

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS

**Análisis de la rutina periodística y uso de fuentes en el Centro de
Contenidos y Producción de Caracol Radio**

GINA LIZETH GARZÓN CHACÓN

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
BOGOTÁ D.C, 2013**

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS
Análisis de la rutina periodística y uso de fuentes en el Centro de
Contenidos y Producción de Caracol Radio

GINA LIZETH GARZÓN CHACÓN

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE COMUNICADORA
SOCIAL Y PERIODISTA

TUTORA

MARIA VICTORIA DE LA MORENA GARCIA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
BOGOTÁ D.C, 2013

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo quiero agradecerle a Dios por llenarme de sabiduría y permitirme llegar a terminar mi carrera, por bendecirme al vivir esta experiencia y poder aprender nuevas facetas en mi vida. Agradezco a mis padres por apoyarme en todo lo que he necesitado, por inculcarme los valores y principios que me han permitido convertirme en mejor persona y a su vez en mejor profesional, especialmente quiero agradecer a mi madre por la labor que ha ejercido para sacarme adelante y por estar conmigo en los momentos más difíciles.

Finalmente, quiero agradecer a los maestros que han estado en todo el proceso de educación durante mi carrera. Agradezco a mi tutora Victoria de la Morena por colaborarme a llevar a cabo esta sistematización.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	6
1. JUSTIFICACIÓN.....	7
2. OBJETIVOS.....	10
2.1. Objetivo General.....	10
2.2. Objetivos Específicos.....	10
3. DESCRIPCIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.....	11
3.1. La elección de la práctica profesional.....	12
3.2. Contextualización: historia de Caracol Radio S.A.....	10
3.3. Aprendiendo a ser periodista.....	18
3.4. El momento significativo de mi práctica profesional.....	24
4. ANÁLISIS DE LA RUTINA PERIODÍSTICA DE CENTRO DE CONTENIDOS Y PRODUCCIÓN DE CARACOL RADIO.....	28
4.1. Noticia.....	28
4.2. La agenda del medio: la elección de los contenidos.....	29
4.3. El proceso de producción de la información: indagación, selección y publicación.....	37
5. ANÁLISIS DE LA CALIDAD Y AUTENTICIDAD DE LA INFORMACIÓN: COPIA DE LA NOTICIA.....	52
5.1. Fuentes informativas.....	59
5.2. Fuentes de información según el origen de la información.....	60
5.2.1. Fuentes de información personales.....	61
5.2.2. Fuentes de información institucionales.....	61
5.2.3. Fuentes de información bibliográficas.....	61
5.3. Fuentes de información según el contenido.....	61
5.3.1. Fuentes primarias.....	61
5.3.2. Fuentes secundarias.....	62
5.3.3. Fuentes terciarias.....	62
5.4. Los derechos de autor y la propiedad intelectual.....	63
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
7. BIBLIOGRAFÍA.....	69
8. ANEXOS.....	74

RESUMEN

Los periodistas que trabajan para medios masivos de comunicación como son las radios, afrontan una serie de retos en su ejercicio profesional, en lo que se refiere a hacer procesos de tratamiento de la información de calidad, según los parámetros que rigen esta profesión.

El presente documento es una sistematización que pretende dar cuenta de la experiencia que durante más de 10 meses he vivido gracias a la práctica profesional que ejercí en Caracol Radio: es la reconstrucción de la vivencia, orientada desde el aprendizaje teórico-conceptual y la formación como comunicadora social y periodista.

Pretende rescatar los aprendizajes obtenidos como profesional del periodismo a partir del análisis de las prácticas que se realizan en el proceso de producción de la noticia, es decir la indagación de fuentes, tratamiento de la información, confrontación de fuentes y el crédito que se les da a las mismas confrontándolo con el marco conceptual que guían dichos procesos.

1. JUSTIFICACIÓN

A lo largo de la práctica profesional, la cual duró 6 meses, (y que con posterioridad se ha prorrogado 6 meses más), he realizado un documento llamado “+Radio” dirigido a todas las emisoras musicales de Caracol Radio a nivel nacional.

Durante este tiempo encontré inconsistencias respecto a la producción del mismo que me hicieron cuestionarme mis prácticas como periodista. Prácticas tales como el proceso de producción de la noticia, el uso, confrontación de fuentes, dar el crédito a las mismas y la veracidad de la información.

El uso de las referencias bibliográficas en los escritos educativos no solamente se puede quedar para ese tipo de textos, puesto que en el periodismo es primordial también citar, referenciar de dónde se tomó la información, no hacer una copia de algo que ya está escrito, no se trata de que se busque una noticia y sean más de 10 fuentes que tienen la misma información e inclusive el mismo titular y aun así seguir plagiando la información que ya otro autor realizó, además de todo el proceso y el tiempo que toma hacer una noticia, un reportaje, una crónica, entre otros textos periodísticos, pues el trabajo investigativo es arduo y está claro que tomar información de otra fuente sin citar es, en palabras más coloquiales, un robo intelectual.

De igual manera, algunas preguntas que me surgieron como ¿Cuál es el proceso adecuado para el tratamiento de la información para que ésta tenga

calidad periodística? ¿Se hace así en otros departamentos, o sólo en las emisoras musicales? ¿Qué implicaciones tiene este proceso desde el punto de vista de la ética profesional? ¿En los contenidos de entretenimiento cuáles son los criterios de selección de la información? Preguntas como éstas se irán resolviendo en la medida en que avance esta sistematización.

Es por esto que quiero centrarme en la importancia del periodista que crea nueva información, en la que además de resaltar su ética profesional, puede ir más allá de la noticia que todos los medios emiten, precisamente de eso se trata el periodismo, de ir al fondo, detrás de lo que ya se sabe, corroborar si lo que está publicado es verídico. Un periodismo investigativo y noticioso que aporte a la sociedad y al interés público en temas que inmiscuyen a todos.

Para dar respuesta a las preguntas planteadas, en esta sistematización se analizará el proceso de indagación, selección y publicación de los contenidos emitidos en el documento, es decir detallar el proceso de producción de la noticia, qué tipo de información se publica, cómo es el uso de las fuentes informativas utilizadas, la autenticidad y contraste de la información.

Para llegar a esto y dar respuesta a los objetivos planteados y analizarlos, he seguido la siguiente metodología: por medio de entrevistas al director del departamento del Centro de Contenidos y Producción, Fernando Palma, al editor web de las emisoras habladas, Javier Riveros y al profesor y experto en fuentes Santiago Pérez. Por otro lado, se realizaron 10 encuestas de las cuales, 7 se hicieron a integrantes del Sistema Informativo de las emisoras habladas (con un total de 15 personas en total) y 3 personas de las emisoras musicales, quienes son las únicas encargadas de la publicación de la información en este departamento; igualmente, la observación participante que he tenido durante este proceso.

Con estas herramientas se recolecta la información para analizar el proceso de la producción de la noticia, al tratamiento que debería tener en cuanto a la rutina periodística.

Realizaré una descripción detallada del proceso en la práctica profesional y posteriormente dicho proceso se analizará a partir de unas categorías conceptuales del periodismo.

Finalmente, dentro de la metodología que realizo una comparación entre la práctica que se realiza con esos procesos en el departamento de las emisoras musicales y el departamento de las emisoras habladas, para así, primero dar respuesta a una de mis preguntas y segundo, para entender cuáles son las diferencias que existen en el proceso que aunque debería ser igual, no lo es.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Analizar cómo se realiza el proceso de tratamiento de la información en las rutinas periodísticas utilizadas para elaborar las noticias, en el Centro de Contenidos y Producción de las emisoras musicales de Caracol Radio.

2.2. Objetivos Específicos

Analizar las rutinas periodísticas que se realizan en los procesos de indagación, selección y producción de información en el departamento del Centro de Contenidos y Producción de las emisoras musicales de Caracol Radio.

Describir criterios que se deben tener en cuenta a la hora de realizar la producción de información en el lenguaje para contenidos radiofónicos teniendo en cuenta las características de las emisoras musicales

Analizar los contenidos emitidos en las emisoras musicales como un espacio comunicativo para la construcción de ciudadanía.

Comparar y analizar los procesos del tratamiento de la información de las emisoras musicales y las netamente informativas.

3. DESCRIPCIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

3.1. La elección de la práctica profesional

Viendo que mis estudios universitarios en la carrera profesional como Comunicadora Social y Periodista llegaban a su fin, que el tiempo para encontrar una práctica profesional con la que culminar el proceso se agotaba, y tras observar diferentes experiencias de compañeros que no encontraban empresas donde hacer sus prácticas profesionales, empecé mi búsqueda enviando hojas de vida por doquier.

En uno de tantos intentos, encontré una propuesta para ser practicante en Caracol Radio en Bogotá, por lo que no dudé en postularme; y en menos de tres horas dio resultado, porque me llamaron para hacer la entrevista al día siguiente. En cuanto me ofrecieron la vacante para practicante me alegré bastante, ya que uno de mis sueños era poder estar allí, en una cadena radial tan prestigiosa y reconocida en el país, donde pudiera aprender mucho de lo que más me gusta: la radio.

El proceso de selección no fue difícil, primero, porque como eran los primeros días de entrevistas aún no había personas que se hubiesen postulado; y segundo, por los requisitos, ya que la persona que necesitaban debía cumplir con unos requerimientos básicos como: excelente ortografía, creatividad, disposición para aprender y nuevas ideas, además de gustarle mucho el medio, cualidades que poseo.

Por lo tanto, cuando me ofrecieron estar en el Centro de Contenidos y Producción (CCP) del área de musicales, como Redactora de Contenidos,

me pareció bastante llamativa la idea, me emocioné porque me gusta mucho la radio; era, además, una oportunidad con la que podía aprender algo más, otra faceta distinta de mi carrera profesional, menos noticiosa. Faceta a la que no tuve acercamiento en el transcurso de mi paso por la universidad debido a que el énfasis curricular de Uniminuto está orientado a lo noticioso y la comunicación para el cambio social, pero no tanto a la radio más ligera, que tuviera contenidos light, fue por eso que mi respuesta a la petición de este medio de quedarme a realizar mi práctica fue totalmente positiva. Fue en enero de 2013 cuando me incorporé a Caracol Radio.

3.2. Contextualización: historia de Caracol Radio S.A

Antes que todo, y para comprender mejor el objeto de análisis de esta sistematización, es importante contextualizarla a través de una descripción sobre Caracol Radio: quién es esta empresa dentro del universo mediático colombiano.

Caracol Radio es un medio de comunicación con una gran influencia en Colombia, según lo demostró el último Estudio Continuo de Audiencias Radiales ECAR¹ de julio de 2013, en el que se reveló que las emisoras de Caracol Radio (Grupo Prisa-España) obtuvieron el primer lugar con un 39.5%, esto es 10.689.000 oyentes en el país. Mientras que la competencia, RCN (de la Organización Ardila Lule) tuvo 24,2% de audiencia con un total de 7.436.009 oyentes, en la tercera posición se encontró Olímpica (de la familiar Char de Barranquilla) con un 15,4 % 4.549.000 oyentes del país la escuchan y por último Blu Radio (pertenece a Caracol Televisión) con 1,6%

¹ ECAR Estudio Continuo de Audiencias Radiales, hecho en 18 ciudades y 50 municipios del país, con un número total de oyentes fue de 14.568.000. Este estudio se hace desde el año 2008 y se publica cada cuatro meses

que corresponde a 435.000 oyentes aproximadamente. (¿A quién escuchan los colombianos? Julio 16 de 2013)

Por lo tanto es importante saber qué hay detrás de esos números y conocer cómo fueron sus inicios y como ha sido ese proceso para convertirse en el medio radial más influyente para los colombianos.

En el año 1945 (Reseña histórica de Caracol Radio. Enero 13 de 2011), los dueños de la empresa Coltejer, los dirigentes del Partido Liberal y los dueños del periódico bogotano “El Liberal”, entre los que se encontraban dos expresidentes de la República (Alfonso López Pumarejo Presidente entre 1934-1938 y 1942-1945, y Alfonso López Michelsen Presidente entre 1974-1978), constituyen la Sociedad Radiodifusión Interamericana.

El primero de septiembre de 1948, esta empresa radiofónica, dueña de “La Voz de Antioquia” y William Gil Sánchez, dueño de la “Emisora Siglo XX”, adquieren el 50% de la nueva estación “Emisoras Nuevo Mundo” de Bogotá y nace Caracol en la Carrera 9 # 12-23 en Medellín bajo la gerencia de Genaro Payán bajo el nombre de Cadena Radial Colombiana S.A.

En manos del director Carlos Pinzón, se lanzaron dos emisoras dedicadas a los ritmos musicales del Rock and Roll y el Merengue que hoy en día son Radioactiva y Tropicana Estéreo.

Con su rápido crecimiento, por la adquisición de 54 emisoras en 14 ciudades, Caracol se involucró en la transmisión de eventos deportivos internacionales, tanto así que ganó los derechos del Mundial de Fútbol Chile 1962.

Como estrategia fundamental, la Cadena Radial compró FM Estéreo de “Núcleo Radial Bienvenida”, quien compitió con “Radio Olímpica FM Estéreo” de la familia Char Adbalá.

El grupo empresarial Bavaria S.A.², del banquero Julio Mario Santo Domingo, asumió el control de Caracol con el 71% de las acciones en 1987.

La primera acción en esta nueva era fue la compra de la famosa “Radio Sutatenza³” y sus transmisores de 50W.

En esta época se dio inicio a distintos sistemas musicales: “Bienvenida”, música torpical; “Radioacktica” Rock & Roll; “Radio Recuerdos” música popular AM; y “Corazón AM” música romántica.

En 1992, Colombia sufrió un fuerte verano, lo que obligó al gobierno a adelantar 60 minutos la hora oficial y hacer apagones generales en la noche. Para acompañar a los colombianos, se creó el programa La Luciérnaga dirigido por Hernán Peláez Restrepo y acompañado por periodistas, humoristas e imitadores. Hoy en día continúa su transmisión.

En esta década se dio inicio a Colorín Colorradio como la primera emisora exclusiva para niños, y se consolidaron seis sistemas musicales: Tropicana, Caracol Estéreo, Corazón Estéreo, Oxígeno FM, Allegro y La Vallenata.

La Cadena Radial fue adquirida por el Grupo Prisa (Promotora de Informaciones S.A.) al Grupo Santodomingo en el año 2004. Prisa es uno de los aglomerados más grandes de España en varias áreas de inversión en el ámbito de cadenas radiales de Centro y Sur América que conforman el Grupo Latino de Radio (GLR)⁴.

² Bavaria S.A. Compañía cervecera colombiana. Creada por el alemán Leo Sigfried Kopp y los hermanos colombianos Santiago y Carlos Arturo Castello en el año 1889.

³ Radio Sutatenza creada por el monseñor José Joaquín Guarín en el Valle de Tenza en Boyacá. Fue una radio dirigida a público campesino con formato educativo y social que estuvo al aire desde 1947 a 1988. El modelo que instauró esta radio fue fundamental para el desarrollo y modernización de esta población del país, además porque al paso de los pocos años, recibió apoyo del Ministerio de Comunicación en Colombia ampliando la potencia y alcanzando varios lugares de Colombia (Bogotá, Barranquilla, Cali, Medellín y Magangué) (Bernal. s.f. Párr.2)

⁴ El Grupo Latino de Radio es el resultado de la conformación de Grupo Prisa y Valores Bavaria en el año 2002, una nueva cadena radial con presencia en Colombia, México, Chile,

Colombia es el país donde GLR tiene más emisoras, enfocadas principalmente en ámbitos de la información como: las noticias, los deportes, el humor, entretenimiento y música.

Caracol Radio obedece a la lógica comercial, se rige por la necesidad de ser económicamente rentable y está sujeta a las necesidades de inmediatez. Una de las estrategias para lograr mantener los altos índices de sintonía es, además del contenido periodístico y las estrategias de marketing, como el star system⁵. (Arango. 2007. Pág.43)

A diferencia de la radio comunitaria, la radio comercial, por la que está regida Caracol Radio, es la que pertenece a grupos empresariales, los cuales pueden comercializar su tiempo al aire, es decir, que su objetivo principal está en obtener ganancias implantando hábitos de consumo; esto lo logra gracias a los anunciantes o clientes que pautan de acuerdo a cada tipo de oyentes; por ejemplo, para la emisora Tropicana, con una audiencia adulta, los anunciantes pueden ser de productos para el hogar; mientras que en 40 Principales donde los oyentes son jóvenes, quienes anuncien serán los que les ofrezcan productos a ese margen de edad, por ejemplo, en tecnología. Este tipo de radio tiene un alcance mucho mayor en términos de cobertura.

Mientras por su lado la radio comunitaria, está orientada a generar espacios de información, de expresión, promoción cultural y todos aquellos contenidos que aparte de ser producidos por una comunidad son también dirigidos para desarrollar un ámbito de integración ciudadana. Tiene tres aspectos que la diferencian: no tiene fines de lucro, la participación de la comunidad es fundamental y el control lo asume la misma. Entonces se incluyen las emisoras de los barrios y de los municipios.

Costa Rica, Panamá, Estados Unidos y Francia. Sin embargo, en el año 2004, Grupo Prisa adquiere el 100% del Grupo Latino de Radio (El Tiempo. Octubre 9 de 2002)

⁵ Star System “es decir el sistema de estrellas o figuras representativas que son importantes en la conquista del público y fidelización” (Idem, citado en Arango, C. 2007)

La radio pública por su parte, es aquella que está ligada directamente con el Estado, que no tienen derecho a comercializar su tiempo al aire, es decir, pautar, puesto que se sostienen gracias al presupuesto público. Sin embargo, los contenidos que transmiten si deben ir dirigidos a la ciudadanía, en los que traten temas de educación ciudadana, cultural entre otros temas.

Las emisoras musicales que pertenecen a la cadena radial, Caracol Radio y que incluyen entre sus contenidos temas de entretenimiento como farándula nacional, internacional, música, tecnología, curiosidades y de actualidad social, son:

Tropicana Bogotá 102.9 fm y otras ciudades: Una emisora que emite música de salsa y merengue, que tiene como público objetivo a hombres y mujeres entre los 18 a 45 años de un estrato socio económico de 1 a 3. En las mañanas presentan el programa llamado “Tropishow”, un espacio donde prima la participación del oyente desde diferentes concursos radiales.

Oxígeno Radio – el dial depende de la ciudad: Una emisora que emite música crossover, es decir de varios tipos de música, que tiene como público objetivo a hombres y mujeres entre los 25 a 45 años de un estrato socio económico de 1 a 3. En las mañanas presentan el programa llamado “Buenos días Oxígeno”, un espacio que va dirigido a personas con un perfil más popular como amas de casa, conductores, albañiles, etc.

Oxígeno -100.4 FM Bogotá: Una emisora que emite música urbana, reggaetón y merengue flow, que tiene como público objetivo a hombres y mujeres entre los 12 a 24 años de un estrato socio económico de 1 a 3. En las mañanas presentan el programa llamado “La Papaya” un espacio que se enfoca a una audiencia popular y adolescente, en el cual manejan temas frescos, relajados, divertidos.

40 Principales - 88.9 FM y otras ciudades: Una emisora que emite música urbana, pop rock y dance, que tiene como público objetivo a hombres y mujeres entre los 15 a 30 años de un estrato socio económico medio, medio alto y alto. En las mañanas presentan el programa llamado “La Cama” un espacio que tiene un lenguaje fresco y juvenil.

Radioactiva – 97.9 FM y Medellín: Una emisora que emite música rock de todos los tiempos, tiene como público objetivo a hombres y mujeres entre los 15 a 25 años de un estrato socio económico de 2 a 4. En las mañanas presentan el programa llamado “El Gallo” un espacio que se enfoca una audiencia juvenil, con un lenguaje algo más agresivo que las demás, en el cual manejan temas frescos, relajados, divertidos y creativos.

La Vallenata - 97.4 FM Bogotá: Una emisora que emite música vallenato, que tiene como público objetivo a hombres y mujeres entre los 25 a 45 años de un estrato socio económico de 1 a 3. En las mañanas presentan el programa llamado “La Vallenata en la mañana” un espacio que se enfoca a una audiencia popular, en el cual manejan temas más adultos y transmiten mayor cantidad de música que las intervenciones de los locutores.

Bésame - el dial depende de la ciudad: Una emisora que emite en Medellín y Tunja únicamente, la música es romántica, baladas en español, que tiene como público objetivo a hombres y mujeres entre los 30 a 50 años de un estrato socio económico de 1 a 3. En las mañanas presentan el programa llamado “Bésame en la mañana” un espacio que se enfoca a una audiencia popular y en especial a las mujeres en el cual se manejan temas frescos, divertidos y de interés general.

Por otro lado, están las emisoras habladas, aquellas que son de un contenido más noticioso, transmitir información de varios ámbitos y con un corte más serio.

Caracol Radio (La Básica)- el dial depende de la ciudad: Es un sistema que está enfocado principalmente a las noticias, información, la transmisión de grandes eventos, deportes y entretenimiento. Su público objetivo son hombres y mujeres mayores de 35 años de estratos socioeconómicos medios y altos.

W Radio- el dial depende de la ciudad: Un sistema de radio hablada contemporánea a las noticias y al entretenimiento. Tiene como grupo objetivo a hombres y mujeres desde los 25 a los 50 años de los estratos socioeconómicos medios altos.

3.3. Aprendiendo a ser periodista

Dentro de Caracol, mi cargo es como redactora y productora de contenidos del Centro de Contenidos y Producción (CCP) del área de Musicales, un departamento muy nuevo, que fue creado en el año 2012 por Fernando Palma, actual director de esta área.

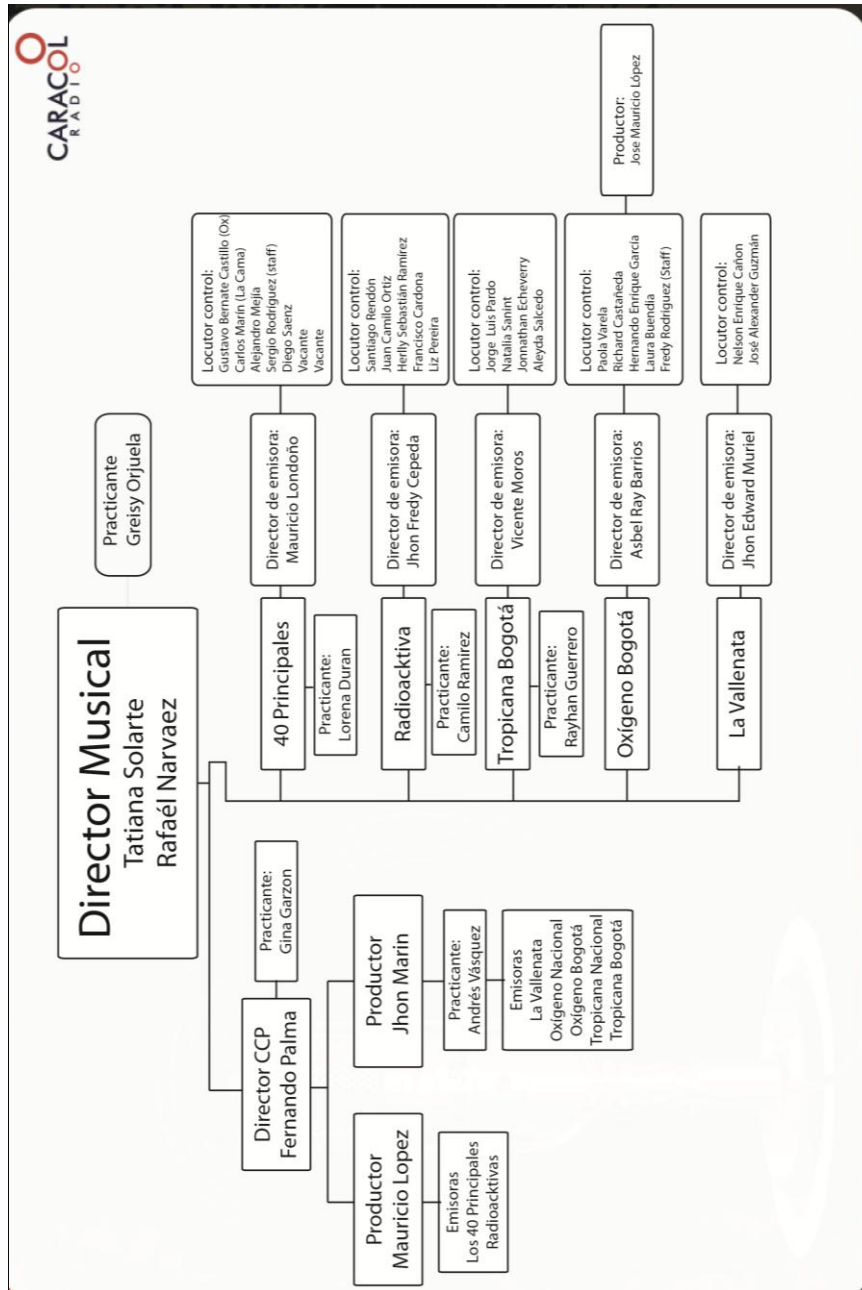
Consta de un equipo de 3 hombres como productores de las emisoras musicales, los cuales son encargados de hacer las promociones o cuñas de las emisoras, además de hacer toda la musicalización de los programas, como efectos y cortinas, es decir, todo lo concerniente a la producción de audios.

El CCP es un departamento de soporte y servicio para todo el país y pertenece al área de emisoras musicales de caracol radio, es integrado por un grupo interdisciplinario de una redactora, locutores, productores y estrategias que le permiten brindar además soporte y asesoría a la dirección musical. (Palma, F. entrevista personal, 18 de septiembre de 2013).

Como objetivo principal está el prestar un servicio ágil, eficaz y oportuno a los requerimientos de producción y contenidos solicitados por las emisoras

musicales de Caracol Radio; brindar el soporte estratégico óptimo para las necesidades y consultas radiales de la Dirección Musical.

Este departamento de Caracol Radio está organizado como se muestra en el siguiente organigrama:



Fuente: Caracol Radio. Organigrama Dirección Musical Bogotá

Entre mis funciones está producir y locutar 6 cápsulas informativas diarias, caracterizadas por ser unas notas de máximo 15 segundos con noticias de música y curiosidades sobre las últimas producciones discográficas o sobre los artistas, las cuales conllevan un proceso de producción radial durante el cual se utilizan efectos sonoros para 'adornarlas', de tal forma que sean agradables; por ejemplo, se puede escuchar una canción de fondo, que se identifica y es alusiva a lo que se está contando.

Estas cápsulas informativas son emitidas durante todo el día en la emisora Oxígeno Nacional y van dirigidas a un público objetivo mayor de 25 años. La información es extraída del documento +Radio, que más adelante se explicará, o en su defecto de páginas de Internet con temas de interés para este tipo de público, las cuales en su gran mayoría ofrecen contenidos musicales populares y curiosidades, o temas de salud. La redacción debe ir en un lenguaje no tan noticioso, que no sea serio ni con tecnicismos, todo lo contrario, para que el público lo entienda fácilmente.

Por otra parte, otra de mis funciones es realizar una sección de Salud y Belleza en la emisora La Vallenata, emitida en Bogotá en el programa de las mañanas, la cual está principalmente dirigida a mujeres de cualquier edad; la información para emitir se extrae de páginas web que manejan estos temas como el caso de Entremujeres, Salud180, revista Hola, entre muchas más.

Esta sección que se emite al aire en directo, da tips sencillos de belleza y salud con el objetivo de resaltar la importancia de la autoestima en las mujeres, de romper con estigmas sociales o con los estereotipos que la sociedad impone, tales como el que verse delgada es sinónimo de belleza; por lo que como un fin, se trata que con esta sección las mujeres puedan aceptarse tal y como son y que puedan sacarle provecho a su personalidad y realzar la belleza femenina de cada una.

Por último, pero no menos importante, en la función en la que me quiero enfocar con esta sistematización, es en la principal tarea que llevo a cabo: la realización de un documento llamado “+Radio”, que es un periódico interno realizado desde el CCP, que tiene como finalidad brindar un soporte informativo, para los programas que son emitidos en los horarios de la mañana de 5 a 10 a.m., mejor conocidos como “Morning Shows”, de las emisoras musicales que pertenecen a Caracol Radio.

Este documento es enviado a todas las emisoras musicales mencionadas con anterioridad en el otro apartado.

Teniendo en cuenta que cada emisora y cada programa de la mañana se dirige a un público objetivo diferente y por lo tanto sus programas contienen temas diferentes, el documento debe ser muy neutral, es decir debe contener información que pueda ser contada a todo tipo de público, como es el caso de las curiosidades, tecnología, farándula nacional e internacional; por ejemplo, si sale al mercado un nuevo teléfono celular, entonces esta noticia puede ser de interés para todo tipo de público; mientras que en la sección de música se debe hacer una distribución y selección de las noticias de acuerdo con el tipo de música de cada emisora, por lo que debe haber mínimo una noticia de cada ritmo (tropical, popular, vallenato, reggaetón, rock, pop)

Fernando Palma, asegura en una entrevista realizada, que esta idea de realizar el documento +Radio, el cual se llamaba anteriormente “Noti-fácil”, empezó a principios del año 2000, a propuesta de la Dirección Musical que estaba en aquel momento; el acceso a internet era muy limitado, por lo que esta herramienta era de gran utilidad para los locutores que realizaban el programa en la mañana, puesto que en ese entonces como no podían ingresar fácilmente a internet desde las cabinas de radio, entonces el “Notifácil” llegó a funcionar para que la mesa de trabajo tuviera acceso a una información diferente y variada

“Noti-fácil” era un documento impreso, que estaba conformado por 65 páginas en las que se incluían, noticias de farándula nacional e internacional, efemérides, curiosidades, actualidad y música, constituyendo esta última el 60% de las noticias recogidas en el documento. Nunca tuvo imágenes o links de video, sólo era texto, esto hacía que fuera muy denso leerlo completo; se dieron cuenta que se leían solamente las primeras 20 a 25 páginas. Por tal motivo, la Dirección Musical de aquel momento, luego de una reunión con los directores de las emisoras de todas las ciudades decidió, tras 2 años de utilizarlo, quitarlo; no se volvió a enviar.

Sin embargo, desde mediados de 2012, al momento que Fernando Palma tomó la dirección del CCP, decidió volver a utilizar el documento, puesto que gracias a su paso por diferentes emisoras como locutor y director, percibió que el “Noti-fácil” apoyaba de forma fundamental a los programas de las mañanas de las emisoras musicales.

Se decide entonces reformarlo para que sea útil, incluyendo herramientas gracias al avance de la tecnología en términos de información, pues se pueden tomar contenidos interactivos de la red como imágenes, videos y/o encuestas. Es importante resaltar, que el “Noti-fácil” se enviaba por correo a los directores de las emisoras, éstos a su vez lo imprimían para tener uno o dos documentos en la mesa de trabajo, pues los computadores portátiles no estaban aún en auge.

Por lo que la tecnología ha sido una herramienta bastante importante en el cambio y replanteamiento del documento, pues en el 2012 los computadores portátiles y los celulares inteligentes hacían mucho más fácil el tener el documento a la mano y no tener que imprimir dos o más documentos por cada emisora y eso a su vez por cada ciudad, lo que fue también una solución ambiental. Así fue como pasa de ser un documento físico a ser

netamente digital y además incluir enlaces para ver videos e imágenes entre otras cosas.

El primer paso entonces, fue cambiarle el nombre por “+Radio” y convertirlo en una herramienta innovadora que pasa de tener una extensión de 65 a solamente de 22 páginas, máximo 25.

Como segundo paso, se incluyen imágenes, para que los locutores que lo lean puedan asociar la noticia inmediatamente con el personaje en cuestión, pues muchas veces, en el “Noti-fácil” no se sabía de quién se estaba hablando, y con la imagen ahora ya se puede asociar más fácil. Como Rafael Mainar señala “La combinación de elementos visuales consigue una impresión clara y rápida del suceso⁶” (2005. Pág. 117)

Se implementó en el “+Radio”, como tercer paso, y gracias al auge que ha tenido el canal YouTube y plataformas para reproducir audiovisuales, la publicación de links de videos a los cuales el locutor puede remitirse desde su computador y comentarlos al aire; además que estas publicaciones sirven de apoyo para que el área digital, encargado de alimentar las páginas web de estas emisoras, pueda publicar los videos y generar un tráfico (mayor número de visitas) en la web; esto último con la ayuda del comentario que hace el locutor al aire, que juega a la vez como una invitación a ingresar a la página de la emisora.

⁶ Suceso, según el diccionario de la Lengua Española, es “Cosa que sucede, especialmente cuando es de alguna importancia”(Real Academia Española. 2001). Es un acontecimiento que por sus efectos merece ser recordado.

3.4. El momento significativo de mi práctica profesional

Cabe señalar que considero que el proceso de formación que me brindaron al incorporarme al cargo, a fin de dotarme de las competencias y conocimientos necesarios que me permitieran afrontar las funciones como redactora de contenidos, fue precario.

Esto debido a que, como el área es tan nueva, aún no se ha planteado realizar un proceso de inducción pertinente en cuanto a rutina periodística: por un lado, no existen indicaciones sobre cómo producir la información para realizar mis funciones; únicamente me explicaron que debía realizar un documento que contiene noticias sobre farándula, música, tecnología y curiosidades. Por otro lado, no facilitan unas fuentes informativas de dónde obtener dicha información, ni unos criterios para la selección de las mismas; aquella la debo sacar de las fuentes que yo conozca.

Por parte de los jefes, tampoco hubo un acompañamiento constante ni al principio ni durante la práctica, todo lo he hecho a mi juicio; este proceso de aprendizaje en la práctica me ha permitido darme cuenta de varias inconsistencias entre el ejercicio del periodismo que estaba realizando y lo que considero que debería ser, según lo que me enseñaron durante la carrera.

En este sentido, uno de los momentos más importantes en el desarrollo de mi práctica profesional, es cuando comprendo la metodología que se sigue para elaborar el documento +Radio: la información que contiene el mismo es copiada de otros medios (Univisión, El Tiempo, El Espectador, People En Español, Terra, Publimetro, Informe 21, Informador, y las páginas de las emisoras de Caracol Radio), y pegada en este, sin dar crédito de aquellos, lo cual constituye plagio; además, no se da un tratamiento previo de la información, y el proceso de selección y producción para elaborar las noticias

es casi nulo. Esta práctica es una continuidad de lo que venía haciéndose en el “Noti-fácil”.

Ese procesamiento de la información puede derivar en tergiversar la información así como en que no se den datos concisos. Lo que rompe con un principio básico periodístico, la veracidad; siendo el principio más importante a la hora de ser periodista, porque uno de los objetivos del mismo es decirle la verdad al público, no ocultar información.

Ahora bien, el proceso de indagación, selección y publicación de la información utilizado para el +Radio es superficial y efímero, no son del todo aplicadas. No hay una rutina periodística establecida

A la presión del tiempo se une la complejidad de la propia práctica (búsqueda de la información, acceso y verificación de las fuentes, investigación y consultas de archivo, entrevistas y cobertura de acontecimientos ya planeados o imprevistos y que obligan a la presencia del periodista en el lugar de los hechos, y finalmente interpretación del conjunto de datos para redactar la noticia). (Martini. 2000. Pág. 9)

En el +Radio la rutina periodística que se realiza es simplemente la búsqueda de la información y la publicación de la misma. Por lo que, a comparación de lo que plantea Stella Martini, en el CCP no se sigue completa la rutina para el tratamiento de la información.

Uno de los factores para que no se realicen adecuadamente las rutinas, es que el tiempo muchas veces es insuficiente para tal cometido; este documento lo debo realizar en 3 horas aproximadamente, lo que considero muy poco tiempo para realizar alrededor de 25 noticias.

Intento cambiar este aspecto desde mi saber, pero me delegan otro tipo de actividades, comentadas anteriormente, que a su vez me quitan tiempo para realizar el +Radio.

En la base del problema para que esta práctica siga, según Fernando Palma, se encuentran dos elementos: por un lado, el hecho de no tener un equipo de redactores para realizar esa labor, además de que si se cambia alguna información, puede haber riesgo de tergiversar la información. Es decir, no existe un área bien conformada que sea la encargada de dividir labores para generar un contenido periodístico bien hecho, en el que se busquen las fuentes primarias y se haga un tratamiento de la información desde una rutina periodística como la que se realiza en las salas de redacción, las cuales se organizan y se delegan las noticias para que cada periodista las cubra respectivamente.

Por otro lado el hecho de que dentro del departamento no existen criterios de indagación, selección y publicación de la información, los cuales quedan a juicio del redactor de contenidos del CCP que suele ser un practicante a puertas de graduarse, en este caso yo.

A pesar de tener toda la capacidad intelectual y profesional para poder realizar una noticia, porque como comunicadores sociales y periodistas el criterio se desarrolla durante la formación educativa y es algo que se convierte en inherente en un profesional, no obstante no se deposita dicha confianza desde la dirección del departamento.

Debido a que Fernando Palma dice que si se deja que el redactor cambie la noticia se puede tergiversar la información, puesto que el mal uso de una palabra o simplemente cambiarla puede darle un sentido diferente a la noticia, por lo tanto no les interesa en lo absoluto cambiar la rutina periodística que se lleva a cabo.

En ocasiones, también vale resaltar que la línea editorial⁷ del medio, no permite publicar cierta información, en este caso, información de la competencia, como RCN y Olímpica Stereo.

Durante el proceso de la formación educativa superior se dan herramientas tanto físicas (editores de audio, imágenes, etc.) como también intelectuales, tales como la manera de hacer una noticia, crónica, reportaje, entre otros formatos periodísticos; además de principios éticos profesionales para ejercer el periodismo y uno de los principales es no plagiar la información. Incluso no solo en este oficio sino en general, en todos los ámbitos de la vida.

Copiar y pegar información de un lado a otro, no es para nada difícil, puesto que el auge que ha tenido el internet ha facilitado el tráfico de la información. No es demonizar internet, porque es una herramienta muy útil y que se ha convertido en indispensable, que en cuestión de datos o historia permite tener todo a la mano en menos tiempo que en épocas pasadas.

No obstante, la red se ha convertido en una fuente para el periodismo, solo que tiene un riesgo altísimo y es la veracidad de la información, debido a que cualquier persona está en la capacidad de publicar en internet pero no se sabe si esa información es verídica o no.

Sin embargo, en las rutinas periodísticas que tienen algunos medios de comunicación masiva o institucional, el plagio de la información o el “copiar y pegar”, se percibe cada vez más. El hecho de apropiarse de un proceso periodístico que tuvo el autor desde indagar hasta la publicación de la información “la usurpación del pensamiento de otro autor publicado como propio” (Blázquez, citado por Cantarero. 2004)

⁷ La Línea Editorial es la tendencia que tiene el medio, vinculado con intereses económicos, políticos y/o sociales.

4. ANÁLISIS DE LA RUTINA PERIODÍSTICA DEL CENTRO DE CONTENIDOS Y PRODUCCIÓN DE CARACOL RADIO

En este apartado procederé a analizar el objetivo de la práctica profesional: la rutina periodística y sus procesos, desde la construcción de la agenda hasta la indagación, selección y publicación de la información, en el Centro de Contenidos y Producción (CCP) de Caracol Radio, en función de principios teóricos del periodismo sobre este tema.

4.1. Noticia

Primero es importante desarrollar más a fondo lo que significa una noticia. Según lo reseña Stella Martini (2000) “La noticia es la divulgación de un suceso (definición que abarca a todo tipo de noticias)” (pág. 2). Claro está que además de ser esa simple divulgación también tiene que afectar o implicar a la sociedad, no es noticia algo que no esté inmerso en alguna comunidad, debe narrar eventos que generen opinión pública. La noticia es “la particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos” (Escudero, citado por Martini, 1996. Pág. 73).

Los medios de comunicación siempre clasifican u ordenan las noticias respecto a importancia y temas de interés público, como son los casos de las secciones que construyen una clasificación de la realidad que acontece en la sociedad y que lleva a intereses particulares entre los generales. Son los casos de las secciones nacionales o internacionales de política, economía,

sociedad, etc.; y entre estas secciones están los temas particulares que tienen inmersas comunidades específicas, por ejemplo dentro de la sección de economía existe una noticia acerca de las pérdidas monetarias que tuvo cierto sector debido al paro nacional. Esta noticia va dirigida a ese sector pero a su vez también tiene el objetivo de informar al resto del país sobre lo que está viviendo en ese momento esa comunidad afectada.

Las noticias son clasificadas también jerárquicamente. “Es una forma de clasificar todo aquello que interesaría más de cerca al individuo común, por fuera de las agendas programáticas de las instituciones del Estado- y del mundo empresarial” (Martini. 2000. Pág. 3). Esto hace que quien lo esté leyendo le resulte más creíble debido a que tiene un anclaje en cuanto a la experiencia propia.

Además, tiene varias características, que sea una información reciente de un acontecimiento relevante; para Alex Grijelmo “La noticia en estado puro viene dada siempre por un acontecimiento sorprendente, estremecedor, paradójico o trascendental y, sobre todo, reciente” (1997. Pág. 27) Todos los demás géneros periodísticos (reportaje, crónica, el artículo, etc.) son entonces, la ampliación de la noticia.

4.2. La agenda del medio: la elección de los contenidos

Un aspecto importante dentro de la producción de las noticias, son las agendas de acuerdo al medio, donde priman las políticas nacionales, la información sobre la sociedad, la economía, salud pública, educación, infancia medio ambiente y también en el caso colombiano información del conflicto armado.

Definiendo agenda como el listado de temas o asuntos a partir de eventos (Petrone. s.f. Pág. 3). La teoría de la agenda setting, ha hecho un cambio importante respecto a los estudios de los efectos cognitivos de los medios en la audiencia, tanto a corto como a largo plazo.

Entre las agendas estudiadas están: la agenda de medios, la agenda pública y la agenda de los políticos. Es importante definir cada una de ellas para así lograr una comprensión mucho mejor.

La agenda de medios se puede definir como “el listado de asuntos con cobertura mediática”, en esto está a cargo el jefe de redacción o editor a cargo. En esta agenda se incluyen todos aquellos hechos que son noticiosos de interés público como reuniones de gobierno, fenómenos naturales, eventos deportivos, etc.

“En general, la agenda mediática es medida considerando la frecuencia y prominencia en la cobertura mediática de un tema, teniendo en cuenta factores como el ancho de columna en las notas de los diarios, o la cantidad de tiempo al aire en televisión, o por la posición del tema en un diario o programa” (Zhu y Blood. 2002 citado en Petrone. s.f. Pág. 4)

Por otra parte, la agenda política es la lista de asuntos que los políticos consideran importantes. Ésta sólo algunos la incorporan en la construcción de su agenda, pues no se puede medir.

Mientras que la agenda pública se define como la lista de asuntos que el público considera importantes, esto se sabe y se mide de acuerdo a encuestas de opinión, mientras que la agenda de medios se mide con análisis de contenidos.

Hoy en día la producción noticiosa no comienza de cero; las herramientas tecnológicas como la Internet, le dan al medio una visión de lo que los otros medios consideran como noticia: que permite marcar una agenda a partir de lo que otros medios y agencias - ya sean nacionales o internacionales- han considerado como importante. (Arango. 2007. Pág. 22)

Ésta última, la agenda pública, Caracol Radio la realiza en sus áreas de sistema informativo para las emisoras habladas, puesto que requieren de temas que sean de interés general y que afecte de alguna manera a la sociedad.

Está claro y se sobreentiende que uno de los factores de diferencia entre los dos tipos de emisoras son los espacios musicales, pero en lo que también son similares es que en las dos se brinda información, aunque no con la misma intensidad ni tampoco con el mismo enfoque y calidad.

La radio musical entretiene al público con sus múltiples contenidos pero también emite noticias de una manera más fresca al contar los acontecimientos, menos noticiosos, pero aun así otorgando información a los oyentes que de una u otra manera quieren estar informados a la vez de entretenerse. Ya lo mencionó Guy Debord:

No se puede oponer abstractamente el espectáculo y la actividad social efectiva. Este desdoblamiento se desdobra a su vez. El espectáculo que invierte lo real se produce efectivamente. Al mismo tiempo la realidad vivida es materialmente invadida por la contemplación del espectáculo, y reproduce en sí misma el orden espectacular concediéndole una adhesión positiva. La realidad objetiva está presente en ambos lados. Cada noción así fijada no tiene otro fondo que su paso a lo opuesto: la realidad surge en el espectáculo, y el espectáculo es real. Esta alienación recíproca es la esencia y el sostén de la sociedad existente. (1967. Pág. 8)

En Colombia, los programas de entretenimiento son los que la gente ve más, esto según los records de audiencia en televisión desde 1998, en el que se evidencia que los programas más vistos por los colombianos son las novelas y realitys como Protagonistas de Nuestra Tele, así mismo no se ve por ningún lado algún programa con enfoque educativo, y esto debido a la poca producción de este tipo de temas, precisamente porque las personas no los ven, sólo les importa entretenerse de una u otra forma sin la

necesidad de estar informados, pues solo lo hacen a través de las emisiones de los noticieros.

Tabla: Los 20 programas más vistos en la historia de la televisión privada.

POSICIÓN	PROGRAMA	CANAL	AÑO	RATING PROMEDIO
1	<i>A Corazón Abierto (Primera Temporada)</i>	RCN	2010	18.9
2	<i>Pasión de Gavilanes</i>	CRC	2003-2004	17.8
3	<i>Protagonistas de Nuestra Tele</i>	RCN	2010	17.6
4	<i>Yo Soy Betty, La Fea</i>	RCN	1999-2001	17.4
5	<i>Yo Me Llamo (Primera Temporada)</i>	CRC	2011	17.0
6	<i>Amor Sincero</i>	RCN	2010	16.7
7	<i>A Corazón Abierto (Segunda Temporada)</i>	RCN	2011	16.3
8	<i>Chepe Fortuna</i>	RCN	2010-2011	16.3
9	<i>Escobar, El Patrón del Mal</i>	CRC	2012	16.0
10	<i>Expedición Robinson</i>	CRC	2001	15.6
11	<i>La Pola</i>	RCN	2010-2011	15.6
12	<i>El Joe, La Leyenda</i>	RCN	2011	15.1
13	<i>El Man Es Germán (Primera Temporada)</i>	RCN	2010-2011	15.0
14	<i>Desafío, Cabo Tiburón</i>	CRC	2005	14.9
15	<i>El Cartel (Primera Temporada)</i>	CRC	2008	14.9
16	<i>Sin Tetas No Hay Paraíso</i>	CRC	2006	14.9
17	<i>La Selección</i>	CRC	2013	14.8
18	<i>Amantes del Desierto</i>	CRC	2001-2002	14.8
19	<i>Las Muñecas de La Mafia</i>	CRC	2009-2010	14.8
20	<i>Desafío, La Aventura</i>	CRC	2004	14.7

Nota: Fuente: Rating Colombia (Octubre de 2013)

En el caso de la radio musical sucede lo mismo, las personas prefieren escuchar al más gracioso, al más “recochero” y poco le importa la información seria, sino por el contrario enterarse de la vida de algún famoso o de quién lanzó una producción discográfica, etc., esto se evidencia en el ECAR que se lleva a cabo cada trimestre.

El ECAR (Estudio Continuo de Audiencia Radial) hecho por la Asociación Colombiana de Investigación de Medios, es el estudio que se realiza a una muestra de la población entre edades de 12 a 69 años, de estratos del 1 al 6. Por lo general, para obtener los resultados se realizan encuestas telefónicas y personales que aleatoriamente selecciona un software llamado CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing por sus siglas en inglés), el cual contiene la base de datos de todos los números telefónicos de las ciudades donde se va a llevar a cabo el estudio cada tres meses. Luego de una serie de preguntas, se analizan y se tabulan dando lugar a las emisoras más escuchadas por ciudad y a nivel nacional. (Asociación Colombiana de Investigación de Medios. 1999)

Según la entrega del ECAR en Julio de 2013, la única radio hablada e informativa es La Básica de Caracol Radio en Bogotá, pero en otras ciudades predomina la emisora Olímpica Stereo, que tiene un contenido más de entretenimiento, con chistes, mucha música y noticias del mundo de la farándula, entre otras cosas.

Estos datos permiten analizar qué es lo que la gente pide, y no es más que entretenerse, informarse muy superficialmente sobre temas locales, pero sobre todo predomina el espectáculo que gira en torno al mundo de la farándula.

Un ejemplo claro de esta sistematización, es el hecho de que son improbables las veces que exista una noticia de carácter social o educativo en el +Radio, como puede ser una obra social en pro de la población infantil,

una jornada de aprendizaje para los niños de determinada parte del país, etc. De las 25 noticias que se publican no hay ninguna que pueda dar cuenta de esto, solamente hay 5 titulares de las noticias sociales que le pueden interesar al público, por ejemplo, un derrumbe en una vía importante del país, un avance del proceso de paz, entre otras; pero son sólo los titulares con el enlace al medio de comunicación, no hay desarrollo de la noticia.

Todo en el +Radio debe dar cuenta al entretenimiento, a la música, la farándula nacional e internacional, temas que no afectan en lo absoluto a quien lo escucha, pues es algo netamente 'espectacular', de entretenimiento, por lo tanto el rigor informativo en cuanto a proceso de producción no es tan exigente como el de una noticia de corte más serio.

Un aspecto que se deriva de lo anterior hace referencia a la adecuación de los contenidos al perfil del público y la posibilidad de que entren en colisión con los derechos fundamentales, como la protección al menor, porque los diferentes programas de entretenimiento son emitidos en horarios en los que esta población menor lo pueden escuchar y no hay una vigilancia para los contenidos que muchas veces son subidos de tono en cuestiones sexuales y malas conductas que pueden llegar a ser un referente para esa generación futura.

Este aparte o ramificación del periodismo, (si se puede llamar así) es muy reciente, puesto que no hay muchos autores que analicen más a fondo lo que podría ser, o que están llamando, un "periodismo de entretenimiento" como lo llama Diva Jessurum, la Coordinadora de entretenimiento de Canal Caracol durante los seminarios que ofrece para aprender sobre la presentación de televisión, conducción de radio y prensa escrita, pero desde el entretenimiento.

Sin embargo todo este fenómeno "Es un eterno debate que se produce de cierta aprobación por parte de quien la ve o la oye, convirtiéndose en

consumidores de una información cada vez menos analítica y más superficial” (Labio. 2007. Pág. 7)

De cierta manera, el que los medios estén apostando más el tema del espectáculo, es también lo que responde a los intereses de la élite, para quienes es rentable, debido a que puede haber más publicidad de cualquier tipo de producto que se puede enlazar con lo que el oyente esté escuchando.

No obstante, los contenidos del documento demuestran lo que para las emisoras “vende”, lo que atrae a los oyentes y por lo que, según se pueden analizar las cifras de los estudios de audiencias dicen, la sociedad va encaminada a los contenidos netamente de entretenimiento.

Este fenómeno se da también por los efectos persuasivos que tienen los medios de comunicación en cuanto lo que quieren convencer, generando efectos cognitivos, culturales, políticos para los espectadores. Es como Miguel Roiz (2002) menciona *“son los Mass Media los que tienen una alta influencia sobre la masa espectadora y por lo tanto, los contenidos que emiten los distintos canales que terminan creando y modelando el control cultural”* (pág. 19)

Por lo que si como medio le sigue ofreciendo a la audiencia contenidos de entretenimiento, de poco interés o que simplemente no afecta o no aporta nada nuevo a la vida diaria de quien lo está viendo o escuchando, a un desarrollo de la sociedad, pues se está condenando a las futuras generaciones a no crear programas con contenidos que enseñen a la vez que entretienen.

“Hay mucha gente que está harta, pero, al mismo tiempo, hay mucha más que gusta de consumir este tipo de productos. Y esto, afirman los responsables de las cadenas y también muchos demócratas convencidos, esto es lo verdaderamente importante. Aquí no hay más ley que la de la oferta y la demanda. El mercado es sensible a las preferencias del público y sirve de orientación a los productores. Y como las empresas saben que eso es lo que gusta, siguen ofreciéndolo con la esperanza de mantener o

aumentar los niveles de audiencia y vender más caros los espacios publicitarios. Así, el mercado extiende sus dominios sobre la información, la cultura, el entretenimiento e incluso la dignidad de las personas”. (M. Saavedra. 1999)

Es lo que sucede entonces con el “+Radio”, es un documento que es netamente de entretenimiento, puesto que sus contenidos son de este tipo de temas, no hay una información seria, o sí la hay no está totalmente desarrollada.

El hecho que actualmente las personas se rigen más por entretenerse, por hacer, ver y escuchar cosas diferentes a las que la vida cotidiana les da. Lo que se está viviendo deja mucho que decir, o por lo menos en Colombia, que algunos cambios sociales o tendencias se están percibiendo con rasgos del espectáculo, o así lo hace ver también los contenidos que no solo están produciendo las emisoras sino la televisión.

Los medios de comunicación de masas terminan creando y construyendo una realidad con este tipo de información. Con esto no se quiere entrar en discusión y en juzgar los diferentes contenidos que emiten los medios, sino por el contrario, evidenciar lo que podría llamarse un ‘secreto a voces’. Por eso, tantos estudios sobre la influencia que se generan este tipo de conductas de la información.

Es por esto que empezar a desglosar este análisis desde el tema que abarcan la gran mayoría de los contenidos y el tipo de información que se emite en las emisoras musicales, es fundamental, porque como medio de comunicación debe ser también un espacio para la construcción de la ciudadanía. Los temas que priman son los que tienen que ver con chismes de farándula, videos más vistos en YouTube⁸, innovaciones tecnológicas y

⁸ YouTube es un sitio web en el cual los usuarios pueden compartir videos, es un canal para reproducción de videos de todo tipo de contenidos.

las noticias curiosas que se dan alrededor del mundo, es decir de la rama del entretenimiento.

Por tanto, en cuanto a que si lo que se emite en el “+Radio” es noticia, creo que los acontecimientos que se tratan no tocan directamente a la sociedad en ningún aspecto, solamente los informa de temas que irrelevantes en cuanto a que, por ejemplo, que una actriz o cantante se corte el pelo o que se casó, no afecta en nada a la sociedad, esto viéndolo desde la definición de noticia que se hizo antes.

4.3. El proceso de producción de la información: indagación, selección y publicación

El tiempo que gasta el periodista en procesar la información para hacer una noticia es considerable, puesto que debe pasar por varios pasos para obtenerla finalmente: la recolección de la información, lo que no simplemente implica buscar en la red los datos, sino también intervenir con las partes involucradas, con la entrevista o una investigación etnográfica, el traslado al lugar de los hechos; hacerse y responder a las cinco W's (W Questions: quién, qué, cómo, cuándo, dónde) para desarrollar la noticia; también, intercomunicación con otros periodistas compartiendo datos ya procesados, como puede ser un audio, video o testimonio; constatar la veracidad y esto se hace confrontando fuentes; finalmente publicar la noticia.

Una noticia debe tener una estructura, en la que se pretende dar la información concreta de un tema relevante, pero en su redacción debe también tener un esquema:

- Un antetítulo: Es aquella frase u oración más pequeña que el titular y que lo antecede.
- Titular: Es la frase o texto breve que ofrece la información esencial de la noticia, presenta el contenido de la misma.
- Lead: Es el resumen de la noticia en un párrafo muy corto, debe responder a las 5 W's (Quién, qué, cuándo, cómo y dónde).
- El cuerpo: Es el desarrollo de la noticia, en el que se proporciona la información completa de lo dicho en el lead. Es importante que se desarrolle en forma de pirámide invertida, es decir en orden de importancia decreciente, de lo más a lo menos relevante.
- Lenguaje: Debe ser noticioso, respetuoso, destinado a todo tipo de público, dar mensajes concisos y concretos, evitar opiniones.

Buscando un poco de antecedentes sobre la producción informativa, existen varias versiones sobre cómo se comenzó a realizar ésta en la profesión del periodismo. Algunos autores en la década de los cincuenta surgen con los primeros estudios sobre los *gatekeepers* o *seleccionadores de información* (Wolf. 1987), mientras que otros señalan que estos estudios se remontan en los años setenta.

Wolf por su parte nombra a los “gatekeepers” como esas personas encargadas de seleccionar la información, quienes permiten dejar pasar o bloquear la información, luego del primer filtro, tienen la misión de seleccionar las noticias que serán publicadas en el medio.

El rechazo o bloqueo tiene sus explicaciones tales como que “exista una falta de espacio, la historia ya había sido contada o seleccionada, falta de interés periodístico o la calidad de escritura. (Hirsch, 1977, citado en Wolf. 1987. Pág. 111) entonces, se dice que las noticias no pasan simplemente por no ser ‘relevantes’ o por ser ‘redundantes’.

El criterio para escoger lo que se publica también implica el contexto profesional-organizativo-burocrático que ejerce la influencia sobre la elección que realice el gatekeeper, es decir que se debe tener en cuenta la línea editorial del medio y el contexto profesional que se encuentre, la influencia de los otros periodistas, los valores y ética entre otras cosas.

Esta fase del gatekeeping tiene una manera irregular de demorar la información en algún punto de la cadena comunicacional. White "utilizó el concepto para estudiar el desarrollo de la afluencia de noticias a los canales organizativos de los aparatos de información, y sobre todo para determinar los puntos que funcionan como «porterías», que determinan si la información pasa o es descartada" (Wolf, citado en Martini, 2000).

Con todo el proceso de dichos estudios, se puede concluir que las noticias que en ese tiempo se publicaban eran bastante importantes.

El modelo de investigación centrado en la tarea de gatekeeping resulta incompleto y teóricamente esquemático (su localización en las funciones), con todo, es necesario reconocer que aportó una perspectiva de análisis hasta el momento relegada, la de los productores, e instaló el concepto de selección, axial para determinar el sentido de los procesos productivos de la noticia. (Martini. 2000. Pág. 8)

En la década de los setenta “en los Estados Unidos existía una tendencia de investigación enfocados en los procesos de la producción de los mensajes y en especial la producción de las noticias” (Hernández. 1997. Pág. 211). Esta tendencia se centraba en ver al medio de comunicación como una organización de producción “industrial”, en el sentido de que la información se viera como una “materia prima”, transformada mediante un proceso de producción, que implica el paso por cadenas de “montaje”, control de calidad, hasta convertirse en el “producto noticia” (Verón. 1987 citado en Hernández. 1997)

Más adelante, los estudios se hicieron más sociales en Estados Unidos, Francia, Inglaterra y España, “la sociología del periodismo”, en la que se analizaba sociológicamente la producción de la información periodística, por lo tanto, esto no ha sido una preocupación nueva.

Estos estudios también se originan en Estados Unidos donde se registraban acontecimientos y características de la práctica periodística para controlar los excesos que se mostraban en la prensa, pues las críticas contra el poder económico, el credo del darwinismo social eran inmensurables. Además, años posteriores a la Segunda Guerra Mundial (entre los años 1939 y 1945) “la prensa empezó a ‘desinformar’, la prensa fue criticada duramente debido a que presentaba una cobertura política partidaria, así como chismes y trivialidades” (Hernández. 1997. Pág. 214). Por todo este tipo de incongruencias y subjetividad en el periodismo, se empezó a estudiar de manera sociológica tanto de los profesionales como del oficio, analizando el papel del periodista con el relato de la historia, rechazando la noticia como un reflejo de la sociedad sino como un producto social, una reconstrucción de la realidad.

Las rutinas de producción de información se organizan con base a la agenda impuesta por los medios de comunicación, se construyen según la necesidad de cada sociedad y se define como “el conjunto de temas noticiosos, enfoques y tratamientos que se incluyen en el espacio o tiempo del que disponen los medios para cumplir su función” (Arias. s.f. Citado en Arango. 2007. Pág. 13)

Teniendo en cuenta los antecedentes y conceptos tratados en los apartados anteriores, en Caracol Radio el proceso de la producción de las noticias en los dos hemisferios- radio hablada y musical- es diferente, sin embargo es necesario hacer un análisis de acuerdo a la rutina periodística llevada a cabo en estos departamentos.

El “+ Radio” es un documento dirigido para las emisoras musicales en Colombia de la cadena Caracol Radio-Prisa Radio, es un documento que no se va a publicar en ninguna página web ni en ningún periódico físico o digital, es llanamente lo que se envía a todo el equipo de locutores de las emisoras.

En este medio de comunicación existen varios departamentos que manejan la redacción de contenidos diferentes, como es el caso del área digital, que es el área encargada de manejar la información que se publica en la página web y para que sea simultánea con lo que se dice al aire en directo, para las emisoras W Radio y La Básica.

Sin embargo, existe otra área dedicada a realizar noticias para publicarlas en las páginas web, este es el caso del Área Digital de las Emisoras Musicales que es dirigida por Carlos Alvarado. En esta área el proceso de indagación, redacción y publicación no es tan riguroso. Puesto que al ser contenidos de entretenimiento son más “light”, más frescos, por lo que no necesariamente se acogen a lo que las agencias publiquen, sino todo lo contrario, es mucha más la libertad que se da en este departamento, pues tiene que ver más con el criterio que el periodista (qué considera importante para difundir) tenga al momento de escoger la noticia, pues creará, según el público objetivo para el que vaya, que esa noticia es la que va a generar más tráfico en cuanto a internet se refiere, es decir, más visitas; esto se da una vez se ha mencionado al aire, porque el locutor es quien menciona la información y redirecciona a los oyentes a la página de la emisora.

Debido a que lo que se analiza son los procesos de indagación, selección y publicación de información, es importante definirlos para poder entender el contexto que debe tener la producción de la información; éstos se analizan basándome en unas encuestas realizadas a algunos de los integrantes del sistema informativo que alimentan la web de Caracol-La Básica y W Radio con diferentes noticias.

Indagar se define como ese proceso en “la búsqueda de la verdad, la información o el conocimiento” (Escalante, P. s.f. Pág. 2) Igualmente, para la producción de una noticia, lo primordial es buscar hechos que sean verídicos. En la siguiente matriz se hace un paralelo de la radio hablada y la radio musical en cuanto a los procesos y tratamiento de la información en Caracol radio; la indagación que se realiza desde las dos partes.

	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN LAS EMISORAS INFORMATIVAS (HABLADAS)				TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN LAS EMISORAS MUSICALES- PÁGINAS WEB		
	FACTORES	SE HACE	NO SE HACE	CÓMO SE HACE	SE HACE	NO SE HACE	CÓMO SE HACE
I N D A G A C I Ó N	Recolección de la información	X		Búsqueda de la información, investigación del tema, recolección de datos con indagaciones e investigaciones de temas que la ciudadanía expone como preocupación.	X		Búsqueda de la información, recolección de datos. También se indagan y se buscan noticias de las agencias informativas, en su gran mayoría se abstraen de internet.
	Acceso a fuentes informativas	X		Acceso a fuentes oficiales que son los principales implicados con la noticia, cubriendo todas las partes involucradas, contactandolas, telefónica o personalmente, para abstraer	X		Acceso a fuentes no oficiales en su gran mayoría, debido a que la información es sacada de internet, páginas como El Espectador, El Tiempo, BBC Mundo, CNN, People en Español,

Nota: Fuente: Elaboración propia

En primera instancia, se puede analizar que en las emisoras informativas tienen un proceso de indagación más minucioso, buscan más datos confiables, se hace un proceso más allá de la sola indagación y es la investigación en algunas noticias, es decir que se hace desarrollo y/o profundización en un tema o en una noticia. Igualmente, para el uso de fuentes, se utilizan fuentes oficiales o primarias, las partes involucradas, se toman versiones desde los diferentes puntos de vista; por el contrario, en el departamento de las emisoras musicales, aunque se hacen esos procesos de indagación, estos son precarios, puesto que se basan en la gran mayoría en las fuentes en internet y además con boletines de prensa.

En cuanto al acceso de las mismas, son fuentes que no son oficiales, (es decir que ya están tratadas) de otras páginas de internet, lo que para otros ya es noticia, en el +Radio hasta ahora se está incluyendo, debido a que se hace de un día para otro, entonces la información no es tan reciente porque efectivamente se está haciendo del día anterior y se prevé lo que puede ser noticia; ésta también es una de las razones por las cuales se realiza en horas de la tarde, para precisamente, entre más reciente sea la noticia, entonces será para las emisoras mucho más útil.

En las emisoras habladas, no se trabaja ni se publica una noticia sin antes ser verificada, en este caso el área de Sistema Informativo es la encargada de que los periodistas se dirijan al lugar de los hechos, para desde donde estén pueden subir una entrevista o un relato del suceso a un sistema llamado Redacta, una plataforma que sirve como “recolectora” de todas las noticias que envían los periodistas desde el lugar que está ocurriendo, para que así el área digital sea la encargada de redactar la noticia e inmediatamente subirla a la página web y que cuando se esté hablando al aire en la emisora, el audio y la nota ya deben estar montados para que los lectores puedan visitarla y ampliar la información.

Por otra parte, también Caracol Radio maneja una serie de convenios con agencias informativas, a las cuales les pagan una suma de dinero a cambio de la información; esto se debe al tiempo y localización del periodista, pues no son fácilmente accesibles desde este medio de comunicación, por ejemplo, si hay una noticia que está ocurriendo en Siria y no hay un periodista o corresponsal de la compañía en dicho lugar, recurren a las agencias de información, porque son compañías que primero que todo son mundialmente reconocidas y segundo porque están presentes en cualquier lugar, cubriendo todos los ámbitos de la noticia en diferentes formatos— Prensa escrita, radio, televisión e Internet-. Las agencias que prestan el

servicio para Caracol Radio en el área de Digitales son: la Agencia EFE, Colprensa y BBC Mundo.

Como antecedentes de las agencias; surgen hace más de 150 años, a partir de los años 90 debuta en el espacio comunicativo de la Red de redes, Internet, bajo principios de rapidez, economía e interactividad informativa al alcance de todos, apuntando desde ese momento los agencieros, por su futuro en la red. (Linares.2010. Pág. 4)

Dinamizan los procesos de producción de la noticia, generando un acceso mucho más rápido a información actualizada según los intereses de los usuarios y de las instituciones.

Sin embargo, para poder acceder a otras fuentes diferentes de las agencias, deben primero realizar un barrido por Agencia EFE, Colprensa y BBC Mundo, es decir, agotan todas las noticias que dicha fuente tiene, con respecto al área que tenga a su cargo, por ejemplo: si se tiene que alimentar noticias de entretenimiento, se debe revisar por éstas primero antes de buscar en otras fuentes, lo que muy rara vez sucede, pues estas agencias están nutridas de muchas noticias dirigidas a todos los campos.

Cabe resaltar que en cuanto a la línea editorial de Caracol Radio, ésta es totalmente de derecha, es decir que está a favor del gobierno, lo que conlleva que hay noticias que dicha línea o directrices superiores no dejan publicar, por lo tanto no se puede incurrir en el hecho de desacatar. Así lo reseñó Javier Riveros (Comunicación personal. 19 de septiembre de 2013) quien es Editor Web de las emisoras habladas, W Radio y La Básica.

Es decir que la jerarquía y el poder que personajes importantes manejan dentro de la empresa son quienes deciden qué se publica y qué no. Lo que sigue reafirmando el poder que tiene no solo el gobierno sino el de los altos mandos o influencias externas para tergiversar o simplemente omitir información.

En el CCP, no se puede acceder a esas agencias para dinamizar y obtener información más veraz, pues estos convenios no los tienen las emisoras musicales, por alguna razón esta información no se puede saber, pues prefieren no hablar del tema a pesar de que se pregunte. Entonces en las páginas de las musicales no podrá haber ninguna noticia sobre la Agencia EFE, por ejemplo. Sin embargo, como copian y pegan la información en las páginas web de las musicales de otras fuentes, no se dan cuenta que esas fuentes tienen a EFE contratada y citada, pero igual la publican en las páginas.

En cuanto al proceso ya de selección que se lleva a cabo con estos dos hemisferios de la radio en Caracol, cabe definir el concepto selección

“El proceso de selección de las informaciones es concebido como un proceso naturalizado, automatizado e “intuitivo”, fundado en la experiencia y el criterio individual –aunque socializado –de los periodistas [...] En este sentido, el trabajo de selección es manifiestamente un mecanismo operacional además de simbólico: expresa no sólo valores o líneas ideológicas y editoriales sino, sobre todo un modo de hacer las cosas” (Stange, H. Salinas, C. 2009. Pág. 15)

Ya previamente se explicó qué era la noticia, pero más allá de eso, lo que importa en esta sistematización es cómo es un buen proceso de selección, así como lo menciona Stella Martini:

La selección y clasificación de los acontecimientos que serán noticia se apoya en los ejes información-sociedad, en términos de necesidades y expectativas, y de reconocimiento-realidad, en términos de verosímiles que constituyen la realidad cotidiana, y tiene que ver con los valores de noticiabilidad de los que se carga en cada situación y en cada medio en particular. (2000. Pág. 2)

Para analizar este proceso de la selección de la información en este medio de comunicación, se realiza esta matriz:

	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN LAS EMISORAS INFORMATIVAS (HABLADAS)				TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN LAS EMISORAS MUSICALES- PÁGINAS WEB		
	FACTORES	SE HACE	NO SE HACE	CÓMO SE HACE	SE HACE	NO SE HACE	CÓMO SE HACE
S E L E C C I Ó N Y P R O D U C C I Ó N	Intervención	X		Con entrevistas, etnografía, con el fin de abstraer mayor información de esas fuentes primarias, son subidas a plataformas como Redacta para acceder más agilmente a la información.	X		Es poco frecuente hacer entrevistas, únicamente las que se publican son las que realizan durante algún programa de la emisora, por lo que las personas encargadas solo las publican en la página en video o en audio y con un titular.
	Contraste de fuentes	X		Teniendo información de fuentes diferentes para corroborar la veracidad y para añadir datos faltantes.		X	Afirman que lo hacen, pero según las evidencias de la página web, la información es copiada y pegada de una sola fuente.
	Responder las 5 W's (Quién, qué, cuándo, cómo, dónde)	X		Durante el desarrollo de la noticia, se deben responder a las 5 W's, esto se logra gracias a la información ya recolectada. Siguen la estructura de la noticia.	X		Durante el desarrollo de la noticia, se deben responder a las 5 W's, esto se logra gracias a la información ya recolectada. No hay una estructura de la noticia.
	Clasificación de la información	X		Por jerarquización de la misma, los temas más relevantes primero.		X	La jerarquización de lo más importante no se hace adecuadamente porque publican las noticias a medida que las encuentran.

Nota: Fuente: Elaboración propia

Para el proceso de selección en las emisoras habladas y musicales, primero que todo, el criterio lo tiene la persona que está encargada de alimentar alguna sección en la página web.

Por parte de la intervención que realiza para obtener la noticia, en las emisoras informativas, se realiza con entrevistas, testimonios, visitas a campo, todo esto se logra gracias a que el equipo de periodistas y corresponsales que también están cubriendo la noticia puedan enviar la información a Redacta, pues el amplio equipo de periodistas que está disponible para este tipo de trabajos es bastante amplio, distribuyéndose los temas cada uno cubre y saca la nota del que tenga asignado.

Para el caso de las emisoras musicales no es posible contar con el equipo de periodistas amplio y a la vez redactores, que precisamente es por lo que Fernando Palma argumenta. Sin embargo, en cuanto a las entrevistas es más factible, pues cuando los artistas van a Caracol Radio (esporádicamente) toman un tiempo para realizar y grabar entrevistas de tal manera que las deberán publicar a la página de la emisora respectiva unas horas después.

En cuanto a la producción de la información, primero el contraste de fuentes es fundamental en este proceso, puesto que aquí se empieza a generar credibilidad en el público, que lo que se cuente sea fiel a la verdad, que esté verificado y en términos de estructura y demás, en la radio informativa se nota mucho más el proceso que tiene la noticia, la elaboración respecto a la estructura, es muy rigurosa, cumpliendo con el modelo para realizar una noticia (explicados anteriormente) además con responder a las 5 W's (Quién, qué, cómo, cuándo, dónde). Confrontar las fuentes es necesario no solo para lo dicho, sino que también sirve para obtener más datos.

Una vez se tenga la información, se hace también una modificación en cuanto a lenguaje, pues estas agencias aunque tratan en lo posible mantener un estilo neutro, en cuestiones de localización tienen que ubicar al lector o simplemente omitir información que se convierte en obvia para quien lo está leyendo; por ejemplo: si hay una noticia titulada de la siguiente manera “El presidente colombiano Juan Manuel Santos no se amarra los pantalones ante la crisis agraria”, pues si se publica tal cual va a ser redundante para quien lo lea, ya que por obvias razones se va a saber que el presidente Juan Manuel Santos es colombiano, por lo que se omitiría esa palabra, además, en la mayoría de los casos, los titulares de las noticias cambian rotundamente para darle otro que llame más la atención y genere más visitas en la página web.

Es importante resaltar que estos departamentos dan crédito a sus fuentes informativas, citan o en su defecto reelaboran la noticia sin perder el objetivo de la fuente primaria.

En las emisoras musicales mientras tanto, el contraste no se hace correctamente, porque como la información es copiada y pegada de una sola fuente, no se verifica, sino se está sujeto a lo que la fuente original publica y que en últimas solamente se está obteniendo la información saltándose así un escalón muy importante al momento de producirla; y algo más grave en cuanto a los créditos que se le dan al autor original también se omite (como más adelante se revisará).

A manera de comprobar la misma, con las encuestas se pudo determinar que no son honestos al momento de responder si dan crédito a la fuente, todos los encuestados dijeron que sí lo hacen. Sin embargo, como observadora participante me doy cuenta que se contradicen, puesto que no es la realidad de lo que practican, esto en las encargadas de publicar información en las emisoras musicales, quienes no dan crédito a la fuente. Esta situación se puede dar debido al posible rechazo o juzgamiento por ser una práctica en contra de los principios como periodistas.

Con respecto a la clasificación o jerarquización de la información, en forma de pirámide invertida, es decir desde lo más hasta lo menos importante. Por parte de la emisora informativa, como está constantemente cambiando las noticias, efectivamente realizan una organización de la información puesto que las noticias que se manejan allí son de contenidos de interés general y que tocan directamente a la ciudadanía. Mientras que por las musicales, la jerarquización no se ve, debido a que se publican las noticias de acuerdo al orden que se vayan encontrando; para el +Radio, se utiliza la plantilla que ha estado establecida, en la que primero están las noticias de farándula siendo

la información sobre música la más importante, sin embargo en los titulares, se incluyen sólo temas de música.

Finalmente, en la última etapa del tratamiento de la información está la publicación, la divulgación de todo el proceso que ha tenido la noticia y también teniendo en cuenta la línea editorial del medio. En este caso no se podría publicar algún hecho que estuviera en contra del Gobierno, a menos que las directrices lo autoricen por ser un hecho trascendental. En la siguiente matriz se analiza cómo es el proceso de selección de la información:

	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN LAS EMISORAS INFORMATIVAS (HABLADAS)			TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN LAS EMISORAS MUSICALES- PÁGINAS WEB		
	FACTORES	SE HACE NO SE HACE	CÓMO SE HACE	SE HACE NO SE HACE	CÓMO SE HACE	
P U B L I C A C I Ó N	Citación de la fuente	X	Se da el crédito al autor principal o a las diferentes fuentes utilizadas de donde se obtuvo la información.		X	No se cita la fuente en las páginas web de las emisoras musicales, a pesar que en el +Radio se cita la fuente.
	Desarrollar temas propios	X	Dependiendo del área en la que se trabaje o defina la agenda del medio se desarrollan temas de interés propio pero que a su vez sea de interés general.		X	El tiempo para desarrollar temas propios no existe debido a que son solo 3 personas para alimentar 7 portales web que incluyen blogs, especiales, subir audios y videos, además de
	Publicación	X	Finalmente se publican las noticias en las páginas web de las emisoras.	X		Finalmente se publican las noticias en las páginas web de las emisoras.
	Es noticia o no	X	Teniendo en cuenta que debe ser un hecho que afecte a la sociedad, sin embargo, en temas de entretenimiento y curiosidades estos contenidos son utilizados para tener mayor número de visitas en la web.		X	Dentro de lo definido como noticia, esta información que se publica no se podría considerar como tal, debido a que son temas de entretenimiento, que en pocas ocasiones son de interés general.

Nota: Fuente: Elaboración propia

Como ya se había tenido en cuenta el uso de las fuentes, es muy importante recalcar que mientras en las páginas de las emisoras habladas si dan el crédito a la fuente, en las páginas de las emisoras musicales es todo lo contrario, claro está que como uno de los primeros cambios que se realice

en el +Radio, fue empezar a citar la fuente, ya que Fernando Palma creía innecesario el crear mi propia noticia.

Como por ejemplo, en las informativas si pueden hacerlo, allí los apoyan con la creación de nuevos temas y propios, que también está acompañado de un periodista para avalar si la noticia si se puede o no desarrollar.

Luego ya de difundir, de publicar, enviar las noticias solo queda analizar que teniendo en cuenta este concepto de la noticia y los criterios profesionales que se evidencian en diferentes conceptos aquí tratados, aplicándolos a lo que se hace con el “+Radio” cabe la pregunta de si lo que estoy haciendo es o no noticia, pues según los conceptos hasta aquí expuestos, los criterios de noticiabilidad y todo el proceso de producción de la información no han develado una conexión directa con el concepto, pues durante el proceso que se lleva en el área de Sistema Informativo de las emisoras habladas es totalmente diferente al realizado en el CCP.

Empezando por el tipo de contenidos que precisamente no son de trascendencia ni que toquen la sociedad en el hecho que son temas irrelevantes y que no afectan en nada a la sociedad, solo brinda temas vacíos que finalmente no aportan a una construcción de la ciudadanía.

Los procesos de producción de la información son igualmente vacíos, puesto que no existen sino dos, el de la indagación y la publicación de la noticia.

Cuando empecé a darme cuenta de esta incongruencia en cuanto al manejo y tratamiento de la información, realicé un cambio que aunque no fue rotundo si le dio un aspecto, a mi percepción, de responsabilidad y respeto frente a los autores de las noticias, dar el crédito a la fuente. Por otro lado, también contrastar fuentes, confirmar si lo que iba a publicar era verídico o no.

En este aspecto de la rutina periodística que se tiene en el CCP y en general en las páginas web de las emisoras musicales, es importante darle un tratamiento a la información, saber que lo que se le está brindando a las personas que ingresan a la página queden informadas no sólo de sus artistas favoritos sino que además se conviertan en espacios que a su vez funcionen con temas que en realidad propongan una crítica ciudadana desde los diferentes hechos del país y que permitan esa construcción de temas de interés público.

5. ANÁLISIS DE LA CALIDAD Y AUTENTICIDAD DE LA INFORMACIÓN: COPIA DE LA NOTICIA

En el periodismo lo verídico es lo que importa, el periodista debe dar cuenta de que lo que escribe es totalmente cierto, no puede haber ningún dato falso. Es muy importante entonces aplicar rutinas periodísticas que incluyan un buen proceso de selección y la producción de una historia, de una noticia.

El proceso de producción que tiene aunque parezca complejo es lo más importante al momento de contarle esa historia al espectador. Existen varios factores para llegar al final de una historia bien contada, que tenga más que cantidad, sea de calidad.

Una de las cosas que un periodista debe hacer es contar una “realidad real” no una “realidad virtual” que es lo que la gran mayoría está haciendo; copiar lo que ve por internet.

Pero, es aquí donde empieza la discusión de un copy/page, puesto que muchos de los egresados de universidades reconocidas, titulados como periodistas, empiezan a trabajar dejando de lado una formación profesional, ¿cómo? copiando y pegando la información de los otros que se han tomado ese trabajo de hacerlo, pero con el agravante de no citar, de no dar el crédito de quien realmente escribió y produjo la noticia.

Repetir las noticias que otros dicen, nadie ahora dice “Según la información recibida por xxx”, sino que simplemente la copian tal cual, se está volviendo una cadena de repeticiones, sin tan siquiera ir más allá de esa

noticia, por ejemplo con temas ambientales como “la afectación de la minería a cielo abierto o la trata de mujeres por medio de las redes sociales”. Temas que sean de interés público y que involucre o afecte directamente a una comunidad e inclusive a la sociedad.

El internet se puede señalar como el posible culpable, pero, habría que preguntarnos si en realidad es responsable o lo sería el periodista. Si bien es cierto, la red ha puesto mucha más accesibilidad a la información, que en la mayoría de los casos es también de los otros periodistas, y en la mayoría porque puede ser información como datos exactos, estudios, historia y no precisamente una noticia o artículo periodístico.

No obstante, el acceso a internet ha obligado a tener más responsabilidad ética ante el uso de información, puesto que hay que tener mucho más cuidado al momento de utilizar fuentes, debido a que se debe verificar la procedencia de las mismas, contrastarla para poder ampliar la noticia.

Muchos especialistas en comunicación, no están de acuerdo con usar la información idéntica para otros medios y que a pesar de tener herramientas tecnológicas; no quiere decir que se debe facilitar el trabajo de un periodista y simplemente dedicarse a la transmisión de la información y no a la producción de nueva información, ir más allá de la nota o noticia que todos los medios publican.

Es como lo mencionó el corresponsal del periódico El Mundo de Asia David Jiménez en una entrevista que le realizaron en España para una revista estudiantil virtual: “Producir temas propios y originales requiere de periodistas con tiempo para trabajarlos, algo que está desapareciendo en España. Mandan la rapidez y la cantidad por encima de la calidad. El resultado es el refrito de informaciones de agencia o de lo que han hecho otros, y que en algunos casos llega a la copia sin disimulos”. (Mesa. 2003 Julio 17)

Muchas veces esto se debe a que en el periodismo y en la transmisión de la información se requiere inmediatez y el internet el que la está dando, pero por esa inmediatez muchos no se dan cuenta que cuando publican la información tiene algún error, como la siguiente imagen que muestra claramente este ejemplo:

The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "Heidfeld: 'El equipo a dado un gran paso adelante'". Below the search bar, it says "Aproximadamente 339 resultados (0,06 segundos)". A red arrow points to the word "dado" in the search results, which is a typo for "ha dado". The search results list several news articles from various sources like AS, Europa Press, and MSN, all containing the same typo. The first result is from AS, dated "hace 2 horas", and the others are from April 10, 2011.

Tomada de: Google

Viendo esta imagen, claramente se puede percibir la poca disposición que tuvo el periodista por revisar algo tan sencillo como un error de ortografía, que correctamente debe ser "Heidfeld: "El equipo **ha** dado un gran paso adelante", esta noticia tiene como fuente principal La Agencia EFE; muchos medios incurrieron en copiar tal cual la información. Como este hay muchos ejemplos en la red y esto se convierte en una fuente que repite.

Por obvias razones y por ética profesional se debe dar crédito al autor, sin embargo varios medios lo pasan por alto.

En el caso de Caracol Radio, me he dado cuenta que en la página web de las musicales en ocasiones incurren en el hecho de no dar créditos a la fuente donde sacaron la información, por lo que directamente se convierte en plagio.

Aquí entran directamente los resultados de las encuestas en las que todos dijeron dar crédito a la fuente, sin embargo, por ningún lado se ve:

Miguel Bosé obliga a sus hijos a reciclar todo

| 9 de Octubre de 2013

Vote: ★★★★★ Promedio: ★★★★★ 0 votos



Foto: Banc

El carismático **Miguel Bosé** fue uno de los asistentes más reconocibles a la exposición fotográfica sobre el reciclaje "Upcycling" que anoche se inauguró en Madrid, por lo que no tuvo inconveniente en revelar públicamente algunos detalles de su vida cotidiana relacionados no solo con la forma en la que trata los residuos de su hogar, sino también con los valores que imparte a sus cuatro hijos -de los cuales solo se conocía la existencia de dos antes del pasado verano- sobre la necesidad de conservar el medio ambiente y preservar los recursos naturales.

"Yo soy el hombre reciclaje por excelencia, de toda la vida. En casa tengo perros, gallinas, y mis cubos orgánicos completamente vacíos. Los otros se llenan mucho y me gusta que sea así porque ya hay demasiado producido en este mundo, tenemos que reciclar todo tipo de materias para no contaminar. En este planeta ya estamos con las alarmas encendidas. Mis hijos están siendo educados en esta filosofía, por supuesto, tiene que

ser así porque no tenemos elección", aseguró el intérprete madrileño a la edición española de la revista **Vanity Fair**.

Aunque puede parecer prematuro presentar a cuatro niños pequeños problemas tan serios como el cambio climático, el calentamiento global y otros efectos de la contaminación, **Miguel Bosé** insiste en que sus lecciones sobre ecología se basan en principios tan básicos como la importancia de mantener el orden en casa y no generar suciedad.

"A mis hijos, lo que les enseño es que las cosas no hay que tirarlas al suelo, que siempre tienen que ir a la basura, a cualquiera de los cuatro cubos que tenemos por casa", aseveró el artista.

Poco dado a sincerarse sobre el tipo de relación que mantiene con sus cuatro retoños, el extravagante artista solo se ha referido a ellos en contadas ocasiones y siempre para describir la forma en que su llegada ha cambiado por completo su existencia y, por supuesto, su rutina diaria como estrella de la música. Entre otras transformaciones, Bosé considera que su personalidad se ha desdoblado en dos figuras completamente opuestas: la del artista irreverente y la del padre de familia obsesionado con el bienestar de sus vástagos.

El actor Tom Hanks confiesa que padece de diabetes

| 9 de Octubre de 2013

Vote: ★★★★★ Promedio: ★★★★★ 0 votos



A pesar de que el actor lleva sufriendo desde hace 21 años los síntomas propios de la diabetes tipo 2, que provoca que el organismo no cree suficiente insulina, **Tom Hanks** no había recibido un diagnóstico claro sobre su enfermedad hasta hace pocos días, cuando un doctor le confirmó que padecía esta dolencia.

"Fui a ver al doctor y me dijo: '¿Te acuerdas de los altos niveles de azúcar que tienes desde los 36 años, verdad? Pues bueno, te acabas de graduar, tienes diabetes tipo 2', desveló el actor durante una entrevista en el popular programa de televisión 'Late Show with David Letterman'.

Aunque a lo largo de estos años **Tom Hanks** ha logrado adaptar su rutina diaria para hacer más llevaderas las dolencias propias de esta enfermedad, el intérprete tiene claro que la pérdida de peso exigida por su doctor en su última visita para remitir los efectos de la diabetes no entra entre sus planes.

"En realidad, podría llegar a controlar la enfermedad y a vivir una vida normal si cambiara mi dieta. El doctor me explicó que si peso igual que cuando iba al instituto, no tendría que enfrentarme a ningún tipo de problema. Yo le respondí: 'Bueno, entonces tendré diabetes'", explicó el actor.

Imágenes tomadas de www.nacional.oxygeno.fm

Miguel Bosé: 'Obligo a mis hijos a reciclar todo'

El conocido artista se sincera sobre el tipo de educación que ofrece a sus hijos y sobre su obsesión con proteger el medio ambiente.



El cantante español Miguel Bosé. Foto: www.billboard.com

La Razón Digital / Bang
10:12 / 09 de octubre de 2013

El cantante Miguel Bosé fue uno de los asistentes más reconocibles a la exposición fotográfica sobre el reciclaje 'Upcycling' que anoche se inauguró en Madrid, no tuvo inconveniente en revelar públicamente que imparte a sus cuatro hijos el hábito de reciclar.

"Yo soy el hombre reciclaje por excelencia, de toda la vida. En casa tengo perros, gallinas, y mis cubos orgánicos completamente vacíos. Los otros se llenan mucho y me gusta que sea así porque ya hay demasiado producido en este mundo, tenemos que reciclar todo tipo de materias para no contaminar. En este planeta ya estamos con las alarmas encendidas. Mis hijos están siendo educados en esta filosofía, por supuesto, tiene que ser así porque no tenemos elección", aseguró el intérprete madrileño a la edición española de la revista Vanity Fair.

Aunque puede parecer prematuro presentar a cuatro niños pequeños problemas tan serios como el cambio climático, el calentamiento global y otros efectos de la contaminación, Miguel Bosé insiste en que sus lecciones sobre ecología se basan en principios tan básicos como la importancia de mantener el orden en casa y no generar suciedad.

"A mis hijos, lo que les enseño es que las cosas no hay que tirarlas al suelo, que siempre tienen que ir a la basura, a cualquiera de los cuatro cubos que tenemos por casa", aseveró el artista.

Poco dado a sincerarse sobre el tipo de relación que mantiene con sus cuatro retoños, el extravagante artista solo se ha referido a ellos en contadas ocasiones y siempre para describir la forma en que su llegada ha cambiado por completo su existencia y, por supuesto, su rutina diaria como estrella de la música. Entre otras transformaciones, Bosé considera que su personalidad se ha desdoblado en dos figuras completamente opuestas: la del artista irreverente y la del padre de familia obsesionado con el bienestar de sus vástagos.

"Miguel y Bosé [haciendo referencia a sus planos personal y profesional] son dos personajes que no se pueden soportar, pero que tampoco se separan porque están condenados a entenderse. Bosé es un creativo, un explorador, aventurero e inquieto. Miguel se comporta de forma totalmente diferente: lleva una vida conservadora y muy familiar, lejos de los titulares, con un huerto, un jardín y unos hijos. De hecho, ahora estoy en la cocina de mi casa dándoles la merienda", explicaba al diario colombiano Tiempo.

Imágenes tomadas de: www.la-razon.com

Tom Hanks confiesa que padece diabetes

El actor ha confirmado la noticia de su enfermedad tras someterse a unas pruebas médicas, corroborando así los síntomas que padecía desde hace 21 años.



El actor Tom Hanks. Foto: Bang

La Razón Digital / EFE / EE.UU.
09:30 / 08 de octubre de 2013

A pesar de que el actor lleva sufriendo desde hace 21 años los síntomas propios de la diabetes tipo 2, que provoca que el organismo no cree suficiente insulina, el actor Tom Hanks no había recibido un diagnóstico claro sobre su enfermedad hasta hace pocos días, cuando un doctor le confirmó que padecía esta dolencia.

"Fui a ver al doctor y me dijo: '¿Te acuerdas de los altos niveles de azúcar que tienes desde los 36 años, verdad? Pues bueno, te acabas de graduar, tienes diabetes tipo 2'", desveló el actor durante una entrevista en el popular programa de televisión 'Late Show with David Letterman'.

Aunque a lo largo de estos años Tom Hanks ha logrado adaptar su rutina diaria para hacer más llevaderas las dolencias propias de esta enfermedad, el intérprete tiene claro que la pérdida de peso exigida por su doctor en su última visita para remitir los efectos de la diabetes no entra entre sus planes.

"En realidad, podría llegar a controlar la enfermedad y a vivir una vida normal si cambiara mi dieta. El doctor me explicó que si peso igual que cuando iba al instituto, no tendría que enfrentarme a ningún tipo de problema. Yo le respondí: 'Bueno, entonces tendré diabetes'", explicó el actor.

Viendo estos dos ejemplos, en la página de la emisora Oxígeno Nacional, no citan la fuente de donde sacan la información que además es copiada y pegada tal cual. Mientras en la página de la Razón, a pesar de copiar la información, se puede notar que citaron la fuente (Agencia Bang y Agencia EFE).

Dada la proliferación de estas prácticas, por ejemplo en España, para muchos expertos el plagio se está convirtiendo en un género en sí mismo. Así lo expone en una entrevista para la revista de la Universidad Internacional de la Rioja de Madrid España, David Jiménez, quien es corresponsal de El Mundo en Asia y bloguero, quien es muy crítico con el modelo periodístico actual:

"No solo es un género, sino que es el género que se está imponiendo en las redacciones. Producir temas propios y originales requiere de periodistas con tiempo para trabajarlos, algo que está desapareciendo en España. Mandan la rapidez y la cantidad por encima de la calidad. El resultado es el refrito de informaciones de agencia o de lo que han hecho otros, y que en algunos casos llega a la copia sin disimulos. Esto está ocurriendo y lo he vivido en persona con mi blog. Varios de mis posts han sido copiados, a veces sin cambiar las comas, por supuestos periodistas o blogueros. Cuando les dices que lo retiren, te responden que otros también lo han hecho". (Mesa. 2003 Julio 17)

Ejemplos como estos hay millones en la red, tanto por parte de los periodistas como por varios medios que repiten las mismas noticias. No obstante, sabiendo en lo que incurren no han dejado de hacerlo.

Excusas para hacer plagio son muchas, y entre esas como ya se nombró está la inmediatez con la que se necesita la noticia, se mide por la cantidad y rapidez con la que se publique y dejando de lado lo más importante la calidad con la que se cuente.

También y en las que se percibe que es influyente puesto que es considerada como normal, una cooperación entre colegas, se podría llamar así. Es decir, que entre los periodistas copiar información de otra fuente es algo normal, copiarla igual y sin dar el crédito, incluyendo solamente

hipervínculos⁹ para trasladarse a la posible fuente primaria de dicha información.

Sin embargo, muy pocos ingresan a esos hipervínculos y asocian la noticia que están leyendo con que fue esa fuente la que la produjo.

Aunque muchos de los lectores solo ven al final de la noticia unas iniciales como EFE o AFP, que son agencias de noticias, la gran mayoría la lee, en el caso de prensa pero finalmente no saben de qué se trata.

Muchas de estas características, por no decir que todas son las que se encuentran en el “+Radio”, un documento de copiar y pegar, en un principio ni siquiera se le daba el crédito a la fuente, cuando éste era de 65 páginas e inclusive hace un año cuando se retomó. Era simplemente la noticia pegada tal cual sin cambiar tan siquiera una palabra. Es allí cuando empieza a haber un cambio al menos con citar las fuentes, me doy cuenta que a pesar de lo que dice Fernando Palma de no importarle este tema, puesto que no se publica en ningún lado, por ética profesional es importante darle crédito a los autores de la noticia, reelaborar la noticia con las pocas herramientas físicas que tengo, entre esas internet.

La razón por la que se hacía es porque no hay un equipo de redactores, como lo dijo Fernando Palma. Pero si bien es cierto, la persona que está encargada de esas funciones de producir ese documento, es una persona próxima a graduarse y que ha pasado por un largo proceso en el cual se ha profundizado en temas de periodismo, en la redacción de una noticia, el tratamiento que debe tener una información, entre otras cosas. Por lo tanto y según él, plagiar la información no es de mucha importancia, no es grave, puesto que los locutores son quienes cuentan la noticia a su manera, y de cierta forma tiene razón en cuanto a que la interpretación de la información

⁹ Hipervínculo es el enlace que traslada desde una página web, una información a otro portal.

es diferente cuando se cuenta y se asocia con algún hecho de la vida cotidiana de las personas.

Pero aquí en este punto, es donde se encuentran el “+Radio” y el área digital de las emisoras musicales, puesto que el documento también les llega a estas personas que manejan las páginas web, y menciono que es el punto de encuentro porque precisamente estas personas toman la información del “+Radio” y no se percatan tampoco de citar la fuente que yo menciono en la noticia.

Para entender un poco más acerca de las fuentes informativas, es preciso definir las y explicarlas un poco más.

5.1. Fuentes informativas

Las fuentes de consulta son primordiales al momento de escribir cualquier tipo de texto, son la base de lo que se quiere decir para presentar algún argumento, “con el término fuente tomado en sentido amplio puede nombrarse cualquier material o producto, ya sea original o elaborado, que tenga potenciabilidad para aportar noticias o informaciones o que pueda usarse como testimonio para acceder al conocimiento” (Isabel de Torres. 2002, citado en Merlo. 2011).

El origen de la información es aquella fuente que proporcione todo tipo de datos para generar contenidos; son los instrumentos, los recursos que permiten la construcción de la historia, facilita el flujo y transmisión de la información, Carrizo lo define:

“Los materiales o productos, originales o elaborados, que aportan noticias o testimonios a través de los cuales se accede al conocimiento, cualquiera que este sea”. Esta definición permite considerar como fuente de información

cualquier objeto o situación que nos transmita algo que, tras su interpretación y elaboración, genera conocimiento. (Carrizo. 2000, citado en Lorenzo. 2004)

Sin embargo, las fuentes tienen funciones u objetivos que deben cumplir, primero sirven para verificar, comprobar lo que se dice, examinar la veracidad de algo. Segundo, proporciona antecedentes para facilitar la localización de hechos que han sucedido y que aún en el presente se siguen explicando. Finalmente, aporta a un contexto, es decir que contribuye con los demás elementos del entorno sea físico o de situación, sin los que no se entiende el significado de algo, ayuda a aclarar.

La utilidad que tienen las fuentes informativas es bastante amplia cuando se realiza cualquier búsqueda y localización de información, pero hay que tener en cuenta que siempre se debe registrar de alguna manera los hallazgos que se realicen, puesto que como se ha mencionado en esta sistematización, dar el crédito al autor de la información obtenida.

“Toda información se atribuye a la fuente de la que procede, se identifica de la forma más precisa posible; citar las fuentes genera calidad en los contenidos informativos y exige el reconocimiento social de los destinatarios.” (González, (2006), Rodríguez, (2004) citado en Linares. 2010)

5.2. Fuentes de información según el origen de la información

5.2.1. Fuentes de información personales

Merlo. (2010) llama que este recurso es cuando se necesite saber o conocer datos referentes a personas o grupos que se relacionan profesionalmente: vida, obra, experiencia laboral, etc. Lo más común en este tipo de recurso, es que la transmisión de la información en oral, aunque

después se hará el uso respectivo de documentos. En este sentido, pueden incluirse las biografías, las enciclopedias, bases de datos de biografías, directorios, etc.

5.2.2. Fuentes de información institucionales

De esta manera Merlo. (2010) las menciona como las que aportan datos de empresas, organizaciones o entidades con actividades de interés público. Ofrecen datos sobre su funcionamiento, historia, localización, estructura o de cualquier otro tipo. Entre estas pueden considerarse los directorios de instituciones, anuarios, guías institucionales, catálogos, centros de documentación, etc.

5.2.3. Fuentes de información bibliográficas

Como lo menciona Merlo. (2010) Todos los recursos que ofrecen información acerca de una publicación o documento, es el soporte que contiene la información y el que la transmite. De esta manera, las fuentes que facilitan descripciones o referencias de monografías, artículos de publicaciones periódicas, reseñas, bibliografías, entre otras.

5.3. Fuentes de información según el contenido

5.3.1. Fuentes primarias

Según Cabrera (s.f.) Son todas aquellas que contienen información inédita, nueva y original, que no ha sido sometida a ningún tipo de tratamiento, se puede acceder a éstas directamente o por medio de las

fuentes secundarias. Principalmente se incluyen a los libros o revistas convencionales, la literatura gris, aquella que no es de difusión o comercialización habitual.

5.3.2. Fuentes secundarias

Cabrera (s.f.) dice que son aquellas que contienen un material ya conocido, resultado de las operaciones que componen un análisis documental, es decir que alguien ya ha trabajado sobre el contenido de las mismas. Permiten el conocimiento a las fuentes primarias a partir de diferentes puntos de acceso. Entre éstas fuentes se pueden incluir los índices de citas, catálogos de bibliotecas, índices de contenidos, bibliográficos, bases de datos, entre otras.

A las fuentes de información secundaria también se les conoce como “Obras de referencia”, pues su intención no es la de ser leídas de tapa a tapa, sino proporcionar datos puntuales de consulta rápida” (Universidad de la Salle. 2002)

5.3.3. Fuentes terciarias

Este tipo de fuentes son las que contienen información de las secundarias, son las menos trabajadas en su conceptualización, es decir que son reproducciones de otros documentos, en la mayoría de los casos no referencia la fuente de información primaria sino que nacen para dar divulgación de los documentos secundarios. Así lo ha llamado Cabrera (s.f.)

Teniendo en cuenta entonces los tipos de fuentes aquí explicados, en la producción del “+Radio” del departamento del CCP, no existe una cobertura de las diferentes tipos de fuentes, solamente se utiliza una fuente, que es la secundaria o en algunos casos sería la fuente terciaria, puesto que la

información que se publica es la que se encuentra ya tratada, organizada y solo se copia y se pega en el +Radio.

5.4. Los derechos de autor y la propiedad intelectual

El reconocimiento de la autoría de los trabajos o procesos informativos juega un papel importante no solo en términos del periodismo sino en todos los ámbitos de la vida humana. La creatividad es una aptitud que todos inherentemente tienen, es solo que algunos la desarrollan más que otros, todos tienen la capacidad de producir conocimiento nuevo, de proponer con base en diversos autores y material sobre todo tipo de temas.

Los derechos de autor y la propiedad intelectual no es un tema nuevo pues desde siglos atrás se empezó a tratar. En el siglo XVIII con los impresores y la revolución francesa. El periodismo tenía una visión mercantil en ese entonces, pero con la división del trabajo junto con la figura del impresor empezó también la del autor, del periodista.

Será en el mundo anglosajón donde los periodistas comenzaron a considerarse autores. Ocurría en Inglaterra y, sobre todo, en los Estados Unidos que separaron la figura del impresor, que en ese entonces era quien recolectaba, redactaba los textos hasta la impresión de los mismos, pues ninguno firmaba sus noticias, esto durante los siglos XVII y XVIII, hubo que esperar por muchos años posteriores a la Revolución Francesa para que se consideraran autores a quienes escribían algún texto. Fue luego que ya los periodistas empezaron a tomar conciencia de su individualidad y de su trabajo intelectual.

Se niega por tanto a quedar sometido al mero papel de transcriptor de las discusiones de la Asamblea y pide para el periodista, para el autor que tiene derecho a usar de su libertad y su creatividad individual, que tiene derecho a

firmar su obra y reclamar para ella y para sí mismo los mismos derechos que cualquier otro creador, la posibilidad de realizar comentarios. (Díaz. s.f. Pág.11)

En Colombia existe una normatividad en cuanto a derechos de autor y la propiedad intelectual que protegen a quienes producen textos o información. La Constitución Política de Colombia en el Art. 61 se pronuncia de tal hecho. “El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante la formalidades que establezca la ley”. Mientras que la violación de los derechos de autor también es castigada.

ART. 270. Violación a los derechos morales de autor. Incurrirá en prisión de dos (2) a cinco (5) años y multa de veinte (20) a doscientos (200) salarios mínimos legales mensuales vigentes quien:

1.- Publique, total o parcialmente, sin autorización previa y expresa del titular del derecho, una obra inédita de carácter literario, artístico, científico, cinematográfico, audiovisual o fonograma, programa de ordenador o soporte lógico.

2.- Inscriba en el registro de autor con nombre de persona distinta del autor verdadero, o con título cambiado o suprimido, o con el texto alterado, deformado, modificado o mutilado, o mencionando falsamente el nombre del editor o productor de una obra de carácter literario, artístico, científico, audiovisual o fonograma, programa de ordenador o soporte lógico.

3.- Por cualquier medio o procedimiento compendie, mutile o transforme, sin autorización previa o expresa de su titular, una obra de carácter literario, artístico, científico, audiovisual o fonograma, programa de ordenador o soporte lógico. Parágrafo. - Si en el soporte material, carátula o presentación de una obra de carácter literario, artístico, científico, fonograma, videograma, programa de ordenador o soporte lógico, u obra cinematográfica se emplea el nombre, razón social, logotipo o distintivo del titular legítimo del derecho, en los casos de cambio, supresión, alteración, modificación o mutilación del título o del texto de la obra, las penas anteriores se aumentarán hasta en la mitad.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

“No hace falta estudios rigurosos para comprobar como prácticamente todos los medios en Internet publican noticias similares y con enfoques coincidentes. Basta con abrir cualquier día un navegador, acudir a la página web de los principales diarios y comprobar cómo muchas de las informaciones son, cuando menos, parecidas” (Romero, P. s.f. Pág.14)

En este tiempo de redes, en el que todo está alrededor del internet, la revolución digital que se está viviendo presenta una oportunidad para el periodismo, sin embargo la responsabilidad del uso de la información y la verificación es fundamental, pues está a la mano de cualquier persona, la facilidad de acceder a alguna plataforma de la red y manipular o tergiversar la información, es por esto que es importante confrontar las fuentes, esto mejoraría la calidad de la información.

A lo largo de esta sistematización, se puede evidenciar que a pesar de que en la era de la información en la que se ofrece niveles exagerados de datos, hay que tener presente cómo los periodistas debemos saber utilizar con responsabilidad esa información, ofrecerle al público temas que sean de interés y que aporten a la sociedad.

En Caracol Radio, la cantidad de fuentes que contrastan están entre dos y un máximo de tres (3), según las encuestas que se realizaron para saber cuántas fuentes confrontaban los periodistas, un total de 10, quienes publican la información en las páginas web de la radio hablada o informativa (7 personas) y a las páginas de las emisoras musicales (3 personas).

Sin embargo, en la última pregunta ¿Cuál o cuáles de estos procesos utiliza usted al momento de hacer un tratamiento de la información? , la confrontación de fuentes solamente la hacen 5 personas de las 10, es decir que no respondieron honestamente al momento de hacer más explícito el tratamiento que se da a información para hacer la noticia.

Mientras por otro lado, todos afirman citar o dar el crédito a las fuentes, pero en las páginas, en especial las musicales, no lo hace, como en el apartado anterior se demostró.

El uso responsable de las fuentes es muy importante en el proceso de la producción de la información, pues teniendo en cuenta que está siendo utilizada como una de las fuentes principales para producir noticias, esto debido a la inmediatez y la batalla por ser los primeros en publicar.

Según los datos recogidos en las encuestas, las fuentes de información que más utilizan las personas encargadas de publicar las noticias en las páginas web son la radio, la prensa e Internet.

Además, en las rutinas periodísticas que se trabajan en un medio es importante entablarlas de manera tal que sean una herramienta para agilizar y organizar el proceso de producción de la información.

Sin embargo, es importante resaltar que en el CCP es necesario organizar un equipo de trabajo mediante una rutina periodística establecida, además como el +Radio es un documento que se hace de un día para otro, posiblemente, como la información que se selecciona entre dos (2) y tres (3) de la tarde de todos los días, cuando revisan la información para el programa de la mañana, algunos datos se vuelven “viejos”, es decir que caduca la información, por lo que sería posible que sí el horario para poder producir las noticias es más tarde, por ejemplo: empezar a realizar la indagación y selección de la información a eso de las 4 o 5 de la tarde que, según la

experiencia que he tenido, es la hora en la que se publican las noticias que posiblemente no caducan tan rápidamente. Teniendo en cuenta también que la tarea única de la redactora de contenidos en el CCP no es solamente realizar el documento +Radio, pues en términos de producción también se deben entregar otro tipo de trabajos como las producciones específicas para cada emisora.

Establecer una rutina periodística con un equipo de trabajo puede asegurar más productividad y calidad del trabajo como tal, pues con éstas se puede optimizar y asegurar una información mejor tratada en términos de uso de fuentes, contrastándolas y lo más importante, dar créditos a la fuente primaria, en el caso de ser una información internacional o tomada de una fuente secundaria o terciaria.

Por otra parte, en cuanto a los contenidos que se trabajen, se deberían incluir más temas de interés público, que sean también de agenda nacional, de coyuntura, pues como medio de comunicación masivo, puede funcionar como estrategia para empezar a generar una sensibilización social partiendo desde las emisoras que son dirigidas a los jóvenes, no obstante temas que dejen de lado el morbo y que “venda” en términos de ganar audiencia porque son novedosos.

“La ciudadanía debe ser incluso más crítica si cabe con la información que recibe, además de ser activa buscando, emitiendo y participando” Cristina Rivas. Sf. Pág. 32

Finalmente, creo que un proceso de la información bien elaborado, con las pautas correctas, puede generar una calidad no solo en lo que se publique, sino en la calidad de mejores periodistas, en cuanto a que como profesionales éticos puedan desarrollar temas nuevos, profundizar en las noticias, no dejarlas morir en los 5 minutos que tienen al aire, sino ir más allá; utilizar todas y cada una de las herramientas brindadas a través de la

formación académica, puesto que cuando se está en campo de trabajo se da cuenta cada uno que el mundo laboral no es fácil y más si es por la rama del periodismo, ya que este oficio es de un gran sentido de responsabilidad no solo personal sino con todo el mundo, pues es a ellos a quien se les va a entregar la información, convertir cada espacio comunicativo en un espacio de construcción y de formación crítico social de la realidad.

7. BIBLIOGRAFÍA

¿A quién escuchan los colombianos? (2013, Julio 16). Revista Semana.

Recuperado el 8 de noviembre de 2013. En:

<http://www.semana.com/nacion/articulo/a-quien-escuchan-mas-colombianos/351001-3>

Arango, C. (2007). Rutinas de producción periodística en Caracol Radio. Tesis de pregrado publicada. Universidad de Manizales. Bogotá, Colombia.

Recuperado de:

http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/112/1/170_Arango_Villegas_Catalina_2007.pdf

Asociación Colombiana de Investigación de Medios. (1999) Estudios ECAR.

Recuperado el: 10 de noviembre de 2013. Recuperado de:

[http://www.acimcolombia.com/\(X\(1\)S\(sk0to155kt5be555lwawya45\)\)/Publico/WF_EstudiosDet.aspx?EST_CODIGO=20](http://www.acimcolombia.com/(X(1)S(sk0to155kt5be555lwawya45))/Publico/WF_EstudiosDet.aspx?EST_CODIGO=20)

Bavaria (s.f) Historia. Recuperado de: http://www.bavaria.co/3-2/historia_an/

Bernal, H (s.f.) Radio Sutatenza y su contexto organizacional. Recuperado

de: <http://www.banrepcultural.org/radio-sutatenza/textos/radio-sutatenza-un-modelo-colombiano-de-industria-cultural-y-educativa>

Cabrera, M. (s.f). Introducción a las fuentes de información. Recuperado de:

<http://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/7580/introduccion%20a%20las%20fuentes%20de%20informaci%C3%83%C2%B3n.pdf>

Cantarero, M. (2004). Periodismo en El Salvador. El “refrito” o plagio en las salas de redacción de los medios informativos (p.p. 1-13) Recuperado de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20041658cantarero.pdf>

Caracol Radio. Perfiles de las emisoras. Recuperado de:

<http://www.caracol.com.co/dmz/mediakit/>

Carrizo, G. (s.f) Las fuentes de información: presente futuro. Recuperado de:

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num10/paginas/pdfs/Gcarrizo.pdf>

Centro Colombiano de Derechos de Autor (s.f) Código Penal Capítulo VIII de los delitos contra los derechos de autor. Recuperado de:

<http://www.cecolda.org.co/index.php/derecho-de-autor/normas-y-jurisprudencia/normas-nacionales/125-codigo-penal-capitulo-viii-de-los-delitos-contra-los-derechos-de-autor>

Constitución Política de Colombia (1991) Bogotá, Colombia. Editorial Atenea.

Debord, G. (1967) La sociedad del espectáculo. Champ Libre. Revista Observaciones Filosóficas. Recuperado de

<http://www.observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf>

Díaz, J. (2011). Periodismo y derechos de autor: Evolución histórica de la protección jurídica sobre la obra informativa. Recuperado de:

<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer07-11-diaz.pdf>

Escalante, P (s.f.) Aprendizaje por indagación. Recuperado de

<http://www.medellin.edu.co/sites/Educativo/repositorio%20de%20recursos/Aprendizaje%20por%20indagaci%C3%B3n.pdf>

García, L. (s.f) Caracol Radio, 65 años testigo de la Historia de Colombia. Recuperado el 19 de septiembre de 2013. Recuperado de:

<http://www.olapolitica.com/content/caracol-radio-65-a%C3%B1os-testigo-de-la-historia-de-colombia>

Grijelmo, A. (1997). El estilo del periodista. Madrid, España. Taurus.

Hernández, M. (1997). La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México. Recuperado de:

http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/a9_5.pdf

Iguiño, A. Martín, R. y Puebla, B. (s.f). Apuntes para la formación:

Redacción Periodística. Recuperado de

https://www.cibercorresponsales.org/system/custom_upload/filename/35/Modulo_11.pdf

Labio, A. (2007). Periodismo de entretenimiento: la trivialización de la prensa de referencia. Recuperado de:

https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Frevistas.ucm.es%2Findex.php%2FESMP%2Farticle%2Fdownload%2FESMP0808110435A%2F11964&ei=7Op_UsO_HpHLkQe7_4DwDQ&usq=AFQjCNFBjtzgNmQbRoESAqaWukkDTv6w1w&bvm=bv.56146854,d.eW0

Mainar, R. (2005). El arte del periodista. Barcelona, España. Imago Mundi

Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Buenos Aires, Argentina. Editorial Norma

Mesa, E. (2013). Copiar y pegar: ¿hablamos de periodismo? Recuperado de: <http://revista.unir.net/20130719369/copiar-y-pegar-hablamos-de-periodismo>

Merlo, J. (2011) Grado de traducción e interpretación. Documentación ampliada a la traducción. Recuperado de:

http://212.128.130.23/eduCommons/ciencias-sociales-1/documentacion-aplicada-a-la-traducccion/contenidos/Merlo_101424_Tema3_1Teoria.pdf

Linares, P (2010) Las agencias de noticias, fuentes de información integral para las redes científicas. Recuperado de:

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/Varia73/31Linares_V73.pdf

Ochoa, A. (17 de julio de 2012) El “periodismo” de copiar y pegar. BBC Mundo. Recuperado de:

http://www.bbc.co.uk/blogs/mundo/blog_de_los_editores/2012/07/como_la_pirateria_esta_acaband.html

Petrone, F. (s.f) Estudios de Agenda Setting. Conceptos, metodologías y abordajes posibles. Recuperado de

http://webiigg.sociales.uba.ar/iigg/jovenes_investigadores/5jornadasjovenes/EJE9/Mesa%20Debates%20y%20construccion%20de%20herramientas%20metodologicas/PETRONE_Facundo.pdf

Prisa y Bavaria crean Grupo Latino de Radio (2002, Octubre 9) Diario El Tiempo. Recuperado el 10 de noviembre de 2013. En

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1383950>

Prisa amplía al 100% su participación en Grupo Latino de Radio. (2004, Mayo 7). Diario El País. Recuperado el 10 de noviembre de 2013. En:

http://economia.elpais.com/economia/2004/05/07/actualidad/1083915185_850215.html

Rating de Colombia. (2013) Records de audiencia. Los 20 programas más vistos en la historia de la televisión privada. Recuperado de:

<http://www.ratingcolombia.com/p/records-de-audiencia.html>

Reseña histórica de Caracol Radio. (2011, enero 13) Recuperado el 6 de septiembre de 2013. Recuperado de:

<http://www.historiadeantioquia.info/medios-de-comunicacion-en-antioquia/resena-historica-de-caracol-radio.html>

Rodríguez, A., Martínez. A., Martínez. A, y Martínez, E. (2004) Fuentes de información en investigación socioeducativa. Recuperado de:

http://www.uv.es/relieve/v10n2/RELIEVEv10n2_6.htm

Rodríguez, J. (s.f) La gratuidad mató a la estrella de los medios.

Recuperado de: <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos8.pdf>

Roiz, M. (2002). La sociedad persuasora: control cultural y comunicación de masas. Barcelona, España. Paidós Ibérica.

Romero, P (s.f) Los problemas de la inmediatez: “Hemos matado a Steve Jobs” Recuperado de:

<http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos8.pdf>

Saavedra, M. (1999). La ética televisiva y los derechos del público. Madrid, España. Tecnos

Stange, H. Salinas, C. (2009) Rutinas periodísticas: Discusión y trayectos sobre el concepto y su estudio en la prensa chilena. Recuperado de:

https://www.academia.edu/3876967/Rutinas_periodisticas_Discusion_y_trayectos_teoricos_sobre_el_concepto_y_su_estudio_en_la_prensa_chilena

Universidad de la Salle. (2002). Proyecto Fomento del uso de la información científico-técnica en los procesos académicos de la Universidad. Módulo entrenamiento de usuarios en el Área de Ciencias Sociales y Humanidades. Recuperado de:

http://evirtual.lasalle.edu.co/info_basica/nuevos/guia/fuentesDeInformacion.pdf

Wolf, M. (1987). La investigación de la comunicación de masas.

Recuperado de <http://casamdp.files.wordpress.com/2013/08/wolf-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>

8. ANEXOS

ENCUESTA

Nombres y Apellidos _____

1. ¿Cuánto tiempo lleva como periodista?

Menos de un año _____

Entre 1 y 3 años _____

Entre 3 y 5 años _____

Entre 5 y 8 años _____

Entre 8 y 10 años _____

Más _____

2. ¿En qué otros medios se ha desempeñado como periodista?

Radio

Televisión

Prensa

3. ¿Cuáles son las fuentes de información a las que usted más a menudo acude (siendo 1 el mayor número de veces y 6 el menor)?:

a) Fuentes primarias u oficiales _____

b) Fuentes no oficiales _____

c) Comunicados de prensa _____

d) Expertos en el tema _____

e) Textos especializados _____

f) Otros medios _____

4. ¿Cuántas fuentes confronta antes de sacar al aire una información?

a) Dos fuentes b) Tres fuentes c) Cuatro fuentes d) Cinco fuentes

5. Los temas que trabaja son:

a) Propios

b) De agenda

c) De otros medios 128

d) Sugeridos por sus jefes.

6. Sus fuentes de información y documentación son:

a) Radio

b) Televisión

c) Prensa

d) Internet

e) Expertos

f) Textos especializados

7. ¿Le da usted crédito o cita la fuente de la cuál abstrae la información?

Si____ No_____

8. ¿Le queda tiempo para desarrollar temas propios?

Si ____ No ____

9. ¿En promedio cuántas noticias produce al día?

Una ____ Dos ____ Tres ____ Cuatro ____ Cinco o más ____

10. ¿Cuántas veces le hace desarrollo a un tema?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Una vez al día
- d) Una vez a la semana
- e) Nunca

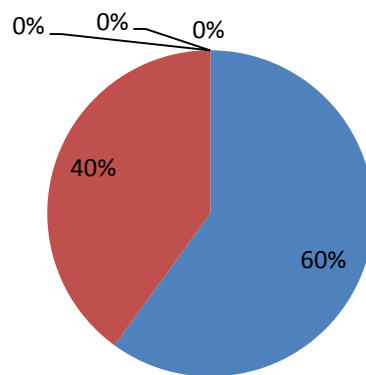
11. ¿Cuál o cuáles de estos procesos utiliza usted al momento de hacer un tratamiento a la información?

- a) Indagación o búsqueda de la información
- b) Acceso a las fuentes
- c) Confrontación de fuentes
- d) Entrevistas
- e) Cobertura de ruedas de prensa o eventos planeados
- f) Interpretación de la información
- g) Publicación de la información

RESULTADOS DE ENCUESTAS

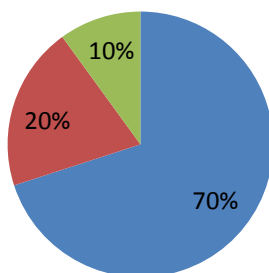
¿Cuánto tiempo lleva como periodista?

■ Menos de un año ■ Entre 1 y 3 años ■ Entre 3 y 5 años
■ Entre 5 y 8 años ■ Entre 8 y 10 años



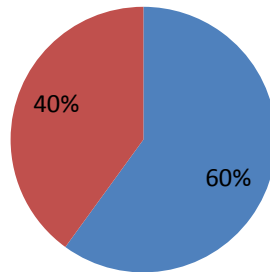
¿En qué otros medios se ha desempeñado como periodista?

■ Radio ■ Televisión ■ Prensa



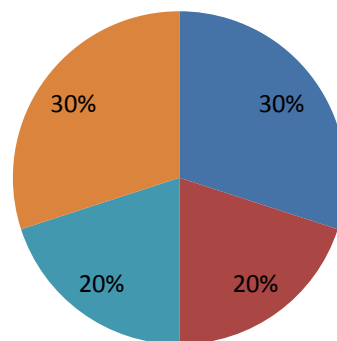
¿Cuántas fuentes confronta antes de publicar una información?

■ a) Dos fuentes ■ b) Tres Fuentes ■ c) Cuatro fuentes ■ d) 5 fuentes o más



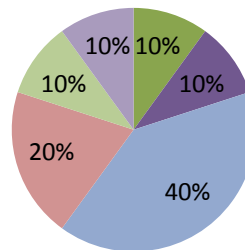
Los temas que trabaja son:

■ a) Propios ■ b) De agenda
■ c) De otros medios ■ d) Sugeridos por sus jefes
■ e) Propios y de agenda ■ f) de agenda y sugeridos por los jefes



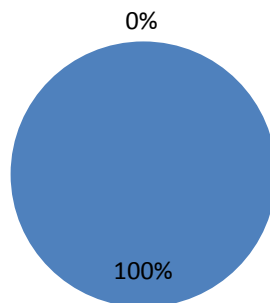
Sus fuentes de información y documentación son:

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Prensa
- d) Internet
- e) Expertos
- f) Textos especializados
- g) Radio, prensa, Internet
- h) prensa internet
- i) Radio, Internet
- j) Radio, Internet, Expertos



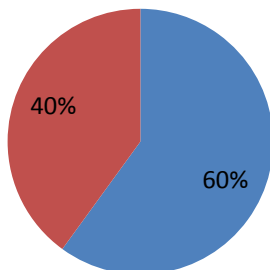
Le da crédito o cita la fuente de la información

- Si
- No



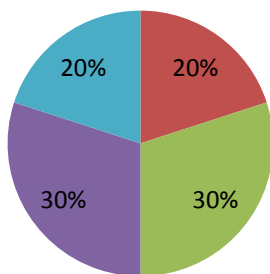
¿Le queda tiempo para desarrollar temas propios?

■ Si ■ No



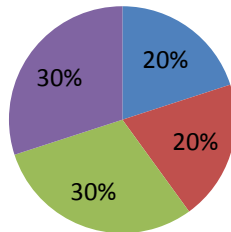
¿En promedio cuántas noticias produce al día?

■ Una ■ Dos ■ Tres ■ Cuatro ■ Cinco o más



¿Cuántas veces le hace desarrollo a un tema?

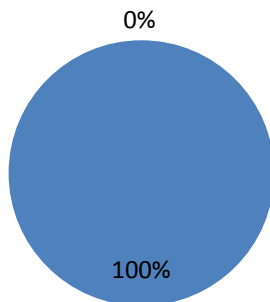
- a) Siempre ■ b) Casi siempre ■ c) Una vez al día
■ d) Una vez a la semana ■ e) Nunca



¿Cuál o cuáles de estos procesos utiliza usted al momento de hacer un tratamiento de la información?

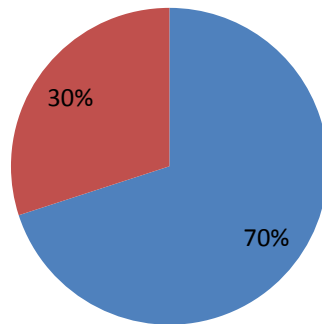
a) Indagación o búsqueda de la información

- Si ■ No



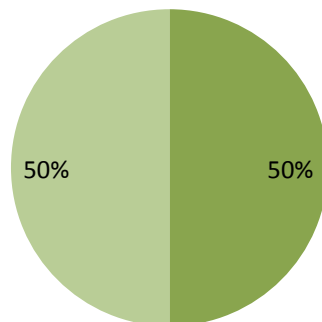
b) Acceso a fuentes

■ Si ■ No



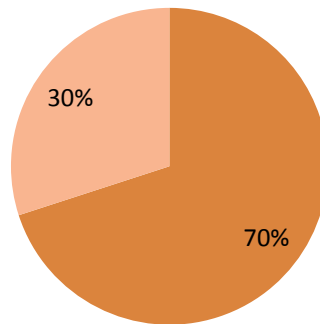
c) Confrontación de fuentes

■ Si ■ No



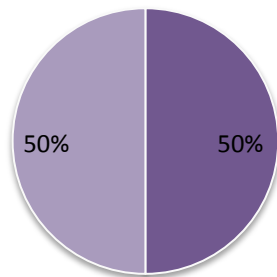
d) Entrevistas

■ Si ■ No



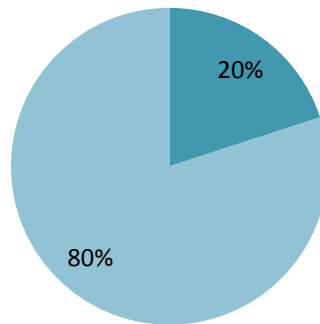
e) Cobertura de ruedas de prensa o eventos planeados

■ Si ■ No



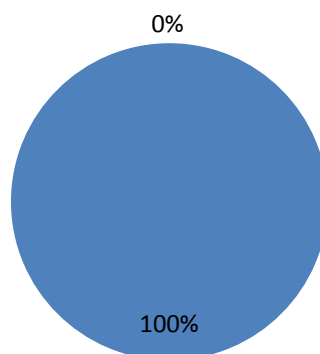
f) Interpretación de la información

■ Si ■ No



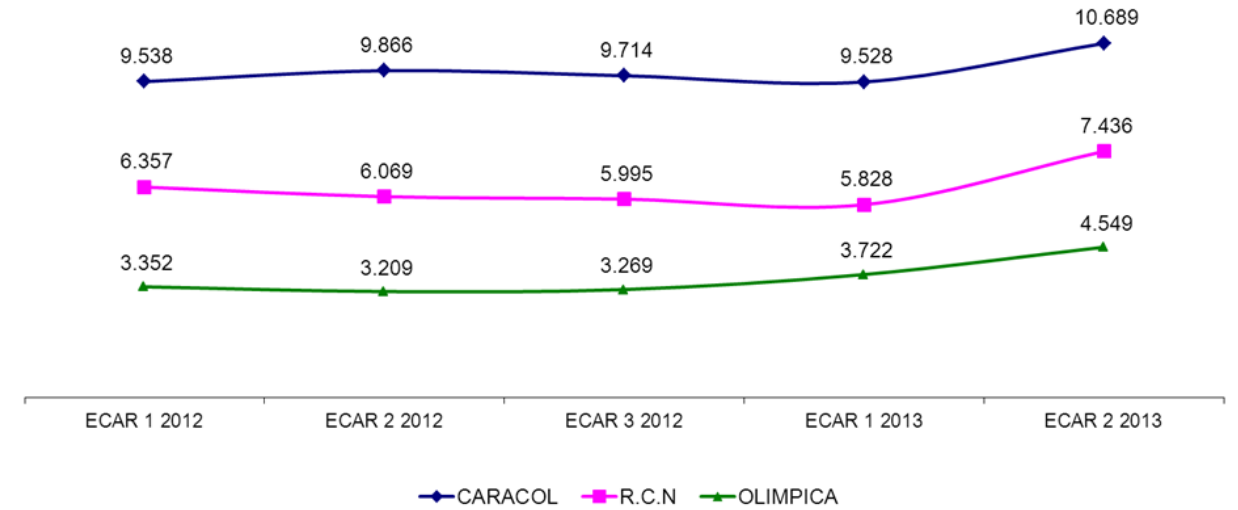
g) Publicación de la información

■ Si ■ No



ESTUDIO ECAR

Histórico Oyentes por Cadena



Estudio ECAR nacional de las 25 emisoras más escuchadas

EMISORA	TOTAL	Bajo	Bajo	Medio	Medio	Hombre	Mujer
		Bajo	Bajo	Bajo	Medio a Alto		
OLIMPICA STEREO	3.027	694	1.138	847	349	1.558	1.469
LA MEGA	2.149	326	713	654	456	1.168	981
CARACOL RADIO	2.070	205	499	765	601	1.359	711
TROPICANA	2.016	387	766	571	293	1.083	933
OXIGENO	1.499	217	623	479	180	735	764
W RADIO	1.203	82	223	387	511	668	535
RADIO UNO	1.067	181	432	321	134	542	524
RADIO TIEMPO	1.063	294	319	262	187	387	676
CANDELA STEREO	982	96	387	409	89	512	470
R.C.N. RADIO	878	150	268	263	196	564	314
RUMBA STEREO	768	162	283	205	118	455	313
LA FM	767	69	224	243	231	371	396
LA CARIÑOSA	636	145	274	157	61	283	353
LOS 40 PRINCIPALES	627	55	179	227	167	291	336
VIBRA BOGOTA 104.9 FM	608	34	209	249	116	176	433
RADIOACTIVA	607	37	198	252	120	433	175
POLICIA NACIONAL	521	118	192	145	65	259	262
BESAME	512	64	245	130	72	187	325

Estudio ECAR Bogotá, las 25 emisoras más escuchadas.

EMISORA	TOTAL	Bajo	Bajo	Medio	Medio	Hombre	Mujer
		Bajo	Bajo	Bajo	Medio a Alto		
CARACOL RADIO	1.064	44	241	470	308	713	351
CANDELA STEREO	954	93	381	396	84	495	459
LA MEGA	812	52	269	296	194	395	417
OLIMPICA STEREO	794	99	366	256	73	427	367
OXIGENO	677	82	305	233	57	339	338
VIBRA BOGOTA 104.9 FM	599	33	204	248	115	174	425
W RADIO	582	10	89	212	270	301	281
TROPICANA	542	48	234	209	52	251	291
RADIOACTIVA	535	29	187	227	92	378	157
LOS 40 PRINCIPALES	393	19	118	148	108	171	222
LA X	290	5	51	102	132	164	126
R.C.N. RADIO	278	19	100	97	62	192	86
LA FM	241	12	66	81	83	130	111
RADIO UNO	227	33	88	74	32	120	107
BLU RADIO	225	7	41	96	82	148	77
BESAME	174	25	108	25	16	41	134
LA Z	172	5	67	82	18	121	51
RADIONICA	148	2	40	59	48	104	44

+ RADIO-COLOMBIA: VIERNES 8 DE NOVIEMBRE DE 2013

Hoy es 8 de Noviembre, **Día Mundial del Abrazo en Familia**, el día 312 del año. Ahora quedan 53 días para finalizar el 2013.

TITULARES

[Martín Elías y Juancho de la Espriella artistas invitados al Concurso Nacional de Belleza](#)

93

[Pronto saldrá lo nuevo de Villazón](#) 94

[Victor Manuelle y Oscarcito juntos por primera vez](#) 95

[Miguel Bosé encabeza campaña contra el sida](#) 96

[Marco A. Solís será homenajeado en Los Premios de la Radio](#) 97

[Maná prepara nuevo disco con cambios de estilo](#) 98

[Disco 'Prism' de Katy Perry podría poner en riesgo la seguridad de Australia](#) 99

[Lady Gaga dará una presentación en el espacio](#) 100

LO QUE USTED DEBERIA SABER:

No podemos cantar victoria en materia de paz: Santos

<http://www.caracol.com.co/noticias/actualidad/no-podemos-cantar-victoria-en-materia-de-paz-santos/20130711/nota/2010595.aspx>

Temporada de lluvias irá hasta segunda semana de diciembre: Ideam

<http://www.caracol.com.co/noticias/actualidad/temporada-de-lluvias-ira-hasta-segunda-semana-de-diciembre-ideam/20130711/nota/2010364.aspx>

Saludcoop usó \$3 billones de la salud para negocios privados

<http://www.wradio.com.co/noticias/actualidad/saludcoop-uso-3-billones-de-la-salud-para-negocios-privados/20130711/nota/2010015.aspx>

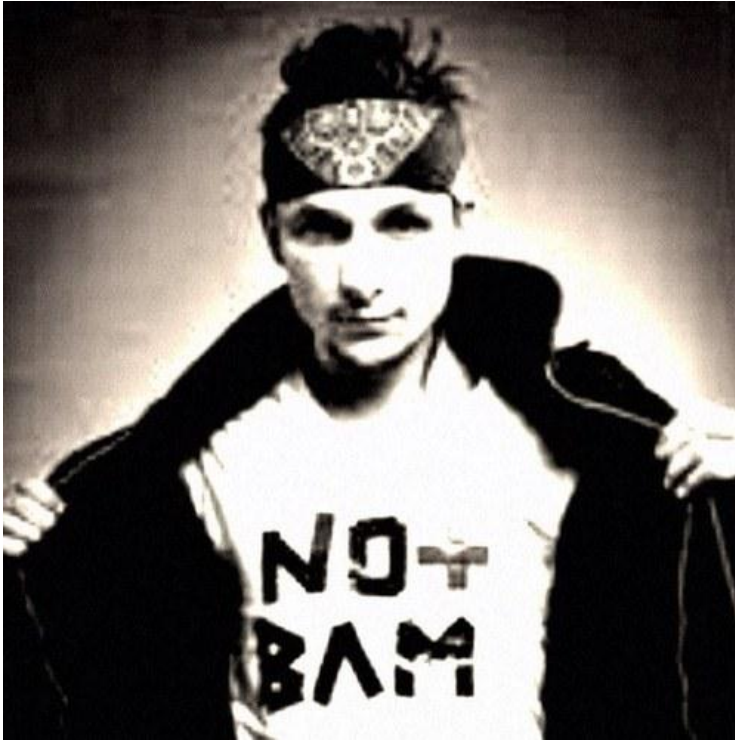
Colombia busca desarrollar industria militar como la de Israel

<http://www.elespectador.com/noticias/nacional/colombia-busca-desarrollar-industria-militar-de-israel-articulo-457100>

Gobierno no podría dar 40.000 viviendas gratis por Ley de Garantías

<http://www.caracol.com.co/noticias/economia/gobierno-no-podria-dar-40000-viviendas-gratis-por-ley-de-garantias/20130711/nota/2010584.aspx>

TWEET DEL DÍA



DOCTOR KRAPULA Mario @subcantante

No se puede hablar de paz en tono de guerra

**FARANDULA
NACIONAL**

¿A la política?

Revista Elenco



Eso andan diciendo, que el popular humorista, Juan Ricardo Lozano “Alerta” dejará el humor para dedicarse a la política. Dicen que se lanzará al Senado.

¡Pasó por inocente!

Revista Elenco



Silvana Gómez fue víctima de los “vivos”. Los amigos de lo ajeno se hicieron pasar por personal de También Caeras, el programa del Canal Caracol, y le montaron el cuento de la sección “El colombiano buena gente”, la enredaron hasta que le quitaron el celular y la billetera.

Mientras ella pensaba que iba a entregar una silla de ruedas a alguien muy necesitado, se deshizo de sus pertenencias y luego llamó al canal a reclamarlas y nadie sabía nada.

INTERNACIONAL

Eiza González le dice adiós a 'Twitter'

www.eldiariony.com



Aunque ha intentado sobrellevar con naturalidad los dolorosos comentarios sobre su breve pero pasional episodio amoroso con **Liam Hemsworth**, la actriz **Eiza González** no ha podido evitar sucumbir ante la constante presión mediática, hasta el punto de que ha decidido alejarse temporalmente de las redes sociales.

"Adiós a Twitter por un tiempo", escribía.

Para no dar tiempo a que surgieran especulaciones sobre su inesperado comentario, la intérprete mexicana decidió sin embargo volver la última vez, para añadir una imagen que justificaría los motivos por los que quiere apartarse de la, para ella, turbia esfera digital.

"No dejes que el mundo pueda contigo. No toda la gente es tan mala y tan fría. Recuerda siempre por qué estás aquí (Incubus)", se puede leer en la citada imagen.

Tom Cruise niega haber abandonado a su hija Suri

www.informe21.com



La megaestrella de Hollywood Tom Cruise negó haber "abandonado" a su hija Suri tras su divorcio de Katie Holmes el año pasado, aunque reconoció que tiene menos contacto con la pequeña de siete años.

En un comunicado elevado ante un tribunal de Los Ángeles esta semana, el actor estadounidense dijo que tenía "una estupenda relación" con su hija, quien según él "nunca ha dado a entender (...) que se siente abandonada por mí".

Cruise inició una acción legal el año pasado contra Bauer, la editorial tras la revista estadounidense Life and Style, en la que exige el pago de 50 millones de dólares por haber publicado en portada que él había abandonado a su hija.

MÚSICA

Martín Elías y Juancho de la Espriella artistas invitados al Concurso Nacional de Belleza

www.lavallenata.com



La música y el show de estos maestros del vallenato, estará presente el próximo domingo 10 de noviembre **en el** desfile de traje de baño del Concurso Nacional de Belleza que se realizará en La Plaza de aduana ubicado en el Centro Histórico de Cartagena de Indias.

Esa misma noche, El Concurso Nacional de Belleza le rendirá un homenaje al maestro Leandro Díaz

Martín y Juancho, agradecen la invitación de la heroica y por supuesto del certamen de belleza por hacer posible que su música haga parte de lo que será este tributo al reconocido compositor colombiano y por supuesto, acompañar a las mujeres más bellas de Colombia.

Pronto saldrá lo nuevo de Villazón

www.blogvallenato.com



Durante las últimas semanas Iván Villazón & Saúl Lallemand han estado dedicados a trabajar fuertemente en lo que será su nueva producción, la cual vienen grabando en la ciudad de Valledupar y se estima que esté en el mercado en el primer trimestre del 2014.

Previo a que salga el álbum completo se estrenará un sencillo que servirá como anticipo y el cual reúne todos los elementos para convertirse en el éxito de esta temporada que se avecina de fin de año y carnavales.

La canción elegida es “La pareja explosiva” de la autoría de “Checha” Blanco y muy pronto será su lanzamiento a nivel nacional e internacional.

Victor Manuelle y Oscarcito juntos por primera vez

www.rumberos.net



El sonero de la juventud dirá presente el próximo 29 de noviembre en el #OSCARCITOTOUR2014 donde el público podrá disfrutar por vez primera de estas dos grandes figuras de la música cantando los éxitos en una misma tarima.

El cantautor puertorriqueño, Victor Manuelle quien acaba de ser nominado a los premios Grammy Latino por el disco "Me Llamaré Tuyo" nombre que hace referencia a la canción que escribió Oscar Hernández (Oscarcito), aceptó gustosamente la invitación para que esté presente en el gran espectáculo en Caracas.

En primicia, los protagonistas de los temas hits "Si Tu Me Besas" y "Me Llamaré Tuyo" se unirán en una sola voz, como nunca antes se habían unido, en el concierto que te hará parte del futuro: #OSCARCITOTOUR2014. Desde ya estos grandes exponentes de la música preparan algo jamás visto para el público venezolano.

Miguel Bosé encabeza campaña contra el sida

www.eldiariony.com



Nadie habla ya del sida, asegura **Miguel Bosé**. Pero las consecuencias de que esta enfermedad se olvide son nefastas.

Por eso el **cantante español** urgió a sus seguidores y no seguidores a que colaboren con una campaña de recaudación de fondos para proseguir con la investigación del virus y su erradicación, además de programas de prevención y educación.

El artista es la cara de "**Sé un héroe**", una **campaña** que busca recaudar al menos \$1 millón de dólares antes del 1 de diciembre, día mundial de la lucha contra la enfermedad.

Marco A. Solís será homenajeado en Los Premios de la Radio

www.peopleenespanol.com



Marco Antonio Solís, El Bukí, será homenajeado como uno de los máximos exponentes del género regional mexicano en la entrega de los Premios de la Radio el próximo 14 de noviembre en Los Angeles.

El actual juez de La Voz México recibirá el galardón Los Grandes de México de la ceremonia que honra lo mejor de la música mexicana. Con este reconocimiento, el cantante se suma a Pepe Aguilar, Los Tigres del Norte y Alejandro Fernández, entre otros.

Maná prepara nuevo disco con cambios de estilo

www.elpais.com.uy



La popular banda mexicana se encuentra actualmente en Miami trabajando en su próxima producción discográfica, de la cual revelaron tendrá un tono "positivo, esperanzador" y, sobre todo, movido.

"Bailable para que las mujeres muevan el `bote` (caderas), y que tenga rock and roll y entusiasmo", dijo a EFE el vocalista de la banda, Fernando Olvera, más conocido como Fher.

El líder del grupo, añadió que su próximo trabajo discográfico contará además con las baladas "melancólicas" que les han caracterizado. "Maná siempre le echa toda la carne al asador, siempre. Tú sabes que no somos una banda que sacamos un disco por año. Somos un poco lentos, pero así lo preferimos", dijo el líder de la banda, cuyo nombre significa "energía positiva" en polinesio.

Disco 'Prism' de Katy Perry podría poner en riesgo la seguridad de Australia

www.univision.com



Las autoridades australianas detuvieron la distribución de la edición de lujo del disco *Prism* de **Katy Perry**.

El periódico *Reforma* reportó que esa acción se debió a que el material incluye unas semillas para plantar un árbol, lo cual podría implicar un riesgo al equilibrio de la biodiversidad australiana.

Un vocero de la Secretaría de Ecología explicó a la revista *Rolling Stone* porque representa un riesgo para Australia:

"Las semillas o material vegetal de origen internacional pueden ser una mala hierba, por no estar presente en el ámbito de la ecología en Australia. Pueden alojar agentes patógenos en las plantas locales y eso es un asunto que afecta a la seguridad biológica", indicó a la publicación.

El staff de Katy señaló que no existe riesgo, sin embargo aún se está evaluando si podrían impactar de alguna forma al ecosistema del lugar.

Lady Gaga dará una presentación en el espacio

www.univision.com



A Lady Gaga no le basta con haber conquistado el mundo, ahora va a llevar su música al espacio.

La intérprete de *Applause* será la primera artista en cantar fuera de la Tierra, ya que despegará a bordo de la nave Virgin Galactic y deleitará a sus fanáticos con el lanzamiento de un nuevo sencillo.

Este evento histórico se llevará a cabo en el festival musical de tecnología Zero G Colony 2015 en Nuevo México, así lo reportó la revista *US Weekly*.

Pero no todo será diversión pues dicen no será nada fácil cumplir con esta tarea, pues tendrá que entrenar vocalmente un mes debido a la atmósfera.

TECNOLOGÍA

Los videojuegos mejoran la memoria, la inteligencia y entrenan el cerebro

www.inorme21.com



Los videojuegos pueden aumentar el volumen cerebral en las regiones correspondientes a la navegación espacial, estrategia de planificación, memoria y habilidades motoras. Además, una práctica asidua de esta actividad ha demostrado ser beneficioso para enfermedades neurodegenerativas como el Alzheimer.

Estas han sido las principales conclusiones a las que han llegado un grupo de investigadores del Instituto Max Planck para la Universidad de Medicina de Saint Hedwig-Krankenhaus, y que han sido publicadas por Nature Publishing Group.

Además, los investigadores hallaron también que jugar a videojuegos puede ayudar a ralentizar las enfermedades degenerativas del cerebro, como es el caso del Alzheimer.

Facebook cambiará diseño del botón Me gusta y Compartir

www.rpp.com.pe



La red social de Mark Zuckerberg cambiará el diseño de las opciones 'Me gusta' y 'Compartir' durante las próximas semanas.

A través de su blog, Facebook anunció que el cambio se realizará de manera automática. El ícono con el pulgar levantado se reemplazará por el logo de la marca.

Asimismo, los nuevos botones también mostrarán el número de 'likes' o 'shares' que recibió el post o contenido.

CURIOSAS

Cover a capella de Daft Punk causa furor en redes sociales

www.24horas.cl



el grupo estadounidense **Pentatonix**, quienes quisieron celebrar el lanzamiento de su nuevo álbum "**PTX Vol II**" con un extraordinario cover de los franceses **Daft Punk** que ya es un hit en internet.

Durante casi 5 minutos, los artistas que saltaron a la fama en el programa "The Sing-Off" de la cadena NBC, cantan éxitos de Daft Punk.

El video del quinteto conformado por Kirstin "Kristy" Maldonado, Mitch Grassi, Scott Hoying, Avriel "Avi" Kaplan y Kevin Olusol, acumuló casi **5 millones de visitas** en sólo un par de días.

Sigue el enlace para ver el video:

<http://www.youtube.com/watch?v=3MteSlpxCpo>

Salir con amigos dos veces a la semana hace hombres más saludables

www.diarioadn.co



Un estudio de la Universidad de Oxford puede ser uno de los mejores argumentos cuando un hombre quiera salir con sus amigos. Un grupo de investigadores de esta institución encontró que **el bienestar general masculino depende, en gran parte, de compartir tiempo, al menos dos veces a la semana, con sus amigos.**

Según el investigador Robin Dunbar, hablar a diario con compañeros de trabajo o estudio es muy importante para los hombres, pero que **lo que realmente beneficia la salud es encontrarse y 'hacer algo', como practicar deportes en grupo o simplemente compartir un rato en un bar.**

La investigación reveló que los hombres que mantienen interacción con ciertos grupos sociales son más saludables, se recuperan más rápido de sus enfermedades y tienden a ser más generosos.

Restaurante de París, separa a los clientes entre guapos y feos

www.informe21.com



Dicen que un físico agraciado abre muchas puertas. Algo así es lo que deben de pensar los comensales que acuden al restaurante de París «Georges» acusado por antiguos empleados de discriminar a los clientes según su físico.

«Los guapos delante y los feos detrás» sería la norma para sentar a los clientes en este restaurante situado en la sexta planta del Centro Georges Pompidou de la capital de Francia según el testimonio, publicado en varios diarios franceses, de dos antiguos empleados de este exclusivo establecimiento del grupo Costes.

Para estos excamareros conseguir una mesa en los ventanales a la vista de todos los visitantes del museo es algo reservado solo para gente guapa, tan solo se verán feos si estos son famosos, aseguran los antiguos empleados.

Tortuga vuelve a caminar gracias a una pata hecha con piezas de lego

www.informe21.com



Una tortuga consigue volver a andar gracias a una prótesis hecha con piezas de Lego. Schildi, que así se llama el galápagos, perdió el miembro en un accidente, por lo que dejó de caminar.

Sin embargo, el veterinario Marcelo Bürkle no cesó en su empeño de encontrar una solución ante la falta de este tipo de prótesis en el mercado.

Poner fin a la inmovilidad de Schildi fue posible cuando Bürkle vio en su clínica a la hija de una de sus empleadas con los juguetes de construcción Lego. Entonces, decidió pegar al galápagos una rueda del popular juego para ayudar a la tortuga en su movilidad.

Hombre demanda a su esposa por parir hijos feos

www.publimetro.co



Jian Feng, procedente de la China, se divorció de su esposa por infidelidad y la demandó, en un principio, por lo que él llamó "haber dado luz a los niños más extremadamente feos del mundo".

La prueba de ADN demostró que los hijos sí eran de Feng, y ante esto, la mujer tuvo que confesar un secreto muy bien guardado el cual era que se había sometido a diversas cirugías estéticas por un valor de más de 100.000 dólares antes de conocerlo.

La demanda del hombre sostenía que ella lo había engañado acerca de su belleza y los niños eran producto de esa mentira. Increíblemente el hombre ganó la demanda y la mujer ahora le debe a Feng 120.000 dólares.

Los senos envejecen más rápido que el resto del cuerpo

www.informe21.com



El paso del tiempo es inevitable. No importa que tan saludables seamos, el cuerpo cambia con el tiempo, y quizá para las mujeres estos cambios son aún más evidentes. Un estudio reciente sugiere que no todos los tejidos del cuerpo envejecen a la par, y los tejidos que más se debilitan con el tiempo son los de los senos.

Luego de varios estudios, los resultados -en general- mostraban que algunos tejidos envejecían más rápido que otros, “los tejidos de los senos saludables son unos dos o tres años mayores al resto del cuerpo de una mujer”.

Efecto cheerleader": Estudio dice que somos más guapos en grupo

www.publimetro.co



Dos investigadores de la Universidad de California comprobaron el fenómeno conocido como el “efecto cheerleader”: Que la gente se ve más atractiva cuando está en grupos que cuando está sola.

La investigación, publicada por la Asociación para la Ciencia Psicológica en su revista *Psychological Science* y dirigida por los investigadores Drew Walker y Edward Vul, explica que las personas tienden a fijarse en los rasgos de las caras cuando las personas están en grupos, pero lo hacen aún más detalladamente cuando miran a una persona que está sola.

Así es como en el estudio personas en las fotografías que fueron calificadas como “muy atractivas” en grupo, despertaron menos interés de manera aislada.