



EDUENTRETENIMIENTO

ENSEÑANZA DE LA CRÓNICA Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

EXPERIENCIAS DE INVESTIGACIÓN DESDE EL ORIENTE COLOMBIANO



Giovanni Bohórquez Pereira
Carolina García Pino
Ricardo Jaramillo Pulgarín
Paula Andrea Ortiz Archila
Héctor Pedrozo Narváez

**EDUENTRETENIMIENTO,
ENSEÑANZA DE LA
CRÓNICA Y RESULTADOS
DE APRENDIZAJE**

**EXPERIENCIAS DE INVESTIGACIÓN
DESDE EL ORIENTE COLOMBIANO**

GIOVANNI BOHÓRQUEZ PEREIRA

CAROLINA GARCÍA PINO

RICARDO JARAMILLO PULGARÍN

PAULA ANDREA ORTIZ ARCHILA

HÉCTOR PEDROZO NARVÁEZ

Bohórquez Pereira, Giovanni, autor

Eduentretenimiento, enseñanza de la crónica y resultados de aprendizaje : experiencias de investigación desde el oriente colombiano / Giovanni Bohórquez Pereira, Carolina García Pino, Ricardo Jaramillo Pulgarín, Paula Andrea Ortiz Archila, Héctor Pedrozo Narváez -- Primera edición -- Barranquilla : Afacom ; Bogotá : Ecoe Ediciones, 2023.

79 páginas. -- (Ciencias sociales y humanas. Periodismo, comunicación e información)

Incluye datos curriculares de los autores -- Incluye referencias bibliográficas al final de cada capítulo.

ISBN 978-958-503-639-0 -- 978-958-503-640-6 (e-book)

1. Comunicación - Aspectos sociales - Girón (Sant.) 2. Comunicación y educación - Investigaciones - Girón (Sant.) 3. Tecnologías de la información y la comunicación - Girón (Sant.) I. García Pino, Carolina, autor II. Jaramillo Pulgarín, Ricardo, autor III. Ortiz Archila, Paula Andrea, autor IV. Pedrozo Narváez, Héctor, autor

CDD: 370.140986125 ed. 23

CO-BoBN- a1112406



Área: Ciencias sociales y humanas

Subárea: Periodismo, comunicación e información



© Giovanni Bohórquez Pereira
© Carolina García Pino
© Ricardo Jaramillo Pulgarín
© Paula Andrea Ortiz Archila
© Héctor Pedrozo Narváez

© Afacom
Km. 5 vía Puerto Colombia
Área Metropolitana de Barranquilla.
Universidad del Norte. Bloque G.
5to Piso. Lab. Comunicación Social
www.afacom.org
Tel: (57) (5) 3509509 Ext: 4080
Barranquilla / Colombia

► Ecoe Ediciones S.A.S.
info@ecoeediciones.com
www.ecoeediciones.com
Bogotá, Colombia

Primera edición: Bogotá, marzo del 2023

ISBN: 978-958-503-639-0

e-ISBN: 978-958-503-640-6

Directora editorial: Claudia Garay Castro
Coordinadora editorial: Paula Bermúdez B.
Corrección de estilo: Tomás Collazos
Diagramación: Paula Cubillos Gómez
Carátula: Wilson Marulanda Muñoz
Impresión: Carvajal Soluciones de
Comunicación S.A.S.
Carrera 69 #15-24

*Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio
sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.*

Impreso y hecho en Colombia - Todos los derechos reservados

CONTENIDO

CAPÍTULO 1. EDU- ENTRETENIMIENTO. UN CAMINO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN ADOLESCENTES DEL SECTOR RURAL EN GIRÓN, SANTANDER.....	1
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Presentación de la experiencia	4
2.1. Planteamiento del problema y justificación	4
2.2. Objetivos	4
2.3. Contexto.....	4
3. Referentes teóricos.....	5
4. Metodología.....	7
5. Resultados y discusión	8
6. Conclusiones	12
Referencias bibliográficas	14
Anexos.....	16
CAPÍTULO 2. ENSEÑANZA DE LA CRÓNICA PERIODÍSTICA, CURSO TEXTOS ESPECIALIZADOS, COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA UNAB.....	19
Resumen	19
1. Introducción	20
2. Presentación de la experiencia	21
3. Contenido del curso	22

3.1. Géneros periodísticos	23
3.2. Cómo reportear.....	23
3.3. La noticia.....	25
3.4. Las citas en los textos periodísticos	31
3.5. La entrevista.....	32
3.6. La crónica.....	36
4. Desarrollo y evaluación.....	43
4.1. Primer corte.....	44
4.2. Segundo corte.....	49
5. Conclusiones	52
Referencias bibliográficas	56
CAPÍTULO 3. TENDENCIAS INTERNACIONALES EN RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN LOS PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN.....	59
Resumen	59
1. Introducción.....	60
2. Aproximación teórica.....	62
3. Metodología.....	65
4. Resultados.....	66
4.1. La oferta de Comunicación en el entorno internacional	66
4.2. Principales resultados de aprendizaje en la formación del comunicador social	70
5. Conclusiones	73
Referencias bibliográficas	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación vereda Acapulco, Girón, Santander, Colombia	5
Figura 2. Reuniones de planificación con estudiantes del Colegio Miguel Sánchez Hinestroza (2019)	16
Figura 3. Primeros encuentros con jóvenes: Grupo Juvenil San Bernardita (2019).....	16
Figura 4. Los participantes realizaron talleres de fotografía los cuales fueron vivenciales y generadores de productos relacionados con lo ambiental en su territorio (febrero de 2020).....	17
Figura 5. Desarrollo de la propuesta en el confinamiento	17
Figura 6. Estructura de la noticia: “Pirámide invertida”	28
Figura 7. Estructura de la noticia: cuadro de información	29
Figura 8. Estructura del titular.....	30
Figura 9. El tiempo en la crónica.....	40
Figura 10. Ejercicio 1: La noticia.....	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Actividades estudiantes de AK-TV	10
Tabla 2.	Contenidos (unidades y temas) del curso Textos especializados.....	22
Tabla 3.	Clasificación de las fuentes de información.....	26
Tabla 4.	Crónicas de Textos especializados presentadas al periódico 15....	54
Tabla 5.	Requerimiento de resultados de aprendizaje	61
Tabla 6.	Tendencias en las áreas de formación profesional en comunicación	69
Tabla 7.	Tendencias en el tiempo de formación profesional en comunicación	70
Tabla 8.	Aproximación a los resultados de aprendizaje del comunicador.....	75

CAPÍTULO 1

EDU-ENTRETENIMIENTO. UN CAMINO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN ADOLESCENTES DEL SECTOR RURAL EN GIRÓN, SANTANDER

Bohórquez Pereira, Giovanni

Docente Mg. Asociado Facultad de Comunicación Social y Periodismo
UPB Seccional Bucaramanga¹
giovanni.bohorquez@upb.edu.co

Ortiz Archila, Paula Andrea

Estudiante IX Semestre Comunicación Social y Periodismo
paula.ortiz.2019@upb.edu.co

1 El proyecto fue financiado por la Dirección de Investigaciones y Transferencia (DIT) de la Universidad Pontificia Bolivariana, sede Bucaramanga. Los autores agradecen al Ingeniero Luis Eduardo Castillo Meza, director de la DIT, y al director de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Mg. Alfredo Álvarez Orozco por el apoyo recibido. Igualmente, extiende el reconocimiento a los demás integrantes del semillero que estuvieron durante las primeras etapas del proyecto, a saber: Juan David Piza, María Paula Plata Maffiold y Ruddy Alessandra Díaz.

Resumen

El proyecto *Fortalecimiento de la identidad cultural y la comunicación en adolescentes y jóvenes rurales de Girón, Santander, con el apoyo del Edu-entretenimiento* propende a la creación de escenarios de diálogo y construcción para la participación de los actores convocados y para la identificación de sus saberes y quehaceres como camino para lograr una apropiación cultural. La finalidad es afianzar identitariamente a los adolescentes y jóvenes para que se hallen práctica y conceptualmente en su comunidad como protagonistas del cambio al interior de sus territorios. Este ejercicio se proyecta desde la perspectiva educomunicativa (Kaplún, 1998) en la que se propicia una comunicación para el desarrollo y cambio social, esta a su vez se apoya en el edu-entretenimiento (Thomas Tufte, 2004) como estrategia para fortalecer las capacidades de los jóvenes y adolescentes, puntualmente sobre los ejes de comunicación, territorio e identidad cultural.

La metodología propuesta tiene un enfoque cualitativo del campo participativo y se configura en el espectro de lo holístico, donde se establece la Investigación-Acción (IA) la cual se cimienta con la perspectiva alternativa de educación de Paulo Freire en su postulado *La teoría de la liberación*, complementada con la modalidad de Joao Bosco Pinto, quien presenta este apartado como una práctica que tiene por finalidad una transformación social (Alvarado *et al.*, 1992).

El grupo de trabajo ha fortalecido sus competencias investigativas y comunicativas a través de la indagación y revisión de los modelos y diseños metodológicos, permitiendo la implicación de los participantes en temas de alta reflexión.

Ocho adolescentes del Instituto Miguel Sánchez Hinestroza y cinco jóvenes del grupo juvenil de la Iglesia Santa Bernardita de la vereda, Acapulco, Girón, se involucraron durante el proceso que se cumplió en sesiones presenciales y virtuales, durante los años 2019 y 2020.

Desde lo técnico, el grupo realizó productos fotográficos, audiovisuales y radiofónicos que se generaron luego de sesiones *on-line* y *off-line*. Desde la comunicación dialógica se logró reflexionar sobre el contexto social y cultural de la vereda y, en lo grupal, se crearon las bases para concretar un futuro colectivo cuyo nombre será AK-TV. En el año 2022 algunos de los primeros integrantes del grupo realizaron su primer producto sonoro.

Al ser un trabajo de investigación formativa, los investigadores evidenciaron la relación directa de teoría y realidad y cómo en la construcción de cambio social se requiere diálogo constante entre los participantes, motivación individual y señalar que todo resultado obtenido es aportante para la meta a cumplir.

Palabras clave: Educomunicación, eduentretenimiento, territorio, identidad cultural, participación.

1. Introducción

En las siguientes páginas se presenta el avance de un proceso surgido al interior de un semillero de investigación, que desde el año 2015 viene aportando a adolescentes y jóvenes de un sector rural de Girón, Santander, espacios dialógicos y participativos que les puedan colaborar en su formación académica y personal.

Si asumimos la comunicación más allá de medios de información y transmisión de contenidos de orden publicitario y propagandístico, se puede entonces configurar que ella es acción, que es propiciadora de la participación y de la co-construcción de conocimiento. Bajo esta premisa y reconociendo las múltiples necesidades que tienen la mayoría de las personas en las zonas rurales en Colombia, se formuló el proyecto *Fortalecimiento de la identidad cultural y la comunicación en adolescentes y jóvenes rurales de Girón, Santander, con el apoyo del Edu-entretenimiento*, que a continuación abordaremos.

Se puede evidenciar como resultado la creación y ejecución de seis talleres y tres productos generados por los niños, niñas y adolescentes de la vereda Acapulco, Girón, quienes se caracterizaron por la creatividad, el uso de materiales en casa y hasta el rodaje de audiovisuales realizados y editados a través de dispositivos celulares.

La satisfacción del trabajo fue plena aun cuando la llegada del COVID-19 modificó el desarrollo ideal del proyecto, lo que llevó a la investigación a un proceso más complejo que fue la virtualidad. La conectividad, el dominio de nuevas herramientas digitales, las fallas en la recepción de señal y la disposición intermitente de ocho participantes fueron sin duda los efectos más contundentes de este ejercicio que finalizó en diciembre de 2020.

Fue posible desarrollar las temáticas priorizadas en su totalidad y, por lo ocurrido con la pandemia, los participantes, al igual que los orientadores del proceso, consolidaron lazos de afecto que les trajo una mejor relación en el colegio y en los escenarios que compartieron en la vereda de Acapulco, Girón.

Finalmente, se llevó a cabo una reunión individual con el fin de realizar una entrevista estructurada con cada participante y, a través de ella, se verificaron contenidos. Además, se implementó un proceso metodológico y de evaluación de productos, tanto al interior como por fuera del aula, que se orientó a la divulgación del acontecer diario de la vereda utilizando para ello las TIC.

2. Presentación de la experiencia

2.1. Planteamiento del problema y justificación

Como se indicó en los párrafos anteriores, el proyecto hace parte de las iniciativas que, desde hace cinco años, la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la UPB, sede Bucaramanga, a través del semillero U'wa Werjayá, desarrolla en la vereda Acapulco, en Girón, Santander. De ahí que se retome lo avanzado, esta vez formulando una estrategia educomunicativa con el componente Edu-entretenimiento. Con lo anterior, se toma como pregunta orientadora de este proyecto: ¿Cómo aportar al fortalecimiento de la identidad cultural y la comunicación a un grupo de adolescentes y jóvenes de la vereda Acapulco de Girón, Santander, ¿apoyados desde el edu-entretenimiento?

2.2. Objetivos

General

Desarrollar una estrategia orientada a fortalecer la identidad cultural y la comunicación en adolescentes y jóvenes de la vereda Acapulco de Girón, Santander, apoyados desde el Edu-entretenimiento.

Específicos

- » Vincular a un grupo de adolescentes y jóvenes de la vereda Acapulco, Girón, a un proceso que logre fortalecer en ellos la comunicación y la identidad cultural.
- » Planificar un ciclo formativo que permita la apropiación social del conocimiento en los temas priorizados.
- » Crear de forma colaborativa contenidos y narrativas que correspondan a las temáticas centrales antes referidas.
- » Socializar los alcances de la formación implementada ante la comunidad de la vereda Acapulco.

2.3. Contexto

La vereda Acapulco se ubica dentro del área metropolitana de Bucaramanga, a 12 kilómetros de la capital del departamento de Santander. A pesar de contar con una vía central en condiciones idóneas para su tránsito, al adentrarse en la zona rural, las condiciones cambian, las calles son de tierra, carentes de marcación básica y con grandes ondulaciones que dificultan el tránsito de todo tipo de vehículos (ver Figura 1).

Figura 1. Ubicación vereda Acapulco, Girón, Santander, Colombia

Fuente: elaboración propia.

La vereda comparte la división política y administrativa de Girón, Santander, con otras 19 zonas rurales, allí habitan más de 4.000 habitantes que se distribuyen en 80 manzanas. La zona carece de parque o plaza central debido a su desordenada o nula organización territorial:

Cuando empezó a llegar la gente a construir sus viviendas en este sitio, cada una compró un terreno y la construía donde más le gustaba. Aun así, en la actualidad cuenta con lugares importantes utilizados como puntos de encuentro para toda la comunidad, tales como El Salón Comunal, La Cancha, La Iglesia y El Colegio. (Bohórquez-Pereira *et al.*, 2016, p. 6)

3. Referentes teóricos

En el proyecto se quiso involucrar definiciones recientes respecto a la integralidad como forma de alcanzar mayores y mejores resultados en sociedades o grupos que quieren avanzar en su transformación y cambio. Un buen modelo puede ser el planteado por Contreras Baspineiro (2016), quien promueve el paradigma comunicacional:

El vivir bien/buen vivir”, cuyo eje es “la cosmoconvivencia”, que pone en relación (comunicación) integral e interdependiente otras cuatro visiones del mundo: la cosmocéntrica (el centro es el cosmos), biocéntrica (el centro es la vida), etnocéntrica (el centro es el ser humano) y ecocéntrica (el centro es la naturaleza). (Contreras, 2016, p. 4)

El autor argumenta cómo es posible lograr políticas mundiales de comunicación que propendan a generar procesos interculturales de democratización de la palabra.

Dos aspectos de lo planteado por el sociólogo y comunicador boliviano se consideraron oportunos de asumir en el proceso que se proyectó para desarrollar con los jóvenes de la vereda Acapulco. El primero se concentra en respaldar los principios del paradigma comunicacional. El segundo tiene que ver con la amplia mirada que se le da a la comunicación.

Sobre el punto de los principios, es necesario que tanto orientadores como los integrantes del futuro grupo o colectivo los conozcan y apropien, a saber: armonía, entendida como la buena relación entre los seres humanos en sociedad; complementariedad, que hace posible el encuentro entre la diversidad social; reciprocidad, que es la solidaridad entre sujetos y el contexto que los rodea; equilibrio, que está relacionado con las interacciones orientadas a la justicia; integridad, la cual activa valores, responsabilidades y compromisos vinculantes entre seres humanos y la naturaleza; y finalmente la interculturalidad, que para el autor transpone:

El mero (re)conocimiento de los diversos para promover interacciones que superen las asimetrías sociales, económicas y de poder bajo condiciones de respeto en coexistencias antagónicas y complementarias. Este sentido comunicacional se profundiza con el devenir histórico, principio que articula pasado, presente y futuro. (Contreras, 2016, p. 4)

En relación con la comunicación, Contreras años atrás, la ponía más allá de un diálogo o de una horizontalidad entre humanos; la comunicación para “El vivir bien/buen vivir” construye cultura de convivencia y es por lo que a través de la comunicación se logran intercambios de discurso, se logran entendimientos, compromisos y decisiones. En sus propias palabras, comunicación es:

Un proceso de construcción, de/construcción y re/construcción de sentidos sociales, culturales, políticos y espirituales de convivencia intercultural y comunitaria con reciprocidad, complementariedades y solidaridad; en el marco de una relación armónica personal, social, con la naturaleza y el cosmos; para una vida buena en plenitud que permita la superación del vivir mejor competitivo, asimétrico, excluyente e individualizante. (Contreras, 2014, p. 81).

Por su parte, Thomas Tufte (2005) ubicará el edu-entretenimiento (E.E.) como una práctica comunicacional:

Específica generada para comunicar estratégicamente respecto de cuestiones del desarrollo, en una forma y con un propósito que pueden ir desde el *marketing* social de comportamientos individuales en su definición más limitada, hasta la articulación de agendas en pos del cambio social liderada por los ciudadanos y con un propósito liberador. (Tufte, 2005, p. 162)

Enfatiza que el E.E. es más que una estrategia de comunicación, puede tener múltiples enfoques, pero tienen en común el uso del entretenimiento como una práctica comunicativa diseñada para comunicar sobre temas de desarrollo con un propósito: transformar y liberar al individuo (2005, p. 174).

Tejada (2018), citando a Ampuero (2011.), afirma en relación a la E.E. que se trata de una estrategia de comunicación con funciones educativas:

Que recrea estilos narrativos y de relación simbólica provenientes de la cultura masiva: radionovelas, telenovelas, clips musicales, *talkshows*, historietas, etc., que son apropiados localmente para promover procesos de reflexión, aprendizaje y acción comunitaria en torno a temas sociales específicos. (p. 80)

El trabajo realizado durante estos años en la vereda Acapulco, en Girón, Santander, también se soporta teóricamente desde autores propios de la comunicación, la educación, como Mario Kaplún (1998), Valderrama (2000), Gumucio-Dacrón (2004), Soares (2004), Freire (2004), Huergo (2006), Barbas Coslado (2012), entre otros, quien desde sus perspectivas permitieron analizar el proceso y en su momento ser guía en lo metodológico.

Así mismo, tanto el proyecto *Aporte para el cambio social. Experiencia de televidencia crítica con estudiantes de secundaria en zona rural de Girón, Santander* (Mayorga, 2016), como el *Colectivo audiovisual de jóvenes rurales de Girón, Santander, y su aporte a la convivencia escolar* (García, 2018) contribuyeron al momento de definir técnicas e instrumentos a ejecutar con una población con características similares. El registro de las reuniones y talleres aplicados en momentos claves del proceso fueron un gran aporte en este proyecto.

4. Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo y se configura en el espectro de lo holístico con “fundamento epistemológico de la Escuela de Frankfurt y un movimiento de crítica al positivismo empirista” (Alvarado *et al.*, 1992). En este sentido, se identifica la modalidad Investigación-Acción (IA), una propuesta vista desde una vertiente pedagógica (Gajardo. M., 1985). Esta vertiente se cimienta desde la perspectiva alternativa de educación de Paulo Freire en su postulado *La teoría de la liberación*, que se complementa con la modalidad de Joao Bosco Pinto, quien presenta este apartado como una práctica social que tiene por finalidad una transformación social (Alvarado *et al.*, 1992), además de la construcción de

acciones educativas, la lectura crítica política y la participación comunitaria sobre los proyectos públicos, propios del territorio (Alvarado *et al.*, 1992).

En este sentido, se tuvo como base la experiencia “Punto J” (Cárpena, A. y Paredes, R., 2006) la cual se soporta en las fases: :

- a. Conformación y capacitación del recurso humano.
- b. Diseño y elaboración de productos comunicativos.
- c. Difusión de lo realizado por diversos medios.
- d. Seguimiento a lo publicado.
- e. Sostenimiento de lo propuesto.

En relación al primer aspecto, se diseñaron piezas comunicativas convocando de manera voluntaria a participar en el proceso de conformación de grupo, las cuales se publicaron en los espacios institucionales del colegio. Además, los líderes del salón realizaron una convocatoria interna, técnica implementada para recibir participantes voluntarios en el proyecto.

Para la fase de capacitación, se elaboraron documentos guía de aprendizaje con sus respectivos componentes: título de la actividad, objetivo, metodología, resultados esperados y productos. Al interior de la actividad se realizaban por lo menos dos actividades lúdicas y, finalizada la sesión, se motivaba a la evaluación de la jornada.

Los productos comunicativos se diseñaron y aprobaron luego de conversaciones y acuerdos entre participantes y orientadores. Se definieron temas y se realizó la última fase de organización de productos y evaluación del proceso; posteriormente, se desarrolló una entrevista estructurada con los participantes y padres de familia.

Los participantes y convocados fueron los estudiantes del colegio Miguel Sánchez Hinestroza, ya que históricamente han estado involucrados con la UPB; además, se extendió la invitación a otros grupos del sector como el grupo juvenil de la iglesia de la vereda, con quienes se llevó a cabo las fases ya señaladas.

Finalmente, como procesos de evaluación, etapa propia de todo proyecto que asume la I.A., se programaron charlas individuales con el fin de verificar y conocer percepciones sobre lo desarrollado: contenidos, productos, aprendizajes, cambios de presencialidad a virtualidad, dificultades y aportes a futuro, ítems que se trabajaron bajo un cuestionario estructurado.

5. Resultados y discusión

Los hallazgos en este ejercicio fueron prácticos tal y como ocurrió en el proyecto *Aventureiros: propuesta alternativa de educación para la ciudadanía con niños de una favela de Río de Janeiro* (2016), el cual hizo énfasis en dos principios: el primero

desarrollado en ambientes caracterizados por las emociones acompañados de un educador y el segundo relacionado con la creación de escenarios y situaciones de aprendizaje, donde los niños tienen un nivel de exigencia para la creación de alternativas en problemas cotidianos.

Aventureiros fue dirigido hacia niños y jóvenes de la favela Mangureira en Río de Janeiro como programa educativo, orientado para el aprendizaje a través de las tareas que les permiten una comprensión horizontal y vertical de una sociedad en constante situación de cambio, además de los problemas de adaptación del individuo y su medio.

El texto aborda la estructura teórica del programa, así como las estrategias comunicacionales de educación experiencial que lo configuraron como una Investigación-Acción Participativa (IAP). Por otra parte, su esquema conceptual abarca un contrato social basado en el respeto a la naturaleza, la interculturalidad, la deliberación democrática, la participación del ciudadano y respeto a las normas. Como punto relevante de este proyecto, está la aventura como estrategia comunicativa y el símbolo como metáfora pedagógica.

El proyecto brasileño mencionado anteriormente se relaciona con el trabajo en equipo como herramienta que permite conseguir las metas comunes, con la aventura como estrategia comunicativa y la creación de un lenguaje propio. Estas son algunas de las características principales que se desatacan en *Aventureiros*.

La satisfacción del trabajo fue plena, aunque la llegada del COVID-19 modificó el desarrollo ideal del proyecto, lo que le incluyó al proceso un punto adicional: la virtualidad.

La conectividad, el dominio de nuevas herramientas digitales, las fallas en la recepción de señal y la disposición intermitente de ocho participantes fueron sin duda los efectos más contundentes de este ejercicio que finalizó en diciembre de 2020. Con todo esto y gracias al tiempo de ambientación y acercamiento realizado en los primeros meses, se lograron desarrollar las temáticas definidas.

También la pandemia retó a orientadores y participantes y, contrario a lo pensado, se generaron lazos de afecto que les trajo una mejor relación en los escenarios que comparten y compartieron en la vereda de Acapulco, Girón.

Los ejes de comunicación, territorio e identidad cultural se trabajaron a través de talleres pensados desde la perspectiva de la edu-comunicación y edu-entretenimiento, utilizando para ello la fotografía, los títeres, el cine y el video.

Los jóvenes de la vereda Acapulco, en Girón, elaboraron productos escritos y audiovisuales, en un primer momento de manera individual y luego se hizo montaje

en colectivo. El producto generado con relación a la prevención del COVID-19 fue significativo.

Los jóvenes y adolescentes expandieron sus conocimientos con cada una de las actividades propuestas, ya que a través de su imaginación y creatividad realizaron productos audiovisuales y escritos, además de que fortalecieron su identidad por medio de espacios creados para abordar temas donde desarrollaran habilidades como la conciencia emocional.

En lo alcanzado desde la virtualidad, se destaca un video de títeres, donde la elaboración de un guion fue clave para la interpretación de cada personaje creado por los jóvenes y adolescentes. También se realizó un video sobre la prevención de la COVID-19, en el cual los participantes entregaron ideas y trabajaron en la producción. Los talleres de actuación fueron una herramienta importante para la interpretación, manejo de voz y características de cada personaje.

La ejecución de las entrevistas a los participantes y padres de familia en medio de la pandemia por COVID-19 fue importante, porque cada uno de ellos y sus cercanos estuvieron dispuestos. En la entrevista, el diálogo como constante, permitió evaluar cada uno de los espacios desarrollados.

Por otra parte, los padres de los jóvenes expresaron gratitud por los encuentros realizados, ya que para ellos esto puede definir o generar un paso grande hacia el futuro de cada uno de los adolescentes de la vereda de Acapulco, Girón. Las aptitudes y conocimientos adquiridos en cada uno de los encuentros fueron satisfactorios, no solo para participantes y padres de familia, sino también para la institución y los orientadores de este proyecto. En la Tabla 1 se muestran los temas abordados en cada uno de los encuentros.

Tabla 1. Actividades estudiantes de AK-TV

Actividades	Ejes
Estructura de un guion (radio, videos, teatro).	Guiones
Construcción de videos y edición.	Video
Transiciones de la llegada del cine a la humanidad y el cine actual.	Cine
Identidad cultural y personal, conocerse a sí mismo, conocer su territorio, talleres de actuación y caracterización de personajes.	Emociones
Lenguaje radiofónico, manejo de voz e interpretación de textos.	Radio
Lenguaje visual, ángulos, planos y partes de cámara.	Fotografía
Interpretación de personajes, expresión corporal, improvisación y desarrollo imaginario de una manera que solo los niños suelen realizar.	Teatro

Fuente. elaboración propia.

Dentro del trabajo colaborativo, se destacó el ejercicio del nombre al grupo y/o colectivo y hacerlo visible en el colegio, cumpliendo funciones de registro y divulgación de actividades escolares. Se retomó el nombre “AK-TV” (Acapulco-Te-ve), que en años anteriores se había utilizado, y se coordinó con el rector de la institución la viabilidad para reconocerles el trabajo desarrollado ante la comunidad académica del colegio. Sin embargo, la situación de pandemia COVID-19, llevó a la suspensión de dicho proceso y pasar a la virtualidad.

La interacción permanente de ocho participantes cada sábado fue un reto tanto para los orientadores, siendo la brecha digital la más constante. Se pudo confirmar que los adolescentes de Acapulco, Girón, no eran analfabetas de lo digital, pero al carecer de condiciones de conexión y equipos propios, hizo en momentos complejo el proceso de apropiación. Sin embargo, lo socializado en los encuentros virtuales fue rápidamente comprendido y asimilado, resolvieron dificultades y propusieron ideas y contenidos. Desde esta experiencia en terreno, se reafirma que los recursos tecnológicos son un medio, pero no un fin en sí mismo.

Se obtuvo una participación satisfactoria por parte de la comunidad a través de los participantes: adolescentes del Colegio Miguel Sánchez Hinestroza y jóvenes del grupo pastoral de la iglesia Santa Bernardita en Acapulco, Girón (ver Figura 2 y 3).

En ambos grupos se trabajaron tres ejes centrales: comunicación, territorio e identidad cultural, a través del desarrollo de conceptos abordados en los talleres pensados desde la perspectiva de la edu-comunicación y edu-entretenimiento aplicado a la fotografía, el guion, los títeres, el cine y el video. Posteriormente, los jóvenes de la vereda Acapulco, Girón, elaboraron productos escritos y audiovisuales centrados en la prevención del COVID-19.

Además, uno de los integrantes del colectivo AK-TV decidió divulgar los productos de los talleres a través de redes sociales, logrando así socializar los avances y contenidos con compañeros. De igual forma los padres de familia recibieron información del proceso durante un evento de carácter científico de orden regional.

Finalizado el proceso (diciembre de 2020), el diálogo entre los investigadores y cuatro de los participantes continuó. Esto permitió proyectar una nueva fase, la cual se planificó en el segundo semestre del 2021 y se concretó en el año 2022.

Para este nuevo momento, se acordó profundizar en aspectos del medio sonoro y para ello se planificaron y realizaron talleres sobre géneros y formatos radiofónicos. También se aceptó la sugerencia de los directivos y docentes de la institución, con relación a que los contenidos a producir y divulgar estuvieran relacionados con los temas ambientales, de participación social y democracia, los cuales hacen parte de los proyectos institucionales.

Los jóvenes de la vereda Acapulco, Girón, han demostrado sus habilidades en cada uno de los productos realizados, desde la elaboración de guiones, énfasis en la historia de la radio, talleres de producción y entrenamiento de voz, hasta la producción del primer programa magazín creado por ellos.

6. Conclusiones

El proceso de investigación participativo realizado en la vereda Acapulco, en Girón, Santander, permitió confirmar la relevancia de la edu-comunicación y el edu-entretenimiento como enfoques que posibilitan dinámicas de apropiación social del conocimiento en los jóvenes, asociadas a sus procesos de aprendizaje y modos de vida.

Lo dialógico fue un eje fundamental para trabajar con adolescentes y jóvenes, pues se reconoció en el proceso una atracción por los temas que conmutan en el ejercicio como la narración, creación y construcción de contenidos de desarrollo personal y pedagógico. Por ejemplo, los talleres sobre fotografía y vídeo lograron conectar educación-comunicación y entretenimiento. La flexibilidad y aplicación en temáticas ambientales y de la cotidianidad llevó a que los participantes elaboraran contenidos propios para sus familias, amigos y compañeros (ver Figura 4).

Igualmente, las actividades presenciales y virtuales fortalecieron habilidades comunicativas, tales como expresión oral, capacidad de escucha y escritura. A lo anterior se suma la participación de profesionales de otras disciplinas, quienes abordaron temáticas relacionadas con habilidades para el manejo de emociones, convivencia escolar e identidad cultural.

Hay que destacar el trabajo orientado a la reflexión sobre la pandemia COVID-19 utilizando materiales básicos, pero un contenido bien logrado en torno a la prevención y protección. Con ello se pudo confirmar que, pese a las condiciones del momento de confinamiento, emergieron discursos ya asimilados y se utilizaron recursos cercanos y efectivos en la construcción de mensajes (ver Figura 5).

Durante el confinamiento obligatorio, recursos tecnológicos, como el teléfono móvil, fueron aprovechados al máximo. Descubrir sus posibilidades y utilizar aplicaciones gratuitas para procesos de edición fue una novedad técnica y tecnológica, tanto para los participantes como para los mismos orientadores de proceso.

Precisamente, los orientadores lograron confirmar desde la experiencia vivencial los postulados teóricos que en el aula conocieron. La edu-comunicación y el edu-entretenimiento, conceptos estudiados y analizados, se hicieron realidad en los 18 meses de trabajo conjunto, pero, sobre todo, haber logrado el efecto *rapport* (Collins *et al.*, 2014) con los menores fue sin duda una de las claves para superar lo proyectado.

La experiencia en el Instituto Miguel Sánchez Hínestroza, en un contexto pre, durante y post pandémico, permitió confirmar la necesidad de la incorporación de la comunicación y la tecnología como apoyo y refuerzo de los procesos de enseñanza-aprendizaje. No obstante, sigue siendo un reto: la conectividad, el acceso y dominio por parte de maestros y estudiantes de las tecnologías de la información, para que procesos como los aquí expuestos se repliquen.

Referencias bibliográficas

- Alvarado, V., Gaitán, C., Rojas, C., Sandoval, C., Vasco, C. y Vasco, E. (1992). *Conceptualización - Enfoques de investigación en ciencias sociales*. Colombia. Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano.
- Barbas Coslado, Á. (2012). *Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado* (p. 160). <https://bit.ly/2JfEI1i>
- Bohórquez-Pereira, G., Alvarado, L. y García, F. (2016). *Diagnóstico participativo en la Vereda "Acapulco", Girón, Santander. Semilla para un cambio (compiladores). Material de clase, Escuela de Ciencias Sociales*. Facultad de Comunicación Social – Periodismo., Universidad Pontificia Bolivariana.
- Cárpena., A. y Paredes., R. (2006). *Punto J: una estrategia innovadora que integra las Tic y la participación en la lucha contra el VIH-Sida*. Instituto de Educación en Salud (IES). <https://bit.ly/41ohDNJ>
- Collins, K., Doherty-Sneddon G. y Doherty M., J. (2014). Perspectivas de profesionales sobre la creación de relaciones durante entrevistas de investigación con niños. *Psicología, delincuencia y derecho*, 20(9), 884-901, DOI: 10.1080/1068316X.2014.888428
- Contreras, A. (2016). La comunicación y el paradigma del Vivir Bien/Buen Vivir. *La comunicación en disputa, América Latina en Movimiento*, 513-514.
- Contreras., A. (2014). *Sentipensamientos. De la comunicación-desarrollo a la comunicación para el vivir bien*. Editorial Tierra.
- Echeverri., G. y Nunes., R. (2016) Aventureiros: proposta alternativa de educação para a cidadania com crianças de uma favela carioca. *Comunicação*, 35, 45-65. <https://bit.ly/3ZGtx4s>.
- Freire., P. (2004). *La importancia de leer y el proceso de liberación (16 ed.)*. Siglo XXI editores.
- Gafardo, M. [comp.] (1985). *Teoría y práctica de la educación popular*. CREFAL - Prede - OEA - IDRC.
- García., A. (2018). *Colectivo audiovisual de jóvenes rurales de Girón, Santander, y su aporte a la convivencia escolar* [Trabajo de grado]. Universidad Pontificia Bolivariana, UPB, Bucaramanga.
- Gumucio-Dacron., A. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación y desarrollo*, 12(1), p. 6. Disponible en: <https://bit.ly/3IQpLzj>
- Huergo, J. (2006). *Comunicación y educación*. Blogspot. <https://bit.ly/3kt2kD1>
- Kaplún., M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación* (p. 17). Ediciones la torre. <https://bit.ly/3Kvlin7>

- Mayorga., J. (2016). *Aporte para el cambio social. Experiencia de televidencia crítica con estudiantes de secundaria en zona rural de Girón, Santander* [Trabajo de grado]. Universidad Pontificia Bolivariana, UPB, Bucaramanga.
- Soarez., I. (2004). Educommunication. UCIP. *Nómadas* 30, 194-207. <https://bit.ly/3XSikMw>
- Tejada., D., J. (2018). Edu-entretenimiento: una estrategia para fortalecer la cátedra de la Paz. *Cedotic* 3 (1), 250-260. <https://bit.ly/3y7DrQA>
- Tufte, T. (2004). Eduentretenimiento en la comunicación para el VIH/sida más allá del mercadeo, hacia el empoderamiento. En *Investigación y desarrollo*, 12, (1), 24-4.
- Tufte, T. (2005). Entertainment-Education in Development Communication: Between marketing behaviours and empowering people. In T. Tufte, & O. Hemer (Eds.), *Media and Glocal Change - Rethinking Communication for Development* (pp. 159-176). Nordicom.
- Valderrama., C. (2000). *Comunicación-Educación: coordenadas, abordajes, travesías*. Siglo del hombre editores, Fundación Universidad Central, DIUC. <https://bit.ly/3IqMjFK>

Anexos

Figura 2. Reuniones de planificación con estudiantes del Colegio Miguel Sánchez Hinestroza (2019)



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Primeros encuentros con jóvenes: Grupo Juvenil Iglesia Santa Bernardita (2019)



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Los participantes realizaron talleres de fotografía los cuales fueron vivenciales y generadores de productos relacionados con lo ambiental en su territorio (febrero de 2020)



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Desarrollo de la propuesta en el confinamiento



Nota: El confinamiento producto de la Pandemia COVID-19 modificó el proceso, pero el objetivo de la propuesta, encuentros y actividades se mantuvieron durante el 2020 y 2021.

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO 2

ENSEÑANZA DE LA CRÓNICA PERIODÍSTICA, CURSO TEXTOS ESPECIALIZADOS, COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA UNAB

Jaramillo Pulgarín, Ricardo

rjaramillo2@unab.edu.co

Docente asociado, programa de Comunicación Social,
Universidad Autónoma de Bucaramanga

Resumen

La crónica es un género fundamental en el periodismo, pues toma características de los otros géneros para contar historias, y permite brindar información detallada y extensa sobre personas, lugares y acontecimientos en un orden de tiempo. Enseñar a escribir crónicas es un reto para los profesores de los programas y facultades de Comunicación Social y Periodismo, pues se requiere enfatizar en las bases de la reportería y construcción de noticias, abordar la entrevista como género y como herramienta de recolección de información, para después profundizar en este texto narrativo; además, exige concordar de manera acertada el rigor periodístico con la libertad estilística que tienen los autores cuando elaboran este tipo de relatos. Este escrito da cuenta de cómo ha sido la experiencia de enseñar crónica periodística en el curso Textos especializados de la Universidad Autónoma de Bucaramanga

durante 10 semestres comprendidos entre los años 2015 y 2021, con miras a fortalecer este proceso educativo; además, documenta de manera cronológica las unidades de aprendizaje del curso y diseña una estrategia didáctica para la enseñanza de este género.

Palabras clave: Crónica periodística, enseñanza de periodismo, géneros periodísticos, textos especializados.

1. Introducción

La crónica periodística es uno de los géneros del periodismo que más corrientes contrarias despierta: los apasionados por el oficio de escribir consideran que la crónica permite contar historias con las subjetividades inherentes a cada narrador, mientras que los técnicos la consideran un elemento para dar información interpretada y valorada, sin importar la visión de quien la narra.

Lo significativo es que este género es fundamental en el periodismo y cada persona que -ya sea en un aula de clases o en una sala de redacción- se aventura a enseñarla tiene su propio método para hacerlo.

Durante siete semestres, entre los años 2015 y 2021, el autor de este texto tuvo a su cargo el curso *Textos especializados*, correspondiente al quinto semestre del Programa de Comunicación Social de la UNAB, en el cual dedicó la mitad del curso (7 semanas) a la enseñanza de la crónica. Durante este periodo, el curso lo tomaron decenas de estudiantes que, siguiendo las indicaciones dadas en este curso, se han aproximado y algunos han profundizado en dicho género periodístico, y han publicado sus textos en el periódico *15*, que es el laboratorio de periodismo escrito y digital del Programa de Comunicación Social.

Este texto da cuenta de cómo ha sido la experiencia de enseñar en la UNAB el proceso de elaboración de la crónica periodística; dicho proceso comprende la investigación de la historia (cómo reportear), captación de información, transformación de la información en el género periodístico mencionado y difusión en un medio de comunicación.

Además, el documento sirve de manual o guía para futuras generaciones de estudiantes y profesores.

Por estas razones, este texto tiene como objetivo fortalecer el proceso de enseñanza de la crónica periodística en el curso *Textos especializados* del Programa de Comunicación Social de la UNAB.

El objetivo general mencionado se apoya en otros objetivos específicos: contar de manera cronológica la experiencia de enseñar el proceso de elaboración de la crónica periodística en el curso *Textos especializados* y diseñar una estrategia didáctica para la enseñanza de la crónica periodística.

2. Presentación de la experiencia

La guía cátedra del curso Textos especializados plantea entre sus contenidos la enseñanza de la crónica periodística, de ahí surge el problema de cómo diseñar una metodología didáctica para la enseñanza de la crónica periodística en el programa de Comunicación Social de la UNAB, cuya población específica está conformada por los estudiantes de Comunicación Social que inician el componente de profundización profesional en Periodismo (quinto semestre) y profesores del área de periodismo escrito (quinto a séptimo semestre).

Por eso, para el abordaje de los objetivos trazados se busca documentar la experiencia de enseñar el proceso de elaboración de la crónica periodística y elaborar una metodología didáctica para la enseñanza de la crónica periodística. Se explica enseguida la estrategia implementada.

De acuerdo con Suárez *et al.* (2005), la documentación por parte de los maestros de su quehacer en un curso facilita conocer el contexto interno y externo del mismo.

Permite conocer lo que hay detrás de sus decisiones cuando enseñan, sus variados puntos de vista, sus supuestos y proyecciones, y da lugar a que las prácticas escolares sean dichas y contadas en el lenguaje de la acción. También, habilita la comunicación y circulación de ideas, conocimientos, innovaciones y proyectos que los interpelan en su profesionalidad y en su protagonismo como actores centrales de las prácticas pedagógicas de las escuelas. Supone, al mismo tiempo, reconocer el carácter cambiante y particular de estas prácticas de acuerdo a los contextos en los que se desarrollan, así como atender a las potencialidades de transferencia y adecuación de esas experiencias a otros contextos y situaciones escolares. (p. 30)

A su vez, Dávila (2011) sostiene que esta estrategia tiene su sustento metodológico “en la tradición etnográfica y la investigación (auto)biográfica y narrativa en educación, y en la investigación-acción participativa”.

Los autores proponen una “ruta” para la elaboración de la documentación que comprende cinco “estaciones”: 1. Identificación y selección, 2. Escritura y reescritura, 3. Edición pedagógica, 4. Publicación, y 5. Circulación.

Cada uno de estos pasos se explica de forma somera así:

Identificación y selección de las prácticas pedagógicas que se van a contar. En este caso, se elige cómo se enseña la escritura de la crónica periodística en el curso *Textos especializados* del programa de Comunicación Social de la UNAB.

Escritura y reescritura de la experiencia. Es decir, la narración (con varias versiones) de la experiencia.

Edición pedagógica. Esto implica que el texto debe ser leído no solo por el autor, quien lo adecuará al contexto del momento, como se propone en el punto anterior, sino por otros docentes, quienes pueden aportar sus reflexiones para la consolidación del documento.

Publicación del texto que cuenta la experiencia.

Circulación del texto en diferentes ámbitos (estudiantes, docentes) para generar discusiones en torno a los saberes construidos durante la elaboración del texto.

A continuación, se presenta la narración de la experiencia del curso *Textos especializados* del programa de Comunicación Social.

3. Contenido del curso

El curso *Textos especializados* forma parte del plan de estudios del Programa de Comunicación Social de la UNAB y se imparte en el quinto semestre. Es común para los dos componentes de profundización profesional (Organizacional y Periodismo), y en este se abordan contenidos de vital importancia para el futuro desarrollo profesional de los comunicadores (ver Tabla 2).

Tabla 2. Contenidos (unidades y temas) del curso Textos especializados

Unidades	Temas
1. Géneros. La historia. La noticia.	1.1 Géneros periodísticos. 1.2 Historia. 1.3 ¿Cómo investigar (reportear) la historia? 1.4 Narración, formas de narrar, narradores. 1.5 Noticia. Elementos, origen de la noticia (fuentes), estructura, escritura, titulación.
2. Entrevista.	2.1 Tipos de entrevista. 2.2 ¿Cómo entrevistar? 2.3 ¿Cómo escribirla? 2.4 Edición.
3. Crónica	3.1 Antecedentes. 3.2 Crónica periodística. 3.4 Elementos, características. 3.5 Tipos de crónica. 3.6 Fuentes de información. 3.7 Estructura y escritura. 3.8 Titulación. 3.9 Elementos literarios en la crónica.

Nota. Fuente: guía cátedra del curso, Programa de Comunicación Social UNAB.

La primera unidad se aborda durante las siete primeras semanas del periodo académico; la segunda, durante las semanas 8 y 9; y la tercera (“Crónica”), durante las siete finales.

El proceso parte de refrescar conceptos relacionados con los géneros periodísticos para centrarse en el género básico de la comunicación: la noticia, con el ánimo de lograr que los estudiantes sepan el valor que tiene compartir información en sus escritos.

3.1. Géneros periodísticos

Son las categorías o clases en las que se clasifican los textos periodísticos según sus rasgos de forma y contenido; es decir, de acuerdo con García P. y Gutiérrez C. (2011), están definidos por dos aspectos: lo que busca el periodista al escribir y la manera como presenta lo que escribe.

Mediante estas estrategias comunicativas, el comunicador social puede informar sobre sucesos reales (pues si lo hace de ficticios estaría haciendo literatura); es decir, interpreta los hechos y los da a conocer, tal como lo contempla el Proyecto Educativo del Programa de Comunicación Social: “Periodismo es la capacidad de intervenir en la construcción de opinión pública, por intermedio de la captación, transformación y difusión de información de manera independiente o para los distintos medios de comunicación (radio, prensa, televisión o Internet)” (Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2016).

De esta forma, los estudiantes del curso *Textos especializados* conocen las tipologías de géneros periodísticos que en la actualidad trabajan los periodistas y medios de comunicación: noticia, crónica, informe, reportaje, artículo, entrevista, perfil y fotorreportaje, y en la asignatura en mención, se centran en modo especial en dos: noticia y crónica, tal como lo consigna la guía cátedra del curso.

3.2. Cómo reportear

En este apartado, el estudiante ve los aspectos fundamentales para la captación de la información. Para tal fin, se toma como bibliografía básica o guía el libro *Cómo hacer periodismo* elaborado en 2002 por un equipo de periodistas de la revista *Semana*, liderado por María Teresa Ronderos; aquí, los autores dan pautas desde cómo buscar una historia, cómo investigar una información, hasta cómo escribirla.

Otro de los textos de cabecera del curso es *El blanco móvil*, del periodista español Miguel Ángel Bastenier, quien, pese a ser uno de los fundadores de la Escuela de Periodismo del diario *El País* (España) y una autoridad académica en el ámbito periodístico, sostenía que para hacer periodismo no era necesario estudiarlo en una escuela, sino practicarlo (Bastenier, 2001).

Por supuesto que no. La carrera de Periodismo no es una carrera académica más; en todo caso, menos. Si en lo que llamamos carreras clásicas –Derecho, Ingeniería, Medicina, Arquitectura, etc.– es perfectamente cuantificable el corpus teórico para obtener la licenciatura, ¿dónde están los libros que haya

que conocer para ser periodista? Claro que los hay, pero no son de texto; no hay libros, ni manuales definitivos en periodismo. (...) Por eso digo que el periodismo no se enseña, pero se aprende, a condición de que uno sepa dónde y con quién. Y, sin rechazar que se cursen estudios de periodismo, como yo mismo lo hice –porque charlar con los amigos en el bar de la facultad no perjudica a nadie– contemplemos otras posibilidades de estudios superiores. (...) Cursar ciencias de todo tipo es bueno para luego cursar periodismo. (p. 247)

Por eso, lo contenido en este apartado es extractado de los textos mencionados y de la propia experiencia del docente durante el desarrollo de los cursos.

Lo primero que se les aclara a los futuros comunicadores es que, para encontrar una historia, hay que saber buscar y eso se hace con una acertada planeación; no consiste de forma simple en proponer un tema y escribir sobre eso; hay que trazar un plan en el que conste cuáles son las fuentes que debería abordar (personales, documentales...) y qué les va a preguntar; también, los lugares que debe visitar para hacer observación, descripción y entrevistas, pues la narración y la investigación se complementan.

Kapuscinski (2006) decía una frase que se volvió un axioma del periodismo: “Hay que buscar un 100 % de información para escribir un 10 %”, por algunos interpretada o parafraseada como “si quieres escribir 10 páginas, busca información como si quisieras escribir 100”; es decir, el estudiante conoce que lo importante de sus textos es la información.

Entre los consejos que dan Ronderos *et al.* (2002) para reportear, están:

- » Use los cinco sentidos. Es decir, el reportero no se debe limitar a grabar o copiar información y confiar en su memoria; también debe sentir, oler, probar, tocar... estos sentidos también son fuente de información.
- » Descubra los detalles. Todo elemento del contexto, por mínimo que parezca, podría aportar información.
- » Busque escenas. Durante la investigación de la historia, el reportero puede encontrarse con tensiones, paradojas, dramas, anécdotas, entre otras escenas que son un insumo para la escritura de su texto.
- » Investigue las cifras. Como se explicará más adelante en este trabajo, la precisión es una de las cuatro claves para un buen texto (las otras son sencillez, coherencia y claridad). Las cifras, guarismos, porcentajes, cantidades y enumeraciones son una información vital en todo escrito periodístico.
- » Entreviste sin preguntar. La observación es vital. Una fuente al hablar puede decir una cosa, pero con su gestualidad puede transmitir lo contrario.

- » Haga preguntas para ganar tiempo. Es normal que las fuentes se sientan nerviosas al momento de hablar con un comunicador “armado” de grabadora, cámara o libreta. Preguntas sencillas –para entrar en confianza o romper el hielo– relajan la situación y hasta pueden aportar información vital para el escrito.
- » Registre los diálogos. Esto quiere decir que en todo escrito periodístico deben estar citadas las fuentes, no solo de forma parafraseada o interpretada, también deben estar testimonios textuales, encomillados, para que en el texto haya voces diferentes a la del autor.
- » Busque la contraparte. Es común encontrar temas en los que una fuente da una información relacionada con una persona, grupo de personas o entidad; el comunicador debe contrastar esa información con dichos individuos, con el ánimo de no incurrir en omisiones.
- » Convierta opinión en información. Las fuentes suelen dar información rodeada de subjetividades o de pareceres propios. En géneros narrativos, como la crónica, estas opiniones pueden ser fuente valiosa de información si se le pide a la fuente que la describa.
- » Nunca asuma que sabe o que el lector lo sabe todo. Es un error común en el comunicador, pues considera que una información que para él es común o la conoce, (por simple que sea) también la conocen sus lectores y no es así, pues el comunicador no sabe quién o quiénes van a leer sus textos y las personas difieren en su nivel de alfabetización.
- » Trate bien a las fuentes. La persona se abre al periodista si este se muestra sincero, no es arrogante y es amable; además, esta cordialidad le permitirá ampliar su directorio de fuentes.

3.3. La noticia

Es el género básico del periodismo. Su concepto es tan antiguo que no se puede precisar una definición única o concluyente; desde la antigua Grecia los grandes pensadores se dedicaron a relatar y escribir sobre su cotidianidad, por eso se pueden encontrar miles de definiciones que coinciden en afirmar que una noticia es el relato de un suceso importante que acaba de suceder o que apenas se conoce.

Esas múltiples definiciones también coinciden en unos aspectos que se deben cumplir para que un hecho sea noticioso: debe tener novedad, originalidad, importancia y gravedad para las audiencias, ya sea por su proximidad geográfica o por la cantidad de personas y lugares implicados.

Los elementos de la noticia, según García P. y Gutiérrez C. (2011), son:

- Información detallada sobre el hecho de actualidad de manera que pueda describirse de forma precisa lo ocurrido.

- Antecedentes y consecuencias del hecho de actualidad, con el fin de que el público entienda las razones por las cuales ocurrió y lo que podría acontecer a partir de su ocurrencia.
- Comparaciones con casos similares que han ocurrido en ocasiones anteriores en otros lugares del mundo y las medidas que se han aplicado para dar solución a la problemática generada por esos hechos, pues esto permite hallar nuevas ideas a quienes deben tomar decisiones y acciones sobre el nuevo hecho. (p. 63)

Las fuentes. La información para las noticias se origina en las fuentes, que son todos aquellos emisores que le aportan datos al periodista sobre un tema o hecho concreto.

Algunas fuentes de información son: los hechos o sucesos, información de ciudadanos, testigos de hechos o sucesos, declaraciones estatales, grupos representativos de la sociedad, estudios de expertos y la observación directa.

Así como no se puede precisar una definición exclusiva de la noticia, tampoco existe una clasificación última de las fuentes de información. Desde la propuesta por Borrat Mattos (1989), quien planteó dividir las fuentes de información en primarias (si están informadas del hecho porque son participantes o testigos) y secundarias (aquellas que se informan mediante relatos de las fuentes primarias), pasando por quienes proponen dividir las fuentes según la facilidad de acceso a ellas, hasta llegar a otros como Castelli (1996), quien propuso dividir las fuentes en pasivos e interesados de acuerdo con el interés que pueden tener en la difusión de un hecho. En resumen, las fuentes pueden clasificarse en categorías dependiendo del hecho por informar, de la información buscada y obtenida, del medio de comunicación que publicará la noticia, del reportero o del alcance (ver Tabla 3).

Tabla 3. Clasificación de las fuentes de información

Tipología	Fuentes
Frente a los hechos	Directas Indirectas
Origen de la información	De origen Complementarias
Frente a su acceso	Exclusivas Compartidas
Frecuencia de contacto	Constantes Temporales
Según su institucionalización	Oficiales No oficiales
Identificación	Públicas Anónimas

Fuente: elaboración propia.

Orden de la información. Una vez finalizada la reportería, el comunicador no inicia de inmediato la escritura de la noticia, pues primero debe efectuar un proceso de selección y ordenación de la información recopilada, común para todos los géneros periodísticos.

Cuando se habla de la noticia como género, se debe tener en cuenta un aspecto conocido como “hecho noticioso” o “hecho noticiable” (Martini, 2000), que es el aspecto o la información más importante de todo lo recopilado y es la que marca el hilo conductor del texto. Así lo describen también Jaramillo P. y Sandoval M. (2016) cuando hablan del ejercicio periodístico:

En el ejercicio periodístico de cualquier medio el reportero busca información que le suministran fuentes diversas; luego procede a ordenarla de manera que entienda el hecho; una vez lo tiene claro, selecciona los datos que le sirven para construir su relato periodístico e identifica cuáles le hacen falta. Una vez tiene la información completa, reordena los hechos, esta vez, de manera jerárquica; es decir, identifica cuál es el hecho noticioso, los que lo soportan y demás datos complementarios. Esta labor cotidiana del periodista es similar al proceso de comprensión de lectura en el que se identifica una idea principal (el hecho noticioso), ideas secundarias y complementarias. (p. 102)

En el curso *Textos especializados*, cuando el estudiante se enfrenta a este proceso, el docente le indica que, para que la tarea sea más sencilla, haga una lista de la información con la que cuenta (todas las ideas); una vez finalizada esta lista, proceda a seleccionar lo que necesita y lo que no para su noticia (ideas principales e ideas accesorias) y, por último, las ideas que sí necesita, para luego ordenarlas por importancia (del hecho más importante, al menos importante); la idea “más importante” es el “hecho noticioso” y por ahí debe empezar a escribir la noticia.

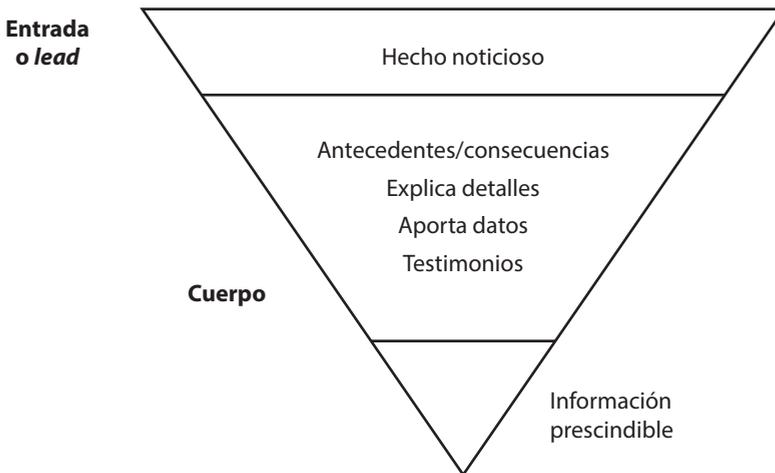
Como se indicó, este proceso es común para todos los géneros periodísticos, con la variante que, dependiendo del género, el “hecho noticiable” no siempre debe ir primero en el texto (como ocurre en la noticia); en la crónica, por ejemplo y como se explicará en ese apartado, el texto puede iniciar con una descripción del lugar donde ocurre el hecho, con un testimonio de alguno de los protagonistas, con una suma de datos informativos o con una reflexión del autor, entre otros.

Cabe aclarar que en las noticias los hechos se cuentan por orden de importancia y no de manera necesaria por su ocurrencia cronológica, pues en los hechos no siempre lo que sucede de primero es lo más importante. Para ilustrar lo anterior, se hace referencia a un encuentro deportivo –un partido de fútbol entre dos seleccionados nacionales– que inicia con la asistencia del público al escenario, las formaciones de los dos equipos, los jueces designados para dirigir el partido y el inicio de las acciones. Luego, suceden los hechos propios de este tipo de deportes, acciones, jugadas, goles, amonestaciones... hasta llegar al final del juego que es cuando se conoce el resultado.

Pues bien, una noticia sobre este encuentro no contará los hechos de esta forma, sino que empezará por el más importante, en este caso, el resultado final. Luego deberá aportar información que no se evidenció en el juego, como qué significará para cada equipo el resultado, testimonios de los protagonistas, de los entrenadores y de los aficionados, reseñará quién o quiénes sobresalieron en el juego y, por último, dará detalles accesorios que, en el recuento cronológico, aparecen de primero: escenario, asistencia de público, árbitros...

Escritura de la noticia. Aunque no hay una estructura definida para escribir una noticia (García P. y Gutiérrez C., 2011), el periodismo llamado “tradicional” se inclina por una conocida como la “Pirámide invertida”, es decir, que la información (que, como se indicó, no siempre va de forma cronológica) se cuenta de mayor importancia –base de la pirámide– a menor –punta de la pirámide–, como se aprecia en la Figura 6; esta estructura es propia de los medios que priman la inmediatez de la información (televisión, radio e internet) porque la atención se centra en el primer párrafo; mientras que los medios impresos, al no contar con esa inmediatez, han ido transformando la “Pirámide invertida” por otras estructuras más flexibles y narrativas para mostrar los hechos noticiosos (Ronderos *et al.*, 2002).

Figura 6. Estructura de la noticia: “Pirámide invertida”



Fuente: elaboración propia.

Esta estructura debe responder a seis preguntas básicas: ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué? y ¿cómo?, en orden de importancia de acuerdo con el tema tratado. Estas preguntas son conocidas como las “6 W” por su equivalencia en inglés: *what, who, when, where, why* y *how*, que tienen sus antecedentes en el escritor británico Joseph Rudyard Kipling (1865-1936) en su trabajo *Just so stories* (Solo historias) de 1902, cuando escribió:

Tengo seis honestos sirvientes
 (me enseñaron todo lo que sé);
 sus nombres son Qué y Por qué y Cuándo
 y Cómo y Dónde y Quién.

Cabe anotar que en los textos periodísticos estas preguntas se responden repetidas veces; es decir, una noticia –por ejemplo– responde a varios qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo, variando de acuerdo con su importancia.

En cuanto a estructuras diferentes a la “Pirámide invertida”, Alarcón (2018) propone organizar la información en cuatro aspectos: sujetos, territorio, tema y conflicto (ver Figura7).

Figura 7. Estructura de la noticia: cuadro de información

Sujetos	Territorio
Tema	Conflicto

Fuente: Alarcón (2018).

Esos cuatro elementos, según explica el autor, sirven para que el periodista se pregunte:

¿Qué está pasando? (...) En una noticia bien contada los protagonistas son nuestros sujetos, que se mueven en un territorio en el que ocurre un acontecimiento; ese hecho noticioso se refiere siempre a un ‘tema’ y en él se expresa un conflicto social, humano, cultural o político. (Alarcón, 2018)

Este esquema permite que el periodista recolecte varios elementos para cada categoría.

“Toda noticia o historia –todo relato, en definitiva– es un recorte. La diferencia es que en la pirámide invertida el recorte es ejercido principalmente por el modelo: en el periodismo narrativo, quien decide es el periodista” (Alarcón, 2018).

Como se explicó, no hay una estructura definida para escribir una noticia, pero para el caso del curso *Textos especializados*, la enseñanza se enfoca en el modelo

tradicional para darle peso a la información pura, a lo noticioso, y para que el estudiante asimile de una forma fácil y práctica una manera de organizar la información. En su desarrollo académico en otros cursos más avanzados del programa de Comunicación Social y en su ejercicio profesional, podrá “pulir” su estilo y adoptar nuevas formas de escribir noticias.

El lead. También conocido como “entrada”, es el primer párrafo de todo escrito periodístico. Su nombre viene del término inglés que podría traducirse como “liderar”.

El *lead* es autosuficiente; es decir, debe contener la información más importante de la noticia (hecho noticioso) y, en dado caso de que una persona solo lea este primer párrafo, debe quedar enterado de qué es lo noticiable.

Aquí se responde la pregunta (o preguntas) más importante y se anima al lector a continuar con el texto.

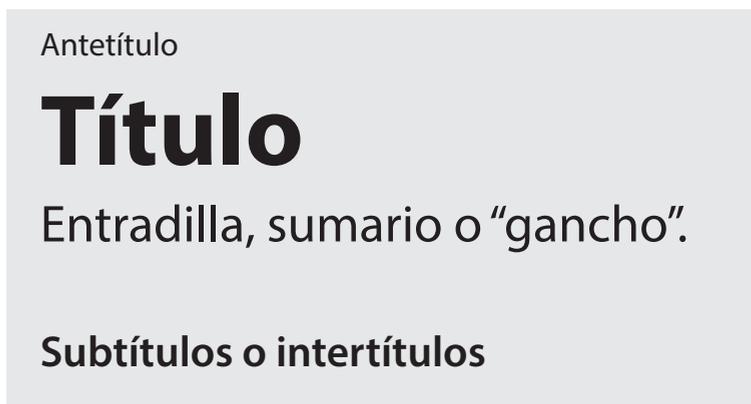
El cuerpo. Contiene información que amplía y explica el *lead*, van antecedentes y consecuencias. Son varios párrafos que le dan sustancia a la información, en ellos van los testimonios de las fuentes y se deben incluir datos y cifras.

En el cuerpo de la noticia se responde a las preguntas que faltaron en el *lead*.

Al final del cuerpo se incluye información secundaria, datos que, en casos de falta de espacio en el medio, se puede prescindir de ellos sin que la información se vea afectada.

El titular. Es la “ventana” de la información. Atrae al lector y lo interesa en el tema. Está compuesto por antetítulo, título y sumario (entradilla o gancho) (ver Figura 8).

Figura 8. Estructura del titular



Por su carácter de texto informativo, las noticias deben tener titulares también informativos; estos surgen de una condensación del *lead*. Se aconseja usar un verbo (en lo posible, conjugado) pues estas palabras indican acción.

En los titulares, el antetítulo y la entradilla pueden ser prescindibles (depende del estilo del periodista o del medio de comunicación), pero siempre debe ir el título; además, cada parte es independiente; es decir, no continúan entre sí, porque si se quita el antetítulo o la entradilla, el titular no puede perder sentido.

Se aconseja que el titular en las noticias sea lo último que se escriba, pues si se hace de primero (es decir, antes de escribir el *lead*) se puede caer en el error de escribir en él el hecho noticioso y omitirlo en el primer párrafo (*lead*).

3.4. Las citas en los textos periodísticos

Los textos periodísticos deben incluir testimonios, voces e impresiones de las fuentes de información. La citación en estos textos se rige por las normas de la gramática del español y difiere de la forma de citar de los textos académicos, normados por estándares nacionales o internacionales como Icontec y APA.

En los textos periodísticos se puede citar de tres formas: textual (cita directa), interpretada (indirecta) y mixta.

Cita textual. Se enmarca entre comillas dobles y se escribe de manera literal lo que dijo la fuente. Por ejemplo:

- » ... frente a esta situación el mandatario local indicó: “La medida de restricción vehicular conocida como ‘pico y placa’ se modificará, pero no se quitará”.
- » “La medida de restricción vehicular conocida como ‘pico y placa’ se modificará, pero no se quitará”, afirmó el alcalde de Bucaramanga.

Cabe anotar que si bien la cita textual indica que se debe decir de forma exacta lo que dice una fuente, para facilitar la lectura y la comprensión del texto, se pueden omitir algunas palabras o formas de hablar de las personas, siempre y cuando no se afecte el sentido de lo expresado.

Por ejemplo, los siguientes testimonios: “Eh, pues, a ver... eh, pues... sí, o sea, pues para mí sí es importante que se haga eso, ¿cómo es que se dice?, o sea sí, eso, el pico y placa” y “En mi Gobierno trabajaré por los niños, trabajaré por los jóvenes que son el futuro, trabajaré por los ancianos, trabajaré por las madres cabeza de hogar y trabajaré por todos y cada uno para ser una mejor ciudad”; se aconseja modificar los testimonios por: “Para mí sí es importante que se haga el pico y placa” y “En mi Gobierno trabajaré por los niños, los jóvenes, los ancianos, las madres cabeza de hogar y por todos para ser una mejor ciudad”.

Cita indirecta. Se interpreta o parafrasea el testimonio de la fuente y se escribe con otras palabras, pero sin cambiar el sentido de lo enunciado.

- » ... respecto al ‘pico y placa’ el mandatario local afirmó que la medida no se quitará, pero sí tendrá cambios.
- » El alcalde de Bucaramanga sostuvo que la restricción de movilización de los vehículos continuará con algunas modificaciones.

Cita mixta. Combina las dos formas mencionadas (directa e indirecta) y se encierran entre comillas las palabras o frases textuales de la fuente.

- » El alcalde local afirmó que la restricción sufrirá cambios, pero “no se modificará”.

3.5. La entrevista

De acuerdo con García P. y Gutiérrez C. (2011), la entrevista es un género periodístico en el que se reproduce un diálogo o conversación entre el periodista y una fuente; es decir, el primero hace preguntas sobre uno o varios temas y el segundo las responde de manera natural.

Hay que hacer la claridad de que en periodismo la entrevista tiene dos acepciones: la primera, la ya mencionada, como género periodístico, mientras que la segunda tiene que ver con la entrevista como herramienta fundamental del comunicador para obtener datos; es decir, cada vez que se aborda una fuente en busca de información se está entrevistando.

Cuando ese diálogo, esa conversación, es a profundidad y toma valor por el personaje, el asunto tratado o el contexto en el que ocurre, se da el paso de entrevista como herramienta a entrevista como género periodístico, tal como lo reseña Echevarría (2002), citado por García P. y Gutiérrez C. (2011):

La entrevista periodística impresa es un género independiente y claramente diferente de otros géneros del periodismo actual, tanto por su función como por sus técnicas de presentación a los lectores... Así, la entrevista puede buscar que las personas amplíen la noticia aportando más información, análisis o explicaciones o, incluso, opiniones especializadas sobre los acontecimientos de actualidad. Pero la entrevista también puede ser una ventana abierta para que el lector descubra la personalidad, la parte íntima y privada de los personajes que están en el candilero... Y finalmente, la entrevista se puede presentar también como un juego, un test psicológico que presenta un retrato inacabado, irónico, cómico del personaje y de cuya intencionalidad lúdica disfrutaban los entrevistados y los lectores. (p. 80)

La entrevista como género se clasifica en tres tipos: informativa, de experto y semblanza. Para ilustrar los tipos de entrevista, se tomará como ejemplo el servicio de salud en Colombia y la situación de las Empresas Promotoras de Salud (EPS).

- » *Informativa*. Una fuente ofrece su versión sobre un asunto: Ulahy Beltrán López, superintendente de Salud, informa cuál es el panorama del servicio, pues de las 40 EPS que hay en Colombia, cuatro están en liquidación y 19 en vigilancia especial.
- » *De experto*. Profundiza o contextualiza un tema: Virginia Abello, presidenta de la Asociación Colombiana de Hematología y Oncología, explica cuáles son las estadísticas del cáncer en Colombia y cuáles son los problemas que enfrentan los pacientes en su tratamiento.
- » *Semblanza*. Lo que importa es el personaje: Un paciente de cáncer habla de lo que vivió durante su tratamiento en una EPS intervenida.

Cómo entrevistar. Así como el proceso para reportear no obedece a un manual único o a unas reglas establecidas, la tarea de entrevistar tampoco tiene directrices rígidas, pues está claro que la entrevista se enriquece de lo que en el ámbito periodístico se llama “el arte de preguntar”; sin embargo, en el libro *Cómo hacer periodismo* (Ronderos et al., 2002) se indican algunas pautas que se pueden seguir para que la entrevista sea exitosa.

- » *Escoja bien al entrevistado*. Tenga en cuenta sus antecedentes, trayectoria, conocimiento y posibles aportes.
- » *Prepárese bien*. Se debe conocer a fondo el tema del que se va a hablar (si es una entrevista sobre un tema) o averiguar a fondo la personalidad e información del entrevistado (si la entrevista es sobre el personaje).
- » *Planee la estrategia*. El entrevistador debe llegar a la entrevista con un plan: preguntas y contrapreguntas listas, prever las posibles respuestas, cómo romper el hielo, cómo llegarle al entrevistado para que dé respuestas interesantes.
- » *Sea transparente*. No se debe engañar al entrevistado, este debe saber por qué lo entrevistan.
- » *No interrumpa*. Permita que el entrevistado responda por completo, si algo que dice le motiva otra pregunta (contrapregunta) espere a que responda y luego fórmulela. Por eso es útil tomar apuntes durante la entrevista.
- » *Persista*. Algunos entrevistados tratan de evadir preguntas, insista –de manera educada– hasta que le dé una respuesta o le diga que no hablará sobre el tema, que también es una respuesta válida.
- » *Sea expresivo*. Prestar atención a lo que el entrevistado dice y contrapreguntar es una muestra de interés en lo que este dice.
- » *No polemice*. En una entrevista lo importante son las respuestas del entrevistado; si el periodista no está de acuerdo con algo que dice, no entre en polémicas, deje que sea el lector quien se forme su opinión al respecto.

La escritura. Al igual que la noticia, la entrevista sigue el mismo proceso de selección y ordenación de los textos para su escritura, es decir, se recopila información (mediante las preguntas y respuestas, y la observación durante el diálogo); luego se selecciona la información necesaria y la que no; acto seguido se ordena la información necesaria de lo más importante a lo menos importante y luego se empieza a escribir.

También sigue una estructura similar a todos los textos periodísticos: entrada, cuerpo y titular.

La entrada. La entrevista no es rígida como la noticia en cuanto a que el primer párrafo (*lead*) deba llevar el “hecho noticioso”. Se habla de que las entradas en las entrevistas son flexibles, pues dependiendo del personaje o del tema, se inicia la redacción con un testimonio, una descripción o con datos. Al respecto se habla de tres tipos de *leads* en las entrevistas:

- » *Lead de hechos.* La entrevista se basa en uno o más sucesos. Así lo hizo la revista *Bocas* en la entrevista ‘*En cuatro años de negociación, hubo varias tensiones*’, *De la Calle*.

Viajó más de 150 veces en avión, lideró 54 ciclos en los que se negoció durante unas 3.500 horas, participó en la elaboración de 95 comunicados conjuntos, estampó su firma en por lo menos 2.357 páginas.

Resumidos en cifras, los últimos cuatro años de Humberto de la Calle fueron copiosos y prolíficos. Tanto que el exceso de vuelos entre La Habana y Bogotá le dejó un problema en el oído derecho que ya necesitó una cirugía y del que todavía no se recupera del todo. (Abu Shihab, 2017)

- » *Lead personal.* El interés de la entrevista está en el personaje, como en la entrevista a César Rincón, “Torero, siempre torero”, de *El Tiempo*.

Torero, definitivamente, torero”, eso es lo que ha querido ser siempre César Rincón... El matador, el hombre que una tarde hizo llorar a los colombianos cuando salió de la plaza de Las Ventas en hombros. Esa tarde en la que por fin, después de jornadas intensas de sacrificio y entrega, había triunfado como sólo lo saben hacer los que nacen para ser grandes. (Redondo R. y Pérez V., 1997)

- » *Lead descriptivo.* Cuando el personaje protagoniza un hecho, recurso utilizado en la entrevista “El invidente colombiano que se salvó del infierno en Nueva York”, de *El Tiempo*.

Gracias a su perro Salty, el invidente colombiano Omar Eduardo Rivera salió con vida de una de las Torres Gemelas de Nueva York, antes de que colapsara. Le tomó más de una hora bajar desde el piso 71.

Descendía guiado por Salty y del hombro de mi jefe. Corría agua y gasolina. Era muy difícil caminar y casi no podíamos respirar”, contó. (Adames y Sierra, 2001)

Como se evidencia, son introducciones al texto que varían dependiendo del tema, del entrevistado e, incluso, del estilo del periodista. También se puede empezar el texto con una mezcla de estos tipos de *lead*, pues lo importante es atraer al lector.

El cuerpo. Después del párrafo (o párrafos) de entrada, va el cuerpo de la entrevista, que en medios escritos se puede escribir de dos formas: romanceado o pregunta-respuesta.

- » *Entrevista romanceada.* Es un relato, una narración. Después de los párrafos de entrada, se escriben otros párrafos que contextualizan el tema de la entrevista o dan información sobre el entrevistado. Intercala la voz del escritor con testimonios del entrevistado que pueden citarse de forma directa, indirecta o mixta.
- » *Pregunta-respuesta.* Después de la entrada puede ir un cuerpo (es decir, más párrafos informativos) y luego se intercalan preguntas (resaltadas en los medios escritos o impresos en otro color, otra fuente o en negrita) y las respuestas del entrevistado, de forma textual, pero sin enmarcarse entre comillas, pues al ir debajo de cada pregunta, se entiende que es la voz de quien habló con el periodista.

El titular. Los titulares de este género periodístico son flexibles. Pueden dar una idea leve de lo que trata el texto y suelen referirse a una idea puntual expresada por el entrevistado.

Es común que las entrevistas se titulen con citas del entrevistado, en cuyo caso también se pueden escribir de forma directa, indirecta o mixta. Por ejemplo:

- » “Soy feliz en mi matrimonio”, Shakira (directa).
- » Shakira se siente feliz junto a Piqué (indirecta).
- » Shakira y su matrimonio: “Soy feliz” (mixta).

La edición. Ronderos *et al.* (2002) sostienen que quien escribe una entrevista tiene tanto el derecho como el deber de editarla, esto es, hacerle cambios en forma, estructura y estilo para que su lectura sea agradable y el contenido entendible a los lectores.

Siempre la primera revisión (cuantas más sean, mejor) la debe hacer el autor; aquí no solo corregirá aspectos de forma (gramática y redacción), sino que debe notar si la entrevista está bien estructurada; es decir, analizar si las preguntas están ordenadas (si considera que el orden de las preguntas debe cambiar, debe hacerlo sin que afecte el sentido de la entrevista).

El texto no debe falsear o deformar al personaje o lo que este dice. Por eso, es fundamental que todas las entrevistas –tanto las de herramienta como las de género– sean transcritas para ser fieles a lo que las fuentes declaran.

El entrevistador también puede interpretar las respuestas de los personajes eliminando rodeos o ideas innecesarias para centrarse en la idea central; también puede poner preguntas que no formuló pero que el entrevistado respondió y hasta dividir las respuestas extensas en varias cortas, todo, con el ánimo de facilitar la lectura.

La revisión final de la entrevista debe estar a cargo de un editor; el texto no debe salir de forma directa al público sin antes pasar por este filtro; el editor –que en el caso que ocupa este documento es el docente del curso– se encarga de encontrar los errores que dejó pasar el autor, las inconsistencias en el contenido y también los aciertos; si es el caso, le sugiere al autor que haga cambios, verifique datos o aumente la información.

3.6. La crónica

El término crónica se deriva del latín *chronica*, y este del griego χρονικά [βιβλία] *chroniká [biblía]*, “[libros] que siguen el orden del tiempo”, de acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española.

Como sucede con todos los géneros periodísticos, se cuentan por cientos las definiciones que existen sobre crónica; por ejemplo, el diccionario la define como: “Narración histórica en que se sigue el orden consecutivo de los acontecimientos” (Real Academia Española, 2019); Martín Vivaldi (1998) dice que es “una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos”; Ronderos *et al.* (2002) la llaman “la película vista de nuevo” y afirman que es una narración detallada de hechos noticiosos de actualidad; Samper Pizano (2007) apunta que es difícil precisar una definición para cada género periodístico, pues comparten rasgos comunes, pero es claro al decir que la crónica forma parte de lo que en la actualidad se denomina “periodismo narrativo”, que toma características de todos los géneros para contar una historia.

Para introducir a los estudiantes del curso en este género periodístico, la definición que conocen en el aula es: relato, narración de un acontecimiento en un orden de tiempo; es decir, siguiendo un orden cronológico.

Como se explicó al inicio de este apartado, desde la antigua Grecia se acostumbraba a escribir sobre hechos que sucedían en la cotidianidad; en nuestro hemisferio se remonta a las “Crónicas de Indias”, aquellos escritos que documentaron la colonización española del continente americano.

Estos textos históricos fueron la génesis de autores que sobresalieron en el ámbito de las letras. Con el surgimiento del periodismo a finales del siglo XIX, se pasó de los relatos literarios a contar los hechos en un orden temporal, por eso se dice que en el periodismo la crónica es el género que más se aproxima a la literatura, pues cuenta hechos reales con “pinceladas” literarias.

En la crónica periodística se cuenta lo que pasa en las vidas de las personas y las comunidades; al ser un texto periodístico, siempre tiene un objetivo informativo, es decir, tiene relación directa o indirecta con hechos noticiosos. Bastenier (2001) afirma: “La crónica aspira, sobre todo, a dar cuenta de lo panorámico, de aquella realidad múltiple que se produce en muchos escenarios distintos, alejados entre sí, y fácilmente simultáneos”.

Elementos. No se puede olvidar que la crónica es un género periodístico, por lo tanto, debe informar siempre; es decir, también responde a las “6 W” (¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué? y ¿cómo?), por eso deben primar en ella los detalles, datos, cifras y testimonios.

Las crónicas son narraciones y, por lo general, son textos extensos, al menos más que las noticias que son directas y puntuales; por eso, el cronista debe recurrir a todos los elementos de la buena redacción (“pinceladas” de literatura) para que la audiencia se recree con su lectura.

Hay cuatro aspectos que el redactor debe tener en cuenta al momento de escribir, no solo crónicas, sino cualquier tipo de texto: sencillez, precisión, coherencia y claridad.

- » *Sencillez:* Se refiere a utilizar palabras de fácil comprensión para los lectores, esto le implica al periodista conocer los significados de las palabras que usa y también le obliga a ampliar su vocabulario.

Ejemplo: *Ingresé al aula franqueando el mecanismo que permite el ingreso y la evacuación*, puede escribirse de forma sencilla como: *Entré al salón por la puerta.*

- » *Precisión:* Tiene dos acepciones; la primera, le obliga al escritor a utilizar las palabras necesarias.

Ejemplo: *El día de ayer llegué a la ciudad de Bucaramanga*; de forma precisa sería: *Ayer llegué a Bucaramanga.*

La segunda acepción tiene que ver con la exactitud de la información. No es lo mismo decir: *Para esa obra el Gobierno local invertirá más de 100 millones de pesos*, que: *Para esa obra el Gobierno local invertirá 112 millones de pesos*, pues “más de 100 millones” pueden ser 101, 200, 450 o más millones.

- » *Coherencia:* En los textos periodísticos no hay lugar para la verborrea, ni para la redundancia, no puede haber titubeos expresivos. La concisión en el lenguaje hace que el lector comprenda con facilidad el texto.
- » *Claridad:* Es el resultado del acertado uso de los tres aspectos anteriores; los textos periodísticos tienen como fin principal que cualquier persona que los lea entienda su contenido.

Tipos. González Briones *et al.* (2009) afirman que hay tantos tipos de crónicas como cronistas; sin embargo, de acuerdo con aspectos como la intención del cronista, del enfoque escogido, del contenido y del lugar donde se efectúa, se pueden clasificar en tres tipos: informativa, interpretativa y de opinión.

La crónica informativa: el cronista se limita a informar sobre un suceso sin emitir opiniones.

La crónica interpretativa: el cronista ofrece la información y añade, además, la interpretación de los hechos.

La crónica de opinión: el cronista informa y opina simultáneamente (crónicas de fútbol, taurinas o de algunos otros deportes). (Briones *et al.*, 2009, p. 24)

El contenido. La crónica, al igual que todos los géneros periodísticos, obtiene la información de las fuentes de información (ver inciso 2.1.3.1 Las fuentes); sin embargo, al ser un texto periodístico con amplias bases narrativas y descriptivas, también debe apoyarse de la observación, de la documentación, los hechos y los personajes; es decir, del contexto en el que se desenvuelve. Así lo explican González Briones *et al.* (2009):

La intención de la crónica es triple: informar, formar opinión y entretener.

La crónica informa, aunque esta no suele ser su misión principal, puesto que los datos se pueden conocer con antelación. El ingrediente subjetivo de la crónica no significa que el cronista pueda desvirtuar los hechos, porque la veracidad debe presidir siempre cualquier trabajo periodístico.

La crónica ayuda a los lectores a formar su propia opinión, ya que estos suelen hacer suyas las valoraciones de los cronistas, pues, en cierto modo, se identifican con él.

La crónica entretiene, debido a que la variedad estilística, cercana al lenguaje literario, es una de sus características fundamentales. (p. 23)

García P. y Gutiérrez C. (2011) sostienen que el tema de la crónica no debe estar relacionado de manera directa con un hecho noticioso, pero cuanto más actual sea, más probabilidades tiene de llamar la atención de la audiencia.

Por su parte, Alberto Salcedo Ramos, uno de los más reconocidos y premiados cronistas colombianos, afirmó en una entrevista concedida a Télam (una agencia de noticias de Argentina) (Ezquiaga, 2016) que para escribir una crónica hay que hacer una reportería amplia, pues lo importante es la información.

En vez de andar pensando en identificarse con el adjetivo “cronistas”, procuren ser reporteros diligentes, de esos que llenan las libretas de apuntes, de los que acumulan muchísima información. Hablaremos de la escritura solo cuando tengan los datos indispensables. Antes, no. Muchos empiezan preocupándose

por cómo diablos van a narrar, cuando ni siquiera se han ensuciado los zapatos de polvo haciendo un trabajo de campo acucioso. Yo les aconsejo que procuren estar ahí, frente a la realidad de la cual se ocupan, tanto tiempo como sea posible. Que vuelvan una y otra vez hasta que adquieran un dominio confiable sobre el tema.

En las crónicas, según Hoyos (2003), el valor más importante es la profundidad en el tratamiento que el cronista les dé a los hechos; además, contrario a lo que sucede con la noticia –que está relacionada con los hechos de manera objetiva–, en la crónica los temas se relacionan con lo que siente y piensa el narrador.

Con excepción del conflicto, la curiosidad, el suspenso y la emoción, factores asociados casi todos a los sentimientos humanos más profundos y más universales, no hay categorías válidas que permitan afirmar que un tema es adecuado o no para llevar a cabo una investigación y luego escribir un relato periodístico de corte narrativo.

En general, al tema de una narración que va a ser publicada en un periódico o en una revista se le pide que tenga interés humano, que refleje un conflicto, que tenga un simbolismo universal a pesar de que la anécdota sea local, que retrate un aspecto de la condición humana... También se espera que ese tema esté sintonizado con la sensibilidad del reportero, que despierte su interés. (p. 93)

Escritura. En su carácter de género periodístico, la crónica también tiene componentes definidos: entrada, desarrollo, desenlace y elementos adicionales; y al ser un texto narrativo, cada cronista tiene su propio estilo, pero puede basarse en dos estructuras: “pirámide”, en la que se sigue el orden cronológico para contar los hechos, y “martillo”, en la que el clímax se cuenta de una vez y luego se desarrollan los detalles.

Componentes. Contempla los siguientes:

- » *Entrada:* A diferencia de la noticia y similar a la entrevista, en el *lead* de la crónica se puede prescindir del hecho noticioso, pues está explicado que el tema de la crónica no depende de él. La entrada de estos textos puede ocupar varios párrafos y debe ser fuerte, atractiva, sonora e impactante, pues su misión es “atrapar” al lector.
- » Los tipos de *leads* explicados en el ítem “Entrevista” pueden usarse también para las crónicas.
- » *Desarrollo o cuerpo de la crónica:* Contiene abundante información, pero también detalles, descripciones, hechos, testimonios y datos. Es la sustancia de la crónica.
- » *Desenlace:* No se puede olvidar que la crónica es un texto periodístico y por tanto debe informar. Aquí va información que puede no tener tanta relevancia para el texto y podría prescindirse, en el caso de la estructura “pirámide”, en la que también se puede usar un testimonio de alguna de

las fuentes, o una cifra, un dato, todo para darle un cierre al texto, sin caer en el vicio de la “moralaja”; pero si se usa la estructura “martillo”, el desenlace viene a ser lo más importante, pues aquí es donde va el clímax del texto.

- » *Elementos adicionales:* Como es un texto extenso, va acompañado de elementos que ayudan a hacerlo más interesante, como titular atractivo, fotografías e imágenes con pies de foto informativos, infografías...

El tiempo. Como se mencionó al inicio de este capítulo, la crónica es un relato, una narración de un acontecimiento en un orden de tiempo; es decir, siguiendo un orden cronológico; por eso, la temporalidad de los hechos narrados debe ser evidente en este género.

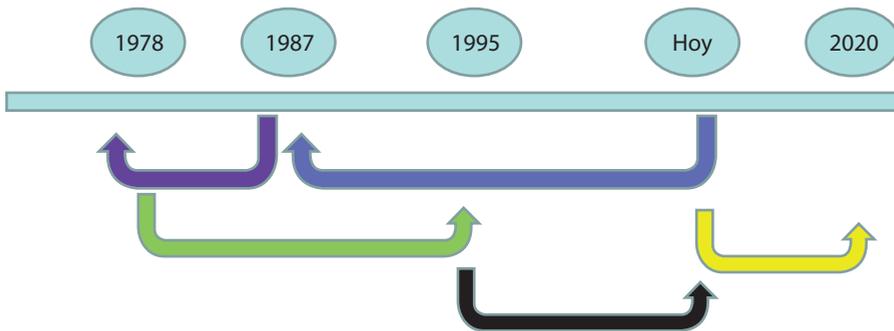
Sin embargo, decir “orden cronológico” no implica que lo que suceda primero deba contarse al inicio y lo que suceda después, al final, como lo explican García P. y Gutiérrez C. (2011): “El manejo del tiempo no necesariamente debe ser lineal. El cronista tiene licencia para comenzar por la parte de la historia que estime más conveniente para sus necesidades narrativas”.

Así lo corrobora Rivas Zambrano (2014):

La narración periodística no siempre sigue esa cronología, es decir, al representar discursivamente la historia, puede variar la representación de sistemas temporales: uno, el real de los hechos; otro, el representado en la narración de los hechos. Al narrar, el cronista puede representar los hechos –respecto de la cronología– el orden, la frecuencia y la duración. Tales variaciones producen efectos de sentido, es decir, orientan de cierto modo la interpretación por parte del lector. (p. 12)

Lo que los autores han denominado “licencia del cronista” para manejar el tiempo de sus textos se ilustra en la Figura 9:

Figura 9. El tiempo en la crónica



Fuente: elaboración propia.

La Figura 9 contiene años, pero puede ser cualquier lapso (meses, días, horas, minutos...) Para este caso, el de los años, se inicia la historia en la actualidad (hoy). Por ejemplo, un personaje que hoy sufre las consecuencias del conflicto pues está en una ciudad que no es la suya; mediante la narración, se puede dar un salto al pasado (1987) para decir que él nació ese año en “x” lugar, a donde llegaron sus padres en 1978 provenientes de otra ciudad. Sin embargo, la felicidad de la familia se vio interrumpida en 1995 cuando tuvieron que huir de su ciudad por amenazas de grupos armados ilegales.

Es decir, el cronista puede dar esos “saltos” en el tiempo, pero siempre debe hacerlos evidentes para que el lector no se extravíe en la lectura y siga el ritmo de la narración.

El titular. Igual a como ocurre con los titulares de las entrevistas, las crónicas no exigen una rigurosidad para esto; sin embargo, se aconseja que al ser textos narrativos y, por lo general, extensos, deben llevar titulares atractivos y, si además informan, mejor.

Los titulares de las crónicas, aunque no de modo necesario deban llevar el hecho noticioso, sí pueden dar una idea (leve o directa) de lo que trata el texto; además, pueden tener citas (directas, indirectas o mixtas). Se aconseja, además, seguir las pautas gramaticales de los manuales de estilo de medios de comunicación escritos, como:

- » El titular no debe empezar con un verbo en infinitivo.
- » El titular (en lo posible) no debe contener verbos en gerundio o participio (se prefiere la voz activa).
- » Cada parte del titular (antetítulo, título y entradilla) es independiente, pues el único imprescindible es el título y no puede depender de los otros para que tenga sentido.
- » Los titulares no llevan punto.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de titulares de crónicas extractados de dos libros compilatorios: *Antología de grandes crónicas colombianas* (Samper Pizano, 2007) y *SoHo Crónicas* (SoHo, 2008).

Antología de grandes crónicas colombianas:

- » *Los tiempos de Ramón Hoyos*

Eso que llaman “La Vuelta a Colombia”

Por Rocío Vélez de Piedrahíta (1995). Sobre el evento deportivo insignia del ciclismo nacional.

- » *Un costeño en El Vaticano*

Su santidad va de vacaciones

Por Gabriel García Márquez (1955). Acerca de las vacaciones que tomó el entonces papa, Pío XII.

» *Noche de naturalezas muertas*

Por Germán Castro Caicedo (2000). Trata sobre ciudadanos secuestrados por el Ejército de Liberación Nacional.

» *La hija de Chaplin come en el muelle pargo con nispero*

Por Ricardo Rondón (2003). Narra la visita de Jane Chaplin a Cartagena, pero el verdadero protagonista es Charles Chaplin.

SoHo Crónicas:

» *Tarde de perro*

Por Fernando Quiroz. El autor describe lo que sucede en la vida de un perro callejero.

» *El oro y la oscuridad*

Por Alberto Salcedo Ramos. Crónica sobre la gloria y caída del excampeón mundial de boxeo, Antonio Cervantes.

» *Lancera*

Por María Alejandra Villamizar. La periodista tomó parte de un curso en la Escuela de Lanceros del Ejército Nacional.

» *El clon de Freddie Mercury*

Por Leila Guerriero. Texto sobre un médico argentino que lidera una banda en homenaje al cantante de la agrupación inglesa, Queen.

Como se aprecia, algunos titulares informan de forma directa el tema del texto que acompañan, mientras que otros apenas dan una idea del contenido; algunos contienen antetítulo y titular, otros prescinden del primero.

Elementos literarios. Las crónicas son textos narrativos, por tal motivo, deben escribirse de forma sencilla, precisa, coherente y clara para que el lector las entienda y quede informado; pero, además, deben escribirse de forma tal que el lector se recree en su lectura.

Los más avezados cronistas son maestros de la literatura; de hecho, muchos llevan carrera literaria y han publicado cuentos y novelas. Los cronistas pueden valerse de los elementos literarios para darles riqueza a sus textos periodísticos.

Aunque se les ha ligado de manera histórica a los textos literarios (de modo especial, a la poesía), Carrasco y Rodríguez (2010) explican que las figuras retóricas (literarias, poéticas o recursos estilísticos) no son exclusivas del mundo de las letras,

sino que pertenecen a todo lenguaje, ya sea verbal o no verbal: “Todo lenguaje está organizado retóricamente en sus distintos niveles (fónico, sintáctico y semántico); lo que varía es el grado de percepción de las figuras que lo conforman, según factores diversos (novedad, cultura del lector, tradición literaria, etc.)”.

Las crónicas también se apoyan en ellas. Aunque el número de figuras es extenso y su comprensión y uso podría ser complicado para quienes inician su experiencia como cronistas, a continuación, se presentan algunas de las más usadas en textos periodísticos (con la definición del diccionario de la Real Academia Española).

- » *Metáfora*: Traslación del sentido recto de una voz a otro figurado, en virtud de una comparación tácita, como en *las perlas del rocío, la primavera de la vida o refrenar las pasiones*.
- » *Ironía*: Expresión que da a entender algo contrario o diferente de lo que se dice, por lo común como burla disimulada. *Caminó tan rápido como un caracol*.
- » *Paradoja*: Empleo de expresiones o frases que encierran una aparente contradicción entre sí, como en *mira al avaro, en sus riquezas, pobre*.
- » *Hipérbole*: Aumento o disminución excesiva de aquello de que se habla. *Tiene una sonrisa de oreja a oreja*.
- » *Antífrasis*: Designación de personas o cosas con palabras que signifiquen lo contrario de lo que se debiera decir. *Ella estaba ante un “caballero”* (y en realidad era un delincuente).
- » *Antítesis*: Oposición de una palabra o una frase a otra de significación contraria, como en *te amo porque me odias* o en *es más rico quien no tiene dinero y pobre el que lo posee todo*.
- » *Oxímoron*: Combinación, en una misma estructura sintáctica, de dos palabras o expresiones de significado opuesto que originan un nuevo sentido, como en *un silencio atronador*.
- » *Color local*: Aunque no es una figura literaria, es utilizada en alto grado en las crónicas; es una comparación de ambientes, personalidades, clima, sonidos, sabores..., para destacar uno o más características de personajes o lugares presentes en el texto. Por ejemplo: *Las tardes arreboladas de Bucaramanga reflejan el calor de su gente*.

4. Desarrollo y evaluación

A continuación, se detalla cuáles son las actividades efectuadas en el curso *Textos especializados* durante un periodo académico regular (16 semanas).

El curso inicia con una presentación general en la que los estudiantes conocen la guía cátedra, las unidades temáticas, contenidos, “reglas de juego” del curso, actividades a desarrollar y evaluaciones.

4.1. Primer corte

En esa primera sesión se hace una introducción del primer tema (Géneros periodísticos y noticia) y se lleva a cabo un ejercicio diagnóstico, en el que el estudiante recibe un cuadro que debe diligenciar basado en una noticia que busque en un medio de internet.

Tema: la noticia. La segunda sesión se abre con la cátedra sobre el tema Géneros periodísticos y noticia, y finaliza con un ejercicio basado en el cuadro que diligenciaron en la primera clase (ver Figura 10).

Figura 10. Ejercicio 1 La noticia

Textos especializados

Ejercicio No. 1 "La noticia"

Versión 4

Nombre: _____

1. Busque en Internet una noticia (no importa si es nueva o vieja). Léala con atención e identifique:

Titular		
Medio		
Fecha de publicación		
A la izquierda se formulan unos interrogantes. Con base en la lectura que hizo de la noticia, encuentre al menos tres respuestas a cada uno.		
¿Qué?	1	
	2	
	3	
¿Quién?	1	
	2	
	3	
¿Cómo	1	
	2	
	3	
¿Cuándo?	1	
	2	
	3	
¿Dónde?	1	
	2	
	3	

¿Por qué?	1	
	2	
	3	

2. Identifique todas las fuentes a las que acudió el periodista para elaborar la noticia.

Fuente	Identifíquela	Intente darle una categoría o clasificación a la fuente
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

3. Busque en el texto cinco (5) verbos y escríbalos (de manera literal) en orden de importancia.

Verbo 1	Verbo 2	Verbo 3	Verbo 4	Verbo 5

4. Busque en el texto cinco (5) sustantivos y escríbalos (de manera literal) en orden de importancia.

Sustantivo 1	Sustantivo 2	Sustantivo 3	Sustantivo 4	Sustantivo 5

5. Busque en el texto cinco (5) adjetivos y escríbalos (de manera literal) en orden de importancia.

Adjetivo 1	Adjetivo 2	Adjetivo 3	Adjetivo 4	Adjetivo 5

Fuente: elaboración propia

Con base en lo visto en clase, los estudiantes deben corregir el cuadro contemplando todos los elementos que componen una noticia. Primero, deben ordenar cada una de las “W” por importancia, así visibilizan cuál es el hecho noticioso.

Segundo, proceden a identificar las fuentes de información usadas por el periodista en la noticia que escogieron y lo complementan escribiendo cuáles fuentes hubiesen consultado si ellos fuesen los autores del texto.

Finaliza con aspectos gramaticales, identificando cuáles son los cinco verbos, sustantivos y adjetivos más importantes en el texto.

La tercera sesión comprende un ejercicio extenso de simulación. El docente reparte un texto acerca de algún hecho ficticio (por lo general, pensado por el docente), el cual está narrado de manera cronológica y con base en ese texto los estudiantes deben elaborar una noticia para ser publicada en un medio escrito al día siguiente.

El texto en el que se basan inicia con esta presentación:

“NOTA: Usted labora en un diario y fue enviado a cubrir un hecho ocurrido hoy. Esta es la cronología de los hechos, elaborada con los datos y testimonios que recopiló en su reportería. A partir de esta información elabore una noticia, la cual debe contener todos los elementos que requiere para ser publicada en un medio escrito. Asuma que la información que tiene en su poder, la recopiló cuando fue hasta el lugar a reportear”.

Como se evidencia, se les presenta como el “producto de su reportería” y, como se indicó, está narrado de forma cronológica, aporta información numerosa, datos, cifras, detalles y descripciones (algunos relevantes para la noticia, otros no). Lo importante del material es que la información que conforma el “hecho noticioso” está al final del texto (por lo general, hacia el final de la segunda página). Los estudiantes deben estar en capacidad de interpretar los hechos e identificar lo noticable para iniciar la escritura de la noticia desde ese aspecto.

Cabe anotar que todos los ejercicios del curso tienen retroalimentación; es decir, en la clase siguiente los estudiantes conocen cuáles eran las formas en las que los deberían resolver.

En la cuarta semana también se efectúa un texto de escritura de noticia. Esta vez, relacionado con personajes históricos. Mediante sorteo, a cada uno le corresponde un personaje de la historia, quien va acompañado de un tema, que puede estar redactado en pasado, presente o futuro; por ejemplo: personaje 1: Cristóbal Colón, tema: consiguió el apoyo de unos reyes de Europa para una expedición marítima; personaje 2: Jesús de Nazareth, tema: acaba de protagonizar un escándalo público al expulsar a unos mercaderes de un templo; personaje 3: George Washington, tema: asumirá la presidencia de Estados Unidos el próximo 30 de abril de 1789.

El ejercicio consiste en que deben redactar una noticia sobre el tema que acompaña al personaje. No todos los temas contienen el “hecho noticioso”, por eso, mediante una revisión documental los estudiantes deben encontrarlo y redactar la noticia como si estuvieran en el momento de los hechos y ceñirse a la información real.

El docente cuenta con un listado de 33 personajes y temas, los cuales varían cada semestre dependiendo del número de estudiantes de cada grupo del curso; lo relevante es que hay temas relacionados con las diferentes secciones de un medio de comunicación: judicial, política, deportes, farándula o cultura.

Estos tres primeros ejercicios (el cuadro, el hecho ficticio y el personaje) les permite a los estudiantes “entrenarse” en la consecución de la información y en ordenar de forma adecuada los hechos informativos; de esta forma, llegan al cuarto ejercicio en el que hacen reportería real sobre un hecho real.

Este ejercicio es llamado por el docente “Noticia sondeo”, porque a partir de un tema de actualidad (por lo general, tomado del contexto local) deben salir del aula y buscar cinco fuentes que sean de diversas características entre sí; es decir, que no sean cinco estudiantes, cinco mujeres, cinco hombres o cinco docentes, sino que busquen personas que difieran en cultura, género, grado de alfabetización, edad o en otros aspectos. Se les pide “al menos cinco fuentes”, pero ellos deben entrevistar a la mayor cantidad posible de fuentes para que puedan obtener declaraciones valiosas de estas.

Estos han sido algunos temas tratados en este ejercicio:

- » El Gobierno anunció que, si en el país no se cumple el ahorro de energía en un 5 %, habrá cortes programados, así que instó a los colombianos a que ahorren energía de manera voluntaria (primer semestre de 2016).
- » La Alcaldía de Bucaramanga, por intermedio de la Dirección de Tránsito, inició pruebas piloto en la carrera 27 para implementar un carril exclusivo para motocicletas (primer semestre de 2016).
- » De acuerdo con la más reciente encuesta de Ipsos para RCN Radio, RCN TV, La FM y Semana, “Si el plebiscito por la paz se llevara a cabo en estos momentos, el 72 % de los colombianos votaría a favor de los acuerdos entre el Gobierno y las Farc para terminar el conflicto armado, contra un 28 % que los rechazaría” (segundo semestre de 2016).
- » El Ministerio de Educación recomendó revisar los manuales de convivencia de los colegios con el fin de evitar la discriminación. La situación generó polémica pues algunos sectores afirman que Mineducación quiere imponer una ideología de género, mientras que otros la defienden diciendo que los colegios son autónomos para elaborar sus manuales de convivencia y que además un manual no tiene por qué afectar la sexualidad de una persona, pero sí debe promover la equidad (segundo semestre de 2016).
- » Asistir a una de cinco actividades propuestas para la Feria del Libro de Bucaramanga, Ulibro, y elaborar el ejercicio a partir del tema tratado (segundo semestre de 2017, 2018 y 2019).

- » Un fallo del Tribunal Administrativo de Santander autorizó que se reinicien las obras del intercambiador del Mesón de los Búcaros, que facilita el desplazamiento de tráfico pesado del oriente al occidente de Bucaramanga y que quedaron suspendidas en el 89% de su avance, y se completaría con la intervención de un terreno ubicado en la Normal Superior de Bucaramanga (primer semestre de 2018).
- » El área metropolitana de Bucaramanga podría tener Pico y Placa Ambiental, debido a que monitoreos realizados por la autoridad ambiental alertan sobre las malas condiciones del aire que seguimos respirando. En Girón, la situación cada día se vuelve más crítica (primer semestre de 2019).
- » El pasado lunes 25 de febrero la Dirección de Tránsito de Bucaramanga expidió una resolución que prohíbe el tráfico de bicicletas por diez corredores viales de la capital santandereana. Tan pronto se conoció tal normativa, múltiples colectivos de ciclistas manifestaron su rechazo e indignación (primer semestre de 2019).

En estos temas no está incluido el “hecho noticioso”, pues como se aprecia, son noticias que ya fueron registradas por los medios de comunicación; el estudiante debe identificar el contexto del tema, documentarse y luego entrevistar a las fuentes que escoja, quienes son las que les aportarán la noticia con sus declaraciones; es decir, lo importante de este texto que escriben es que es una noticia de seguimiento a los temas ya informados y lo noticioso está en lo que piensan los ciudadanos.

Alrededor de la sexta semana de actividades, se efectúa una revisión y lectura general de textos en el aula de clase; esto se hace de forma personalizada, es decir, con cada estudiante se revisa el texto del sondeo para hacer retroalimentación de lo tratado y de esta forma se finaliza la unidad de aprendizaje de la noticia.

Tema: la entrevista. En la séptima semana se efectúa la cátedra sobre el segundo género periodístico que aborda el curso: la entrevista; cabe anotar que este tema no se trata a profundidad, pues el programa cuenta con un curso especializado en él; sin embargo, aquí se aborda como antesala para el tema general del segundo corte: la crónica.

En la entrevista se les presentan los contenidos teóricos, ejemplos de cómo reportear, cómo preguntar y lectura de entrevistas de reconocidos periodistas y medios nacionales e internacionales. Como evaluación se efectúa un ejercicio por parejas (aunque se califica de manera individual).

Este ejercicio consiste en que se asignan parejas al azar; los integrantes de cada pareja se reúnen en la clase y dialogan, indagan sobre aspectos relacionados con el otro; esta no es la entrevista, sino un “acercamiento al entrevistado”, pues deben elaborar el plan para la entrevista, la cual efectuarán en una cita fijada de común acuerdo.

Cada uno debe enviar antes de la siguiente clase (es decir, tienen una semana para hacer el trabajo) la entrevista del compañero que le correspondió.

En la octava semana de clase se efectúa un ejercicio de “Cultura general”, a manera de quiz, en el que se indagan aspectos de actualidad local, regional y nacional. También, como preámbulo a lo que deben ser los comunicadores sociales: conocedores de su entorno para ejercer su profesión. En la segunda parte de la clase, se procede a revisar –también de manera individual– los ejercicios de entrevista.

4.2. Segundo corte

Este inicia con el contenido teórico del tema “Crónica”, que se desarrollará durante toda la segunda mitad del semestre académico.

Cabe aclarar que desde 2017 (primer semestre) los estudiantes que toman el curso deben elaborar tres crónicas: de una persona, de un lugar y sobre un oficio; para cada una cuentan con dos semanas de elaboración y la dinámica –hasta el primer semestre de 2019– era así: se asignaba un tema (semana 9) y tenían una semana para hacer la reportería; en la siguiente sesión (10) se les asignaba el segundo tema y procedían a hacer la reportería a la par que escribían la primera crónica; en la sesión 11 entregaban la primera crónica y recibían el tema de la crónica final; en la sesión 12 entregaban la segunda crónica y procedían a la escritura del texto final.

Para facilitarles los procesos de reportería y escritura, a partir del segundo semestre de 2019 las crónicas –tanto en su reportería como en su escritura– tienen las semanas completas; es decir, en la 9 se asignó el primer tema para entregar en la 11; en esta se asignó el segundo tema para entregar en la semana 13, en la que se asignó el tema final para entregar en la sesión 15.

Para las semanas 10, 12 y 14 se programó el inicio de escritura de cada una de las crónicas, mediante una estrategia que se explicará en los ítems relacionados con cada ejercicio.

También vale agregar que, aunque el curso no forma parte del semestre en el que se imparte la materia Taller de periodismo escrito y digital, anfitriona del periódico 15 (sexto semestre), la dirección del periódico admite los trabajos que a criterio del docente de *Textos especializados* cumplen los requisitos para ser publicados. Estos trabajos corresponden a las crónicas 2 (lugar) y 3 (oficio), pues la primera es de índole personal y, aunque estén bien escritas, son de interés para cada estudiante y no para una audiencia grande como la de la publicación, que hasta enero de 2022 fue impresa, con 8000 ejemplares cada 15 días, y cuyo contenido se publica en la página web www.periodico15.com.

Crónica personal. En esta primera sesión (novena semana), además de la parte teórica, se asigna el tema del primer ejercicio: “Crónica personal”. Junto con la

presentación de apoyo del docente, se les suministra ejemplos de crónicas efectuadas por periodistas con trayectoria en el género, como *Retrato de un perdedor*, de Alberto Salcedo Ramos, *Su Santidad va de vacaciones*, de Gabriel García Márquez, y *El último Hitler uruguayo*, de Leonardo Haberkorn, además de ejemplos de crónicas elaboradas por algunos estudiantes que ya han tomado el curso. Este trabajo se les presenta así:

“Contacte a un familiar o persona cercana a usted. Ese es el tema de su crónica, pero ¡cuidado! Si bien debe entrevistar a esa persona, el texto que debe elaborar no es una entrevista sino una crónica, una narración de un hecho o hechos que envuelvan a ese personaje”. Se les indica que deben consultar más fuentes, averiguar datos, cifras y estadísticas que le aporten datos informativos al texto.

De igual forma, se advierte que todas las entrevistas deben grabarlas (en audio) y tomar fotografías que acompañen al texto. Este material de reportería deben llevarlo a la siguiente clase para que inicien la escritura de la crónica.

En la semana 10 (luego de una semana de reportería) inician en clase la escritura de la crónica. A partir de las transcripciones, deben empezar a ordenar la información y entregar (como exigencia del trabajo en clase) la estructura que tendrá la crónica, el hilo conductor y presentar *lead*, titular y al menos parte del texto.

El texto final lo envían al correo electrónico del docente en la noche previa a la clase correspondiente de la semana 11. Si tienen algún material adicional al entregado en la sesión 10 (como fotografías u otras entrevistas), lo adjuntan con el texto.

Crónica de lugar. En la semana 11 se les explica el tema de la segunda crónica: “Una visita a...”, para lo cual el docente cuenta con un listado de 35 espacios públicos y sitios representativos ubicados en el área metropolitana de Bucaramanga. Por sorteo, a cada estudiante le corresponde un lugar y el trabajo que deben elaborar es la reportería completa para escribir una crónica sobre el lugar.

Como ejemplos se les suministran textos similares, como *Árbol caído*, de Juan Manuel Villegas, *Madrid, Cundinamarca*, de Antonio Caballero, *El pueblo más denso de Colombia*, de Martín Caparrós, y *El Tercer Milenio, un parque agrídulce*, por Felipe Restrepo, además de trabajos elaborados por estudiantes que cursaron la materia y publicaron en periódico 15.

Al inicio de la sesión 12, se les entrega a los estudiantes la evaluación y retroalimentación de la crónica personal y en esta misma clase inician la escritura de la segunda crónica, siguiendo el mismo proceso explicado para la crónica personal, con la salvedad de que a esta sesión sí deben llevar el material completo para escribir la crónica; es decir, todas las entrevistas, transcripciones, fotografías y documentos. Si no cuentan con uno o algunos de ellos, no se les admite presentarlo

después, con el ánimo de hacerles ver la importancia de elaborar un plan para la reportería y contar con toda la información al momento de escribir.

El producto de esta sesión también es la estructura de la crónica, además del titular, el *lead*, parte del cuerpo y los pies de foto. La crónica terminada deben enviarla antes de la noche anterior a la sesión 13.

Crónica final. Se asigna en la semana 13. Se les presenta así:

“Elabore una crónica acerca de un oficio, una profesión, una ocupación o un trabajo. Recuerde: el tema no es una persona en particular, sino el oficio o profesión”. También se les recuerda la importancia de recopilar información mediante entrevistas a fuentes diversas, conseguir datos, testimonios, cifras y descripciones que son claves para escribir una buena crónica.

Los requerimientos adicionales son:

- » Consiga varias fuentes.
- » Grabe y transcriba todas las entrevistas.
- » Adjunte mínimo tres fotografías en alta calidad.
- » A la próxima clase (sesión 14) deben traer todos los insumos para que escriba toda la crónica en las tres horas destinadas.

Aquí se deja a decisión de los estudiantes que escojan los oficios que quieran para sus crónicas, pero se les pide que consulten con el docente cómo pueden enfocar el tema para que el texto sea agradable a los lectores. Desde esta sesión los estudiantes son conocedores de que deben conseguir todos los insumos de su crónica durante la semana previa a la sesión 14.

Se les presenta como ejemplos las crónicas *La desenterradora de cuerpos*, de José Alejandro Castaño, *Loterios, un oficio en vía de extinción*, de Catherine Nieto, *Un preso inicia rehabilitación en La Picota*, de Daniela Anzola, y *Un viaje al pasado con las reliquias de los años de upa*, de Felipe Motoa; además, como en los otros ejercicios, textos publicados en el periódico 15 por estudiantes del curso.

La escritura de la crónica del oficio se efectúa en la sesión 14 (aquí también se les entrega a los estudiantes la evaluación y retroalimentación de la crónica de lugar); al inicio de la clase se les advierte que deben entregar el texto finalizado al término de las tres horas de clase. Antes de que se cumpla ese lapso, se indica que tienen la semana siguiente (la 15) para hacerle los cambios que consideren necesarios a sus textos (en materia de redacción y estilo, no de información) y enviarlo al correo electrónico del docente antes de la última sesión.

5. Conclusiones

De acuerdo con el plan de estudios del Programa de Comunicación Social, *Textos especializados* forma parte de la línea “Lenguajes y tecnología”, conformada por los cursos Redacción y gramática (segundo semestre), Textos descriptivos y narrativos (tercero), Argumentación oral y escrita (cuarto) y *Textos especializados* (quinto), lo que permite suponer que los estudiantes llegan al último curso de la línea con sólidas bases en escritura, pero no es así, pues ninguna de estas materias tiene prerrequisitos; es decir, no es necesario cursar y aprobar la de segundo para tomar la de tercero, ni la de tercero para tomar la de cuarto semestre.

Esta libertad de elección ha hecho que en algunas oportunidades estudiantes que entran a segundo semestre, por ejemplo, matriculan Redacción y gramática al tiempo que uno de los cursos más avanzados, como Argumentación oral y escrita o *Textos especializados*. Esto redundará en un bajo rendimiento en alguna de las dos materias (o en las dos), pues mientras en un curso toman conocimientos básicos para escribir, en el otro ya lo deben hacer con propiedad.

Ante esta situación, lo que se le propone al estudiante que va a tomar la línea es que siga el orden aconsejado, pues como lo afirma el docente del curso *Textos especializados*, “es como en el cine, hay sagas de películas que tienen cuatro o más entregas; si uno ve la primera película y luego en lugar de ver la segunda se salta a la cuarta o a la quinta, lo más probable es que se confunda, pierda el interés en el filme o de forma simple: no lo entienda”.

El curso *Textos especializados* tiene dos momentos claros, marcados, en los cuales se hace especial énfasis y son: noticia y crónica; los estudiantes lo saben desde la primera clase.

En esa primera clase también se les deja en claro que este curso no es para “aprender a escribir”, pues en su condición de última materia de la línea exige suficiencia en la competencia de escritura. Sin embargo, los ejercicios programados para la primera parte del curso (relacionados con la noticia, explicados en el ítem 2.2.1.1) aumentan en exigencia en cuanto avanza el semestre; es así como pasan de llenar un cuadro con preguntas puntuales sobre la noticia a hacer noticias desde la planeación y reportería, hasta la escritura y revisión; y esto incide de manera positiva en la competencia de escritura.

De igual forma, durante el primer corte a los estudiantes se les hace especial énfasis en que escribir bien es fundamental para el ejercicio de la comunicación. Por eso, las retroalimentaciones de los ejercicios también se concentran en los aspectos de forma (gramática y redacción) pues el estudiante de Comunicación Social debe ser consciente de que en su ejercicio profesional todo lo que escriba está dirigido a públicos (internos y externos, en el caso de la comunicación organizacional) o audiencias (en el caso del periodismo).

Una vez finalizado el primer corte, los estudiantes tienen clara la redacción de noticias para medios impresos, conceptos que amplían en el curso Géneros periodísticos I (quienes escogen el componente de profundización profesional en periodismo) y en Expresión escrita en la organización (para comunicación organizacional); asimismo, es la base para enfrentarse a la redacción de crónicas que es lo que efectúan durante el segundo corte.

En cuanto a las crónicas, el curso *Textos especializados* ha tenido cambios en la forma de tratar el tema desde 2015 a la actualidad, es decir, desde que el autor de este texto es el docente a cargo.

En sus inicios –es decir, 2015– solo se elaboraban dos crónicas: una sobre un compañero de clases y otra sobre un lugar. Hacer énfasis en el tema “crónica” fue decisión del docente, al ver que los estudiantes con competencia alta en escritura pedían asesorías extracurriculares o consejos al respecto; de igual forma, la dirección del periódico *15* indagó entre los profesores del programa sobre trabajos elaborados por estudiantes que ameritaran su publicación y en el curso había material para esto.

Por estas razones, desde 2016 se amplió el tiempo dado al tema “crónica” destinando cuatro semanas del segundo corte para eso. El cambio en la calidad de los productos se evidenció en comparación con los que habían presentado en el segundo semestre de 2015; aunque de manera obvia los estudiantes que tomaron el curso en 2015 no fueron los mismos que lo tomaron en 2016, el aumento en la calidad del que se habla hace referencia en la profundidad de los textos, pues, al tener más tiempo para el tema, los estudiantes pudieron profundizar más en la lectura de crónicas de ejemplo, lo que se reflejó en una mejor reportería y redacción de los textos.

Esto también se evidencia en las crónicas que el curso presentó a la dirección de periódico *15*. La publicación de una crónica en este medio es un factor que motiva a los estudiantes de *Textos especializados*. Gracias a las publicaciones que el periódico *15* ha hecho desde 2016 (ver Tabla 4), el docente cuenta con material para presentar, a manera de ejemplo, a otros estudiantes que toman el curso. Además, los autores de estos textos manifiestan su satisfacción por ver sus obras publicadas en un medio reconocido.

Tabla 4. Crónicas de Textos especializados presentadas al periódico 15

Periodo	Crónicas presentadas	Crónicas publicadas
2015 segundo semestre	Ninguna	Ninguna
2016 primer semestre	1	1
2016 segundo semestre	6	3
2017 primer semestre	2	1
2017 segundo semestre	19	9
2018 primer semestre	15	10
2018 segundo semestre	5	3
2019 primer semestre	8	5
2019 segundo semestre	4	4
2021 segundo semestre	4	4
Total	64	40

Fuente: elaboración propia

Se aclara que la publicación de las crónicas es decisión de la dirección del periódico. Para eso inciden varios factores, el principal es que el periódico da prioridad a los trabajos hechos por los estudiantes con los que cuenta en cada semestre en el Taller de periodismo escrito y digital y en el curso Géneros periodísticos II, quienes son los integrantes de la redacción y por ende, responsables de su contenido; por lo general, los temas de las crónicas de *Textos especializados* son atemporales, es decir, que no requieren su publicación inmediata, entonces esto le permite a la dirección del periódico 15 archivarlas para usarlas en los periodos intersemestrales, cuando no tiene estudiantes en su redacción.

Esas 40 crónicas publicadas que muestra el cuadro reposan en el archivo del periódico y también en el del docente de *Textos especializados*, quien además tiene las que no salieron en la publicación (no todas, por factores diversos). Este material es susceptible de ser editado y publicado en una compilación.

También se evidencia que hay variación en la cantidad de crónicas presentadas, pero esto no obedece a que la calidad de estas sea baja, sino a que en los periodos de más producción (2017 segundo semestre y 2018 primer semestre) hubo de manera respectiva dos y tres grupos y el número de estudiantes fue superior a los de otros periodos; por ejemplo, en el primer semestre de 2018 vieron el curso 65 estudiantes, mientras que en el segundo semestre de ese año lo cursaron 18; en el primero de 2019, 39, y en el segundo de 2019, 26.

Un aspecto que varió de manera notoria en el segundo semestre de 2019 en comparación con los periodos anteriores fue la manera de distribuir el tiempo para la elaboración de las crónicas. Como se explicó, el cambio se pensó para que

tuviesen más tiempo para la reportería y escritura (una semana para cada una); además, se dio una clase completa (tres horas) para que iniciaran la escritura de cada crónica, con la presencia del docente quien les asesoró y dio pautas al respecto.

Esto fue bien recibido por los estudiantes, quienes al principio se mostraron reacios a iniciar la escritura del texto en la clase, con argumentos como que en la casa escriben mejor o que necesitan silencio para hacerlo; el docente les explicó que lo que hicieran en el salón no sería el texto final, sino que les podría servir de base, de bosquejo al texto final; además, el hecho de que iniciaran la escritura en el salón también les permitió hacer trabajos complementarios de la reportería, como transcribir las entrevistas y darse cuenta de si les hizo falta información, material complementario o fotografías.

Hay que puntualizar que la enseñanza de la crónica en el curso *Textos especializados* ha sido una experiencia enriquecedora tanto para estudiantes como para el docente a cargo, ya que durante el proceso académico los primeros profundizan en la lectura de textos similares y así comprenden el estilo de cada cronista, lo cual les permite empezar a formar el suyo; además, pueden visibilizar las múltiples posibilidades que hay de contar una historia, por simple que esta parezca. Para el docente es enriquecedora en la medida que el curso le exige explorar nuevas formas de narrar en el texto escrito e interactuar con mentes jóvenes que están curiosas por contar historias.

La enseñanza de la crónica periodística –como se indicó en el inicio– no tiene una forma única para hacerlo. Este documento tampoco pretende hacerlo, pero sí puede servir de punto de partida, de guía, para que se continúe con su afinación e investigación al respecto.

Referencias bibliográficas

- Abu Shihab, L. (2017, 6 de marzo). En cuatro años de negociación, hubo varias tensiones': De la Calle. *Revista Bocas, El Tiempo*. <https://bit.ly/3SqScXS>
- Adames, L. C. y Sierra, L. M. (2001, 14 de septiembre). El ciego que se salvó del infierno en Nueva York. *El Tiempo*. <https://bit.ly/3m49cao>
- Alarcón, C. (2018). Círculo dinámico de la información y periodismo narrativo. En Ceper, *Pensar y enseñar el periodismo. La mutación de contar historias de la realidad* (p. 55-66). Universidad de los Andes.
- Bastienier, M. Á. (2001). *El blanco móvil. Curso de periodismo*. Editorial Santillana.
- Borrat Mattos, H. (1989). El periódico, actor del sistema político. *Quaderns de comunicació i cultura* 12, 67-80.
- Carrasco, I. y Rodríguez, C. (2010). Glosario mínimo de figuras retóricas. *Revista documentos lingüísticos y literarios*.
- Castelli, E. (1996). *Manual de periodismo: teoría y técnica de la comunicación*. Plus Ultra.
- Dávila, P. V. (2011). La documentación narrativa de experiencias pedagógicas. Una estrategia de reposicionamiento de saberes, conocimientos y actores en el campo de la formación docente. *Revista Educación y Pedagogía*, 145-155.
- Ezquiaga, M. (2016, 17 de marzo). La crónica debería explorar esos ámbitos donde se decide la suerte de todos. *Télam, Agencia Nacional de Noticias*. <https://bit.ly/3xO6qIL>
- García P., V. M. y Gutiérrez C., L. M. (2011). *Manual de géneros periodísticos*. Universidad de La Sabana.
- González Briones, E., López Cubino, R. y López Sobrino, B. (2009). *La entrevista y la crónica. Proyecto Mediascopio Prensa. La lectura de la prensa escrita en el aula (Guías y Talleres)*. Ministerio de Educación de España.
- Hoyos, J. J. (2003). *Escribiendo historias: el arte y el oficio de narrar en el periodismo*. Universidad de Antioquia.
- Jaramillo P., R., y Sandoval M., J. (2016). *El periódico 15 en la formación periodística en la Universidad Autónoma de Bucaramanga, periodo 2002-2015*. Universidad Autónoma de Bucaramanga.
- Kapuscinski, R. (2006). La profesión del periodismo. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (93), 3.
- Martín Vivaldi, G. (1998). *Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo, análisis diferencial*. Paraninfo.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Ediciones Norma.
- Real Academia Española. (noviembre de 2019). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de www.rae.es

- Redondo R., B., y Pérez V., F. (1997, 25 de febrero). César Rincón Torero, por siempre, torero. *El Tiempo*. <https://bit.ly/3Z9Ddns>
- Rivas Zambrano, R. (2014). Diez pasos para escribir una crónica. *Textos y contextos (segunda época)*, 4-17.
- Ronderos, M. T., León, J., Sáenz, M., Grillo, A., y García, C. (2002). *Cómo hacer periodismo*. Aguilar.
- Ruiz, A., y Albertini, E. (2008). Fuentes periodísticas: concepto, clasificación y modos de uso. *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*; no. 60, 14-25.
- Samper Pizano, D. (2007). *Antología de grandes crónicas colombianas. Tomo II 1949-2007*. Aguilar.
- SoHo. (2008). *SoHo Crónicas*. Aguilar.
- Suárez, D., Ochoa, L., y Dávila, P. (2005). *La documentación narrativa de experiencias pedagógicas. Una estrategia para la formación de docentes*. Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología.
- Universidad Autónoma de Bucaramanga. (2016). *Informe de autoevaluación con fines de renovación de Acreditación Programa de Comunicación Social*. Universidad Autónoma de Bucaramanga.

CAPÍTULO 3

TENDENCIAS INTERNACIONALES EN RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN LOS PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN

García Pino, Carolina

Universidad Francisco de Paula Santander
carolinagp@ufps.edu.co

Pedrozo Narváez, Héctor

Universidad Francisco de Paula Santander
hectorpn@ufps.edu.co

Resumen

Con el ánimo de establecer las principales tendencias internacionales en la formulación de Resultados de Aprendizaje en los programas de Comunicación o similares a nivel internacional, se realizó la revisión de 16 planes de estudio en Europa, Australia y América, de manera específica indagando sobre los resultados de aprendizaje que estos programas han planteado. Un primer hallazgo indica que la comunicación en Europa y Australia busca formar profesionales en el campo de la producción mediática, en particular televisiva y fílmica, con amplio desarrollo en ambientes digitales; en consecuencia, se observa una tendencia a programas que desarrollan resultados específicos en un campo de acción particular. En América del

Norte los programas de formación en el área de comunicación ofrecen alternativas en el desarrollo de resultados de aprendizaje: algunos enfoques propenden por desarrollar competencias en resolución de conflictos en entornos diversos, con poblaciones vulnerables con un enfoque de derechos; otros enfoques son el de la comunicación política y participativa y la comunicación para la salud, entre otros. En América Latina la oferta es muy amplia con programas que proponen resultados de aprendizaje que apuntan a más de un campo de acción, entre los que se encuentran: la comunicación política, la comunicación para el desarrollo y el cambio social, la producción mediática, la comunicación corporativa y una intensión trasversal que cobra mayor vigencia nivel mundial: la comunicación y el *marketing* digital, concebida como aquella capaz de condensar en escenarios virtuales las múltiples competencias del comunicador social; los entornos digitales se han convertido en los escenarios más demandados por el mercado, incluyendo el desarrollo de competencias básicas en lenguaje de programación y análisis de datos.

Palabras clave: resultados de aprendizaje, comunicación social, educación, formación profesional.

1. Introducción

La Universidad Francisco de Paula Santander en su carácter de institución acreditada de alta calidad ha avanzado en la definición de una política de resultados de aprendizajes y el proceso de actualización curricular que esto implica en cada uno de sus programas académicos. La intención: dar cumplimiento al Decreto 1330 de 2019, las condiciones de programa especificadas en la Resolución 21795 de 2020 y las condiciones de alta calidad establecidas en el Acuerdo 02 de 2020.

Este marco normativo nacional orienta los procesos de autoevaluación de los programas, así como los aspectos a evaluar por parte del Ministerio de Educación Nacional. La política nacional ha orientado el quehacer pedagógico a la obtención de resultados de aprendizaje, comprendiendo la dinámica internacional y en particular articulándose con el objetivo de desarrollo sostenible ODS-4 Educación 2030 (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015), que busca fortalecer el acceso a la educación en condiciones de calidad y equidad. En este contexto, la calidad implica que el sistema educativo deberá propender por el desarrollo permanente de competencias a lo largo de la vida y, por ende, evaluar los resultados de tales aprendizajes.

La calidad de la educación supone, por lo menos, que los alumnos adquieran competencias básicas de lectura, escritura y cálculo, que serán los pilares para el aprendizaje futuro, así como para las competencias de orden superior. Para esto son indispensables, por una parte, métodos y contenidos pertinentes de enseñanza y aprendizaje que se adecúen a las necesidades de todos los educandos y sean impartidos por docentes con calificaciones,

formación, remuneración y motivación adecuadas, que utilicen enfoques pedagógicos apropiados y que cuenten con el respaldo de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) adecuadas; y, por otra, la creación de entornos seguros, sanos, que tengan en cuenta la perspectiva de género, inclusivos, dotados de los recursos necesarios y que, por ende, faciliten el aprendizaje. (ONU, 2015, p. 30)

En el caso de los programas de educación superior en Colombia, la calidad se ha articulado en las condiciones descritas en el Decreto 1330 de 2019, la Resolución 21795 de 2020 y el Acuerdo 02 de 2020; en particular en lo referido a los resultados de aprendizaje, se espera que los programas describan el proceso que les permitió definirlos y establezcan mecanismos de seguimiento y mejora continua a partir de la evaluación permanente de tales resultados.

Tabla 5. Requerimiento de resultados de aprendizaje

Resolución 21795 de 2020	Resolución 21795 de 2020	Acuerdo 02 de 2020
Descripción del proceso de definición y análisis de los resultados de aprendizaje del programa académico, mencionando los referentes conceptuales, de ser aplicable. Resultados de aprendizaje expresados en lo que el estudiante sabrá, comprenderá y será capaz de hacer a lo largo del proceso formativo y al completar el mismo. Descripción de la forma en que se articulan los resultados de aprendizaje con el plan general de estudios.	Resultado de las evaluaciones realizadas por la institución a los resultados de aprendizaje del programa académico. Evaluación y propuesta de mejoramiento de los mecanismos de articulación de los resultados de aprendizaje con el plan general de estudios. Perfil de egreso actualizado a la dinámica de la nueva vigencia del registro calificado del programa académico y la justificación de la incorporación o no de modificaciones.	El programa académico deberá demostrar la existencia de un proceso de mejoramiento continuo, en el cual se evalúa, de manera periódica, y en diferentes momentos a lo largo del plan de estudios, el grado en que los estudiantes alcanzan los resultados de aprendizaje y, con base en dicha evaluación, se toman acciones de ajuste a los aspectos curriculares y a las metodologías de enseñanza aprendizaje.

Fuente: elaboración propia.

Así las cosas, el programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander se dio a la tarea de establecer las principales tendencias internacionales en la formulación de Resultados de Aprendizaje en los programas de Comunicación Social o programas similares a nivel internacional, entendiendo que el primer paso para su formulación implica conocer el contexto internacional. Para establecer tales tendencias, se realizó la revisión de 16 planes de estudio en Europa, Australia y América, además de analizar las tendencias descritas en el Libro Blanco de la Comunicación (ANECA, 2005), de manera específica indagando sobre los resultados de aprendizaje que estos programas han planteado.

2. Aproximación teórica

El campo de la formación en Comunicación ha sido estudiado y documentado por diversos autores, con la clara intención de demarcar el objeto de estudio de la disciplina y sus metodologías, así como la forma en que la academia debe adaptarse a las demandas del mercado en la formación de estos profesionales.

Un recorrido histórico de la disciplina se encuentra en Martín-Barbero y Rey (1999), quienes describen por décadas las temáticas más estudiadas; el debate entre el paradigma funcionalista y crítico; y el surgimiento de los estudios culturales. En el nuevo siglo, Pereira (2005) retoma estos debates para estudiar la situación en Colombia y concluir que la Comunicación, más que una disciplina, es un campo de estudios que se nutre de las ciencias sociales para comprender su fenómeno: la comunicación como proceso complejo ubicado en un contexto histórico y cultural que lo demarca.

El desarrollo de la comunicación digital en los últimos veinte años ha implicado la extensión del campo y con ello la necesidad de formar al comunicador en competencias digitales. Ferrés y Piscitelli (2012) delimitan seis competencias de la alfabetización digital en el manejo de su lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores y dimensión estética.

Las tendencias actuales en el campo siguen siendo diversas y, con ello, aumenta la necesidad de la academia de comprender la comunicación como objeto de estudio para delimitar las competencias y resultados de aprendizaje a alcanzar. Consultando el estudio *Perfiles Profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España 2012 -2017*, este da cuenta de:

La rápida evolución y transformación, que están provocando las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial de los contenidos y sus sectores adyacentes, generando ciertas necesidades de recualificación de los empleados, además de la demanda de nuevos perfiles con conocimientos y competencias digitales muy específicos. Esto ha derivado en la necesidad de trabajadores en las organizaciones de Contenidos Digitales que deben cubrirse en los próximos años, para poder así adelantarse a la demanda del mercado de este tipo de productos y servicios, que podrán incorporarse provenientes de otros sectores una vez adquiridas ciertas competencias o al incorporarse al mercado laboral tras una formación en este ámbito. (AMETIC, 2012, p. 125)

El informe precisa que entre los perfiles más demandados se encuentran el de especialista en *marketing* digital, *community manager*, programador y diseñador, dado el creciente uso de Internet en una sociedad cada vez más interconectada y el uso globalizado de las redes sociales en el actual panorama mediático de la ciudadanía.

El experto en posicionamiento online será el más demandado en los próximos años. Se trata de un perfil que, por la función que desempeña, es fundamental en la labor promocional de la empresa en la Web. En un entorno online cada vez más competitivo, debido a la gran cantidad de empresas que empiezan a emerger, la optimización de contenidos para mejorar el posicionamiento global de la marca en buscadores se hace necesaria para poder sobrevivir. Su crecimiento se debe en gran medida al desarrollo del comercio electrónico. (AMETIC, 2012, p. 126)

Si bien el estudio señala, entre sus conclusiones, que la oferta formativa en España “está más centrada en desarrollar capacidades técnicas más que creativas” (AMETIC, 2012, p. 129), la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, en su publicación *Libro Blanco Títulos de Grado en Comunicación* (ANECA, 2005), define los conocimientos disciplinares, las competencias y los perfiles profesionales que surgen de los estudios en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual, bajo unos principios formativos que deben desarrollar en los estudiantes competencias analítico-críticas, buena preparación técnica y profesional, una reflexión sobre el quehacer periodístico, la innovación, la facilidad para adaptarse a los cambios y la experimentación derivada de la práctica profesional y en laboratorios.

Los estudios de ANECA (2005) coinciden con lo planteado por la Unesco en el mismo periodo tras considerar la necesidad de transformar el perfil del periodista tradicional en un gestor del conocimiento (Mellado, *et al.*, 2007). Para ello la enseñanza universitaria debería organizarse alrededor de los aspectos éticos fundantes del ejercicio periodístico, tales como normas y valores, el conocimiento de los aspectos sociales contextuales de la sociedad que le permitan comprender tales fenómenos (culturales, políticos, económicos, jurídicos, éticos) y un conocimiento contextual del mundo y los retos del periodismo en un panorama global cambiante.

En 2017, doce años después, Newman (2017) en el Informe de Predicciones del Instituto Reuters ha señalado que, entre los principales retos y tendencias del periodismo, se encuentran: “1) la realidad 3D en los teléfonos móviles con finalidades informativas; 2) la inteligencia virtual; 3) el periodismo de datos; 4) la lucha contra las *fake news*; y 5) nuevos modelos de negocio” (Newman, 2017).

Se trata de estudiantes universitarios y, en el caso del periodismo, de los futuros profesionales del ámbito comunicativo, que presentan unas características muy particulares en la valoración, el uso y el consumo de los medios de comunicación, especialmente, de las redes y plataformas digitales. Son consumidores activos o prosumidores (Toffler, 1980) de los contenidos generados en el ciberespacio, poseen un perfil multitarea, una atención que se ha definido como “flotante” (Crenshaw, 2010) y una gran destreza para articular redes de contactos en la Red. (Tejedor Calvo y Cervi, 2017, p. 3)

Tejedor y Cervi (2017) retoman a Clarke-Pearson (2011) para definir a estos nuevos usuarios y creadores de contenido en la red como cibernautas, quienes tienen nuevas oportunidades de participación y desarrollo de proyectos, y por ende son potenciales emprendedores digitales de iniciativas comunicativas.

Citando a Pavlik (2005), la tecnología ha modificado los estudios de periodismo en cuatro grandes áreas: la manera de enseñar e investigar; el contenido de lo que enseñamos, la estructura de los departamentos de periodismo y de las facultades de comunicación y las relaciones entre los docentes y sus públicos (estudiantes, financiadores y competidores), haciendo referencia específica al campo de la enseñanza. (Tejedor Calvo y Cervi, 2017, p. 3)

Este hecho ha permitido la consolidación de las ciencias de la comunicación en sentido amplio y ha abierto la brecha para que enseñanzas que anteriormente no eran oficiales, como el cine o la fotografía, hayan podido integrarse dentro del catálogo de títulos universitarios oficiales. (Civil i Serra, 2018, p. 16)

Este recorrido permite ver que la formación en Comunicación requiere, por una parte, fortalecer la formación socio-humanística como competencia transversal del comunicador, a la vez que centrar su esencia en la comprensión del fenómeno comunicativo en todas las etapas del proceso. Volviendo a la realidad colombiana, los programas de Comunicación del país se enfrentan al reto de comprender el objeto de estudio de la comunicación con miras a ofertar programas socialmente pertinentes, pero también actualizados y en línea con las tendencias nacionales e internacionales. Reto impulsado por la normativa actual sobre resultados de aprendizaje.

MEN, CNA, y CONACES (2022) retoman el marco normativo nacional, en particular el Acuerdo 02 de 2020 “por el cual se actualiza el modelo de acreditación de alta calidad”, para definir los resultados de aprendizaje y competencias de la siguiente forma:

Resultados de aprendizaje: son concebidos como las declaraciones expresas de lo que se espera que un estudiante conozca y demuestre en el momento de completar su programa académico. Se constituyen en el eje de un proceso de mejoramiento, en el que se evalúa el grado en el cual el estudiante se acerca a obtener los resultados definidos por el programa académico. A partir de ellos se llevan a cabo los ajustes en los aspectos curriculares, para lograr un proceso de aprendizaje más efectivo. Los resultados de aprendizaje serán establecidos teniendo en cuenta las tendencias de las disciplinas que configuran la profesión: el perfil de formación que se espera desarrollar, la naturaleza, el nivel de formación, la modalidad del programa académico y los estándares internacionales. Los resultados de aprendizaje serán definidos con base en un programa académico específico. (MEN, CNA y CONACES, 2022, p. 16-17)

Competencias: son conjuntos articulados de conocimientos, capacidades, habilidades, disposiciones, actitudes y aptitudes que hacen posible

comprender y analizar problemas o situaciones y actuar coherente y eficazmente, individual o colectivamente, en determinados contextos. Son susceptibles de ser evaluadas mediante resultados de aprendizaje y se pueden materializar en la capacidad demostrada para utilizar conocimientos, destrezas y habilidades personales, sociales, profesionales y metodológicas en situaciones de trabajo o estudio y en el desarrollo profesional y personal. Las competencias le pertenecen al individuo, quien las continúa desarrollándolas a lo largo de la vida por medio de su ejercicio profesional y aprendizaje. (MEN, CNA y CONACES, 2022, p. 17)

Estos dos conceptos son centrales para que cada plan de estudios delimite los resultados de aprendizaje a alcanzar con sus estudiantes, considerando plantearlos en un lenguaje claro, con tareas alcanzables y evaluables, e indicando los aprendizajes a lograr en función del desarrollo de competencias para la vida o personales.

En líneas generales, el programa académico deberá considerar qué aprendizajes requiere el futuro profesional para ser competente en su campo laboral y responder a las necesidades regionales, nacionales e internacionales; a partir de esta reflexión, delimitar los conocimientos y destrezas que requiere el educando para centrar el proceso de aprendizaje en él y la forma en que puede alcanzar niveles más complejos de tal competencia.

Desde esta visión del aprendizaje, es preciso analizar la taxonomía de Bloom (1956) como una organización jerárquica del proceso cognitivo que inicia por la adquisición de conocimiento, su comprensión para poder aplicarlo en el análisis de casos o situaciones problemáticas, y a partir de ello elaborar síntesis holísticas que le permitan evaluar para crear o proponer procesos de transformación de tal realidad o problemática.

Los programas académicos parten entonces de dos premisas: la primera comprender el aprendizaje como un proceso complejo y, por ende, el docente deberá propiciar espacios de enseñanza que desarrollen tal proceso; en segundo término, que esos aprendizajes– competencias deberán ser pertinentes al contexto social en el que se va a desenvolver el futuro profesional. Para plantear los Resultados de Aprendizaje del programa de Comunicación Social, surgen entonces dos preguntas: ¿cuáles son los aprendizajes que requiere el futuro profesional? y ¿cuáles son las necesidades contextuales en el campo de acción de la comunicación? Para dar respuesta al primero de estos interrogantes, se realizó la revisión internacional que se describe a continuación.

3. Metodología

La presente es una investigación, de corte cualitativo y descriptivo, que tomó como corpus de estudio los resultados de aprendizaje planteados en 16 planes de estudio a nivel internacional. La muestra es no probabilística por conveniencia.

Para recolectar la información, se realizó una consulta en línea de programas académicos, buscando identificar los resultados allí publicados para programas de Comunicación. Cabe aclarar que muchos programas no cuentan con este tipo de información publicada.

Una vez identificados los programas que contaban con estos contenidos en línea, se procedió a diligenciar una tabla de Excel en la cual se clasificaron los resultados según el área o temática a la cual se referían. Las categorías halladas fueron: periodismo, formación profesional, formación en áreas sociales, políticas y culturales, comunicación digital y *marketing*, medios masivos de comunicación, segundo idioma, trabajo en equipo y ética.

Con el ánimo de relatar en detalle los resultados, a continuación se describen las tendencias de los diferentes programas analizados y, finalmente, se presentan una propuesta integradora de los resultados de aprendizaje hallados por categoría o área temática.

4. Resultados

4.1. La oferta de Comunicación en el entorno internacional

En la Universidad de Anatolia (Anadolu University, 2022, 1 de marzo) ubicada en Turquía, una de las universidades más grandes en cuanto a número de estudiantes, se oferta el programa académico “Comunicación de Marca” (*Brand Communication*), cuya duración es de seis semestres (3 años) y que tiene como objetivo:

Capacitar al personal que tiene el conocimiento de los aspectos teóricos de la comunicación de marca y la comunicación de *marketing* y transformar este conocimiento en práctica, contribuir a la gestión del proceso de marca de las instituciones, ser consciente de sus deberes y responsabilidades, y respetar la ética institucional, cultural, social y la justicia social. (Anadolu University, 2022)

En la Universidad Carlos III (2022, 1 de marzo) de Madrid, se oferta el programa académico Comunicación Audiovisual en ciclos cuatrimestrales durante tres años; desde esta universidad se perfilan cuatro títulos de grado: director, guionista y realizador audiovisual; productor y gestor audiovisual; diseño de producción y postproducción visual y sonora; y finalmente el de investigador, docente y experto en estudios visuales.

Estos perfiles apuntan a un comunicador-productor de contenidos, en particular para entornos audiovisuales con cuatro grandes campos de acción que le permiten tener herramientas comunicativas mucho más específicas en el uso de las nuevas tecnologías y narrativas.

En Oceanía, se encuentra la Universidad de Newcastle (2022, 1 de marzo) que oferta el programa académico en Comunicación con duración de tres años en cursos trimestrales. Al interior de su programa, se encuentra el componente de estudio en *marketing* digital, expresado en resultado de aprendizaje como “analizar cuestiones interculturales y éticas en los mercados digitales globalizados”, siendo capaces de integrarse en entornos digitales y analizar situaciones específicas de la sociedad.

Se concibe al comunicador–estratega digital con un fuerte componente social y ético en su ejercicio profesional, articulando conocimientos y responsabilidad social en su quehacer al servicio de diferentes y diversas comunidades.

En Norteamérica se construye también una visión acorde con estos entornos, tal caso se refleja en el programa académico en Estudios de la Comunicación (*Communication Studies*) de la Universidad del Norte en Ohio (Ohio Northern University, 2022, 1 de marzo). En sus resultados de aprendizaje, el comunicador tiene una correlación directa y ética en los entornos digitales como las redes sociales, siendo capaz de “demostrar profesionalismo con respecto a la vestimenta de negocios, el uso apropiado del correo electrónico, la redacción de cartas comerciales, las habilidades de entrevista, el contenido personal de las redes sociales y la capacidad de interactuar en contextos profesionales”. Esto conlleva a diseñar competencias de comunicación asertiva en el entorno digital, habilitando la capacidad de tener responsabilidad ante sus múltiples audiencias sobre lo que allí se dice y se comparte.

Sin embargo, la industria multimedia tiene incidencia en estos perfiles, alineándose con modelos internacionales de productor de contenidos que le permiten estar en constante actualización del saber hacer, de tal manera que lleva al comunicador a “ser competente en la evaluación del trabajo de los periodistas profesionales en función de los estándares de escritura periodística establecidos por las organizaciones de medios profesionales” (Ohio Northern University, 2022).

Similar a ello, se encuentra la Universidad de Texas (The University of Texas at Tyler, 2022). Con una duración de tres años, se oferta el programa de Estudios de la Comunicación y en su perfil de egreso expresan que “los graduados son comunicadores efectivos a través de medios orales, auditivos, escritos y visuales”, correlacionando la labor inherente del comunicador como productor mediático.

En la Universidad de North Park en Chicago (North Park University, 2022, 1 de marzo), el programa de *Marketing* Digital tiene un componente fuerte desde la comunicación, estableciendo que debe ser capaz de:

Comunicarse de manera clara y efectiva en formas escritas, orales y digitales a una audiencia objetivo utilizando estrategias y métodos apropiados para las expectativas de nivel universitario. Los estudiantes demostrarán una comunicación efectiva caracterizada por un trabajo escrito que es claro,

organizado y conciso, pero que exhibe profundidad de análisis y síntesis, y preciso en mecánica y documentación. (North Park University, 2022)

En la Universidad de Illinois, en su programa académico de Comunicación, la salud es un tema de objeto de estudio, abriendo el espectro de aplicación laboral para formularse sobre el papel de la comunicación en el manejo de la salud mental y física, correlacionando la comunicación con la prevención de la enfermedad y la promoción de la salud, así como las relaciones interpersonales; para llegar, incluso, a optimizar las interacciones entre el proveedor de atención médica y el paciente, comunicar los impactos de la tecnología y los esfuerzos en educación y prevención de la salud. Este enfoque resulta muy pertinente ya que el informe Monitor de la Comisión Europea (2022) reporta que, luego del primer año de pandemia, se dieron grandes afectaciones a la salud mental y se generaron trastornos como secuela de la cuarentena obligatoria.

En América Latina, se destaca la oferta de la Universidad del Chimborazo (2022, 1 de marzo) con el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación (ocho semestres), que “desarrolla la Comunicación y el Periodismo fundamentado en el uso racional de las TIC, los laboratorios de radio y televisión, los centros de convergencia de medios y el observatorio de medios”.

Esto coincide con las vertientes europeas y norteamericanas sobre la correspondencia del quehacer con las nuevas tecnologías, apropiándose de ellas para hacer un uso ético de las mismas en diferentes entornos.

Otro componente del quehacer profesional son los entornos corporativos. En el perfil ocupacional, la Universidad del Chimboazo afirma que forma un comunicador “capacitado para el manejo adecuado de la comunicación organizacional orientada al desarrollo”.

En el Cono Sur, se encuentra la Universidad de Buenos Aires y en ella la Licenciatura en Comunicaciones (2022, 1 de marzo), la cual forma productores de contenidos en diferentes plataformas. Estos productores de contenidos están capacitados para “implementar sistemas comunicacionales, producir e interpretar mensajes de distinto tipo y organizar medios de comunicación social”, que a su vez posee una “sólida formación teórica y conceptual para el análisis comunicacional de los fenómenos sociales, y posee herramientas para intervenir de manera crítica y profesional en distintos ámbitos del campo de la comunicación”. Se busca formar un comunicador analista capaz de cumplir sistemáticamente labores de producción y de análisis de los escenarios y productos del comunicador social.

En la Universidad de Belgrano (2022, 1 de marzo) se oferta un programa con doble titulación, similar al diseño académico en Europa con la EEES, teniendo una duración de 4 años y apostando por la educación presencial. En ella se apuesta por un Licenciado en Ciencias de la Comunicación, emprendedor, con sólidas bases en

la “formación teórica y conceptual para el análisis comunicacional de los fenómenos sociales, y posee herramientas para intervenir de manera crítica y profesional en distintos ámbitos del campo de la comunicación”.

A partir del análisis de 16 programas a nivel internacional, fue posible establecer algunas tendencias en las áreas de formación profesional, que se describen en la Tabla 6. En el mundo, la Comunicación Social y el Periodismo se abordan desde la producción de contenidos y estrategias digitales en un rol de productor multimedia, también desde la comunicación corporativa y organizacional, en los medios en general como periodista y, finalmente, se halla también el rol del comunicador para el cambio social.

Tabla 6. Tendencias en las áreas de formación profesional en comunicación

	Estrategia digital	Productor multimedia	Corporativa y organizacional	Periodista	Gestor social
Europa	X	X			
Oceanía	X	X			
EEUU	X		X	X	
Latinoamérica		X	X	x	X

Fuente: elaboración propia.

Las tendencias de la Comunicación Social se caracterizan según las necesidades contextuales de cada uno de los programas académicos: la realidad europea, australiana y norteamericana destacan por tener una fuerte estructuración del quehacer como estrategia digital, a diferencia del contexto latinoamericano.

Misma situación ocurre con la concepción de un comunicador social desde la producción multimedia: Europa, Oceanía y Latinoamérica demuestran esta tendencia clara a partir de la observación de sus planes de estudios y los resultados de aprendizaje que exponen allí.

La línea organizacional y el Periodismo mantienen una tendencia amplia en todo el continente americano, haciendo transversal el cubrimiento de las necesidades a partir de un profesional pensado en esta área. Los resultados de aprendizaje son más específicos y distintivos como la gestión estratégica de procesos de comunicación direccionados a la optimización de los entornos corporativos.

La preocupación por la capacidad para ser un agente de cambio social se ve arraigada en Latinoamérica. Aquellos programas académicos y sus respectivos resultados de aprendizaje son claramente concebidos para la reconstrucción social y la oportunidad de participación e inclusión a una sociedad mucho más diversa. Sin embargo, en Norte América se observa que en ciertas carreras ya han generado resultados de aprendizaje en torno a sus contextos inmediatos, donde se palpan situaciones similares a las latinas.

Tabla 7. Tendencias en el tiempo de formación profesional en comunicación

	3 años	4 años	5 años
Europa	X		
Oceanía		X	
EEUU	X		
Latinoamérica		X	X

Fuente: elaboración propia.

El tiempo de formación de los programas académicos es de tres o cuatro años de estudios, este último es el común denominador para el estudio y apropiación de los conocimientos, así como la apropiación y evaluación de los resultados de aprendizaje. Sin embargo, aún continúan programas académicos, sobre todo en Latinoamérica, que mantienen sus carreras profesionales estimadas para ser cursadas en cinco años; no obstante, su ejecución se justifica en la multiplicidad de perfiles o de la capacidad de realizar una doble titulación.

4.2. Principales resultados de aprendizaje en la formación del comunicador social

Una vez recopilados los resultados de aprendizajes y categorizados por área de formación, se elaboró una redacción que integra las principales ideas en la siguiente propuesta de resultados de aprendizaje para los programas de comunicación social:

Área de formación producción mediática:

- » Analiza y evalúa los impactos de los medios de comunicación.
- » Crea productos comunicativos en diferentes géneros y formatos aplicando procedimientos periodísticos con rigor ético y profesional.
- » Produce y conduce programas para diferentes medios y plataformas.
- » Utiliza herramientas de producción mediática multimedia (herramientas de texto, fotografía, vídeo, audio, redes sociales) para la creación de contenido.

Formación profesional:

- » Analiza información de distintas fuentes demostrando un pensamiento crítico y capacidad de resolución de problemas.
- » Identifica las principales corrientes teóricas de la comunicación.
- » Aplica diferentes corrientes teóricas de la comunicación para analizar las prácticas o productos comunicativos.
- » Analiza y contrasta fuentes como parte del proceso de producción comunicativa.

- » Analiza los modelos y procesos comunicacionales en diferentes tipos de organizaciones.

Comunicación política:

- » Comprende los impactos de la comunicación en los procesos de transformación social y cultural.
- » Aplica conocimientos de comunicación política para promover procesos de transformación social en temáticas concernientes a la vida pública y la promoción de derechos.
- » Crea procesos de comunicación para el cambio social haciendo uso de estrategias de comunicación pública y deliberativa.
- » Comprende los entornos socio culturales en su diversidad cultural, de clase, religión, género, identidad sexual y diversas discapacidades.

Comunicación corporativa:

- » Identifica los procesos comunicativos al interior y exterior de la organización para realizar diagnósticos participativos que le permitan elaborar propuestas de mejora.
- » Interpreta problemáticas de la comunicación organizacional a partir de teorías de este campo de la disciplina.
- » Diseña planes y estrategias de comunicación a partir del diagnóstico de comunicación participativa.
- » Evalúa procesos comunicativos en las organizaciones y el impacto de las acciones aplicadas para su mejoramiento.
- » Analiza estrategias de comunicación en función del cumplimiento de los objetivos de la organización y su contexto.

Comunicación digital y mercadeo:

- » Identifica las diferentes redes sociales, sus características y mecanismos de interacción.
- » Aplica conocimientos sobre redes sociales para explicar los procesos de comunicación corporativa y de marca.
- » Crea estrategias de *marketing* digital en las que evidencia su conocimiento sobre el funcionamiento de las redes sociales y la optimización de herramientas de búsqueda y publicidad.
- » Crea contenido comunicativo para medios digitales como parte del desarrollo de estrategias multimedia.
- » Evalúa estrategias comunicativas y de mercadeo en entornos digitales valorando su efectividad e interactividad para incrementar su flujo, visibilidad, consumo, satisfacción del usuario y tasas de respuesta.

- » Analiza las tendencias emergentes en los entornos de comunicación y mercadeo digital aplicando conocimientos de *marketing*.
- » Gestiona procesos de comunicación de forma estratégica con la intención de optimizar los procesos en el entorno corporativo.

En el contexto internacional, se halla la comunicación para el desarrollo o para el cambio social como una tendencia importante; de hecho, Arroyave-Cabrera y Gonzalez-Pardo (2022) ubicaron entre las temáticas más estudiadas, publicadas en revistas indexadas en América Latina entre el 2009 al 2018, la Comunicación y Salud (21 %) y la Comunicación y Estudios Socioculturales (16 %). Sin embargo, esta tendencia no se halla al categorizar los resultados de aprendizaje, esto se explica por la forma en que los programas plantean los resultados. Al analizarlos estos, se referían de forma general a comprender el proceso comunicativo (categoría formación profesional); producir contenidos comunicativos (categoría producción mediática); y elaborar estrategias comunicativas para diferentes contextos o comunidades (categoría comunicación organizacional).

Otro elemento transversal en estos programas es el de la formación crítica, analítica, ética, y capacidad de comprender el rol de la comunicación en los procesos de empoderamiento de las comunidades vulnerables. Esta tendencia a la generalización, antes que ser un problema, da pistas sobre la esencia del campo de estudio de la comunicación, centrando la formación en el análisis de problemáticas comunicativas, creación de contenidos y estrategias comunicativas, y haciendo seguimiento a su implementación con un sentido ético y crítico.

Una tendencia en la revisión de los programas internacionales se encuentra en la formulación de resultados de aprendizaje transversales, como el trabajo en equipo, el desarrollo ético y la formación en un segundo idioma.

Trabajo en equipo:

- » Emplea habilidades de comunicación asertiva y gestión de personal en el manejo de equipos de trabajo.
- » Trabaja de forma colaborativa para facilitar el trabajo con otros.
- » Gestiona y busca soluciones para las problemáticas que surgen en el trabajo en equipo, aplicando competencias en la resolución de conflictos, dinámica de grupo, escucha activa y comunicación asertiva.

Ética:

- » Analiza diversas temáticas con una perspectiva ética y globalizada.
- » Conoce los aspectos legales y éticos de la producción mediática.
- » Aplica estándares de conducta ética en su ejercicio profesional y personal.

- » Reconoce los dilemas éticos y morales que afronta el ejercicio profesional del comunicador.
- » Conoce los aspectos éticos de la producción comunicativa y difusión de información en diferentes plataformas y formatos.

Segundo idioma:

- » Se comunica de forma efectiva en lenguas extranjeras (francés, portugués, italiano, inglés).

5. Conclusiones

El reto actual de los programas académicos del país, de dar cumplimiento al Decreto 1330 de 2019 y la cultura de resultados de aprendizaje, ha implicado un aprendizaje acelerado por parte de docentes y administrativos para adaptar los modelos educativos tradicionales a un nuevo panorama más centrado en el estudiante y la necesidad de llevarle a alcanzar niveles más complejos en las diferentes competencias.

Como primera tarea, se ha planteado “definir los resultados de aprendizaje”. Para lograrlo, los programas realizan revisiones de tendencias nacionales e internacionales, como la descrita en el presente texto, buscando elementos comunes que permitan identificar la esencia o deber ser profesional que buscan formar. Queda ahora la tarea de “determinar las actividades de enseñanza–aprendizaje” necesarias para alcanzar tales resultados y “establecer mecanismos de seguimiento y evaluación”.

“En el contexto de la autonomía universitaria, la Institución está en libertad de formular los RA esperados en el Programa; sin perder de vista que estos posibiliten el logro del perfil de egreso del programa y estén en armonía con la naturaleza de la Institución” (MEN, CNA y CONACES, 2022, p. 49). Es decir, pensar en los resultados de aprendizaje del comunicador social es pensar en su perfil de egreso y los aprendizajes que se esperan de un profesional en esta área.

Los resultados de aprendizaje en el área de producción mediática apuntan a características indispensables del quehacer, solidificando las bases y construyendo habilidades como el escribir correctamente, el consultar y contrastar fuentes, verificación datos o *fact check*, el rigor y la acción investigativa, el tratamiento de fuentes y su responsabilidad en el ejercicio ético de su profesión tanto en la vigilancia del actuar del medio como en la empresa, del periodista, y en especial del velar por los derechos de las fuentes y los usuarios de los medios.

Los entornos digitales mejoraron la calidad y el tiempo de entrega de la información, al mismo tiempo que la creatividad y las narrativas *cross* y transmedia han permitido hilar didácticamente historias. En este punto es de resaltar la existencia de cursos

que plantean su objeto de estudio a partir de videojuegos y construcción de personajes como una forma de enganchar mejor con la trayectoria de estos en el mundo actual.

Cada vez más, los videojuegos rompen ese estigma de poca utilidad e irrumpen en los escenarios académicos y de realidad aumentada, con ayuda de la inteligencia artificial y la capacidad de interactuar con estos para alcanzar logros que tradicionalmente serían más complejos.

En consecuencia, el área digital crea nuevos perfiles y campos profesionales para el comunicador, lo que implica desarrollar aprendizajes sobre medición de datos, la estructura de lenguaje básico de programación, métrica de páginas web, estrategias y producción de contenido acorde a las particularidades de cada entorno en el que se aplicarán.

En el campo de la formación disciplinar en ciencias sociales en los programas internacionales, se halla una reducción de este tipo de cursos; sin embargo, esto no implica que haya una desconexión con la función social del comunicador. Los resultados de aprendizaje enfatizan el desarrollo de competencias en pensamiento crítico, responsabilidad ética y en particular un enfoque de promoción de derechos en diversas áreas (política, ecológica, salud, comunidades vulnerables, entre otras).

Los resultados de aprendizaje enfocados en la comunicación para el desarrollo y el cambio social predominan en Estados Unidos y Latinoamérica, contextos donde se padecen los vestigios de la violencia, la discriminación y la falta de oportunidades; sumado a una nueva transformación social dirigida a la inclusión y el entendimiento de la diversidad sexual. Por ende, los resultados de aprendizaje en este sector son orientados a crear habilidades para el apoyo y la construcción de una sociedad más humana y empática. El trabajo en equipo también se alcanza a estimar aquí.

Retomando las recomendaciones del MEN, CNA y CONACES (2022) y que un resultado de aprendizaje debe indicar las acciones, objetos y contextos o condiciones del aprendizaje a alcanzar, se elabora la siguiente tabla a manera de síntesis:

Tabla 8. Aproximación a los resultados de aprendizaje del comunicador

Acciones o comportamientos (verbo)	Objeto sobre el que recae la acción (contenido)	Contexto / condición
Analiza estratégicamente	Productos comunicativos Estrategias Procesos comunicativos en distintos tipos de organizaciones	Pensamiento complejo Sentido crítico Comportamiento ético Habilidades de trabajo en equipo
Crea	Contenidos - productos Planes - estrategias	Compromiso social
Gestiona	Procesos de producción Planes - estrategias Recursos	Promoción de derechos

Fuente: elaboración propia.

Se tiene, entonces, que los resultados de aprendizaje en programas de Comunicación buscan formar un comunicador estratégico, creador de estrategias y productos mediáticos, con un propósito de transformación social, sentido crítico y ético en el ejercicio profesional.

Los docentes se enfrentan al reto de decantar la esencia de la Comunicación como disciplina y, con ella, delimitar el siempre en expansión campo laboral del comunicador social. Los hallazgos en los programas de Comunicación para el cambio social nos dan una pista sobre cómo sortear este problema: desde una visión estratégica que comprende la labor del comunicador como analista de procesos comunicativos, gestor de estrategias, creador de contenidos, con capacidad para trabajar en equipo, resolver problemas y aprender de forma continua.

En México, Galindo Cáceres (2012) propone una alternativa desde la complejidad, proponiendo que el comunicólogo tenga una visión estratégica para el desarrollo de todos los procesos comunicativos en diferentes tipos de organizaciones.

Entonces, se recomienda a los docentes desarrollar una mirada integradora de los resultados de aprendizaje en la formación del comunicador, viéndolo como un profesional estratégico:

Perfil del comunicador estratégico: hay comunicadores trabajando en los medios y también en las instituciones, en las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), en el Estado, en empresas, en escuelas, en centros comunitarios, en hospitales y en centros culturales. Todos son espacios diversos que requieren articular acciones de múltiples grupos y sectores, ya que su objetivo es aportar cierta transformación sociocultural concreta.

Los comunicadores estratégicos son operadores de la multidimensionalidad del fenómeno comunicacional desde una perspectiva respetuosa de la

diversidad. Son buscadores del cambio deseable y posible para todos los componentes de la comunicación desde un reconocimiento de las trayectorias de las matrices socioculturales, considerando sus modalidades de vinculación con las problemáticas, sin pretensiones de completitud, tampoco de dogma y siempre abiertos a la heterogeneidad del mundo.

Especificidad del comunicador estratégico como especialista en reconocer y en promover encuentros socioculturales: ciertos ritmos que se incluyen, sintonías diversas pero que son convergentes de maneras lábiles. Comunicador estratégico como especialista en propiciar tonos capaces de transformaciones deseables y posibles en torno a una situación dada. Comunicador estratégico como especialista en el cambio social conversacional. (Galindo Cáceres, 2012, p. 13)

Referencias bibliográficas

- Consejo Nacional de Educación Superior. (2020, 1 de julio). Acuerdo 02. *Por el cual se actualiza el modelo de acreditación en alta calidad*. <https://bit.ly/3INoDeX>
- AMETIC. (2012). *Perfiles Profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España 2012 – 2017*. Fundación Tecnologías de la Información. <https://bit.ly/3Z1r7gs>
- Anadolu University. (2022, 1 de marzo). *Associate Degree Program in Brand Communication. Key Learning Outcomes*. Anadolu University. <https://bit.ly/3IO5SJo>
- Anadolu University. (2022, 1 de marzo). *Digital Communications and New Media. Learning Outcomes*. <https://bit.ly/3kxmmvY>
- ANECA, A. (2005). *Libro Blanco, Títulos de Grado en Comunicación*. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://bit.ly/3Srqq0U>
- Arroyave-Cabrera, J. y Gonzalez-Pardo, R. (2022). Investigación bibliométrica de comunicación en revistas científicas en América Latina (2009-2018). *Comunicar*, XXX(70), 85 - 96. doi: <https://doi.org/10.3916/C70-2022-07>
- Bloom, B.S. (1956). *Taxonomía de los objetivos educacionales, Manual I: El dominio cognitivo*. David McKay Co Inc.
- California Baptist University. (2022, 1 de marzo). *Journalism and New Media, Bachelor of Arts. Student Learning Outcomes*. California, Estados Unidos: California Baptist University. Obtenido de <https://calbaptist.edu/programs/bachelor-of-arts-journalism-media/outcomes>
- Civil i Serra, M. (2018). Los estudios universitarios de comunicación en España (2017) Análisis de la situación actual para un debate abierto sobre su futuro estratégico. En I. Postigo Gómez y M. Recoder Sellarés (Edits.), *Los y las «tics» en los estudios de comunicación* (p. 15-83). Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación, ATIC. <https://bit.ly/3EA51tm>
- Comisión Europea. (2022, 14 de septiembre). *Monitor de la Educación y la Formación de 2021*. Comisión Europea. <https://bit.ly/3EvBhNZ>
- Ministerio de Educación Nacional. (2019, 25 de julio). Decreto 1330. *Por el cual se sustituye el Capítulo 2 y se suprime el Capítulo 7 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015 -Único Reglamentario del Sector Educación*. <https://bit.ly/3EBuPFv>
- Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, XIX(38), 75-82. <https://bit.ly/2vxtFqn>
- Galindo Cáceres, J. (2012). Comunicología e ingeniería en comunicación social del conflicto y la articulación. Apuntes para un programa de trabajo en comuniconomía de la comunicación estratégica. *Intersticios sociales* (3), 1-35. <https://bit.ly/3ExWI0U>

- Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999). La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia. *Revista de Estudios Sociales*, 54 - 68. <https://bit.ly/3Z0gsCF>
- Mellado, C., Simón, J., Barría, S. y Enríquez, J. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 12(23). <https://bit.ly/3IAJMst>
- MEN, M., CNA, C. y CONACES, C. (2022). *Una mirada a los resultados de aprendizaje*. CNA y CONACES. <https://bit.ly/3m289YD>
- Newman, N. (2017). *Journalism, Media, and technology trends and predictions 2017*. University of Oxford, Reuters Institute for de Study of Journalism. <https://bit.ly/2FEsuwN>
- North Park University. (2022, 1 de marzo). Digital Marketing. *Student Learning Outcomes*. North Park University. <https://bit.ly/3IlzDzC>
- Ohio Northern University. (2022, 1 de marzo). Communication Studies. *Learning Outcomes - Social Sciences*. Ohio Northern University. <https://bit.ly/3IY0UAJ>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2015). *Declaración de Incheon y Marco de Acción ODS 4 – Educación 2030*. UNESCO, UNICEF, Banco Mundial, UNFPA, PNUD, ONU Mujeres, ACNUR. <https://bit.ly/2CoBmna>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2015, 25 de septiembre). *Organización de las Naciones Unidas*. <https://bit.ly/2qk9f28>
- Pereira, J. (2005). La comunicación: un campo de conocimiento en construcción Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia. *Investigación y desarrollo*, 13(2), 412 - 441. <https://bit.ly/3xLRDP0>
- Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA). (2022, 1 de marzo). *Licenciado en Comunicación Digital e Interactiva*. <https://bit.ly/3YZ8HwU>
- Ministerio de Educación Nacional, (2020, 19 de noviembre). Resolución 21795. *Por el cual se establecen los parámetros de evaluación, verificación y evaluación de las condiciones de calidad de programa de reglamentadas en el Decreto 1075 de 2015, modificado por el Decreto 1330 de 2019, para la obtención, modificación y renovación del registro calificado*. <https://bit.ly/3koiL3k>
- Tejedor Calvo, S. y Cervi, L. (2017). Análisis de los estudios de Periodismo y Comunicación en las principales universidades del mundo. Competencias, objetivos y asignaturas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1.626 a 1.647. <https://bit.ly/3KAIPed>
- The University of Texas at Tyler. (2022, 1 de marzo). Communication Studies Undergraduate Program. *Learning Objectives for Students*. The University of Texas at Tyler. <https://bit.ly/41os1Fd>

- Universidad Carlos III. (2022, 1 de marzo). Comunicación Audiovisual. *Resultados de aprendizaje del Grado en Comunicación Audiovisual*. Universidad Carlos III. <https://bit.ly/3XZcCIw>
- Universidad de Belgrano. (2022, 1 de marzo). *Ciencias de la Comunicación*. Buenos Aires, Universidad de Belgrano. <https://bit.ly/3kESI8b>
- Universidad de Buenos Aires. (2022, 1 de marzo). *Ciencias de la Comunicación*. <https://bit.ly/3ZjeI7U>
- Universidad de Las Américas UDLA. (2022, 1 de marzo). *Licenciado en Periodismo*. <https://bit.ly/2wn2U8c>
- Universidad Nacional de Chimborazo. (2022, 1 de marzo). *Comunicación. Perfil de la carrera*. Chimborazo. <https://bit.ly/3Yfl5rp>
- University of Illinois. (2022, 1 de marzo). Bachelor of Arts in Liberal Arts & Sciences Major in Communication. *Learning Outcomes*. <https://bit.ly/41lHi9X>
- University of Newcastle. (2022, 1 de marzo). *Bachelor of Communication*. University of Newcastle, Australia. <https://bit.ly/3Y3jyoa>
- University of Newcastle. (2022, 1 de marzo). Digital Marketing. *Learning outcomes*. (U. o. Newcastle, Ed.) <https://bit.ly/3Y06ujx>
- University of Southern Maine. (2022, 1 de marzo). Communication and media studies. *Communication Learning Outcomes*. University of Southern Maine. <https://bit.ly/3YWpy3f>

EDUENTRENAMIENTO ENSEÑANZA DE LA CRÓNICA Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

EXPERIENCIAS DE INVESTIGACIÓN DESDE EL ORIENTE COLOMBIANO

Esta obra, financiada por AFACOM, presenta los resultados de tres procesos de construcción de conocimiento adelantados en el oriente colombiano por investigadores de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, la Universidad Autónoma de Bucaramanga y la Universidad Francisco de Paula Santander de Cúcuta.

Este libro ofrece una discusión sobre los resultados del proyecto "Fortalecimiento de la identidad cultural y la comunicación en adolescentes y jóvenes rurales de Girón, Santander, con el apoyo del Eduentrenamiento". Igualmente, da cuenta de la experiencia en la enseñanza de la crónica periodística en el curso Textos Especializados de la UNAB y presenta una reflexión sobre las principales tendencias internacionales en la formulación de resultados de aprendizaje en los programas de Comunicación o similares a nivel internacional.

La obra está dirigida a profesionales, docentes, estudiantes e investigadores de las ciencias sociales, la comunicación social, el periodismo y disciplinas afines. Así mismo, el libro está dirigido a comunidades académicas y científicas interesadas en estudiar el vínculo entre la educación y la comunicación.



Universidad Francisco
de Paula Santander
Vigilada Mineducación



Incluye

- ▶ Resultados de una experiencia investigativa sobre eduentrenamiento en el territorio colombiano.
- ▶ Una reflexión y sistematización académica y metodológica sobre la enseñanza de la crónica en la formación de comunicadores sociales.
- ▶ Un mapa internacional de tendencias sobre los resultados de aprendizaje en la enseñanza de la comunicación social en tres continentes.

Giovanni Bohórquez Pereira

Comunicador Social-Periodista de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Magíster en Ciencia Política de la Pontificia Universidad Javeriana (Colombia) y candidato Ph. D. Ciencia Política, Universidad del Zulia (Venezuela). Docente Asociado de la Universidad Pontificia Bolivariana, UPB, sede Bucaramanga y Coordinador del Semillero U'wa Werjayá de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la UPB, sede Bucaramanga (Colombia), Investigador Asociado para MINCIENCIAS, Colombia. Integrante del grupo de investigación TIC y Ciudadanía, Categoría A en MINCIENCIAS.

Carolina García Pino

Mgtr. en Estudios Sociales y Culturales. Mgtr. en Gestión de la Tecnología Educativa. Esp. en Práctica Pedagógica. Esp. en Administración de la Tecnología Educativa. Comunicadora Social. Docente e investigadora en la UFPS. Tiene experiencia laboral en el diseño metodológico de proyectos de intervención comunitaria.

Ricardo Jaramillo Pulgarín

Mgtr. en Educación. Comunicador Social-Periodista. Profesor asociado del programa de Comunicación Social de la UNAB. Ha sido redactor, director de medios de comunicación, jefe de prensa y relacionista público de entidades públicas y privadas, y docente en diversas áreas de la Comunicación.

Paula Andrea Ortiz Archila.

Comunicadora Social y Periodista en formación de la UPB, Bucaramanga. Integrante activa del semillero de investigación U'wa Werjayá de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la UPB. Locutora y productora de radio.

Héctor Pedrozo Narváez

Mgtr. en Escrituras Audiovisuales. Comunicador Social. Docente e investigador en la UFPS. Tiene experiencia laboral en producción audiovisual en entornos corporativos. Productor mediático. Docente de fotografía y televisión.



e-ISBN 978-958-503-640-6