

# REFLEXIONES PEDAGÓGICAS UROSARIO



MARZO DE 2017, BOGOTÁ

Nº  
8

ISSN: 2500-5979 • ISSN e 2500-6150

## Experiencia en la enseñanza de periodismo en el programa de periodismo y opinión pública de la Universidad del Rosario

DANGHELLY G. ZÚÑIGA R.

Profesora del Programa de Periodismo y Opinión Pública, Directora del Observatorio de Asuntos de Género y Diversidad, Escuela de Ciencias Humanas, Universidad del Rosario. Doctoranda en Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Javeriana, con maestrías en Comunicación, Pontificia Universidad y en Estudios Políticos. Socióloga, Universidad Nacional de Colombia. Correo electrónico: danghelly.zuniga@urosario.edu.co

STEVEN J. GRATTAN

Profesor del Programa Periodismo y Opinión Pública, Universidad del Rosario. Licenciado en Periodismo y Español, Universidad de Chester. Co-fundador, editor y periodista de The Bogotá Post (Colombia). Correo electrónico: steven.grattan@urosario.edu.co

### Tabla de contenido

Resumen	2
Introducción	2
Formación periodística en el Programa de Periodismo y Opinión Pública	3
Bibliografía	5

Para citar este artículo:

Zúñiga, D., Grattan, S. (2017). Experiencia en la enseñanza de periodismo en el programa de periodismo y opinión pública de la Universidad del Rosario. *Reflexiones Pedagógicas URosario*, 8.



Universidad del  
**Rosario**

## Resumen

Los cambios que se dan en los medios informativos y en los modelos de negocios en el ámbito de las noticias han exigido adoptar nuevas transformaciones en los programas de formación del periodismo. Deuze, Neuberger y Paulussen en 2004 sugerían que el camino que tomaban muchos programas y escuelas era optar por la vinculación de la tecnología en el plan curricular, lo que podía implicar descuido en los ejes básicos de la formación en periodismo. En este texto presentamos cómo se han vinculado la tecnología, los estudios mediáticos, los estudios generales en ciencias humanas con la formación en la reportería y la escritura de piezas informativas en el Programa de Periodismo de la Universidad del Rosario.

## Introducción

En los 90 las cadenas de noticias por cable dominan la cobertura de la Guerra del Golfo, se da el primer uso extenso de Internet, nacen y proliferan las noticias comerciales en Internet, muchos periódicos impresos crean sus versiones en línea. En medio de esta transformación el medio en línea ha permitido el establecimiento y el ascenso de un tipo de centros de producción y distribución de información que no hubieran podido ver la luz con tanta cobertura con los medios clásicos de información. Un ejemplo de esto es el Drudge Report (<http://www.drudgereport.com/>) creado por Matt Drudge, bajo la visión de que “los ciudadanos tienen derecho a saber”. Este sitio web debe su relevancia a haber sido el primero en publicar la historia de Mónica Lewinsky y Bill Clinton, el 21 de enero de 1998. Desde entonces el Drudge Report ha sido calificado por algunos periodistas de medios consolidados como un panfleto o como el “trapo de chismes online”. Drudge, quien es reconocido como uno de los más famosos pioneros de la democratización del periodismo, se autodenomina “un ciudadano de primera y un periodista de segunda”. Su labor informativa se centra en que la información que presenta puede ser interesante para los ciudadanos, aunque la

fuerde sea desconocida y la información no haya sido confirmada (Allan, 2006: 44).

Para el 2000 se conceden los primeros premios en noticias en línea en una competencia internacional; el ataque terrorista del 11 de septiembre de 2001 intensifica el interés público en noticias y eventos mundiales a través de todos los media y más ciudadanos obtienen noticias de Internet (Craig, 2005). Se promueven las dinámicas de intercambio de noticias vía “grupos de noticias” a través de un proceso interactivo, internacional, interesado e intertextual. Los grupos de noticias son pequeños, menos anónimos, se constituyen alrededor de un interés específico. Esto hace que el grupo de noticias tenga interacción dialógica, unas personas hacen preguntas y otras contestan. Por esta razón estos grupos son un nuevo medio de intercambio de información sobre temas riesgosos, temas que una población específica considera neurálgicos.

Craig (2005) señala que, por las transformaciones tecnológicas, se da una transformación en el trabajo del periodista que toma forma en el periodismo *online* (también llamado periodismo digital o periodismo en línea). Sin embargo, ello no implica que el papel central del periodista se distorsione, su papel sigue siendo trabajar para buscar la verdad (Craig, 2005). Además, Deuze y Yeshua (2001) subrayan que, si el periodismo digital planea o pretende ser ético, debe actuar con autonomía, claridad y credibilidad.

El segundo desafío al que se enfrenta el periodismo es la forma de vinculación de la audiencia que es activa, global y local. Está ocurriendo en algunos medios informativos que la escogencia y el desarrollo de las historias dependen completamente de la audiencia del medio (Craig 2005).

Encontraremos que la noticia más importante es la que los usuarios consideren importante para ellos mismos y esto es un riesgo que se corre en el periodismo participativo. Es posible que se pierda la cobertura noticiosa desde múltiples perspectivas, cada cobertura depende no solo del hecho de que los usuarios participen, también depende de qué tipo de usuarios toman parte pues esto define el

tipo de mirada sobre la noticia (Burns, 2005, p. 27) y el tipo de medios que la audiencia demanda.

Si bien cada día encontramos más lugares de distribución de información y más sitios en donde ciudadanos exponen su pensamiento sobre temas de actualidad, no siempre hay crecimiento en los medios en línea por sí mismos. El fenómeno que se está evidenciando es que son las nuevas formas de contar historias lo que está promoviendo la expansión de los medios informativos. Según el informe “State of the News Media” de 2014 del Pew Research Center, en 2013 la expansión se dio por la vía de las video-noticias en línea en Estados Unidos. Se calcula que los ingresos por publicidad vinculada a vídeos digitales entre 2012 y 2013 creció un 44 % y se espera que continúe aumentando. Emerge la tendencia de inversión en vídeo digital de algunos proveedores de noticias, por ejemplo, el Huffington Post celebró el primer aniversario de HuffPost live (<http://live.huffingtonpost.com/r/segment/54cc024dfe344483020003c6>); la compañía Vice en 2014 puso en marcha un nuevo portal multimedia sólo de noticias (<https://news.vice.com/es>).

Con este panorama la formación de los periodistas también está en transformación. En la escuela de periodismo de Annenberg de la Universidad del Sur de California se lanzó en el otoño del 2002 el Currículo Centrado en la Convergencia (Convergente Core Curriculum ccc), según Castaneda, Murphy y Hether (2005) este currículo responde a la transformación del medio y a la transformación del papel del periodista. Los centros de formación de periodistas son conscientes de las nuevas habilidades que requiere el periodista en un medio en que la posibilidad de trabajar en una sola plataforma es casi nula.

## **Formación periodística en el Programa de Periodismo y Opinión Pública**

La inclusión de las nuevas demandas a la profesión implica transformaciones en el currículo de periodismo. Según Dates, Glasser, Stephens y

Adam (2006) el programa universitario ideal de periodismo se desarrolla a lo largo de cuatro ejes básicos: (1) una espina dorsal que abarca cursos de reportaje y escritura con estudio de productos en comunicación visual y transmisión, (2) estudios mediáticos (este es el lugar de la investigación) incluye temas como historia del periodismo, ley, ética, y medios y sociedad, (3) estudios generales en artes y ciencias y (4) especialización en un solo tema como política, economía, ley, ciencia, artes y cultura (Dates, Glasser, Stephens, Adam, 2006).

Un plan de estudios en periodismo debe promover la formación de un individuo que sea experto en identificar noticias y un maestro en los métodos de divulgación, que pueda escribir (como Hemingway dijo) bien y veraz y asumir la responsabilidad de una tarea más amplia, la de la representación, y que sea lo suficientemente educado y reflexivo para juzgar la significación de cosas y darles significado (Dates, Glasser, Stephens, Adam, 2006).

En este orden de ideas, Deuze, Neuberger y Paulussen (2004) afirman que los cambios particulares en los nuevos roles, relación entre las audiencias y los periodistas desde los medios *offline* y los nuevos dilemas éticos a los que se enfrentan los periodistas no se encuentran contemplados en la enseñanza del periodismo hoy en día; por lo que consideran que una aproximación a la teoría acompañada de un desarrollo práctico en el trabajo del periodismo digital y de nuevos medios sería de gran ayuda al desarrollo del periodismo digital.

En el Programa de Periodismo y Opinión Pública de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario se ha construido una propuesta de enseñanza del periodismo que combina la formación humanista y en ciencias sociales con la formación tanto teórica como práctica del periodismo, logrando un balance entre el saber y el quehacer de la profesión. El programa se enfoca en la combinación de las habilidades y conocimientos que se han establecido como los fundamentos del periodismo, en donde se encuentra el reconocimiento del

contexto (histórico, social, político y cultural) y la promoción de la reflexión del papel que cumple el periodista en la construcción de la opinión pública. Por esta razón tenemos un ciclo básico que brinda los elementos principales en las áreas de Competencias Comunicativas (propedéutica de textos y escritura académica), Pensamiento Crítico (lógica y argumentación), Fundamentación (fundamentos de ciencias sociales, metodologías de la investigación, introducción disciplinaria), Sociedad (arte y sociedad, historia de Colombia, ética), área institucional (cátedra y constitución) y, por último, los estudiantes deben cursar dos de las asignaturas que se han establecido como “Bolsa de Complementarias” (comunicación y lenguaje, economía y sociedad, geografía humana, individuo y sociedad, historia del mundo, instituciones políticas y artes narrativas).

En el ciclo profesional se construyó una columna vertebral de producción periodística que está centrada en la producción informativa para el portal Plazacapital.co. Allí los estudiantes ponen en práctica lo que van desarrollando en las asignaturas del programa. En Plazacapital.co se trabaja con un consejo de redacción semanal en el cual los estudiantes (que asumen el papel de reporteros) presentan sus propuestas y son evaluadas por el Consejo de Redacción para ser entregados y publicados durante la siguiente semana. Participan directamente en Plazacapital.co los estudiantes de las asignaturas Introducción al Periodismo, Producción Periodística I, II, III, IV y V. Los estudiantes se vinculan como reporteros a un medio de comunicación pre-establecido, Plazacapital.co. Ese medio tiene definidos una línea editorial y un manual de estilo, que deben conocer y del que deben apropiarse. Los estudiantes-reporteros deben producir a la semana un producto informativo que responda a la producción periodística que están cursando o a los productos de noticia y entrevista que son los productos que se espera que produzcan en Introducción al Periodismo. Así, los productos informativos que producen los estudiantes se pueden clasificar en noticia, entrevista, crónica, en lenguaje radial, audiovisual o multimedia.

La información para escribir la nota periodística debe ser recolectada directamente por los estudiantes de fuentes primarias y puede ser complementada con información obtenida de otros recursos electrónicos o físicos, si se citan adecuadamente. Los elementos multimediales deben ser desarrollados por cada grupo para cada producto periodístico. Ningún elemento puede ser tomado de Internet sin dar el debido crédito.

Aquí tenemos dos planos de trabajo; uno, el del trabajo en la asignatura y, otro, el del Consejo de Redacción de Plazacapital.co. En el primer plano, el del desarrollo de las asignaturas, se promueve la práctica de la rotación por diferentes secciones y por diferentes papeles. En la sala de redacción de un medio los reporteros deben apropiarse de papeles específicos en diferentes secciones y de la estructura definida en la toma de decisiones. Por lo que, para lograr un producto multimedia, se requiere organizar a las personas en equipos con el propósito de orientar estos grupos de trabajo sobre el desarrollo de un proyecto, permitiendo que el trabajo de éstos (que se convierten en unidades de trabajo) sea el de colaboración y transdepartamentalización (Huang et al., 2006). Esto implica vincular el pensamiento de convergencia y el ejercicio de la multimedia en el currículo.

Durante el semestre el profesor de cada asignatura actúa como editor general de los productos informativos desarrollados por los estudiantes-reporteros de su asignatura. Se encarga de que los estudiantes-reporteros roten por secciones y roten por el papel de estudiante-reportero como estudiante-editor de sección. El estudiante-editor de sección tiene la ayuda del profesor-editor general, quien supervisa el funcionamiento del equipo de trabajo a manera de una sala de redacción y está a cargo de la organización de las secciones, editores y redactores, así como de la distribución de labores. Los dos harán la última revisión de las notas periodísticas y de los recursos audiovisuales que se usen y del tipo de composición que tenga la nota.

El principal papel del estudiante-editor de cada sección en cada asignatura es el de organizar el trabajo de las publicaciones que estarán a su cargo, tiene un voto importante en la selección de las historias y de la elección del enfoque que deben tener los productos informativos (notas periodísticas, crónicas, entrevistas, etc.). En este caso supervisar el trabajo de los estudiantes-reporteros asignados a su sección implica asignación de labores y editar los productos informativos que se publicarán, confirmar la información que presenten los reporteros y que las fuentes citadas hayan sido contactadas y efectivamente hayan dado las declaraciones citadas por el estudiante-reportero.

Los estudiantes-reporteros se encargan de desarrollar los productos informativos, escriben e investigan los temas que han propuesto en su sección y que han sido aprobados en el Consejo de Redacción de Plazacapital.co. También desarrollan los recursos audiovisuales que acompañan el producto informativo. Deben proponer al menos dos productos informativos cada semana, de modo tal que por lo menos uno sea aprobado en el Consejo de Redacción de Plaza Capital.

En el segundo plano tenemos el trabajo que se realiza en el Consejo de Redacción de Plazacapital.co. Este Consejo es liderado por el Director de Plazacapital.co, es él quien organiza la forma de presentación de las propuestas por cada grupo de trabajo y de decidir si las propuestas son aprobadas para ser desarrolladas por cada equipo de trabajo para ser publicadas la siguiente semana en Plazacapital.co.

Los productos informativos aprobados en cada asignatura son presentados por los estudiantes-editores de sección en el Consejo de Redacción de Plazacapital.co, si son aprobados en los estudiantes-editores deben informar a los estudiantes-reporteros y al profesor-editor que la nota fue aprobada. Así, los estudiantes-reporteros podrán trabajar el producto informativo a partir del día de realización del Consejo de Redacción de Plazacapital.co hasta el día de su segunda sesión en

la cual se publicará el producto periodístico con el aval del estudiante-editor de sección y el profesor-editor de cada asignatura.

En esta fase el estudiante-reportero se familiariza con el uso del Content Management System –CMS– adquirido por la Universidad para el trabajo periodístico en Plazacapital.co. Para ser usado adecuadamente los estudiantes-reporteros deben seguir el manual de uso y participar en las capacitaciones que se brindan en cada asignatura. Al poner el producto informativo en el CMS los estudiantes-reporteros le dan aviso a su estudiante-editor de sección o al profesor-editor para que sea revisado por última vez en el CMS para que el director general dé el visto bueno y el producto informativo sea visto en la red en el portal de Plazacapital.co.

Con este ejercicio los estudiantes desarrollan sus habilidades en la producción de productos informativos en distintos formatos. De esta forma los estudiantes comienzan a construir sus “portafolios de trabajo”, mostrando así la diversidad y riqueza de su colección de habilidades y de logros. Así, el programa logra mantener una relación fuerte con los cambios que están ocurriendo en los medios informativos y poner en juego los conocimientos apropiados en asignaturas que dan soporte y contexto a su formación.

## Bibliografía

- Allan, S. 2006. *Online News*. England: Open University Press, McGraw-Hill Education.
- Burns, A. (2005). *Gatewatching. Collaborative Online News Production*. Nueva York: Peter Lang Publishing.
- Castaneda, L.; Murphy, S.; Hether, H. (2005). “Teaching print, Broadcast, and Online Journalism Concurrently: A Case Study Assessing a Convergence Curriculum”. *Journalism & Mass Communication Educator*, Spring, Vol. 60 Issue 1, p. 57-70, 14 p.

Craig, R. (2005). *Online Journalism. Reporting, Writing and Editing for New Media*. Southbank, Victoria, Australia, Belmont: Thompson/Wadsworth.

Dates, J.; Glasser, T.; Stephens, M.; Adam, G. (2006). "Does Journalism Education Matter?" *Journalism Studies*, Feb 2006, Vol. 7 Issue 1, p. 144-156, 13 p.

Deuze, M.; Yeshua, D. (2001). "Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Lessons from The Netherlands". *Journal of Mass Media Ethics*, Vol. 16 Issue 4, p. 273-292, 20 p.

Huang, E.; Davison, K.; Shreve, S.; Davis, T.; Bettendorf, E.; Nair, A. (2006). "Bridging Newsrooms and Classrooms: Preparing the Next Generation of Journalist for Converged Media". *Journalism & Communication Monographs*, otoño, Vol. 8 Issue 3, p. 221-262, 42 p., 2 charts.

# Notas:

---

**Centro de enseñanza, aprendizaje y trayectoria profesoral – CEA –  
Dirección Académica  
Vicerrectoría**

Carrera 7 No 12B-41, oficina 503  
2970200 ext.3061 • [enseñanzayaprendizaje@urosario.edu.co](mailto:enseñanzayaprendizaje@urosario.edu.co)

COLECCIÓN PEDAGOGÍA  
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΑ