

'La credibilidad le permite a Noticias Uno experimentar para salir de la crisis'

Por **WILLY RAMÍREZ** | **ARDÉMICA** | 16 de febrero de 2015



Joaquín Gómez-Meneses. Foto: Javier Sánchez

Medios ciudadanos y conflictos urbanos. Expresiones de prebendismo y participación en Colombia

El pasado fin de semana Noticias Uno anunció su salida del aire y las razones se debían entre la crisis de los medios y una posible censura o autocensura por razones económicas por ser un medio conocido para el gobierno. Una noticia que se suma a un río de desastres mediáticos en El Tiempo, Semana y RCN.

Para analizar qué está pasando con los medios en el país, la SIIA Académica entrevistó a Joaquín Gómez-Meneses, profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia Bolivariana, director del periódico universitario Comercio y de la Red Colombiana de Periodismo Universitario, quien realizó una investigación que está próxima a publicarse sobre la caracterización de los medios que existen en Medellín y otros, que está próxima a publicarse, sobre las condiciones laborales de sus periodistas y que arroja luz sobre la situación en todo el país.

PRESENCIA DE INVESTIGACIÓN

El Tiro al Blanco es el libro de Pablo y el equipo de trabajo de la SIIA Académica en Colombia.

Los puntos de vista sobre cultura y arte en Colombia.

La independencia como gesta heroica en el contexto histórico-social. La "Batalla" de los investigadores. 1988 - 1998.

El patrimonio de la independencia en Colombia: ciudades, documentos, referentes.

Investigación y conocimiento en Colombia, actualidad y perspectivas de futuro.

www.lsa.org.co | @lsaorgco

La SIIA Académica: Usted hizo un mapeo de 226 medios en Medellín, que básicamente cubren todo el escenario de medios y de sus periodistas. ¿Cuáles son las tres conexiones más interesantes de ese estudio?

JGM: Por una limitación de recursos no pudimos entender el mapeo a los nueve municipios que conforman el Área Metropolitana del Valle de Aburrá pero sílo tomamos Medellín y nos expandimos a la ciudad de 226 medios.

De esos la mayoría siguen siendo escritos con un 33 por ciento, seguidos por los televisivos con un 22 por ciento y, casi alcanzando a estos, en un tercer lugar, los digitales con un 21 por ciento. Por último están los radiales con 14 por ciento.

Los digitales son en buena medida la causa del crecimiento como lo demuestran las estadísticas sobre medios digitales realizados por Consejo de Medios: en 2010 existían 281 medios digitales, en 2013, 316 y en 2014, 414.

De esos, Antioquia tiene el 12 por ciento de los medios digitales del país después de Bogotá que tiene el 33 por ciento.

Lo digital es una oportunidad para el crecimiento de nuevos medios periodísticos.

LSA: ¿Cuántos de esos nuevos medios digitales cree que existan en 5 años?

JGM: La cifra de mortalidad de Pymes de Confecolmarte es de 5 años. 7 de cada 10 desaparecen en esos periodos.

Sin embargo, las cifras del Consejo de Redacción muestran una realidad diferente. 7 de cada 10 medios creados en 2013, continuaban funcionando en 2014; es decir, pasaron la prueba de los 6 años. La cifra es menor para los creados en 2012, 8 de cada 10 se mantuvieron 6 años seguidos.

LSA: ¿Cuáles son los más sólidos?

JGM: Entre los diferentes tipos de medios los que muestran mayor solidez son los radiales. En Medellín por lo general hay 54 emisoras, y en el caso de muchas de ellas, como la Radio Bolivariana, su nacimiento está ligado a la historia de la radio en Medellín y se remonta a 1948 que fue el año de surgimiento de las grandes cadenas.

En todo caso, los emprendimientos periodísticos más jóvenes viven de manera más solida lo que hoy están viendo medios fuertes como El Tiempo. Los radiales son similares solo que, mientras las estadísticas de estos se conocen, las de los que apenas están empezando desaparecen.



Joaquín Gómez-Meneses. Foto: Javier Sánchez

LSA: ¿Qué cree que es lo que le está pasando a medios como El Tiempo, RCN y ahora Noticias Uno?

JGM: Es sobre todo una crisis de credibilidad que podría compararse con el servicio "governor" de otro tipo de servicios.

Hay que preguntarse cuál es el valor que percibe quien consume la información más allá del momento en que la recibe y que tiene que ver con el uso que hace de ella. Por eso hoy hablamos de usuarios, de personas que comparten la información, que hacen uso de ella para tomar decisiones relacionadas con la elección de sus gobernantes, el trabajo, hasta la salud y la vida.

La credibilidad es un activo que uno no ha sabido ponerle bien los periodistas pero sobre todos los directivos de los medios. Los equipos de trabajo periodísticos no pueden tener la misma lógica de los que producen en áreas financieras, administrativas...

LSA: Según usted la mayoría de periodistas entrevistados en su investigación, dicen que el mayor obstáculo para ejercer libremente el periodismo son los intereses de las empresas para las que trabajan. ¿Qué tipo de intereses?

JGM: Jorge Orlando Melo en su obra "La Libertad de Prensa en Colombia: pasado y perspectivas actuales", ilustra la relación histórica de la prensa con la política. Al inspiración es que, hasta la primera mitad del siglo XX los intereses que impulsan a los periodistas eran, en su orden, de tipo político y económico, dada la importancia que tenían los partidos políticos. Ahora el orden se invirtió a lo económico y político.

LSA: Ese es el argumento oficial para sacar del aire a Noticias Uno. ¿Cree en ese argumento?

JGM: Hay un hecho que es que Noticias Uno afronta problemas económicos y, por ejemplo, le restaban una pauta significativa en sus ingresos que era la del Grupo Quil. Es evidente que un periódico tiene la decisión de no seguir invirtiendo sus recursos en un determinado medio de comunicación.

Dentro que necesitamos determinar si las consideraciones son puramente financieras o si se cruzan con intereses políticos porque según la Pío el Grupo Avianca la decisión dependió de que Noticias Uno revelara los detalles de la muerte de Jorge Enrique Pérez.

Algo que hay en términos del principio fundamental del libre ejercicio de la prensa y del derecho de la gente a informarse. La decisión es evidente, los medios no son tan claros.

LSA: ¿La censura puede venir más desde los propietarios de los medios y decisiones internas que desde los gobiernos?

JGM: El tema es tan amplio que puede venir de ambos. Páula Fariñas en su decisión de dejar de postear en un medio obedeció a que no le da la retórica que el inversionista esperaba o a que la independencia del medio juega el control de su rentabilidad o seguridad.

Con el punto de lo que hay que discutir para ver si los medios de comunicación deben empezar a financiarse de otro modo.

LSA: ¿Qué porcentaje de ingresos de los medios proviene de pauta oficial?

JGM: Es difícil saberlo porque las cuentas no son claras. Lo que es claro es el nivel de corrupción que han alcanzado. La Pío, por ejemplo, publicó un informe social en diciembre de 2014 según el cual la Asamblea de Pedagogía Docente había invertido 130 mil millones, más una tarifa elevada por una Asamblea porque incluía inversión en viajes y comedores y no sólo pauta en medios, y dijo que las cifras ascendían entre 15 mil y 26 mil millones. Si esa cifra en todo caso la cantidad es considerable.

Y es una tendencia que se repite en otras ciudades. Desde Bogotá, Dominguillo hasta Manizales donde la pauta del alcalde Orlando Cardona se incrementó en un 122 por ciento respecto a la cantidad anterior, según La Liga contra el Gilestro.

LSA: ¿Qué tanto esa pauta oficial abre la puerta para que los gobiernos manipulen la información de los medios?

JGM: Una tendencia es que quienes quieren que se supere la compra de un servicio en un medio de comunicación de derecho a una pauta en la línea editorial del mismo.

Es recurrente, también, los riesgos que corren de las oficinas de redacción a las áreas de comunicación de las empresas o de las entidades públicas.

En una cuestión incluso de forma, la inversión en cableados debe ser más clara, no solo desde quien sufre sino desde quien ordena el gasto. Muchas veces se equipara el medio que presta un orden de comunicación cuando vende una pauta con el de un influenciador que costeará para que posea una prensa, como lo hizo recientemente el Gobierno nacional, por ejemplo, con Manuel Mantilla y el diario de Calles y Bolsas. Eso continúa a esperar de los dos tipos de medios y el entorno de independencia con la que debe actuar un medio es muy superior al de un influenciador.



Joaquín Gómez-Meneses. Foto: Javier Sánchez

LSA: El 58 por ciento de los periodistas entrevistados creen que lo que más les valen de su trabajo es la ética. ¿Cree en la baja credibilidad que tienen algunos medios?

JGM: Las audiencias les han pasado factura y los medios por su incoherencia entre el actuar y el pensar.

En Medellín ha pasado que periodistas representativos de la opinión les han cobrado a los medios de la ciudad que en ciertos momentos, para ellos claros, se hayan silenciado respecto a los homicidios y la calidad de aire, por ejemplo. Es una incoherencia que los directores de los medios que les exigen a sus equipos que trabajen con rigor y después les dicen que le enmascaran a un tema tras una llamada o un encuentro.

LSA: ¿Cree que este gobierno ha tratado de frenar historias en los medios como se dijo en su momento de las ejecuciones extrajudiciales y ahora con la salida de los periodistas de Caracas?

JGM: Yo creo que es posible pero también creo que no pasa a todos los niveles ni en todas las situaciones. Por ejemplo, la decisión de Juan Pablo Bero, el exdirector de Pío, de censurar y sacar los Puntos Críticos del aire me parece que es más un caso de un funcionario de rango medio que actual como periodista o influenciador que sufre la falta, por voluntad o a conveniencia, para ser expuesto en el noticiario.

LSA: ¿Qué temas ve todavía ausentes de la agenda pública que deberían ser más visibles?

JGM: Se ha hablado mucho de la muerte de los niños víctimas sociales pero no se ha hecho un estudio suficiente de la relación entre los conflictos ambientales y el aumento de quienes se han opuesto a proyectos de infraestructura o extractivos.

Se necesita todavía hacer más seguimiento al problema de la corrupción no solo en el sector público sino en el cooperativo como lo admitió ayer el Procurador.

Y aunque La SIIA ha hecho recientemente un esfuerzo, la industria del fútbol nos debe todavía muchas explicaciones sobre la financiación de los equipos, la discriminación de los recursos, los derechos laborales de los jugadores, entre otros.

LSA: ¿Por qué cree que un medio como Noticias Uno que goza de credibilidad es tan poco visto?

JGM: Me parece que el hecho es que ha habido un retroceso a la salida del aire de Noticias Uno de cuenta del valor de su credibilidad.

Es extraño que le permita hacer experimentos que podrían ayudarle a salir de la crisis como el que propuso para el próximo fin de semana para que se diga su emisión por internet.

Es la forma de ir saliendo el camino pero conjetras en un producto digital. Lo mismo pasó con Inmóvil, por ejemplo, que transitó a digital y después volvió a la impresión pero con un traje más pequeño y ha pasado también con The Guardian y con el NYT que han invertido en la diversificación de sus contenidos digitales. Esto solo lo han podido hacer porque, con la regulación y la credibilidad que tienen, sus usuarios los siguen a donde vayan.

La credibilidad tiene un papel fundamental en la salida a la crisis de los medios pero que tengan continuidad pero no van a encontrar el espíritu de principios del siglo XX. Debido a la cantidad de medios que hoy hay, el periodismo de las redes sociales y a que no todos los caminos tienen acceso a internet, las cifras van a ser diferentes.



Periodistas de Noticias Uno en un momento de su trabajo. Foto: Javier Sánchez

LSA: ¿Cree que son viables las nuevas formas de financiación de los medios como los muros de pago, el crowdfunding, etc.?

JGM: Cada forma de financiación tiene unas limitaciones. Incluso 30 digital en radiales con El Tiempo por ejemplo, se financia con pauta digital a partir del tráfico que genera, la promoción y la oferta a la calidad informativa y visual de sus contenidos.

Con la Draja Roja y el Presidente tuvieron con un esquema de colaboración que es bueno porque tienen una visión y no están por ellos, el problema que tienen es la sobre oferta de contenidos de opinión y una reducción de investigación.

Los medios que establecen un muro de pago les exigen pagar por los mismos contenidos a los que acceder gratuitamente.

Crowdfunding tiene la limitante de que es difícil que antes de conducir a los medios a ser tan masivos como lo han otros como el aumento de internet. La cara positiva es que permite promover sus campañas, medios como La Sillaneta sabido administrar bien su credibilidad y la masa crítica que ha surgido de la descepción de los medios tradicionales.

No son las mismas proporciones de lectores de antes. Han siendo internet un medio tan masivo.

Muchos proyectos digitales con alcance regional o local han encontrado más que una posibilidad de financiación, una alternativa financieramente viable para tener una audiencia.

LSA: Usted encontró en su estudio que la mayoría de periodistas de Medellín son menores de 30 años, de clase media y solteros. ¿Cómo se refleja esto en el periodismo que hacen?

JGM: Se refleja en que los periodistas actualmente tienen carreras más cortas y no alcanzan a hacer la curva de aprendizaje completa. Algo que les cuesta mucho a los medios pero pierden lo invertido es que algunos aprenden y se adaptan a las dinámicas de trabajo de la empresa.

Sus carreras cortas no sólo obedecen a problemas de la empresa para las que trabajan sino a que a esa edad muchos de ellos se casan una bebé y se van a estudiar. O incluso que algunos quieren ser padres antes de haberse casado y se van a cuidar el mundo.

Por otro lado, tener una deficiencia en el conocimiento sobre la gestión pública, como lo planteaban todos Lara y Claudia Palacios hace unos meses.

En otras palabras, además de inexperiencia, no tienen herramientas técnicas. Muchos laboran en el sector educativo que no porque el medio laboral está cambiando tenemos que abandonar los viejos ritos que implican las debilidades de la educación básica y media.

Los estudiantes de periodismo continúan cubriendo temas de gobierno pero no comprenden cómo funcionan las ramas del poder público, el Estado. No saben para qué sirve el Consejo.

Esos mismos son los riesgos de la cultura política y a la que nos enfrentamos. La gente no sabe qué tiene un concejal o un diputado. En las salas de redacción se enfatizan con conceptos a periodistas veteranos que los acompañan en su proceso de aprendizaje pero también con otros que están cansados "de moler" y no tienen la paciencia.

LSA: En Estados Unidos y Europa los periodistas de los principales medios suelen ser mayores y con mayor formación. ¿Por qué aquí es diferente?

JGM: Tiene que ver con la crisis de credibilidad que mencionaba antes. Necesitamos una visión generacional distinta que permita tener en los espacios de trabajo entre de una forma calificada y más basada en sus tener una educación más avanzada con nuevas reglas, pero sin perder la legitimidad.

Los efectos de la colonización generacional, con el cambio que hubo en el medio de El Colombiano, por ejemplo, algunos subsistemas han resultado un mayor compromiso gafas en términos de la profundidad de los contenidos. En El Mundo se controla la redacción. El Expositor es ejemplo de un orgullo más interesante.

Si se deja de considerar gente joven en formas, más es una visión de más largo alcance.

LSA: Usted encontró que un 62% de los encuestados son profesionales y de esos 76 % están estudiando actualmente con qué chip viven?

JGM: Vienen con el chip de formación mejor y las universidades han respondido a eso con los debates tradicionales, por ejemplo. Están enseñando comunicación y derecho, publicística historia, algo que les permite ver la variedad desde diferentes ángulos y así armar las opciones de trabajo también.

En todo caso, a la mayoría ya le interesa aprender más de cinco años en un punto no se ven jubilados en una empresa.

Aquí hay una interacción entre un panorama de incertidumbre también en las empresas en general y no solo en las grandes. Corporaciones grandes como Invepar, Argos o Bancolombia también están haciendo ajustes considerablemente y perjudicando, fomentando y creando puestos de acuerdo a sus necesidades que son cambiantes.

LSA: ¿Cuál es el promedio de salario que ganan los periodistas?

JGM: La mayoría gana en promedio tres salarios mínimos. Es la ley de la demanda y la oferta. Frente a esta realidad los periodistas entrevistados hablan de que podrían tenerse compensados a los medios lo mantienen a cambio, los dejan la posibilidad de hacer un subempleo especial, la coordinación de una sección, o les dejan la oportunidad de capacitarse.

Para los periodistas hoy es una prioridad enormemente en manejar software, de equipos o de metodologías de big data.

LSA: ¿Qué ejemplos de buen periodismo ve en Antioquia?

JGM: Un caso es el de la revista de la Universidad de Antioquia que es un proyecto muy interesante porque mezcla periodismo y literatura y su modelo de sustentabilidad se basa en aprovechar una masa crítica a través de suscripciones, pauta y servicios adicionales para darle un valor agregado a publicaciones institucionales. Se nomina media periodistas y escritores, muchos de los cuales vienen de La Hoja de Medellín como Alfonso Buitrago, Pascual Gaviria, David Guzmán-Suárez.

También hay portales interesantes como De la Uru, el medio de la Universidad de Antioquia. Esfuerzo que existe hace 28 años y ha dado golpes de opción a nivel nacional como el de la biología de Pío.

En la práctica de medios de la región, sin embargo, quedan muy malas prácticas.

LSA: Usted dirige Comercio, el medio de comunicación de la Universidad Bolivariana. ¿Qué tanto logran las medias universitarias estar alejadas de los círculos de intereses que también pueden tener las universidades?

JGM: Los medios universitarios que la visión de la pregunta educativa de cada universidad que los impulsa. Si entendemos que el periodismo debe ser independiente no podemos hacer la conexión. Comercio jamás hemos recibido una presión sobre nuestra trabajo asociado a algún conflicto de interés por los convenios que puede tener la universidad o con sus propios intereses.

El año pasado hubo un escándalo por una directiva que el rector desautorizó, y que invitaba a los estudiantes a no ponerse ropa ajustada para no dudar a sus profesores.

Nosotros cubrimos la noticia a través de Comercio, recordando a Fuentes de la universidad y se negaron nosotros se nos dijo que no lo hicieramos.

De hecho, invitamos por diferentes medios a los estudiantes a escribir sobre lo sucedido y para sorpresa nuestra sólo llegaron tres columnas. Lo que también nos cuestiona sobre la efectividad de algunas discusiones importantes.

LSA: ¿Tienen un futuro más prometedor que el resto de medios de comunicación?

JGM: Los medios universitarios son laboratorios de experimentación y formación y en eso coincidimos los 28 medios que tenemos parte de la Red Colombiana de Periodismo Universitario. Tienen futuro en la medida que pueden del impacto para poner a prueba las nuevas formas de hacer periodismo y nuevas formas de gestión de los medios que están buscando salir de la crisis.

Willy Ramírez | Medio Ciudadano y Conflictos Urbanos | LSA | ARDÉMICA