a futuro va a ser el uso de Internet como espacio periodístico”.

La visión de Luis Emiro Millán establece que “hay que pensar en la relativa dependencia del periodismo a la existencia de los medios. Hay buenos intentos sobre todo en la parte de prensa escrita, de presentar nuevas propuestas, nuevos enfoques, de salir de lo tradicional, de dar alternativas. La televisión regional aún no está en condición de competir con la gran cantidad de alternativas que se pueden adquirir con los servicios de televisión por suscripción. En la radio hay un ciclo que se está cumpliendo; con la Internet la gente ya no necesitará radio para enterarse de la información, por eso los contenidos tienen que variar. Sin embargo, el futuro

dependerá de lo que marque el destino de los directivos de las empresas”.

“El arranque del *TRO* y los intentos en prensa permitirían pensar que el futuro debe ser mejor que el pasado. Creemos que hay futuro, que la gente cree en alternativas modernas. En impresos es el único medio donde hay propuestas; si se piensa en el futuro van a tenerlo, pero si sólo se piensa en el mercado reproduciendo esquemas, no lo van a tener”, es el concepto prospectivo de Carlos Martínez.

En Bucaramanga, en los últimos dos años nacieron dos medios impresos como alternativas de información para la ciudad, las publicaciones bimensuales *El Compás* y el periódico *15*; el primero un esfuerzo particular de un grupo de profesionales y, el segundo, una propuesta de los profesores de periodismo de la facultad de Comunicación Social de la UNAB, realizado junto con sus estudiantes.

Esas alternativas también están en sectores casi inexplorados como las emisoras comunitarias, según los manifiesta Iván Darío Chahín: “Veo un excelente campo en el que hay posibilidades creativas, opciones de construir agendas propias, porque una cosa que me preocupa de los medios es que parece un juego de pelota en la escuela, donde el profesor tira un balón y todos corren detrás de él. Creo que nos falta agenda y en los medios locales de radio comunitaria se puede hacer”. En el país hay cerca de 200 emisoras comerciales, mientras que 420 son comunitarias. Para Chahín, ésta es una sociedad que necesita más comunicadores pero “estamos queriendo llegar todos al mismo lugar y hemos convertido las opciones tradicionales en un embudo. Todos queremos estar en aquello que son las grandes ligas, pero hay otros ejercicios comunicativos que tienen una gran demanda y una poquísima oferta. Creo que sí tenemos en donde desarrollar nuestro ejercicio, pero nuestros intereses laborales no están cerca de las ofertas de trabajo, que no son malas ni en términos económicos, ni en calidad de vida y desarrollo profesional”.

Para otros, el horizonte para el periodismo regional permanecerá idéntico, como lo ve Ricardo Jaramillo: “Va a

continuar igual porque va a seguir saliendo mucha gente de las universidades, van a seguir los empíricos, los pulpos de las comunicaciones, habrá quienes cobren por la información y quienes paguen por ella; entonces hasta que no se establezca por ley las bases de la profesión no se va a solucionar nada”. Inclusive podría deteriorarse más. “Va a ser peor —dice el editor de *Vanguardia Liberal*, Carlos Ibarra—. El irrespeto por la profesión tanto de quienes la ejercemos como de quienes contratan. Uno entiende que un vendedor gana tres veces lo que un periodista que se ha formado profesionalmente. Al no tener condiciones laborales dignas, el periodista se vende y prefiere callar a cambio de cierta estabilidad económica”.

Lo que está pasando en el ámbito laboral, según el punto de vista de Vidal Abreo, podría redundar en que “se eliminen completamente los contratos laborales formales y que el periodista caiga en la dinámica de la venta y eso ¿a qué llevará? A contaminar más la información. El periodista que debe vender publicidad, ¿qué garantías le da a la opinión pública de que su información no está influenciada? Claro que está influenciada y nos tenemos que acostumbrar a la información de los intereses, esa es la era que se nos viene, la era de la información de los intereses”.

### ¿Qué hacer?

Por un lado, los propios comunicadores recomiendan una toma de conciencia para entender que esa no es una forma digna de subsistencia. “Si bien es cierto que todo mundo necesita comer y alimentar a su familia, la única forma para que eso sea cierto es armando un gremio serio y alejado del poder, un gremio fuerte que evite que el periodista tenga que vender publicidad”, como asegura Carlos Ibarra. “Los mismos periodistas deben unirse en una organización que sea realmente representativa, que cuando se pronuncie se le escuche y logre objetivos claros para el bienestar de toda la profesión”, recomienda Ricardo Jaramillo. Por su parte,

el periodista concesionario Carlos Alberto Bermúdez señala: “Cada cual debe hacer valorar su trabajo; en el caso de los independientes, que pagamos por trabajar, hacernos respetar, no por una pauta sino con informaciones veraces, sin comprometer lo noticiosos con lo económico”.

Otro aporte a la solución que plantean los periodistas entrevistados estaría en la legislación, pero no una que simplemente diga quiénes y con qué requisitos pueden o no ejercer la actividad periodística, como ha ocurrido con los proyectos que se han debatido recientemente en el Congreso con miras a dictar una nueva “Ley de Periodismo”, sino una que vele por las condiciones laborales de quienes se dedican de manera permanente al ejercicio profesional. “El Congreso debe tener presente que la actividad periodística es una profesión de alto riesgo, según la propia clasificación del Ministerio del Trabajo, entonces que se le respete y se le reconozca el derecho a la seguridad social”, como lo recuerda Luis Emiro Millán. En este sentido, José Vesga sostiene que el proyecto de ley que hace trámite debería reglamentar lo concerniente al tema laboral de los periodistas para que además de seguridad social tengan un salario de acuerdo con su formación y responsabilidad social. De similar forma se expresa Ricardo Jaramillo, quien considera necesaria la legislación para reglamentar el ejercicio periodístico y rescatar su condición de profesión: “Hay que hacer que quienes quieran jugar a ser periodistas lo hagan con unas reglas claras, que son entrar a una academia y formarse como periodistas”.

Para Amparo Parra, el actual proyecto no resuelve el problema de fondo, por lo que se debería contar con el concepto de los decanos de las facultades de Comunicación y Periodismo y con los representantes de los periodistas en ejercicio, para tratar lo que realmente es importante: la situación laboral, a fin de evitar que se siga presentando el fenómeno del mercadeo de la información.

De igual manera, los comunicadores santandereanos convocan a la academia para que replantee su posición y se ponga de cara a la realidad. Las facultades de Comunicación

Social, así como son parte del problema también podrían ser parte de la solución si atendieran a ciertas recomendaciones, según expresan periodistas en ejercicio que pasaron por las aulas de la universidad.

Ante la pregunta ¿qué deberían hacer las universidades para preparar mejores periodistas? Se encontraron respuestas como estas:

“Acercar a los estudiantes más a la realidad”<sup>22</sup>. “Crear espacios para la práctica profesional, innovar en esquemas para dictar las clases. Seguir con la preparación para periodistas con especializaciones, seminarios y diplomados”<sup>23</sup>. “Ubicar al futuro periodista, es decir, que conozca qué debe hacer dentro del contexto social”<sup>24</sup>. “Contar con personal idóneo no sólo en el sentido académico sino profesional”<sup>25</sup>. “Crear sus propios medios de comunicación”<sup>26</sup>. “Menos teoría y más práctica y tener como profesores a profesionales que estén ejerciendo”<sup>27</sup>. “Más realidad y menos idealismo. Llenarla de más contenido social, dar más instrumentos para pensar, generar más talleres para perfeccionar el habla y la escritura”<sup>28</sup>. “Brindar oportunidades o cátedras sobre actualidad local, departamental, nacional y mundial”<sup>29</sup>. “Más práctica. Más temas de actualidad. Mantener actualizados a los docentes, evaluarlos. Tener muchos convenios para prácticas”<sup>30</sup>. “Más énfasis en el manejo del oficio”<sup>31</sup>. “Establecer perfiles profesionales en los últimos semestres que enfrenten al periodista con el medio real”<sup>32</sup>.

<sup>22</sup> Juan Manuel Arias.

<sup>23</sup> Javier Rodríguez.

<sup>24</sup> Nicolás Rodríguez.

<sup>25</sup> Yenny Alexandra Hernández.

<sup>26</sup> Francisco Correa. Periodista *CJV*. Consulta escrita.

<sup>27</sup> Hellman Hincapié. Periodista, corresponsal Canal *RCN TV*. Consulta escrita.

<sup>28</sup> Edward Pinilla. Periodista, corresponsal Canal *RCN TV*. Consulta escrita.

<sup>29</sup> Jazmín Romero. Periodista *Tele San Gil*. Consulta escrita.

<sup>30</sup> Liliana Zabala.

<sup>31</sup> José Luis Muñoz. Periodista, productor radial. Consulta escrita.

<sup>32</sup> Jairo Morales. Periodista, director *RTV Comunitaria*. Consulta escrita.

Todo apunta a que la única forma para rescatar la dignidad del periodismo regional es que quienes guardan relación con el ejercicio profesional del periodismo —facultades, medios de comunicación, gremios, gobierno, opinión pública y periodistas— aporten desde su posición a la búsqueda de esa solución con acciones inmediatas y concretas pues, como dice Carlos Ibarra: “La gente tiene que ponerse la camiseta o vamos a terminar todos iguales”. Entre tanto, la mediocridad y falta de independencia que está signada al periodismo santandereano, pierde la autoridad moral para seguir como salvaguarda de la democracia y el bien común, que le ha entregado la sociedad.