



## Autonomía editorial: base de la calidad periodística que ofrece Semanario Universidad



Las investigaciones sobre Papeles de Panamá, lavado de dinero en cuentas internacionales del Banco HSBC y revelaciones sobre la pasada campaña presidencial del PLN han dejado huella en la opinión pública nacional.

Foto: Pablo Mora / Rectoría.

En un contexto donde los periódicos a nivel mundial tienden a la baja en su tiraje y ventas, que el Semanario Universidad haya aumentado y sostenido la cantidad de ejemplares impresos, e incrementado de forma clara las visitas a su sitio web, evidencia que su público se multiplicó, gracias al periodismo que ejerce con rigor, exactitud, profundidad y seriedad. Estos valores suelen escasear en muchos medios de comunicación comerciales que, con frecuencia, deben cumplir con compromisos comerciales y con una línea editorial definida por sus dueños, que limita la capacidad de los periodistas de proponer y publicar temas.

Esta condición, producto de la libertad de cátedra, la autonomía y el financiamiento estatal, ha llevado al Semanario Universidad a ir contra la corriente de la tendencia mundial, en momentos en que el soporte digital gana en popularidad al físico, principalmente en públicos compuestos por personas menores a los 35 años.

Golpes informativos que han dejado huella en la opinión pública, como la investigación realizada sobre los Papeles de Panamá, la revelación de las reuniones entre jerarcas del Partido Liberación Nacional (PLN) y dueños de medios de comunicación, e investigaciones de escala mundial sobre escándalos de lavado de dinero en cuentas del Banco HSBC, dan muestra de este impulso informativo que ha recibido el respaldo de sus lectores (los antiguos y los nuevos), comentó su director, Ernesto Rivera.

“Con Papeles de Panamá tuvimos que imprimir tres ediciones completas: la edición impresa se agotó a las 9 de la mañana del día siguiente de haber subido la información en la web. A las 6 de la tarde de ese mismo día mandamos a hacer otro tiraje con un 50% más, que se volvió a agotar el otro día; y después hicimos un tiraje más que también se acabó. Entonces decidimos liberar el material en formato PDF en Internet. Tres ediciones seguidas de la misma publicación era algo que nunca había pasado en este medio. Por la participación en esta investigación ganamos un reconocimiento en el premio Pulitzer, algo inédito en la historia del país, al ser parte del trabajo colaborativo internacional que posibilitó su publicación”, relató Rivera.

Este tipo de revelaciones hacen que este medio

impreso sea el único en el país que dedica cuatro o más páginas a un tema específico (en el caso de Papeles de Panamá y de un especial de parques nacionales y ambiente, fueron 48 páginas).

Lo anterior no quiere decir que el Semanario Universidad haya relegado su redacción web para dar fuerza al impreso. Al contrario. El periódico de la Universidad de Costa Rica, que se publica todos los miércoles, ha ido dando un giro hacia un diario en internet, lo que satisface la demanda de dos poblaciones meta que pueden ser diferentes: una de adultos jóvenes, que está en contacto con dispositivos móviles, visitas rápidas a la página de internet, selección de contenido desde redes sociales, y con un acceso casi permanente la web; y la otra, un público más adulto y académico, acostumbrado a lecturas prolongadas en papel, que consume la edición impresa.

Los números de este auge digital son claros: mientras en 2012 las visitas anuales al sitio web superaban apenas las 10 mil, el año pasado estas ascendieron a 1,2 millones de personas. Este incremento también se ve reflejado en redes sociales: para 2012, la página de Facebook del Semanario Universidad tenía 4549 “me gusta”. Hoy ese número alcanza casi los 100 mil internautas. Por su parte, en Twitter, esa cifra supera los 32 mil seguidores, un número mayor al de varios medios de comunicación nacionales.

“Con la entrevista en video hecha la noche de la convención del PLN, llegamos hasta las 430 mil vistas en nuestro perfil de Facebook, algo nunca antes alcanzado. Todo esto gracias también a que hay una mística de trabajo aplicada al periodismo. Es la piedra filosofal de cualquier redacción, convencerse de que se está haciendo un buen trabajo”, dijo Rivera.

Otra de las acciones importantes del Semanario Universidad es la colaboración con medios internacionales, como la realizada con Univisión, cadena hispana en Estados Unidos, sobre la defensa pública y el estado de la justicia; y el mencionado caso de HSBC, que provocó incluso la visita a la UCR de cinco reconocidos medios españoles y de otros latinoamericanos.

Todo lo anterior hace afirmar, con certeza, que el Semanario Universidad se ha convertido en un referente nacional de información de calidad y credibilidad, y cuenta con un futuro prometedor.

