Preguntas frecuentes
*/
Como muchas de las preguntas que nos hacen sobre La Silla Vacía suelen repetirse, aquí recopilamos las respuestas de Juanita León, directora de La Silla Vacía, en varias entrevistas realizadas en los últimos tres años. Cualquiera de estas respuestas puede ser tomada textualmente para notas sobre La Silla Vacía.

-- Historia de La Silla Vacía

¿Qué es La Silla Vacía?

Es un medio de comunicación digital que cuenta desde el periodismo cómo se ejerce el poder en Colombia.

¿Por qué decidió crear La Silla Vacía?

Por varias razones. A nivel personal, quería ser independiente. Poder ser responsable de cada cosa que se decía en mi medio y no poder quejarme sino de mi misma.

A nivel profesional, quería crear un medio que contara cómo se ejerce el poder en Colombia. Parte del privilegio de tener poder en este país es que puedes escoger qué se dice sobre ti y qué se calla y yo sentía que tenía la suficiente independencia del poder para contar cómo funcionaba por dentro y contribuir así a que los colombianos entendieran mejor en qué país viven.

Quería que La Silla Vacía se convirtiera en una plataforma de información y de debate para la gente moderna de Colombia, entendiendo por moderna aquellos que creen en los valores de la Constitución de 1991.

Y por último, me interesaba hacer un proyecto en Internet, donde creo que terminarán convergiendo todos los medios. Quería ver si era capaz de innovar nuevas formas de narrar en Internet.

¿Por qué se llama La Silla Vacía?

La respuesta corta es que es uno de los pocos nombres para los que encontramos una URL disponible. Encontrar nombres en la web que no haya ya comprado alguien es muy difícil. La respuesta larga es que queríamos un nombre que tuviera una alusión política pero que generara suficiente curiosidad para quienes no son fanáticos de la política.

La "silla vacía" tiene esa connotación política por la silla que dejó vacía Tirofijo en la inauguración de los diálogos del Caguán y porque así se llamó la ley de reforma política que pretendía que los congresistas que fueran acusados de vínculos con paramilitares o guerrilleros perdieran su curul. Pero lo que nos decidió fue una marcha que hicieron los indígenas por la Panamericana para encontrarse con Álvaro Uribe. Caminaron durante días pero cuando llegaron al punto de encuentro el presidente no llegó y entonces le dejaron la silla vacía. En Colombia, el poder casi siempre pasa por una silla vacía, el que no va es el que casi siempre tiene más poder.

Lo que nosotros queríamos era resignificar ese concepto y jugar con la idea de que en la silla vacía hay un puesto para ser ocupado por un mejor periodismo, por un ciudadano diferente, más interesado en los temas públicos. Al final el nombre nos ha funcionado.

¿Quiénes son los dueños de La Silla Vacía?

Juanita León es la dueña del 53 por ciento. Sus papás y su tío son dueños del otro 35 por ciento. Olga Lucía Lozano tiene el 2 por ciento y Nicolás Acosta, el ingeniero que diseñó la página, tiene el 5 por ciento.

¿A qué le atribuye el éxito de La Silla Vacía?

A varias cosas. La primera fue haber creado La Silla Vacía sobre la misma lógica de las redes que impera en el ciberespacio. Desde un principio teníamos claro que queríamos crear una plataforma que permitiera la participación inteligente de mucha gente. En la sección de la Movida invitamos a participar a los líderes de opinión del país y de esa manera atrajimos unas redes que nos dieron credibilidad desde el inicio. En la sección de blogs, invitamos a participar a gente de mi generación que tiene información valiosa y que podía opinar desde la información y no solo desde sus prejuicios. Así, desde el comienzo tenemos un grupo de economistas muy prestigiosos del Cede, un grupo de ambientalistas reconocido, los investigadores de Dejusticia, y a gente como Claudia López, César Caballero, Jorge Humberto Botero y Juan Carlos Flórez. Gracias a que ellos creyeron en el proyecto hemos podido construir sobre la credibilidad y las redes que ellos le aportaron a La Silla Vacía.

Por otro lado, creo que La Silla Vacía ha llenado un vacío que existía en términos de información política. Nosotros no repetimos lo que dice la radio o El Tiempo sino que investigamos y aportamos contenido original.

Creo que la gente también aprecia el periodismo independiente que tratamos de hacer. El no pertenecer a una familia poderosa ni tener negocios con el Estado ni estar vinculados a un partido político nos da la posibilidad de hablar libremente de cualquier tema, sin eufemismos. Pero creo que lo más importante es que hacemos la reportería para contar cómo suceden las cosas.

Por último, creo que nos ha ayudado mucho tener una personalidad propia, habernos arriesgado a hacer el medio que soñabamos en cambio de optar por un camino más convencional. Eso aplica desde los temas que escogemos hasta la forma de contarlos.

Y otro punto clave es que desde el principio decidimos ubicarnos en el centro del debate, no optamos por hacer un medio alternativo que hablaba desde los márgenes. Aspirabamos a ser leídos como la gente lee Semana o El Espectador.

¿Qué significó para La Silla Vacía haberse ‘pifiado’ con la muerte de ‘Cano’?

Aunque considero que seguí un protocolo serio de verificación de datos, fue un error mío que asumí [1] de frente a nuestros usuarios. Obviamente que eso tiene un costo para la credibilidad mía y de La Silla Vacía. Sin embargo, la mayoría de usuarios entendió lo que había sucedido cuando publicamos una historia [2] explicando cómo habíamos caído en ese error y valoró la transparencia de ese episodio. Personalmente quedé asustada durante varias semanas de asumir cualquier riesgo, pero ya se me pasó. En todo caso, asumimos unos procedimientos para que la próxima vez que tengamos una ‘chiva’ así de grande pasemos por un filtro más estricto antes de publicarla.

¿Cuál considera ud que ha sido el éxito de La Silla Vacía?

Convertirse en uno de los medios más influyentes sobre los líderes de opinión.

¿Ha trabajado para algún otro medio de comunicación? ¿Como se diferencia esa experiencia a la vivida en La Silla Vacía en cuanto a sus vínculos políticos?

La diferencia entre la Silla Vacía y los otros medios en los que he trabajado es que podemos contar todo lo que sabemos porque no tenemos amigos poderosos, ni intereses económicos que podamos afectar con nuestras historias.

-- El equipo de La Silla Vacía

¿Cuánta gente trabaja en La Silla Vacía?

En total somos ocho que trabajamos de tiempo completo: cuatro periodistas, una editora creativa, una gerente comercial, una asistente administrativa, un web master y yo. Tenemos una diseñadora free-lance. Pero en realidad, alrededor de La Silla, colaboran unas 70 personas, ya sea los líderes de opinión en la sección de La Movida o los bloggers o los usuarios que escriben.

-- Audiencia

¿Quién lee La Silla Vacía?

Es difícil saber quién nos lee con exactitud aunque en La Silla Vacía, a diferencia de otros medios, los usuarios tienen su propia página de perfil y pueden ser visibles si quieren. Pero en una encuesta grande que hicimos entre nuestros usuarios descubrimos que la absoluta mayoría está o pasó por la universidad, que tiene entre 20 y 45 años y vive en Colombia. Desafortunadamente por cada mujer que nos lee, nos leen tres hombres.

¿Puede describir la relación que tiene La Silla Vacía con sus usuarios?

Toda la Silla gira alrededor de sus usuarios, a quienes vemos como parte de la Sala de Redacción. Participan en todo el proceso: alrededor de un treinta por ciento de nuestras historias son propuestas por los usuarios. Apenas publicamos una historia, ellos nos 'editan' en los comentarios si cometimos un error o si el ángulo fue equivocado o el título desafortunado. Ellos también distribuyen las historias que les gustan vía Twitter y Facebook. Por otro lado, algunos escriben historias informativas en la sección de usuarios y son editados por nuestra Editora de Audiencia. Y más recientemente, los convocamos a que nos ayudaran a financiar unos proyectos y nos dieron 23 millones de pesos, más de 320 donantes en un mes. Sus conversaciones son incorporadas vía un flujo de twitter en las historias más calientes. En fin, son nuestro foco y nuestro eje.

Los usuarios de La Silla Vacía han contribuido a su periodismo de muchas maneras: con comentarios, aportes de dinero, etc. ¿Cuál es la contribución más importante que hacen?

Todas las contribuciones son importantes, pero creo que la mayor es ser lectores inteligentes de La Silla, aportar comentarios que completan las historias y que nos exigen mantenernos fieles a los principios con los que creamos este medio.

¿Cuál parte de La Silla Vacía provoca más interacción con usuarios?

Las historias provocan la mayor interacción. Pero también las herramientas como el Urtak o los cubrimientos en vivo que bautizamos los twiterazos.

¿Porqué es tan importante que todos los usuarios que hacen comentarios en el sitio sean registrados?

Por dos razones. Por un lado, para la Silla es importante contar con una base de datos de sus usuarios a los que les mandamos el boletín diario y con quienes es más fácil la comunicación. Aunque no vendemos la base de datos para nuestros anunciantes, sí es bueno saber cuánta gente está tan interesada en la Silla que se tomó el trabajo de registrarse. Por otro lado, un principio de La Silla es la transparencia. Nos parece importante que nuestros usuarios también sean visibles, así sea a través de avatares. Al registrarse, los usuarios tienen su propia página de perfil, donde cuentan quiénes son, llevan un récord de sus participaciones y en unas semanas podrán guardar allí también sus historias favoritas. A través de ese espacio, los usuarios también pueden comunicarse entre sí.

La Silla Vacía hace muchos experimentos con el formato de la historia tradicional (Quién es Quién, Butaca, Los Círculos de la Silla). ¿Cuál influencia tiene esto sobre la comunidad?

La Silla ante todo se define como un laboratorio de experimentación sobre las posibilidades y las nuevas fronteras del periodismo en este siglo. En esa medida, experimentar con nuevos formatos narrativos es central para este medio. El Quién es Quién ha sido muy exitoso y muy rápidamente se ha convertido en la base de datos más completa sobre personajes públicos en Colombia. La Butaca le ha aportado a la Silla otra mirada menos convencional y más divertida. Todas estas apuestas nos diferencian de otros medios y fortalecen nuestra comunidad de usuarios.

¿Qué papel juega el periodismo ciudadano dentro del sitio?

Tenemos una Zona de Usuarios donde los ciudadanos publican historias que han sido previamente editadas por nuestra Editora de Audiencia. Los ciudadanos también aportan entre el 20 y el 30 por ciento de las ideas para las historias que hacemos. Contribuyen con información sobre los personajes del Quien es Quien, construyen con nosotros algunas historias como esta http://www.lasillavacia.com/historia/15704 [3] y además, sirven de editores porque cada vez que publicamos una historia la complementan con información, con nuevos enfoques, etc.

-- La posición editorial

¿Cuál es la filiación política de La Silla Vacía?

La Silla Vacía no está afiliada políticamente con ningún partido aunque eso no quiere decir que los periodistas individualmente no tengan sus preferencias políticas. Pero tratamos de hacer reportería en contra de nuestros prejuicios y preferencias para filtrar esos sesgos. Con lo que sí estamos alineados como faro ideológico es con la Constitución de 1991. Creemos en el Estado que quedó plasmado allí como ideal: laico, pluralista, garantista de una carta de derechos y con contrapesos claros.

¿Por qué La Silla Vacía suele ser tan crítico del gobierno?

Partimos del supuesto de que el periodismo debe ser un contrapeso al poder. En esa medida, tratamos de dedicar nuestros esfuerzos a contar las historias que, más que halagar al poder, lo controlan.

La Silla Vacía actualmente es considerado como uno de los medios periodísticos de política independiente más importante del país, título que supone un papel desprendido y libre de autocensura, pero ¿cuál es su estrategia para lograr esta libertad informativa en contraposición con otros medios periodísticos?

No tenemos una estrategia. Solo un compromiso de “contar todo lo que sabemos y de saber todo lo que contamos”. Ese es nuestro lema, que lo copié de un periodista radial local que alguna vez me entrevistó. Creo que ayuda que este medio no depende para existir de la pauta publicitaria y que mi familia no tiene negocios con el Estado ni aspiraciones políticas. Y que yo no tengo amigos poderosos.

¿Es la Silla Vacía un medio apolítico para que pueda considerarse como neutral?

No es apolítico en el sentido de que no nos interese la política o que no tengamos posiciones frente a lo que sucede en el poder. Lo que sí no es, es militante de un partido político. Cada uno de los periodistas tiene sus preferencias políticas pero como medio no nos alineamos con ninguna.

¿Qué técnicas o métodos se emplean para mantener la independencia de este medio?

Las técnicas propias del buen periodismo: tenemos un método objetivo de verificación de datos, hacemos reportería en contra de nuestros prejuicios, no hacemos historias de una sola fuente, llamamos a todos los lados de una historia, hacemos reportería hasta convencernos de qué fue lo que pasó, no recibimos regalos ni invitaciones de las fuentes.

¿Opina que La Silla Vacía se encuentra influenciada indirectamente por conglomerados políticos o comerciales?

No, de ninguna manera.

¿Opina que La Silla Vacía censura de alguna manera a sus periodistas? ¿Por qué?

No, para nada.

¿En algún momento se ha sentido obligado a auto censurarse por temor a repercusiones en contra de su seguridad personal?

No. Los periodistas de Bogotá estamos hiperprotegidos. Eso no significa que no pensemos bien cada palabra que decimos no solo para que no nos hagan algo, sino para que no nos demanden y para que no seamos injustos.

-- Financiación

¿Cómo se financia La Silla Vacía?

En un principio fundamos La Silla Vacía con una donación del Open Society Institute y con plata de mi familia. Pero ya después de un año, nos financiamos con venta de pauta, con talleres de alfabetización digital que dictamos en las empresas y universidades, con charlas y seminarios, con consultorías en tecnología y con cooperación internacional para proyectos específicos. La idea a mediano plazo es financiarnos con aportes de los usuarios.

¿Recaudar fondos para financiar un medio político independiente a través de una página de internet ha sido muy difícil? ¿Son las pautas publicitarias en internet suficientes para el sostenimiento?

La pauta representa menos del 15 por ciento de los ingresos de La Silla. El 50 por ciento de nuestro sostenimiento viene de cooperación internacional de ONG como el Open Society, Ford y la NED. El resto viene de talleres y asesorías a empresas de sectores que no cubrimos en temas de tecnología.

¿Al ser un medio político se nota el temor de los anunciantes a la hora de pautar en su web?

No creo que sea tanto un temor. Lo que pasa es que el negocio de la pauta depende de unas centrales de medios que tienen incentivos económicos para pautar sobre todo en los grandes medios como El Tiempo.

-- Contenidos

En su opinión, ¿cuál es la historia más significativa que La Silla Vacia ha publicado y que los medios tradicionales no han investigado?

Hay varias. Sobre todo las historias sobre la compra masiva de tierras, el impacto ambiental y social de megaproyectos como la minería y también historias sobre la relación de poder entre los medios y la política. Esos temas bisagra entre el sector privado y el público rara vez se tocan. Pero obvio que nuestra mayor 'chiva' fue haber contado un día antes que todos los medios tradicionales que la Corte Constitucional tumbaría la reelección de Uribe.

¿Qué hace si nadie quiere comentar sobre un tema? Por ejemplo, ¿ha ocurrido que nadie responde a una pregunta en “La Movida”?

Sí, pero muy rara vez. Lo que hacemos siempre es llamar a una o dos personas y tomarles el dictado de su respuesta. Cuando otros ven que ya alguien participó se animan a participar. Pero claro, hay preguntas cuyas respuestas tienen un mayor costo político y que, por lo tanto, son menos respondidas.

¿Muchos usuarios contribuyen información a Quién es Quién?

Sí, todos los días nos mandan entre tres y cinco datos al Quién es Quién.

¿Cómo escoge los bloggers y los líderes de opinión que contribuyen a “La Movida”?

Los bloggers son personas que tienen credibilidad en sus propias redes y que tienen acceso a información de primera mano sobre temas específicos. Me parece que solo así funcionan las columnas de opinión o, en este caso, los blogs. No basta con exponer opiniones si no están sustentadas en datos. Ahí yo me la paso mirando por gente interesante que tenga miradas novedosas y en las que yo confíe porque una vez les doy el blog no reviso previamente el contenido. Los de la Movida son líderes de opinión, políticos, gente cuya opinión signfique algo porque representa algún grupo específico.

¿Qué es exactamente el Urtak?

El Urtak es una herramienta interactiva gratuita mediante la cual los ciudadanos pueden hacer preguntas y también responderlas. Sirve para medir las tendencias de opinión en la página.

¿Qué son los twiterazos?

Los twiterazos son cubrimientos en vivo de eventos vía twitter.

-- Periodismo en Colombia

¿Opina que la libertad de expresion en Colombia es un derecho que se cumple efectivamente?

Creo que depende del lugar donde se ejerza el periodismo. En muchos pueblos de Colombia es un derecho inexistente. En Bogotá, los periodistas no decimos más cosas más por vagos, por cobardes y por hábito que porque no se pueda decir.

¿Opina que los periodistas colombianos obtienen garantías por parte del Estado para ejercer libremente su labor en el territorio nacional? ¿Por qué?

Creo que el Estado hace bastante por proteger a los periodistas que están amenazados, mucho más de lo que hace por proteger a los líderes de las víctimas o a otros grupos vulnerables. Por lo menos a los de Bogotá. Con los periodistas locales es otra historia.

-- Periodismo en Internet y Redes Sociales

¿Considera que el periodismo ciudadano atenta contra la profesión del periodista que se forma en la universidad?

Creo que no es el periodismo ciudadano lo que atenta contra la forma tradicional de hacer periodismo. La verdadera amenaza es que Internet acaba con los intermediarios y muchos periodistas limitan su función a servir de intermediarios entre el poder y los ciudadanos. Ese tipo de periodista que se la pasa solo recogiendo las declaraciones de los poderosos va a desaparecer porque los políticos ya prefieren comunicarse directamente con su audiencia a través de Twitter. El periodismo de investigación sobrevivirá pero cambiarán sus narrativas.

¿Cómo ayudan las nuevas tecnologías a la cobertura de las noticias?

De mil maneras. Ayudan en la reportería, pues a través de Facebook y Twitter se puede invitar a los usuarios a enviar información sobre el tema que estás trabajando, con lo cual se potencia la reportería. Cambia la misma cobertura, pues las nuevas tecnologías permiten un cubrimiento en tiempo real. Y cambia en general la relación del periodista con su audiencia pues ya no es una relación unilateral sino multidireccional y la audiencia se convierte en el editor del periodista.

¿Qué es más importante en los medios digitales: tener tráfico (visitantes) o

contenidos de calidad?

Las dos cosas están idealmente relacionadas. Un contenido de calidad atrae visitantes. O por lo menos el tipo de visitantes que queremos en La Silla Vacía, que no necesariamente constituye un público masivo pero si muy calificado.

¿Cuáles son los beneficios de hacer periodismo digital?

Son varios: puedes experimentar con narrativas diferentes, puedes integrar a la audiencia en la producción de contenido y puedes hacer tu propio medio sin tener que hacer grandes inversiones económicas.

¿Ha enfrentado problemas con la libertad de la prensa?

No he enfrentado problemas con la libertad de prensa. Creo que el verdadero problema es para los periodistas de las regiones que aún tienen que enfrentarse con las mafias locales. En Bogotá uno está muy protegido. Y los periodistas nacionales que no cuentan lo que saben no es tanto porque teman que los agredan sino porque sus jefes no quieren agredir a sus amigos o anunciantes.

En América Latina mucho periodismo investigativo está apoyado por Open Society Foundations. ¿Cree que las ONG tienen un gran papel en el futuro del periodismo investigativo?

Creo que el Open Society Fundation cumple una labor impresionante en financiar la transición de los medios independientes hacia su sostenibilidad. El futuro del periodismo investigativo creo que dependerá en parte de la filantropía de instituciones como el OSI y en parte de la de los usuarios que quieren seguir leyendo buen periodismo.

Ha escrito que la nueva tecnología es una parte fundemental de su periodismo, que “cambia en general la relación del periodista con su audiencia” ¿Cómo hace una balanza entre periodismo tradicional y periodismo nuevo?

Creo que el buen periodismo que corrobora fuentes, verifica datos, no es para nada incompatible con la idea que la tecnología está transformando de manera sustancial la forma de hacer periodismo. La relación con la audiencia es diferente, el relato lineal cada vez funciona menos, la agregación de voces en bruto es fundamental. Yo si creo como McLuhan que el medio define mucho el mensaje.

¿Otras publicaciones latinoamericanas le han servido como modelo?

Me ha servido como inspiración voto inteligente de Chile y el buen periodismo del Ciper.

¿El tipo de periodismo investigativo que hace La Silla Vacía es parte de una tendencia en América Latina? ¿Cree que se van a fundar muchos mas periódicos digitales que hacen periodismo serio, investigativo e independiente?

Sí, estoy convencida de que cada vez más los mejores periodistas de América Latina se lanzarán a hacer el periodismo con el que sueñan y que de alguna manera Internet les permite hacerlo.

-- Planes futuros

¿Ha pensado en sacar La Silla Vacía en papel?

No. Con Olga Lucía teníamos claro que queríamos hacer un proyecto totalmente digital. Hemos hecho otros proyectos que no son en Internet, como producir el documental sobre la Ola Verde y una exposición fotográfica sobre el Senado. Pero no tenemos ningún interés en hacer un periódico en papel. Eso es el pasado.

¿Ha pensado en internacionalizar La Silla Vacía? Es decir, ¿abrir una oficina en otro país?

No, por ahora no.

¿Se ha planteado la posibilidad de llevar a La Silla Vacía a otros formatos por ejemplo: radio, televisión, papel?

Varios usuarios lo han sugerido. El papel está descartado. Quizás hacer un programa de radio sería muy divertido. Pero por ahora tratamos de concentrarnos en Internet, donde todavía nos falta mucha gente por conquistar.

¿Cuántas visitas tiene La Silla Vacía?

Esto cambia de mes a mes. En promedio tenemos un millón de pageviews, 500 mil visitas únicas al mes y unos 300 mil usuarios únicos.

¿Cuáles son los planes futuros de La Silla Vacía?

A mediano plazo queremos convertirnos en un laboratorio de innovación periodística para toda América Latina.

~~Sabemos que una de las opciones para que logre financiarse “La Silla Vacía”~~

consiste en tener una empresa de servicios paralelos que brinde asesoría en comunicación digital, pero ¿qué sucedería si fuese mucho más rentable, en este caso, tener una empresa prestadora de servicios que el tener un medio de comunicación? ¿No resultaría una alternativa más tentadora y productiva?

Sin duda sería más rentable, pero lo que nos gusta a nosotros es hacer periodismo. Los servicios de asesoría en tecnología (no es en comunicación digital) los vemos como un apoyo al trabajo de la Silla Vacía que es nuestra prioridad. Por eso, no hacemos asesorías al Estado ni a empresas de sectores que cubramos.

Este año La Silla lanzó “Los Círculos de la Silla”. ¿Ha logrado lo que querría?

Todavía no. La idea es muy buena pero la estamos ajustando hasta ahora. Creo que allí hay un gran potencial de crecimiento de la comunidad de usuarios alrededor de unos hilos temáticos de la página. Pero hasta ahora la estamos probando y haciendo muchos ajustes para que sea más orgánica con el resto de elementos de la página y más intuitiva para los usuarios. En unas semanas debe estar listo.

¿La campaña de “Súper Amigos” de La Silla Vacía ha sido un éxito? ¿Quiere repetir la campaña en el futuro?

La campaña fue un éxito total, nos hizo muy felices sentir que tanta gente nos apreciaba lo suficiente para donarnos plata a pesar del miedo que existe a las transacciones virtuales y a que no existe una cultura de donación en el país. Ahora estamos trabajando en los compromisos que asumimos con los súper amigos sobre en qué invertiríamos la plata. Y la idea es hacer una segunda campaña el próximo semestre incorporando las lecciones aprendidas.

¿Qué importancia tienen los eventos que organiza La Silla Vacía en la construcción de una comunidad?

Son fundamentales. Creo que la diferencia esencial entre La Silla y otros medios es que alrededor de nosotros se ha ido formando una comunidad muy fuerte de gente que le interesa el país. Y esos eventos más allá de lo noticioso retroalimentan ese sentido de pertenencia.

¿Cuáles son sus ambiciones para la comunidad de La Silla Vacía en el futuro?

Yo soy mala para pensar a largo plazo pero ahora le estamos aportando a crear más bases de datos sobre las cuales los usuarios puedan construir. Y yo esperaría que en unos años los usuarios financien completamente la operación de la Silla. Y que cada vez más participen en la construcción de su contenido.

URL de origen: http://www.lasillavacia.com/page/26172/preguntas-frecuentes

Enlaces:
[1] http://www.lasillavacia.com/historia/presidencia-desmiente-la-silla-vacia-21825
[2] http://www.lasillavacia.com/historia/la-historia-de-como-una-chiva-se-convirtio-en-un-oso-22131
[3] http://www.lasillavacia.com/historia/15704