



CÓDIGO DE ACCESO
LOS JÓVENES Y LA INFORMACIÓN

IDEASS COLOMBIA

Innovación para el Desarrollo y la Cooperación Sur-Sur



Presentación

Texto redactado por Diana Mireya Pedraza

Código de Acceso es una innovación del Periódico El Tiempo de Colombia, el diario de mayor tiraje a nivel nacional y el único que tiene cobertura nacional. El Tiempo abrió espacio a los jóvenes para que formen parte en el desarrollo de la actividad periodística.

Código de Acceso nace en el año 1999 como una iniciativa mancomunada por parte de la Casa Editorial El Tiempo, empresa de medios de comunicación a la que pertenece el periódico El Tiempo; la Fundación Restrepo Barco, organización no gubernamental colombiana que trabaja por la niñez y la juventud con programas de educación y

participación social; y Plan Internacional, organización privada sin ánimo de lucro, que trabaja con la niñez en países de Asia, África, América Latina y el Caribe. La idea del proyecto surgió de la investigación Atlántida sobre la cultura adolescente escolar en Colombia, realizada en el año 1994, la cual llamó la atención sobre el bajo grado de participación por parte de los jóvenes en la construcción de opinión pública.

Participan a Código de Acceso jóvenes entre 15 y 20 años con compromiso, responsabilidad y liderazgo, habilidades para el diseño, la fotografía y la escritura y con muchas ganas de construir un país mejor.

A través de su participación, los jóvenes han transformado la estructura del periódico El Tiempo, ampliando su visión de la información, incluyendo la perspectiva juvenil de manera transversal a todas sus secciones.

En el año 2003, Código amplió su cobertura de Bogotá a tres otras ciudades importantes de país, Medellín, Cali y Barranquilla, con la participación de 285 jóvenes. También se amplió en zonas de conflicto en los Departamentos de Sucre, Bolívar, Atlántico, Nariño y Chocó. En cada ciudad, la iniciativa se realiza con la participación de importantes socios del sector público y privado, como son las Empresas Públicas de Medellín, la Fundación La 14 y Comfamiliar.





Los productos concretos de Código de Acceso, que se desarrollan en todas las regiones donde funciona actualmente son: Separatas, Pagina Web del proyecto, Club de prensa Código de Acceso, Foros nacionales, Publicaciones en el diario más importante del país, Propuesta y producción en programas de CityTV, Boletín informativo Información Codificada.

Los jóvenes han publicado más de 800 artículos en diferentes medios de la Casa Editorial El Tiempo y han participado de manera activa en la organización de foros de discusión política, económica, social y cultural. Los Foros han sido de alta relevancia tanto para el país como para ellos mismos, por los temas trabajados, como el Debate de candidatos a la Alcaldía Mayor de Bogotá sobre educación y políticas de juventud, y el Foro sobre Conflicto armado y juventud.

Código de acceso es una innovación porque ha logrado un gran liderazgo frente a la población juvenil del país, ganando espacios de expresión para jóvenes en temas coyunturales, en escenarios culturales y socioeconómicos distintos. Código de Acceso ha logrado también transformar la estructura de un periódico reconocido en Colombia, permitiendo que en la sala de redacción haya jóvenes que trabajen, que discuten, que critiquen y que aporten a la construcción del periódico mismo.

¿Qué problema soluciona?

Según los resultados de la investigación Atlántida sobre la cultura juvenil en Colombia, realizada en 1994 con apoyo de Conciencias y la Fundación FES, los adolescentes colombianos no tienen espacios de expresión propios en los medios de comunicación y por tanto su visión del mundo no es reconocida como válida por parte de los adultos, quienes están al frente de la producción de información que consolida la opinión pública. Esta situación aísla a los jóvenes de la posibilidad de participar en la construcción de la sociedad.

A diferencia de otras generaciones, donde el joven participaba de la construcción social de su entorno a través de diversas actividades que lo ponían en contacto con el quehacer del adulto, como es el caso de su vinculación temprana a la

fuerza de trabajo o a ciertas actividades culturales, a partir de los años 70 y 80 la noción de joven comienza a cambiar. Empieza a generarse un mundo aparte, con identidad propia, con mercados específicos de consumo, políticas de juventud, consejos de participación exclusivos para este grupo de edad vagamente definido. Este fenómeno lleva a que el joven no se confronte con el adulto, ni a que el adulto confronte al joven en los mismos espacios de reproducción social, llevando a que no haya aprendizaje cotidiano de una generación a otra, que garantice la transmisión cultural.

Las conclusiones reportadas por la investigación Atlántida llevaron a generar la revista Camaleón, una publicación de jóvenes para adultos, que se constituyó en la predecesora de lo que hoy día es Código de Acceso. Esta iniciativa fue recibida por la Casa Editorial El Tiempo, que abrió las puertas al grupo de jóvenes que lideraban la revista, quienes durante un año tuvieron la oportunidad de construir una propuesta editorial con los periodistas, los diagramadores y los reporteros gráficos del periódico. Aunque la iniciativa de distribuir la revista junto con el periódico no prosperó por circunstancias económicas, la experiencia de trabajar conjuntamente jóvenes y adultos en la sala de



redacción para diseñar y pensar la revista, se constituyó en una prueba piloto de la escuela de Periodismo de Código de Acceso. Hoy día el periódico cuenta dentro de su cuerpo de periodistas con chicos escolares y de primeros años de universidad que alimentan la producción editorial con su visión del mundo.

En comparación con otras iniciativas de comunicación para la juventud que suelen ser de duración corta y que se limitan a generar una página, un suplemento o una revista de y para muchachos y muchachas, Código de Acceso ha logrado que los jóvenes hagan parte de la estructura del periódico, permitiéndoles conocer y participar efectiva y activamente con su propia visión de la vida, dentro de todas las secciones del periódico.

Código de Acceso es una innovación pedagógica y comunicativa que le apuesta a nuevas metodologías de trabajo entre jóvenes, siendo pionera en América Latina.

Código de Acceso, en la práctica

Los jóvenes que hacen parte de Código de Acceso son seleccionados por una convocatoria pública que se publicita a través del mismo periódico. Los parámetros de selección están determinados por las organizaciones que hacen parte de la iniciativa. Algunos de los criterios son la procedencia socio económica de los estratos más bajos de quienes se inscriben, el interés que manifiesten y sus habilidades y competencias artísticas y de lectoescritura.



Código de Acceso involucra anualmente 80 jóvenes de todo el país. La formación de este grupo dura 3 meses, luego de los cuáles se escoge un grupo más pequeño de 25 jóvenes que entran a trabajar directamente en la sala de redacción del periódico durante otros 9 meses.

La formación busca fortalecer en cada joven su capacidad de liderazgo para gestionar en su propia comunidad proyectos de comunicación encaminados a resolver necesidades básicas. La formación integra también elementos de desarrollo humano, desarrollo social y derechos de los niños, niñas y jóvenes.

La formación se desarrolla en cuatro ciclos: sensibilización, énfasis, producción y desarrollo comunitario y social.

La etapa de sensibilización está dirigida a los 80 participantes y busca que el joven se ubique en la lógica de los medios de comunicación y conozca las herramientas básicas del periodismo. En este período los jóvenes reciben una aproximación al fenómeno periodístico, en donde aprenden a leer la prensa, conocen sobre ética periodística y algunos principios de redacción, investigación periodística y reportería. También reciben talleres temáticos, sobre economía, política, cultura, entre otros, que les dan las bases mínimas para desempeñarse en la práctica periodística. La mayoría de los tutores que ofrecen estas capacitaciones son periodistas del mismo periódico.

La etapa de énfasis. En esta etapa, el grupo se reduce a 25 jóvenes. La selección de este nuevo grupo se basa en el desempeño de los participantes durante la fase de sensibilización. Los jóvenes tienen la oportunidad de conocer las diferentes áreas del periodismo en las que pueden desarrollarse: redacción, diseño, fotografía, radio y televisión. Este acercamiento se da de manera directa con periodistas especializados en la sala de redacción del periódico. Una vez han conocido todas las áreas del periódico, los jóvenes optan por una que sea de su mayor interés y capacidad, para desempeñarse en ella durante la etapa de producción.

La etapa de producción. Los jóvenes comienzan a generar textos escritos, fotografías, diseños, propuestas televisivas, y programas radiales que apoyan la labor del periodista-tutor encargado de cada grupo, quien a su vez puede acoger de manera individual algunas de las ideas que tengan los muchachos, canalizándolas en el proceso de selección oficial del periódico para que puedan salir a la luz pública. Durante estas tres etapas, los jóvenes mantienen un permanente contacto con su propia comunidad para buscar la información necesaria para elaborar sus producciones periodísticas.

La etapa de desarrollo comunitario y social. El contacto comunitario se intensifica durante la última fase de formación, donde los participantes tienen la oportunidad de multiplicar su experiencia con el Club de prensa de Código. El Club de prensa se realiza durante 6 meses con una periodicidad de 4 horas a la semana. Los jóvenes de Código de Acceso multiplican su experiencia con iniciativas de comunicación realizadas con niños y jóvenes de las escuelas.

La formación tiene una intensidad horaria semanal de 10 a 15 horas. Paralelamente, los jóvenes continúan estudiando sus carreras universitarias o su bachillerato.

Los jóvenes que realizan el ciclo completo de formación, posteriormente integran una red de jóvenes que genera proyectos concretos de desarrollo social. Algunos de los proyectos a los que antiguos participantes del programa pueden actualmente vincularse son el Club de prensa, la Pagina Web, el Grupo creativo que incluye fotografía, el Grupo televisión.

El año de formación en Código de Acceso, sumado a la posibilidad de apoyar proyectos de comunicación comunitaria, hace que los participantes adquieran una experiencia de vida inigualable. Sin que su paso por el periódico constituya una preparación profesional formal que los acredite como periodistas, el programa se constituye en una experiencia de vida que le permite a los jóvenes conocer de manera directa cómo es el mundo laboral del periodismo y de un medio de comunicación masivo.

En términos económicos, la iniciativa se ha sostenido con presupuesto propio de la Casa Editorial El Tiempo. La Casa Editorial, además de adjudicar recursos financieros para los tutores, capacitadores y coordinadores, pone a disposición sus instalaciones para las actividades. La Casa Editorial ha recibido también apoyos financieros de una organización no gubernamental nacional, la Fundación Restrepo Barco, y de la organización Plan Internacional. Sus aportes como socios fundadores de Código de Acceso han permitido asegurar la sostenibilidad de la iniciativa.



Cuáles resultados

Código de Acceso ha logrado resultados extraordinarios. Los jóvenes participantes han logrado publicar en todas las secciones del periódico, poniendo frente a la opinión pública temas que sólo era posible verlos desde la perspectiva joven, una mirada de la realidad que el periodista adulto a veces no está en capacidad de ver.

Un primer nivel de resultado es que muchos jóvenes han tenido la posibilidad de conocer cómo funciona un medio de comunicación. Esta oportunidad ha desarrollado en ellos una gran capacidad crítica frente a la información pública y los medios como tal. Este resultado se obtiene en el 100% de los jóvenes que participan de la experiencia. Participando de la dinámica propia de un medio de comunicación masivo, los jóvenes han tenido acceso a un proceso importante de formación. Durante los últimos años, las actividades de comunicación se han proyectado socialmente, generando un gran impacto en la difusión y creando una red juvenil de comunicación. Los jóvenes de



Código de Acceso han apoyado y asesorado organizaciones juveniles y proyectos comunitarios relacionados con medios, adquiriendo siempre más una conciencia crítica sobre la realidad social.

En un segundo nivel, la experiencia ha motivado a que muchos de los participantes se hayan dedicado al periodismo o a la investigación periodística, bien sea desde su formación profesional, o desde su participación directa en medios de comunicación local o institucional.

Un tercer nivel de resultados es la Red juvenil de comunicación, encabezada por los miembros de Código de Acceso y sus antiguos participantes,

que se encarga de asesorar y apoyar iniciativas escolares, relacionadas con medios de comunicación. En este ejercicio, los participantes del proceso de formación en la casa editorial El Tiempo apoyan a estudiantes de colegios y jóvenes organizados en sus barrios, enseñándoles **lo que** ellos han aprendido, para que mejoren sus periódicos o emisoras escolares o barriales. En los últimos años se generaron proyectos de comunicación en las diferentes ciudades y creando un Club de Prensa en donde los jóvenes Código de Acceso multiplican su experiencia con niños de 12 a 16 años, de colegios públicos o privados de bajo perfil socioeconómico, en Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla. Hoy día, el Club de prensa cuenta con 100 jóvenes que diariamente comparten su experiencia en cada institución.

Algunas de las propuestas que actualmente están siendo lideradas por antiguos miembros de código son: el Club de prensa Código de Acceso, que multiplica la experiencia con otros jóvenes de bajos recursos; el Comité página Web, que genera una propuesta de periodismo juvenil; el Comité creativo y artístico, que cuida y vela por la imagen del proyecto; el Comité investigaciones que lidera líneas de investigación que generan reflexión sobre el quehacer del proyecto y el Comité de relaciones juveniles, que genera relaciones con los jóvenes Colombianos.

Código de Acceso ha tenido reconocimientos como promotor de los derechos de la niñez y la juventud y por su labor en el fortalecimiento de medios de información escolar en el país. Aunque la innovación no ha sido reconocida formalmente en el ámbito internacional, Plan Internacional, la Fundación Restrepo Barco, y la Vicepresidencia de Relaciones con la Comunidad de la Casa Editorial El Tiempo, la presentan en sus eventos internacionales como un resultado importante en su trabajo por la juventud.

El resultado más importante es el impacto estructural que la participación juvenil ha generado en el periódico mismo.

El interés internacional

Código de Acceso es una experiencia de vida para los participantes, pero es una experiencia de aprendizaje para el periódico *El Tiempo*. El aprendizaje que adquieren los muchachos que participan tiene un gran valor, pero quizás éste es equiparable a lo que significa que un medio de comunicación de la magnitud de *El Tiempo*, tenga la perspectiva de visión juvenil dentro de su sala de redacción. Esta apuesta se constituye en un cambio fundamental en la concepción misma de un periódico, que en un momento dado se deja tocar internamente por unos muchachos que están en permanente contacto con los periodistas, discutiendo y aportando. Esto lleva a que el periódico asuma una visión distinta de la sociedad y del adolescente como un sujeto que es capaz de decir cosas sobre esa sociedad de la que hace parte integral.

Esta iniciativa abre la posibilidad de que se pongan en contraste puntos de vista de la realidad distintos, que permiten que el producto que llega a la opinión pública se enriquezca. En ese proceso los muchachos consolidan su capacidad crítica frente a la información que genera el periódico y, así mismo, se vuelven parte fundamental del proceso de generar opinión pública a través de participar de las actividades que realiza el periódico. En este sentido, esto permite que la visión del joven permee los medios de información, los periódicos locales, la radio, las programadoras de televisión, en términos de incluir en ellos nuevas visiones. Aun cuando las publicaciones y resultados producidos a través de Código son identificados gráficamente en el periódico por un símbolo que se coloca en cada artículo o investigación periodística, los resultados periodísticos del programa no son necesariamente visibles a la opinión pública, de manera explícita. Esto lleva a que se generen cambios estructurales sobre como percibir a la diversidad social en su conjunto, transformando al mismo tiempo la estructura informativa del medio.



Código de Acceso es una innovación de gran importancia en el campo social y de las comunicaciones, en un mundo en el cual la información y las diversas perspectivas desde las cuales se construyen las noticias y la opinión ciudadana, tiende a concentrarse en determinados grupos, excluyendo a grandes sectores de la población que se mantienen silenciosas ante los acontecimientos que los afectan. Este silencio no obedece a que los diversos grupos humanos no tengan una opinión sobre los acontecimientos que ocurren, sino a la inexistencia de medios de información en los cuales su manera de ver la vida tenga espacio para expresarse.

En el caso de la población juvenil, la participación es aún más relevante, pues dispone a las nuevas generaciones a preocuparse por el acontecer social, político y económico que afecta a toda la comunidad y no solamente a su grupo de edad. Los periódicos, por encima de la radio y la televisión, siguen teniendo un papel preponderante en la formación de la opinión pública y por eso es importante que involucren visiones distintas de la realidad.

Para replicar Código de Acceso en otros países

Código de Acceso ya ha sido replicado en diferentes zonas del país, dentro de las mismas publicaciones periodísticas regionales de la Casa Editorial El Tiempo. Para realizar el programa en otros países requiere de la voluntad política de la Casa Editorial de un Periódico importante y de su capacidad de gestionar recursos para ponerlo en marcha. Es indispensable contar con un medio masivo de comunicación como entidad fundadora o aportante, que genere la dinámica comunicativa.

En este proceso, los animadores de Código de Acceso pueden apoyar en dos sentidos. En primer lugar, el equipo editorial de El Tiempo está en capacidad de informar a los directores de periódicos importantes de otros países sobre los elementos básicos de la innovación y sobre el impacto que genera dentro del periódico.

Además, el equipo de Código de Acceso puede asesorar a equipos de periódicos de otros países sobre la mecánica misma de la innovación, apoyando la elaboración del plan de formación adecuado a cada contexto y la planeación logística y operativa del mismo. Esta asesoría se puede dar a nivel de la dirección de responsabilidad social del periódico, a nivel de la coordinación de Código de Acceso o con los mismos muchachos que hacen y han hecho parte del programa.





■ Para saber más

Para tener mayor información sobre Código de Acceso, los interesados pueden revisar la página de Internet, donde se encuentran también algunas de las publicaciones producidas por los jóvenes participantes.

<http://eltiempo.terra.com.co/educ/CODACC/noviembre/index.html>

■ A quién contactar

Los interesados en adoptar Código de Acceso en otros países, se pueden comunicar con:

Wendy Arenas

Directora de responsabilidad social Casa Editorial El Tiempo

Teléfono (571) 2940100

E mail: wenare@eltiempo.com.co

Diana Mireya Pedraza

Coordinadora Nacional Proyecto Código de Acceso

Dirección: Ave el dorado N° 59-70

Teléfono: (571) 2940100 ext 2775

E mail: diaped@eltiempo.com.co

El Programa IDEASS - Innovación para el desarrollo y la cooperación sur-sur - forma parte de la Iniciativa de cooperación internacional ART. IDEASS se enmarca en los compromisos de las grandes cumbres mundiales de los años '90, y de la Asamblea General del Milenio, dando la prioridad a la cooperación entre los actores del Sur, con el apoyo de los países industrializados.

El objetivo de IDEASS es fortalecer la eficacia de los procesos de desarrollo local, mediante una utilización cada vez mayor de la innovación para el desarrollo humano. Actúa como catalizador en la difusión de innovaciones sociales, económicas, tecnológicas, que favorecen el desarrollo económico y social a nivel territorial, a través de proyectos de cooperación sur-sur. Las innovaciones promovidas pueden ser tanto productos como tecnologías o prácticas sociales, económicas o culturales. Para mayor información sobre el Programa IDEASS, sírvase consultar la página web: www.ideassonline.org.

IDEASS

Innovación para el Desarrollo y la Cooperación Sur-Sur



ART - Apoyo a las redes territoriales y temáticas de cooperación para el desarrollo humano - es una iniciativa de cooperación internacional que asocia programas y actividades de diversas organizaciones de las Naciones Unidas. ART promueve un nuevo tipo de multilateralismo, en el cual el sistema de las Naciones Unidas trabaja con los gobiernos favoreciendo la participación activa de las comunidades locales y de los actores sociales del Sur y del Norte. ART persigue los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

En los países interesados, ART opera a través de los programas-marco nacionales de cooperación para la Gobernabilidad y el Desarrollo Local - ART GOLD. Estos programas crean un contexto institucional organizado de modo que diversos actores nacionales e internacionales puedan contribuir al desarrollo humano del país en forma coordinada y complementaria. Participan países donantes, agencias de las Naciones Unidas, gobiernos regionales, ciudades y gobiernos locales, asociaciones, universidades, organizaciones del sector privado y organizaciones no gubernamentales.

Es en el marco de los Programas ART GOLD que se promueven las innovaciones de IDEASS y se implementan los proyectos de cooperación para su transferencia, cuando los actores locales lo requieran.