

LOS MEDIOS Y LA ACADEMIA BUSCAN PERIODISTAS

El Seminario denominado El Futuro de la Enseñanza del Periodismo y su Relación con los Medios también sirvió para reunir, como no en muchas oportunidades, en torno a un mismo tema a representantes de la academia y de los medios de comunicación. Muchas fueron las apreciaciones formuladas y varias las propuestas. De cualquier forma, todos hicieron su aporte.

JOSÉ SALGAR

Decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Sergio Arboleda. Columnista de *El Espectador*

DARÍO ARIZMENDI

Director de Noticias de *Caracol*

SILVIA PELLEGRINI

Decana de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Católica de Chile

JAVIER FERNÁNDEZ DEL MORAL

Decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid

TOM GOLDSTEIN

Decano del posgrado de Periodismo de la Universidad de Columbia

DIANA SOFÍA GIRALDO

Decana de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de La Sabana

MARILUZ VALLEJO

Directora del Posgrado de Periodismo Investigativo de la Universidad de Antioquia.

JOSÉ SALGAR

Me siento muy comprometido de haber resultado el eslabón perdido entre los periodistas del siglo XX y los del siglo XXI, entre los periodistas empíricos y los profesionales; entre los periodistas de los medios impresos y los de los medios audiovisuales.

De pronto resulté en esa encrucijada y con una responsabilidad doble: continué con el Periodismo, en el que he estado prácticamente toda mi vida -tengo una columna en El Espectador- y tengo ahora un compromiso con la Universidad Sergio Arboleda como decano. Ello me obliga a tener diariamente dos jornadas. Una en el siglo XX y otra en el siglo XXI y debo aclarar que estoy cancelando mis relaciones con el siglo XX porque después de considerarlo un maravilloso siglo de la comunicación, donde vino el señor Gutemberg a entregarle las armas al señor Bill Gates, entonces se cierran las dos etapas, porque de hecho, Gates también está desapareciendo del mapa y estamos comprometidos a dejar esa historia tan gloriosa del Periodismo, del cuarto poder, de los tirajes millonarios de periódico, del exceso de páginas. Así entramos en el siglo XXI.

En estas condiciones, mi atención está en darle a mis alumnos no las buenas o las malas cosas de este siglo, sino en propiciar con urgencia el encuentro de los comunicadores del hoy con los del mundo futuro, que es completamente distinto.

Nosotros hicimos unos medios de comunicación que nos hemos empeñado en mantener, a pesar de lo anacrónicos. Los periódicos impresos de la mañana están diciendo lo mismo que la televisión de ayer tarde y la gente se cansó de ello. En ese momento, por ejemplo, en Estados Unidos, la gente conoce toda la información al instante. Aquí no tenemos periodistas de medios escritos que la garanticen con suficiente tiempo. Antes los periódicos cerraban tarde y había personas que escribían, tomándose dos o tres horas para ello. Hoy eso es imposible. Lo que digan los noticieros de televisión esta tarde lo dirán de igual forma los medios impresos de mañana, muy inferiormente a las gráficas de la televisión. Por eso hay que preparar gente para que haga información

inmediata y analítica, de manera que no sigamos de la cola de televisión y de la radio.

Dentro de esos deseos tenemos que sentarnos a inventar medios, lenguajes y tiempos dirigidos a detectar que es lo que necesita la gente de hoy, no la del siglo XX: una época más lenta y calmada.

Hace unos años, Bogotá se levantaba más tarde y la gente alcanzaba a leer los periódicos. Hoy el tráfico, entre otras cosas, no lo permite. Sin embargo, hay muchas personas a las que -de por sí- no les interesa. Además no pagan un periódico con gusto porque no hay nada atractivo en ellos.

Necesitamos volver a enseñarle a leer a la gente. La gente dejó de leer y nosotros dejamos de escribir. Hay menos columnistas de fondo en los periódicos y hay menos material atractivo. Tenemos que empeñarnos en hacer que la gente de hoy y que la juventud de hoy vuelva a leer periódicos porque realmente les ofrecen algo. Es decir, que no se necesite una subvención, un radio, unos discos, un regalo que le da un periódico para obligar a leer. No.

Por el contrario, hay que vender el producto de la gente preparada. Todas las secciones están a cargo de quienes enseñan el Periodismo como principal factor de educación, por encima de cualquier otro del siglo XXI. Un título universitario bien obtenido es el único que permite que a la gente le paguen bien y la contraten. Hay unos grandes campos de trabajo en Colombia esperando que las universidades les entreguen buenos profesionales. Ya en el país se producen hechos como este: romper el divorcio entre las universidades y los medios. En el caso mío represento un periódico y una universidad. Estamos cerca.

Mi periódico está exigiendo gente bien preparada, con tarjeta o sin tarjeta. Paga mejor a quien se presente con títulos suficientes, gran vocación y una gran calidad profesional, el saber ejercer su oficio con toda honradez y todo el carisma e independencia.

Hay que reinventar la forma de hacer el Periodismo. No puede seguir ocurriendo que el ochenta por ciento de los periodistas tengan

como única fuente al gobierno. Hay que volver a que la independencia, el talento, los valores morales, sean muy bien pagados por el poder económico que ahora tiene en sus riendas los medios de comunicación.

Claro que ello es muy difícil si se tiene en cuenta que nuestra primera labor es complementar la pésima educación que nos entrega el bachillerato, una deficiencia que se observa en los primeros semestres de la carrera. El bachillerato no entrega unos elementos fundamentales que son herramientas para el Periodismo: la computación, el lenguaje, el humanismo. En la Comunicación todo es muy diferente, pero esa primera etapa puede llevar a muchas partes e incluso, ayudar a hacer profesionales en todas las áreas. Sin embargo, el Periodismo debe ser la parte máxima de la Comunicación Social.

DARÍO ARIZMENDI

En mi vida profesional he tenido tres experiencias que tienen que ver con los periodistas y su vinculación a los medios. En consecuencia, he sido testigo de excepción, muy privilegiado -por cierto- de la formación que se ha impartido en las escuelas de Comunicación de nuestro país y también del ejercicio práctico cuando los egresados se han vinculado a los medios en los que yo he estado.

La primera fue hace 31 años en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Antioquia, en donde fui profesor durante ocho años y simultáneamente era jefe de redacción del periódico *El Colombiano*. Tenía 22 años, había estado en España, trabajando en Madrid y había tenido el privilegio de ser, quizás, el primer periodista universitario con un título de una facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, en ascender a una posición directiva en un medio de comunicación, porque en ese entonces todos los periodistas venían del mundo del empirismo.

Me correspondió vivir el proceso de modernización de uno de los diarios más tradicionales del país, *El Colombiano*, y participar en todo el proceso de sustitución de los periodistas empíricos por periodistas que estaban egresando de la misma facultad de donde yo era profesor.

¿Qué me encontré? Periodistas todos muy humildes, ávidos de conocimiento universal, intrépidos, audaces, con deseo de triunfar. Con un deseo de compromiso claro de su responsabilidad social, muy politizados -como era propio de los años sesenta y como consecuencia de la influencia de la Revolución de París-. Eran unos periodistas con un compromiso con su oficio, con un sentido ético, quizás sin los suficientes conocimientos de la información general, pero los suplía luego en la práctica, con una ciencia de la autocrítica, del esfuerzo que había que realizar, sabiendo en ese momento que había que labrarse un camino, a sabiendas de que era una profesión de futuro porque el Periodismo en esa época no tenía el estatus que tiene ahora, ni la influencia, ni había la competitividad de hoy con los medios audiovisuales. Posteriormente, el 19 de abril de 1979, fundé el periódico *El Mundo*, el mismo que dirigí durante 12 años, competencia de *El Colombiano*. Ya no era profesor de ninguna facultad y consideraba que había pagado el servicio público suficiente.

Nos dimos a la tarea de contratar a todos los periodistas nuevos. En *El Mundo* no había ni un solo periodista veterano. Dijimos: experimentemos. Reclutamos setenta recién egresados de las dos facultades de Comunicación Social de Medellín y nos embarcamos en una especie de escuela interna con profesores que éramos nosotros mismos. Los dirigíamos, traíamos conferencistas extranjeros, se hicieron sesiones teóricas y prácticas y seleccionamos finalmente a 35, con quienes decidimos encarar ese reto, absolutamente fascinante y del que aprendimos mucho.

¿Qué encontramos en esa oportunidad?, después de años de haber dejado la universidad. Unos periodistas más aburguesados, de un nivel diferente, con una actitud distinta ante la vida -si se quiere más romántica-, pero ya había varios de ellos bilingües, varios con un nivel social más alto, ellos con una formación humanística más completa que fue lo que empezó a establecer la diferencia con la competencia, desde el punto de vista del análisis, de la interpretación y en el estilo de la aplicación de las técnicas de redacción.

Finalmente, desde hace ocho años, en *Caracol Radio*, me he encontrado todos los días con cosas distintas. Por allí pasan egresados de

todas las escuelas, especialmente de Bogotá con las que no había tenido contacto, y qué encuentro. El resultado me da la medida de si las escuelas tienen su razón de ser, en cuanto satisfagan su naturaleza, el objeto para el cual fueron creadas. No están creadas para la satisfacción o el empleo de los profesores o de los decanos; están creadas para satisfacer las necesidades sociales, de un medio, de un entorno socio-político, a través de unos medios de comunicación en donde aprenden esos estudiantes que serán nuestros sucesores, nuestros colegas en el mundo del mañana.

En consecuencia, lo que por mínimo debe hacer una facultad a la hora de elaborar su plan de estudios es acudir a quienes constituyen el instrumento, el mercado potencial de esos egresados, de esos muchachos cargados de esperanzas e ilusiones y que generalmente se estrellan porque no encuentran empleo o porque se dan cuenta de que lo que estudiaron durante cuatro o cinco años no les ha servido para nada.

¿Qué me he encontrado en estos últimos años? Unos muchachos que creen que ésta es una profesión muy fácil porque hay gente que ha tenido éxito relativamente rápido, es bien remunerada, socialmente ha adquirido una buena posición y políticamente ha logrado otro tipo de cargos. Piensan que sólo es cuestión de tener un buen padrino para poder hacerse con el beneficio de una profesión. Pero ello no es así. Todos los sabemos. Esta profesión es muy dura, muy difícil, implica unos esfuerzos, un sacrificio permanente, estar leyendo, estar estudiando, en una posición permanente frente a la sociedad que le ha confiado a uno para que le maneje como depositario de una serie de realidades.

El periodista que están produciendo hoy las escuelas, me refiero al caso de Bogotá, en técnicas de redacción resulta muy deficiente. A la redacción llega gente que no sabe escribir, que no conoce ni una máquina de escribir y que desconoce el mundo de la computación, porque muchas de las escuelas no tienen la dotación tecnológica suficiente. En el género primario, el de la noticia, deja mucho que desear.

En lo que tiene que ver con la formación profesional, el desconocimiento es prácticamente absoluto, sobre asuntos constitucionales, funciones derivadas de la rama jurisdiccional o, incluso, problemas de nuestra cotidianidad, como lo que tiene que ver con la

violencia o la generación de subculturas o todo lo que tiene que ver con los temas económicos. Justamente llegan muy débiles en temas donde se supone que las facultades deben formar a sus periodistas.

Pero claro, también hay gente buenísima. Me precio de tener una de las mejores redacciones de radio del país. Pero por una razón que debería empezar a producirse desde el interior de las facultades de Comunicación del país. Hasta el punto en el que si tengo una vacante para el área económica y se presentan un economista y un estudiante de Periodismo de una facultad de Comunicación, prefiero al economista. Prefiero enseñarle las técnicas de redacción y las técnicas radiales. Y esto no tiene que ver nada con el tema de la tarjeta. Este tema me tiene sin cuidado. De hecho, leí una sentencia de Diana Sofía Giraldo en *El Espectador*: «nuestra meta está clara. Formar los mejores periodistas del próximo milenio, veraces, éticos, con buen criterio en el manejo de nuestras tecnologías". Eso es perfecto. El cómo es lo que se tiene que plantear en las facultades, a su interior, de acuerdo con las realidades de un mercado, de la necesidad de los medios en Colombia, que son diferentes.

Los dueños del medio para el que yo trabajo me han dado la orden: "sea el mejor al costo que sea. Consiga los mejores talentos". Si nuestro producto no es mejor es porque no he tenido la suficiente imaginación o más talento creativo que esta profesión demanda todos los días. Yo tengo de mis superiores la orden de que *Caracol* tiene que ser la mejor empresa radiofónica de América, no de Colombia, sino del continente.

El problema no es si el pénsum debe ser rígido, de cuatro o de cinco años, con especializaciones posteriores, sino que debe ser una facultad de Ciencias de la Información del siglo XXI, abierta a organizar cualquier tipo de programa a la medida de cada país y de cada realidad.

Si llegamos a la conclusión de que los medios están prefiriendo abogados, economistas, egresados de Filosofía y Letras, y otras disciplinas, entonces montemos unos programas para intentar como ya lo hizo el periódico *El País* de Madrid, que tiene un programa con la Universidad Autónoma y como lo ha iniciado *El Tiempo*. Vamos a desarrollar en un año un esquema que supla las necesidades de formación. A mí me parece que eso es más realista. Una de las funciones

es servirle a la sociedad. Si yo trabajo de la mano de los medios para satisfacer esas necesidades ello es más realista.

En *Caracol* en este momento estamos buscando una facultad para implementar un posgrado en este asunto, con la gente de la empresa, porque somos conscientes de nuestra mediocridad, conscientes de que hay unas realidades que no conocemos porque esto lo desborda a uno. Yo a veces me siento que si viviéramos en Suiza, en Suecia o en España las cosas serían distintas. Pero en Colombia, donde nos ha tocado vivir el ejercicio es muy difícil para los periodistas. A veces me siento abrumado con el acontecer, cuando salen ciertas cosas, muchas veces dichas por mí mismo digo: que horror, que desastre. No es el caso de la prensa o de la televisión, donde hay tiempo de editar o corregir. A veces salen al aire algunas cosas que dan ganas de retroceder el micrófono, pero ya no es posible.

Hay que replantear planes académicos. La mayor parte de los profesores no está vinculada a los medios. Celebro que José Salgar se desempeñe como decano y que un maestro de periodistas, en esta etapa de su vida, cuando podría estar dedicado a jugar golf, esté entregando sus últimos años a la vocación de la docencia, que pueda hacer su aporte.

Falta contacto. Si las escuelas de verdad quieren servirle a la sociedad e interpretarla, la Universidad tiene que acercarse a los medios.

JAVIER FERNÁNDEZ DEL MORAL

Me preocupa el Periodismo a la carta. Hacer fotos fijas resulta muy peligroso porque la foto fija puede obligarte a actuar de un modo del que después te puedes arrepentir.

Respecto a ese periodista del siglo XXI, hay que pensar en nuevas formulaciones. Empieza a requerirse con urgencia mucha más exigencia. Hoy no hay nada más desconcertante para un consumidor de información que nadie le separe el grano de la paja. Entrar a Internet, por ejemplo, es el absoluto acercamiento al caos, donde efectivamente todo vale y todo tiene que valer. No hay ninguna cortapisa.

Cuando me hablan de Periodismo a la carta como algo que va a sustituir a los periodistas y cada uno va a poder hacerse su propio menú, me preocupa. Porque cuando voy al restaurante y la carta es más compleja es cuando más necesito del profesional para que me guíe. Cuanto más complejo se haga esto, más vamos a necesitar de ese profesional.

Darío Arizmendi ha hecho un planteamiento que es lógico y razonable. No comparto las conclusiones que se obtienen de ese discurso porque mi experiencia y mi visión no es la suya.

Es importante que de esos profesionales que entiendo no le sirven hagamos un recuento un poco más amplio. Hay personas que no sirven, pero creo que cada vez empiezan a servir más personas y esa es en España una experiencia que me están transmitiendo los medios.

Estuve hablando con el director del periódico *ABC* y él mismo hizo una reflexión sobre la mejora cualitativa que estaba observando en los periodistas que estaban llegando de nuestra facultad. Eso hace que uno se replantee la cuestión, tan radicalmente, de que no sirven los licenciados.

En cuanto al tema de los títulos he sido bastante explícito: hablando de la Edad Media y que ese fue el modelo que se siguió durante una etapa. Pero la universidad surge en determinado momento para dar otra dimensión a otros aspectos de evolución del profesionalismo. La configuración de los títulos generalistas de los medios de comunicación me parece un retroceso y lo digo sinceramente. Y lo digo, desde mi relación el diario *El País* de Madrid, desde que entré en el decanato.

Un máster generalista de Periodismo no se puede seguir manteniendo. El máster de Periodismo de *El País* no está dando ningún resultado. El propio director del periódico me lo dijo a mí personal y públicamente: "señores, con el máster de *El País* sacamos profesionales, pero no sacamos periodistas. Y yo necesito periodistas en mi redacción". Y a mí ese gesto me llenó de satisfacción. Hay que especializar a los periodistas. Hay que hacer periodistas económicos, pues como decía aquel periodista: hay mucha gente que cuando lee Producto Interior Bruto, cree que le están hablando de algún ministro. Hay que empezar a

darle una dimensión de divulgación a los temas económicos. De hecho, los periodistas económicos son ya una realidad en mi país, porque un economista no es una persona que en algún momento pueda suplir a un periodista económico. Es más, el título que hemos desarrollado en la Universidad Complutense de Madrid sobre Periodismo Económico es todo un éxito y lleva seis años sacando posgraduados en información económica, cuando ya habían fracasado otros cuatro intentos que economistas habían hecho en otras universidades.

El decano de Económicas viene conmigo e inaugura o clausura el máster en Periodismo Económico, pero reconoce que la información económica primero es información y después es Economía, o si no fracasa porque la gente necesita una visión diferente de ese problema, de la que le está dando el economista. Lo sustantivo es la información, lo adjetivo es la economía.

Ahí tenemos que trabajar mucho, pero no podemos cerrar el camino porque la experiencia de una determinada formulación de profesionales o de medios nos haga sospechar que ese no era.

SILVIA PELLEGRINI

Hay varias cosas importantes: había gente que decía que los medios no se interesaban por las escuelas, no es eso lo que los medios plantean. Había gente que decía que las escuelas no se interesaban por el trabajo de los medios. Creo que tampoco se ha demostrado que ello, efectivamente, suceda.

Una conclusión importante es que hay un camino de encuentro. Es como esos matrimonios viejos que dicen: hubiéramos sido tan felices, si hubiéramos cambiado en esto. Hubiéramos sido felices si hubiéramos tratado de cambiar en la medida del otro. Pero no creo que en eso esté el bien para ninguno de los dos. Yo no creo que una facultad hecha a la medida de medios específicos sea la solución al problema, pero creo que las universidades no pueden quedar al margen de lo que sucede en los medios.

Los medios son nuestro terreno natural de desarrollo. Pero creo que es un flaco favor a los mismos medios el hacerse periodistas para sí mismos. Entre otras cosas, quita un elemento clave: el crecimiento. Uno no puede prever su propio crecimiento, el crecimiento del ser humano. Por eso nosotros somos entes comunicacionales, es con el otro. Yo sé si estoy siendo antipática, inteligente, audaz, tonta o apenas osando tratar de entrar en los temas también por las caras de ustedes. Sin las caras de ustedes yo no percibiría lo que piensan. Eso es lo que los medios se están eliminando: la cara del frente y las facultades se están eliminando: la cara del frente, el otro que me mira, el otro que me refleja, el otro que me hace crecer.

Es un camino estéril echarse mutuas culpas. La cuestión es cómo resolver los problemas. Yo no traigo recetas Aquí se ve, en Colombia, mucho la tendencia a resolver los problemas que existen por fuera de las universidades. Hay dos alternativas: seguir ese camino hasta que suceda lo que sucedió y la otra es que, en conjunto, se busque una solución adecuada a los dos. Esto no es un tema de quién tiene más poder, cómo hago para que el otro haga lo que yo quiero. Tenemos que generar los recursos suficientes para lograr una sociedad madura, del siglo XXI.

Hay algo bien importante para disertar. La palabra comunicaciones y el modelo híbrido al que se hacía referencia nos han llevado a ciertos problemas. Tengo algunos reparos con la palabra comunicador social. Todos somos comunicadores sociales en la medida en que somos hombres, una persona que no se comunica no es comunicadora, pero al interior de la comunicación hay áreas muy distintas como pueden ser entre un publicista y un periodista, en donde hay un mundo de distancia. Por tanto el nombre de Facultad de Comunicación no puede referirse sólo al título que nosotros demos.

Nosotros en Chile hemos buscado una solución intermedia, pero una solución al fin. El periodista nuestro recibe una licenciatura en Información Social, las otras áreas de la comunicación reciben una licenciatura en Comunicaciones para marcar claramente una diferencia que a mi juicio es fundamental, que es que en el caso del comunicador el referente principal del comunicador soy yo, mi creación o la idea o producto que estoy promoviendo.

En cambio en el Periodismo yo tengo referentes externos: el hecho que voy a convertir en noticia y el público al que le debo la verdad. Por ende, yo no soy mi propio referente, sino que tengo parámetros externos a los cuales referirme y enseñarle a un joven que como decía muy bien el doctor Salgar viene de la Secundaria sin saber prácticamente nada, desde falta de ortografía hasta no tener parámetros de ninguna naturaleza. Vamos a enseñarle a ponerse en dos pies sobre el mundo y simultáneamente a ser comunicador social en todas las áreas.

No le vamos a poder enseñar todo eso si nosotros nos limitamos a formar una cabeza culta, inteligente y le enseñamos a informar o a persuadir o a entretener a través de los medios de comunicación. Esto ya es una tarea agotadora.

Una de las cosas más importantes es disgregar este concepto de comunicación social al que quiero mucho, pero que no creo que exista. Creer que el periodista es fundamentalmente la persona que tiene en sus manos la información social, que tiene una característica, un rol importante en la sociedad, que forma parte de la comunicación. Pero marcar ese vínculo con el público y con el hecho de que es la verdadera visión y misión del periodista, ponerlo en conjunto, acercarlos, hacerse conocer.

TOM GOLDSTEIN

Es imprescindible crear asociaciones entre los medios y las universidades. Quisiera dar una voz de alerta. Hay unas cosas que las universidades hacen muy bien, hay otras que la industria hace muy bien y yo creo que en ese entendido se deben explorar distintas alternativas. Esto permite que nos conozcamos mejor.

Aquí no hay que reinventar nada. Mucho de lo que estoy oyendo me parece muy familiar. Creo que podemos beneficiarnos mucho si miramos otros ejemplos, teniendo en cuenta las diferentes culturas.

MARILUZ VALLEJO

Coordino la especialización en Periodismo Investigativo de la Universidad de Antioquia, un programa que he trabajado muy estrechamente con Juan José Hoyos. Ya sacamos la primera promoción. Trabajamos con periodistas. Es una especialización abierta a todas las profesiones, pero en su mayoría llegaron periodistas y se cualificaron. Realmente nunca habían tenido la oportunidad de hacer una investigación de fondo, un gran reportaje, un libro, durante el tiempo que dura la especialización.

Se les da una orientación teórica, pero como el objetivo es Periodismo Investigativo la idea es hacer un producto final que no es posible desarrollar en las prisas de los medios y menos si no pertenecen a la unidad de investigación élite del medio.

En esta primera experiencia, en ese otro ritmo que da la academia, la posibilidad de reposar, de intercambiar, ellos se sintieron remozados. Ellos sintieron la opción de calificarse pero la respuesta que queremos dar ahora es desde el pregrado. Es la respuesta a la inquietud de los medios en el sentido que los profesionales que se están formando no sirven.

Nosotros pensamos que el problema está en los currículums que tenemos, pues en Colombia se impuso el modelo híbrido, una colcha de retazos, Publicidad, Mercadeo, Relaciones Públicas, son currículums muy perversos y aunque así ha funcionado y el mercado piense en un profesional "todoterreno", el mercado se siente satisfecho de saber que hay estudiantes que están dispuestos a trabajar en todo: a ser publicistas hoy, mañana comunicadores de empresas y pasado, periodistas. Creemos que hay una aberración en los planes de estudio.

La propuesta que queremos hacer desde la academia es cambiar ese plan de estudios, especificar el Periodismo en una Escuela de Periodismo, que incluya técnicas del saber humanístico, y con un pie en los medios desde el comienzo, trabajar temas por áreas de cubrimiento y por medios.

Vamos a mantener el posgrado para ver si a los medios les gusta más el filósofo, el ingeniero, el economista con una educación periodística, suficiente como en la Universidad de Columbia.

Dar ahora un profesional que de verdad por vocación quiera el Periodismo, un estudiante, que se foguee y sea interlocutor medios-academia.

Un principio de solución es identificar el perfil: es un periodista, aunque el mercado nos esté pidiendo más comunicadores en las empresas en donde el periodista es mejor pago y tiene un estatus que no alcanzan los periodistas de los medios.

Formar periodistas, pero no sólo para nuestros nichos, sino para todo el país y todas las áreas, se pueden montar periódicos, empresas pequeñas, con capacidad de gestión y empresa. Son muchas las posibilidades.

Lo fundamental es la diferencia de Periodismo o Comunicación Organizacional porque las éticas son distintas. Esta sería una buena forma de comenzar.

DIANA SOFÍA GIRALDO

Estoy absolutamente de acuerdo con la tesis de Silvia Pellegrini. Si en los matrimonios no se cede no se construye. Me parece que tenemos que hacer un trabajo en equipo, entre la academia y los medios.

Darío tiene la razón en muchas cosas. Decía que hace unos años cuando trabajaba en *El Mundo* y con egresados, hicieron escuela. ¿Qué pasó en estos años, si venía una generación tan buena y por que se ha deteriorado? Creo que en la academia nos deberíamos preguntar si ante el auge que empezaron a tomar las facultades de Comunicación, ante la demanda suscitada, se crearon programas híbridos y como las universidades creyeron que eso era rentable se recibieron muchas personas desviando ese perfil periodístico hacia un profesional que no es experto en ningún área. Pero creo que los medios, de todas formas, están hechos con gente valiosa que salió de las facultades.