

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL MENCIÓN PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DESPIÉRTEC DE TC TELEVISIÓN Y
CONTACTO EN LA COMUNIDAD DE ECUAVISA COMO EJEMPLOS DE
PERIODISMO COMUNITARIO**

AUTORA:

PAOLA ELIZABETH CASTILLO HIDROVO

TUTOR:

MIGUEL ÁNGEL SOTO SANDOVAL

Quito, mayo del 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, analizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, mayo del 2013

Paola Elizabeth Castillo Hidrovo

171623538-5

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Paola Elizabeth Castillo Hidrovo autorizo a la Biblioteca General de la Universidad Politécnica Salesiana a hacer uso académico y publicar la presente tesis cuyo tema es “Análisis de los programas DESPIÉRTEC de TC Televisión y CONTACTO EN LA COMUNIDAD de ecuavisa como ejemplos de periodismo comunitario.

DEDICATORIA

A mi mami Jimena, que ha sido mi apoyo y fortaleza en todo momento.

Mi ejemplo a seguir.

A mis abuelitos Laura y José, que me permitieron ser una profesional.

Gracias por su apoyo y protección en todo momento.

A mi segunda madre Mireya que me ayudó en cada dificultad y a mi hermano

Christian que fue mi apoyo en mis momentos de debilidad.

A mi padre Víctor que me mira desde algún lugar en el cielo y me dio su protección

ante cualquier mal.

Los amo mucho.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
PERIODISMO COMUNITARIO	
1.1. De la comunicación alternativa al periodismo comunitario.....	3
1.2. Origen del periodismo comunitario.....	8
1.3. Definición de periodismo comunitario.....	10
1.4. Características de periodismo comunitario.....	15
1.5. Herramientas investigativas del periodismo comunitario.....	20
CAPÍTULO II	
NOTICIERO DE PERIODISMO COMUNITARIO	
2.1. Medios masivos de comunicación.....	22
2.2. Qué es un noticiero comunitario.....	25
2.3. Cómo se realiza un noticiero comunitario.....	28
2.4. Selección de la agenda diaria.....	32
2.5. Noticieros televisivos de periodismo comunitario en el Ecuador.....	34
CAPÍTULO III	
INVESTIGACIÓN DE CAMPO PROGRAMA DESPIÉRTC	
3.1. Introducción.....	38
3.2. Descripción.....	38
3.3. Origen del programa.....	39
3.4. Qué es DespiérTC.....	39
3.5. Objetivo del Programa.....	40
3.6. Cómo se realiza DespiérTC.....	40
3.7. Segmentos del programa.....	41
3.8. Estructura del programa.....	43
3.9. Selección de la agenda diaria.....	44
3.10. Análisis del programa DespiérTC como ejemplo de periodismo comunitario.....	45
3.11. Análisis del programa DespiérTC como noticiero de periodismo comunitario.....	52
3.12. Análisis del programa DespiérTC en comparación con el programa de televisión local comunitaria del Integrador del Valle.....	56
CAPÍTULO IV	
INVESTIGACIÓN DE CAMPO PROGRAMA CONTACTO EN LA COMUNIDAD	

4.1. Introducción.....	58
4.2. Descripción.....	58
4.3. Origen del programa.....	59
4.4. Qué es Contacto en la Comunidad.....	59
4.5. Objetivo del programa.....	60
4.6. Cómo se realiza Contacto en la Comunidad.....	60
4.7. Segmentos del programa.....	61
4.8. Estructura del programa.....	63
4.9. Selección de la agenda diaria.....	63
4.10. Análisis del programa Contacto en la Comunidad como ejemplo de periodismo comunitario.....	64
4.11. Análisis del programa Contacto en la Comunidad como noticiero de periodismo comunitario.....	70
4.12. Análisis del programa Contacto en la Comunidad en comparación con el programa de televisión local comunitaria del Integrador de Valle.....	74

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DESPIÉRTC Y CONTACTO EN LA COMUNIDAD COMO NOTICIEROS DE PERIODISMO COMUNITARIO

5.1. Noticiero DespiérTC.....	75
5.2. Noticiero Contacto en la Comunidad.....	79
5.3. Comparación Analítica entre los programas DespiérTC y Contacto en la Comunidad.....	83
CONCLUSIONES.....	86
RECOMENDACIONES.....	89
LISTA DE REFERENCIAS.....	91
ANEXOS.....	94

RESUMEN

En la sociedad actual, el desarrollo de las tecnologías ha permitido a las personas acceder a una variedad de canales informativos a través plataformas en internet. Es por dicha expansión y diversidad mediática que algunos canales de televisión han sufrido la pérdida de audiencia en sus diversas programaciones.

En lo que respecta a los noticieros, al ser el ciudadano protagonista de la noticia, siente la necesidad no solo de ser parte de ella sino de producirla también. El periodismo ciudadano surge dentro de los medios alternativos por la necesidad de reapropiación de los espacios públicos que tiene la ciudadanía. Para ello, se crean los noticieros de periodismo comunitario como una herramienta para devolver la palabra a las personas.

Los medios masivos de comunicación, han visto en la creación de, lo que ellos denominan noticieros comunitarios, una alternativa para acercar a la ciudadanía a los medios y hacerlos partícipes de su realidad de forma más cercana y directa.

Pero para determinar si espacios como el programa “DespiérTC” de TC Televisión o “Contacto en la Comunidad” de Ecuavisa constituyen o no un verdadero ejemplo de noticieros de periodismo comunitario es necesario determinar qué es un noticiero comunitario, cómo se realiza y cuáles son sus características.

ABSTRACT

In the actual society the development of new technology has enabled people to access to a variety of informative channels through internet platforms. It is for this expansion and media diversity that some television channels have suffered loss in their hearing and their variety programing.

With respect to the news, been the citizen the protagonist of the story, citizen feels the need not only to be part of it but also produce it. Citizen journalism arises inside the alternative media by the need to re-appropriation of public spaces which correspond to the citizenry. In fact are created the news of community journalism as a tool to return the word to people.

The mass media have seen in the creation of, what they call community news, an alternative to bring the public to the media and make them part of your reality closer and direct.

But to determine if spaces like the "DepiérTC" TC Television or "Community Contact" Ecuavisa constitute or not a true example of community news, it is necessary to determine what is a community news, how are they realized and which are they characteristics.

INTRODUCCIÓN

En una sociedad mediatizada en donde los medios de comunicación imponen modos y formas de vida, el ciudadano puede sentirse identificado con los contenidos transmitidos en el medio o alejarse por completo si la programación no satisface su necesidad.

El ciudadano necesita sentirse identificado con el medio, es por ello que los medios televisivos de comunicación ha implementado en sus franjas informativas noticieros comunitarios cuyo objetivo es acercar al televidente hacia su realidad y hacerlo partícipe en ellos.

La presente disertación, previa a la obtención de la Licenciatura en Comunicación Social toma como tema del trabajo el análisis de los programas “DespiérTC” de TC Televisión y “Contacto en la Comunidad” de Ecuavisa como ejemplos de Periodismo Comunitario. El objetivo general del trabajo es comprobar si los medios masivos de comunicación realizan verdaderos noticieros de periodismo comunitario implementando la teoría del mismo.

La investigación inicia con una recopilación sobre teorías de la comunicación de la Escuela Latinoamericana y una breve revisión del periodismo comunitario, aplicado a los medios alternativos, abordando una serie de concepciones propuestas por varios comunicadores, abordado en el primer capítulo de la tesis.

El segundo capítulo está dirigido a la explicación teórica de lo qué es un noticiero comunitario, cómo se realiza, qué elementos debe tener. Aborda de manera resumida el desarrollo de los llamados noticieros comunitarios en los medios masivos de comunicación en Ecuador.

El tercer capítulo está dirigido al seguimiento informativo de los programas “DespiérTC” y “Contacto en la Comunidad” durante el primer mes del año en curso. Se describe la duración de los programas, el target al cual están dirigidos, el número de segmentos, bloques, presentadores/as, reporteros/as. Se realizando una comparación con las características del periodismo comunitario.

El cuarto capítulo de esta investigación está dirigido al análisis comunicacional acerca de la teoría del periodismo comunitario y la observación de los programas

antes mencionados en los medios de comunicación para determinar si son verdaderos noticieros del género.

Finalmente, se exponen conclusiones acerca del análisis realizado además de recomendaciones para mejorar el desarrollo de los programas.

CAPÍTULO I

PERIODISMO COMUNITARIO

1.1 De la comunicación alternativa al periodismo comunitario

En el desarrollo de las diversas sociedades, la comunicación ha sido la gestora del mismo permitiendo al ser humano relacionarse y comprenderse de manera efectiva con sus semejantes.

La comunicación atravesó diversas fases, en un inicio fue concebida como un derecho de la gente de conocer. Pero en la actualidad, es entendida como una mercancía para obtener más capital. Al ser una mercancía, la comunicación es manejada bajo un propósito específico, vinculado mayoritariamente con el poder y lo político, la pugna es una lucha constante y la opinión del público y su inclinación es determinante.

El papel de la comunicación en este ámbito se configura como una herramienta de dominación que se ejerce de manera subjetiva, a través de la transmisión de información manipulada bajo un discurso siempre creado por intereses políticos y económicos de los grupos de poder a través de los medios masivos de comunicación que son herramientas destinadas a imponer información filtrada sobre grandes masas de personas.

El modelo de comunicación era vertical y se ejercía desde dos aristas, la primera de dominación interna en donde una o dos agencias de prensa controlaban el mercado y una segunda, la dependencia externa hacia modelos y paradigmas de comunicación impuestos por escuelas europeas y estadounidenses.

Contrapuesta a una comunicación mediática, dirigida por grupos de poder y excluyente surge la comunicación alternativa como una necesidad de reapropiación de los contenidos y una opción distinta a conocidos discursos capitalistas.

Dicha propuesta comunicativa se gesta en el seno de las teorías de la escuela latinoamericana de comunicación que remonta su inicio a la década de los 60 en países como de Argentina y Brazil, consolidándose en la segunda mitad del siglo XX

dentro de una sociedad con nuevos escenarios políticos que exigían un cambio de modelo de comunicación.

Se re-definen los conceptos en comunicación creando una nueva concepción que apunta a fortalecer un proceso social integral para hacer partícipes a las grandes masas de América Latina en el proceso de cambio y desarrollo social a través de un diálogo más participativo y democrático.

En 1974 las Naciones Unidas realizan un análisis de la realidad latinoamericana y elaboran un diagnóstico el cual arrojó la premisa de la existencia de un solo mundo con voces múltiples. Dicha evaluación fue llamada “Informe Mac Bride” en donde se propone un nuevo orden mundial de la información y la comunicación (NOMIC).

La propuesta teórica de la escuela latinoamericana plantea un análisis a las sociedades para crear nuevas concepciones en el tratado de la comunicación. Trabajar especialmente en el campo de la investigación de los procesos de la comunicación en las regiones latinoamericanas, centrando su trabajo en los efectos que esta tiene entre los perceptores y cómo los procesos de comunicación pueden contribuir al desarrollo de una comunidad y su transformación social. (Escuela Latinoamericana, 2012, pág. 3).

La escuela latinoamericana propone una contrapropuesta a las influencias latinoamericanas que consideraban al emisor superior al receptor porque era un ente pasivo y manipulable para el consumo de la información.

Luis Ramiro Beltrán, uno de los padres fundadores de la escuela latinoamericana, criticó la influencia estadounidense y su afán de imponer paradigmas ajenos totalmente a las sociedades latinoamericanas. Además manifestó el dominio y la hegemonía que tenían las agencias de prensa sobre la información difundida a los países del Sur.

Se crearon nuevas teorías para transmitir conocimientos y aportar a través de la comunicación al desarrollo de los países del tercer mundo para fomentar la participación de todos los miembros de la comunidad.

Se plantea que la comunicación alternativa está fundamentada en 3 pilares: el acceso, el diálogo y la participación. El acceso debe garantizar que todas las personas sin distinción de clase social puedan acceder de manera igualitaria a los medios de comunicación y a la información. El diálogo que garantice que su palabra sea

escuchada por igual; y finalmente, la participación a través de la cual los individuos de una sociedad pueden dar a conocer su pensamiento y ejercer su derecho a la comunicación.

El objetivo de la escuela latinoamericana de comunicación está dirigido a crear y aplicar comunicación desde las realidades de los países tercermundistas de América. Una comunicación pensada por y desde las necesidades de las poblaciones excluidas cuyo pensamiento por ser distinto es relegado por los organismos de poder.

Teóricos y comunicólogos latinoamericanos admiten que el futuro de las comunicaciones, en los grandes medios, estará representado y realizado con la ayuda en un 50% del público quien será el productor y receptor, al mismo tiempo de esa información.

En los años 80 se desarrollan los conceptos de comunicación alternativa y popular como aquella practicada por los grupos sociales excluidos y minoritarios de las sociedades con el objetivo de dar a conocer a su voz, ser participes en la vida pública de las sociedades, ejercer su derecho a la comunicación y ser visibilizados ante los otros.

La comunicación alternativa plantea que los sectores populares se reapropien de las acciones de su vida cotidiana, adoptando nuevas formas de interacción y organización, para responder a las nuevas necesidades de las sociedades contemporáneas y heterogéneas.

El proceso de comunicación alternativa tiene tres momentos claves: “*Experiencias Marginales*, implican un flujo comunicativo en la producción de mensajes alternos a los medios dominantes; *Proyectos Comunicacionales*, asumidos por fuerzas sociales emergentes; *Comunicación Democrática*, exige la democratización de las comunicaciones” (CIESPAL y OEA, 1986, pág. 18).

Al hablar de comunicación alternativa, entendemos una revalorización de grupos y sectores minoritarios de la sociedad, olvidados por sus condiciones económicas porque es bien conocido que, las personas o movimientos sociales contrarios al régimen se quedan fuera del ojo comunicativo de los grandes medios. La comunicación alternativa lucha porque nadie se quede fuera de la estructura

comunicacional y exige retomar el papel protagónico de las sociedades para salir del anonimato.

Bajo la denominación de comunicación alternativa se esconden otras también convincentes: comunicación otra, participativa, horizontal, democrática, liberadora y aún la que se conoce como comunicación popular. Cada una de estas formas de comunicación se entrecruzan y se separan en algunos puntos, pero todas ofrecen una alternativa al modelo de comunicación dominante que priva en los medios. (Comunicación Alternativa, 2012, pág. 3).

Oswaldo Capriles se refiere a la Comunicación Alternativa como un espacio de oposición antagónico ante modelos dominantes a través de medios alternativos de comunicación. Comunicación que está determinada por la organización popular y que plantea directamente un cambio estructural en la sociedad a través de una modificación en el comportamiento de los actores que los obliga a desarrollar su capacidad interrogativa y crítica y que contribuya al desarrollo en todos los aspectos de la vida.

La Comunicación Popular tiene dos grandes campos de división: a) la comunicación popular, alternativa y comunitaria; b) prensa alternativa. La primera está caracterizada por un conjunto de iniciativas populares de grupos minoritarios de la sociedad para suplir sus necesidades de expresión, cuyo origen se remonta a la década del setenta; en la cual, pequeños sectores poblacionales se agruparon de acuerdo a intereses afines y trabajan por el cambio social y los derechos de la ciudadanía.

Éste tipo de comunicación tiene como objetivo tratar los problemas de las comunidades más empobrecidas con el fin de ayudarles a encontrar soluciones y tener así un mejor estilo de vida. Con la utilización de medios alternativos pretende crear una comunicación para la transformación de la ciudadanía en donde se respete la equidad social y la diversidad cultural.

La visibilidad mediática, es decir, la participación de las personas, puede llevarse a cabo a través de los medios de comunicación alternativos que nacen como diversas experiencias surgidas en el calor de los acontecimientos que marcaron las luchas reivindicativas de los sectores populares. No se trata de medios para ideologizar a grandes conglomerados, se trata de movilizar a las masas que comparten las mismas

necesidades y experiencias; se trata de ejercer la libertad de expresión, de ofrecer contenidos diferentes, de crear conciencia y democratizar la información.

Al ser la comunicación alternativa una propuesta para descentralizar el poder de los mass media y romper con el manejo de contenidos de acuerdo a intereses económicos, el periodismo mediático se interesa por ella también y entre las décadas de los 80 y 90 la incorpora de manera mesurada dentro de la programación de los grandes medios.

El periodismo tradicional genera una especialización en comunicación alternativa o comunitaria. En donde comenta Cicilia Krohking, se ofrece al público otra clase de información, alternativa y crítica con calidad para construir una sociedad más justa e igualitaria (2008, p.119).

Nuevas manifestaciones alternativas de comunicación crean contenidos diferenciados, que buscan la desalineación al “status quo”. Con formas como, hacer del ciudadano el propio periodista y receptor información ciudadana permanentemente. Esto logrará una lógica de producción de mensajes distinta donde todos pueden ser emisores al producir su propia información y difundirla; pueden también ser receptores al recibirla y generar una respuesta. Tornando el proceso comunicativo perteneciente a la comunidad en una relación de retroalimentación que amplía las posibilidades comunicativas y de participación social.

En la comunicación alternativa comunitaria, las personas no buscan fama o reconocimiento. Buscan ser reconocidas ante los medios y manifestar su existencia ante los gobiernos que los olvidaron. Son la representación de las voces disonantes y sin oportunidades en la estructura de poder.

Partiendo de esta lógica de satisfacer las necesidades de los/as ciudadanos/as que dentro de la comunicación alternativa se propone un nuevo tipo de periodismo cuyo objetivo es velar por el interés de la comunidad y garantizar sus derechos al acceso y difusión de la información.

Una propuesta en donde se garantice la participación ciudadana, donde se prioricen los derechos de comunicación que tiene las sociedades y donde los contenidos estén dirigidos estrictamente a satisfacer las necesidades ciudadanas, A ésta nueva propuesta periodística se la ha denominado periodismo comunitario.

1.2. Origen del periodismo comunitario

El antecedente más lejano de lo que se conocía inicialmente como periodismo comunitario, lo ubicamos cronológicamente en la cuarta década del siglo XIX en Inglaterra, cuando los dirigentes de los obreros llevaban sobre sus hombros la Revolución Industrial, decidieron fundar el semanario *The Poor Man's Guardian*, con el propósito de ponerlo a circular en los barrios formados en torno a las grandes fábricas londinenses (Valvueda, 2012, pág. 3).

En Estados Unidos, su origen se remonta al año 1975 en diarios como *Wichita Eagle* y *Charlotte Observer*, iniciaban nuevos proyectos editoriales para hacer partícipes y constructores de la información a los ciudadanos. Todo ello como una alternativa al periodismo amarillista que dominaba el estilo periodístico de los medios de comunicación y con el afán de reconstruir la comunicación entre los ciudadanos y los gobiernos con espacios de participación pública.

En América Latina, en los años 80 surge el periodismo comunitario que se inicia como un primer intento para motivar a los ciudadanos a participar en la vida pública y es una opción de los medios para afianzar su compromiso con la sociedad. Ésta nueva propuesta periodística surge motivada por la falta de interés de las personas en su ejercicio comunitario y cívico de ciudadanía.

En contextos sociales y políticos en donde las dictaduras marcaban la forma de poder, los ciudadanos eran sometidos violentamente con fuerzas armadas y ejércitos. Los medios de comunicación estaban dominados por agencias periodísticas sometidas a intereses partidistas. La población perdía de a poco su interés en la información transmitida por los medios tradicionales.

El periodismo ciudadano como lo dice Alexandra Ayala, surge porque es necesario volver a darle jerarquía al discurso sobre cuestiones públicas, vincular a las personas y hacerlos parte de temas ciudadanos, los medios son ese puente entre sus intereses y su olvido ante los gobiernos locales. (1996, pág.15).

Es debido a este monopolio de información en los grandes medios, que comunidades y grupos minoritarios de la sociedad excluidos del ojo mediático, buscaban nuevas formas de dar a conocer su pensamiento a la población.

Las bases de periodismo comunitario provienen por un lado, de aportes de movimientos sociales que hacen comunicación participativa en América Latina; y de

proyectos socio-políticos que en los años 80 y 90 proponen la construcción de nuevos espacios democráticos en medios masivos.

El término de periodismo comunitario está formado por dos propuestas teóricas: la comunicación periodística y la gestión de la participación ciudadana.

La comunicación periodística ciudadana es:

Una necesidad de ajustar el ejercicio periodístico a los requerimientos de una sociedad cambiante y activa, en donde cada día aparecen más actores comunicantes saliendo del anonimato y ubicándose del lado de los productores de mensajes, en busca de ser escuchados y aportar a la construcción de una agenda informativa más pública, interactiva y participativa (CEDAL, 2005, pág. 22).

La gestión de la participación ciudadana, se une a varios movimientos sociales, académicos y demás, cuya orientación es fortalecer la capacidad política del ciudadano para actuar y participar en la toma de decisiones sobre asuntos de interés público dentro de un mismo territorio en donde se comparten imaginarios colectivos.

Este nuevo género se ha implementado de manera paulatina en los medios y se ha adecuado a las necesidades y al carácter propio de cada democracia y a los requerimientos de la vida cotidiana de las comunidades, de esta manera tenemos:

El periodismo ciudadano ofrece diferentes formatos y soportes, los cuales surgen de la necesidad de los ciudadanos de expresar su opinión en la esfera de la vida pública de las sociedades a través de su producción informativa. Se crean espacios de intervención que garantizan se escuche la voz del ciudadano y se respete su demanda comunicacional.

Ofrece a los ciudadanos la posibilidad de interactuar, discrepar, opinar sobre una realidad a partir de su experiencia, informándose unos a otros de manera directa a gran escala gracias a la democratización de las nuevas tecnologías.

Periodismo comunitario es una forma de libertad y expresión muy valiosa porque permite la realización de derechos y libertades que promueven la participación ciudadana. Es la más conocida garantía del desarrollo humano.

La idea más importante del Periodismo Ciudadano es que surge por la creciente demanda de los ciudadanos de ser escuchados e incluidos en los medios de comunicación para formar parte en la vida cívica de sus comunidades, siendo un eficiente cuerpo reporteril disponible y rápido ante los sucesos en su inmediatez.

La interactividad que proporciona éste nuevo género ha llegado a cobrar tanta importancia que incluso se habla de un nuevo paradigma en la comunicación. José Luis Orihuela ha denominada a ésta era como la “eComunicación”.

El proceso comunicativo en el escenario de la eComunicación está centrado en el usuario: los usuarios tienen el control para elegir, decidir, buscar, definir, configurar, suscribirse, comentar y, lo más importante: para escribir, hablar y filmar (...) El modo pasivo y unidireccional de consumo de los medios tradicionales es reemplazado por el concepto de usuario activo.

Gracias al avance tecnológico este tipo de periodismo se realiza cada día con mayores herramientas, tanto investigativas como participativas, que aseguran el crecimiento del mismo dentro del campo de la comunicación e información. El periodismo comunitario se asienta sobre un escenario más complejo que hace diez años en donde los ciudadanos eran pasivos y silenciosos, pero hoy se convierten en productores de información.

1.3. Definición de periodismo comunitario

El periodismo comunitario es un género que, a partir de la producción y transmisión de información generada por los ciudadanos y receptada por los mismos, crea “lugares de participación y eventos para el reconocimiento, relación con el otro como interlocutor válido, y permite la confrontación de opiniones y el respeto a la diferencia en la toma de decisiones”. (CEDAL, 2005, pág. 23).

El periodismo comunitario está basado estrictamente en un cambio de esquemas que tienen que ver con la elaboración de noticias, los mismos formatos tienen origen principalmente dentro de la misma comunidad, de organizaciones sociales, que generan un espacio primero de información luego de opinión y distribución de información precisamente para generar un empoderamiento de ellos, de la

comunidad dentro de diferentes espacios de poder en gobiernos locales, parroquiales o en cada una de las jurisdicciones a las cuales ellos pertenecen.

Una propuesta de periodismo comunitario “es una herramienta de enlace que da vida a la comunidad para canalizar sus inquietudes y necesidades, es la comunicación que se basa en las necesidades de la cotidianidad” (Palacios, 2012).

El Periodismo o la Comunicación Comunitaria es una la que se ejerce y surge dentro de las mismas comunidades y organizaciones sociales para un determinado grupo, no quiere decir que sean elitistas pero si tienen un límite que abarca específicamente a esas comunidades para generar información (Guayasamín, 2012).

Podría definirse también al periodismo ciudadano como una alerta para despertar los sentidos ciudadanos y lograr que la gente se observe así misma para convertirse en agentes políticos que participan y toman decisiones para el bienestar común.

Periodismo comunitario es “una narración de la realidad orientada a la búsqueda del significado histórico de los acontecimientos y su incidencia política, social y cultural” (Abad, 2011, pág. 102). Para las diversas poblaciones, es la radiografía de la realidad y es al mismo tiempo un registro histórico que guarda información sobre rasgos culturales e identitarios.

El periodismo comunitario lucha por revelar aquellos hechos o situaciones que estaban ocultos por las autoridades gubernamentales y que afectan directamente a la ciudadanía. Es aquel periodismo hecho de tal forma que estimule y aliente a los ciudadanos a volver a involucrarse en la vida democrática.

El periodismo comunitario conserva los parámetros formales del periodismo como producto de la interacción de relatos mediáticos y como producto para interpretar la realidad social. Sin embargo, representa también una nueva propuesta, un nuevo espacio desde el cual se puede dialogar, tratando principalmente temas de desarrollo diario que sean de interés para la ciudadanía en donde se individualizan historias de la gente común.

Busca una modificación en la actividad periodística en su conjunto, desde su concepción teórica hasta su praxis como tal. El ciudadano, sus intereses y necesidades son lo más importante porque se convierten en productores y receptores

de la información y generan una comunicación más fluida, un proceso de retroalimentación mucho más nutritivo en cuanto a procesos comunicacionales.

Bajo la noción estrictamente periodística “se entenderá como periodismo ciudadano aquella práctica informativa realizada por ciudadanos no profesionales del periodismo, pero que mantiene las siguientes condiciones profesionales:

- a) Elemento fáctico: que se refiera a hechos y o a opiniones
- b) Elemento de equilibrio: que se recurra a diversas fuentes
- c) Elemento de verificación: que se apliquen filtros para asegurar precisión
- d) Estilo directo y con intensión informativa” (Puente & Grassau, 2011, pág. 139).

Su objetivo es que, a partir de una participación activa, el ciudadano actor de la sociedad civil, comunicador espontáneo e independiente, se involucre en la vida pública y dé a conocer su opinión, sensaciones, emociones, etc.

Procura conectar e involucrar de manera participativa y continua al público para que se sienta seguro de expresar dentro de su comunidad y con ello se forma un verdadero sentimiento de ciudadanía y se garantiza la verdadera participación ciudadana.

Porque las comunidades gestionan experiencias positivas de desarrollo, a través del periodismo comunitario se les reconoce su capacidad de gestión, su rol protagónico como actores que dialogan con otros actores participantes en la sociedad.

La participación de los ciudadanos actores en la construcción pública de la información noticiosa que transmiten los medios puede visibilizarse principalmente de dos formas: como productores de la información o como colaboradores para la realización de la misma.

La denominación de periodismo comunitario como tal, presenta algunas resistencias e incidencias. “Resistencias a poderes hegemónicos que amenazan la democracia e insistencias en el reconocimiento de sectores invisibilizados que gracias a la tecnología tiene mayor proyección” (Urribarí & Díaz, 2009, pág. 74).

El Periodismo Ciudadano ha llegado a ser tan importante para la sociedad que se ha convertido en una práctica cotidiana y común. Su eslogan es “Democratiza la palabra para democratizar la sociedad”. Estar al servicio de, por y para la gente.

1.3.1. Qué trata el periodismo comunitario

El periodismo comunitario trata principalmente hechos cotidianos de interés ciudadano que están separados de la política. Profundiza en el drama humano y aflora las sensibilidades más profundas de las poblaciones.

La dimensión humanística del periodismo comunitario tiene como objetivo crear un mundo más comprensible; al comprendernos somos menos enemigos, al comprendernos estamos más ceca los unos de los otros.

Trata problemas que se extienden a toda la comunidad similares para las poblaciones como el costo de los alimentos, el incremento en los impuestos y demás.

El periodismo comunitario trata de convertir a la sociedad en un gran diálogo desde donde se discutan aspectos de interés colectivo para así crear una verdadera ciudadanía que contribuya al desarrollo de una sociedad.

Trata de despertar conciencias, de generar una reflexión a través de la crítica de hacer caer en cuenta a la población sobre sus derechos y motivar interés de la misma hacia su realidad.

1.3.2. El periodista comunitario

El periodista comunitario es aquel ciudadano profesional en comunicación o periodismo que trabaja directamente con la comunidad. Es un sujeto activo en la producción informativa. Se prepara periodísticamente para analizar, desmenuzar, objetivar la información y presentar otros enfoques. El periodista comunitario recorre la comunidad, lleva el micrófono hacia la gente presenta los temas que interesan a la comunidad.

El periodista debe tener un interés particular por contribuir a la comprensión del mundo y de la sociedad local en la que está inscrito. Ayudará a dar voz a los ciudadanos para convertirlos en generadores de opinión pública.

Su labor es “contribuir al fortalecimiento de lo público y para ello debe trascender su labor de buscar información; es más un trabajo de acompañamiento con el ciudadano, de potenciar sus ideas y, en lo posible, darlas a conocer” (Ceballos, 2003, pág. 31).

La labor de este experto en la producción de noticias se ha visto en cierto modo favorecida y acrecentada porque gracias a los nuevos modelos colaborativos, los ciudadanos de las comunidades son fuentes y nodos para relatar las historias.

En el entorno mediático que divide y diversifica la interpretación y opinión ciudadana, la labor del periodista es contribuir a la unión de los ciudadanos través de su trabajo con una actitud más comprometida y ubicada en su contexto social.

La figura del periodista ciudadano es concebida más allá del imaginario del presentador de noticias que llega a un lugar a relatar lo que ha sucedido y se va. Los periodistas comunitarios deben comprometerse con la comunidad a la cual sirven y así contribuir al mejoramiento de la vida pública.

Su trabajo es salir a la calle, hablar con la gente, saber que les preocupa, que cosas demandan, debe vincular a los ciudadanos con el medio. Describir posibilidades realistas que generen soluciones inmediatas o a corto plazo que generen posibilidades para el futuro.

La característica principal de un reportero comunitario es que debe ser muy comprometido, el perfil es sensibilidad, compromiso y trabajo. El nuestro es un trabajo que genera muchos espacios de simpatía, también genera espacios donde hay muchos detractores en donde uno por decirlo de manera más sencilla se gana enemigos de donde no tiene idea (Guayasamín, 2012).

Lo mencionado anteriormente, implica para el periodista comunitario mayor preparación, la creación de nuevas rutinas periodísticas, preparación en sus aptitudes de trabajo y un compromiso orientado a servir a la ciudadanía.

En cuanto al trabajo en comunicación, el periodista comunitario debe ser muy imaginativo [...] para que tenga la posibilidad de reinventar la información, de generar espacios comunicacionales que valgan la pena, que golpeen y llamen la atención, porque lo otro se puede convertir en algo muy burocrático (Guayasamín, 2012).

Le da la posibilidad en donde desenvolverse con nuevas capacidades periodísticas siendo parte de la comunidad y no solo un extraño que vista el lugar por un momento.

Un periodista de la comunidad debe entender la problemática para poder ser un facilitador de que las personas a las que está entrevistando puedan expresar bien lo que requieren.

Un periodista comunitario puede ser un profesional estudiado en comunicación, una persona de la comunidad que se prepare para informar o puede crearse una tercera opción en donde “puede ser una persona que hace comunicación. Un buen comunicador tiene un gran sentido común, capacidad de escucha, tiene capacidad retórica pero básicamente tiene oído y cosas alcanzan para hacer comunicación” (Martínez, 2012).

1.4. Características de periodismo comunitario

El periodismo comunitario como nueva propuesta periodística cumple con algunas características particulares que garantizan la participación de los ciudadanos en los medios masivos de comunicación. A continuación precisaremos algunas características del mismo.

1.4.1. Tiene una mirada colectiva de la sociedad

El periodismo comunitario es un género que trata temas de interés para todos los sectores de la población. No es elitista ni margina a determinados grupos sociales.

Al contrario, es el único espacio en donde los grupos minoritarios y excluidos de la sociedad pueden tener un papel protagónico en los medios. Comunidades, organizaciones políticas, colectivos sociales y demás son visibilizados en el periodismo comunitario.

Es un espacio en construcción de información cuyo objetivo es integrar a todos los ciudadanos a la sociedad, hacer partícipes a aquellos que han sido olvidados. Su objetivo se centra en “dar voz a las personas que no tienen voz”. Trata de integrar a todas las personas y colectivos en la sociedad.

1.4.2. Garantiza la libertad de pensamiento

Una de las propuestas del periodismo comunitario es fomentar y garantizar la libertad de pensamiento. Es a través de los medios en donde las personas pueden manifestar sus tendencias políticas, ideas y pensamientos sobre una determinada situación o postura de la vida cotidiana.

Al estar orientado a trabajar con los sectores populares olvidados y ofrecer una nueva propuesta comunicativa en donde los intereses de los ciudadanos sean los temas más analizados y debatidos, el periodismo comunitario tiene un compromiso de hacer respetar la diversidad de pensamiento.

Es solo con y a través del respeto y la libertad que se pueden debatir los temas que atañen el interés de la ciudadanía. Con ello, se motiva al público a interesarse más, incluso por el medio de comunicación que difunde comentarios y opiniones distintas.

1.4.3. Incentiva la participación ciudadana

Participación ciudadana es entendida como la igualdad de oportunidades que tienen todos los ciudadanos para ser parte activa en la toma de acciones y decisiones que influyen en su comunidad.

Gracias a la participación ciudadana, las personas pueden organizarse y ser parte activa de la sociedad, cumplir con sus deberes y demandar también sus derechos como ciudadanos. Pueden ejercer una verdadera participación cívica.

La participación implica análisis, reflexión, creatividad y sobre todo hacer propuestas para solucionar los problemas que rodean a las comunidades. Es un proceso de mediano y largo plazo que necesita de perseverancia y por ello el desafío es constante.

La participación de las personas en el periodismo comunitario se da a través de varias técnicas implementadas principalmente gracias a la evolución de la tecnología, es así que entre las principales se registran: llamadas telefónicas, denuncias a través de redes sociales, buzones de participación. La organización de foros y mesas redondas, entrevistas a profundidad para tratar temas específicos.

1.4.4. Prioriza la verdadera discusión a través del diálogo

La discusión a través del diálogo en el periodismo comunitario se da a través de la deliberación que “es un proceso de formación de ciudadanos responsables y que la misma puede ser entendida como una exploración entre personas, con diversos puntos de vista, para discutir un problema y buscar opciones para la acción” (Ceballos, 2003, pág. 28).

La única intención es que el ciudadano participe, que tenga la posibilidad de estar en un verdadero proceso de discusión a través de un diálogo respetuoso y fundamentado en una diversidad de posturas e intereses.

Una de las formas de participación ciudadana es el diálogo directo entre las autoridades y la comunidad. Varias son las técnicas que se han implementado en los medios para permitir la discusión activa de los ciudadanos y su participación. Algunas de las más conocidas son: buzones de voz, buzones de sugerencias, organización de foros temáticos impulsados en redes sociales, llamadas telefónicas, conversaciones ciudadanas entre otras.

1.4.5. El ciudadano es considerado un actor en la transformación social

Dentro del periodismo ciudadano se presta atención a todas las personas de la sociedad. Se entiende al ciudadano no solo como el receptor que recibe un mensaje. Éste es considerado hoy como un actor social, como aquel individuo que gestiona proyectos y acciones para satisfacer las necesidades de su comunidad y que trabaje en pos del desarrollo de la misma.

Un actor social es aquel ciudadano que hace escuchar su voz y a través de ella da a conocer sus pensamientos, participa de manera activa en la sociedad, en la toma de decisiones políticas, sociales y demás que le vayan a afectar directamente.

1.4.6. Los ciudadanos son productores de noticias

Muchos medios de comunicación consideran a los ciudadanos como colaboradores en la producción de noticias. A través de diversos dispositivos móviles, es la gente quien puede documentar lo que está sucediendo en el momento justo en el cual se está produciendo un hecho.

El envío de información, fotografías o videos permiten a los medios generar la noticia, garantizando la inmediatez de la misma. Es por eso que, el ciudadano común es considerado un periodista comunitario, un productor de noticias. En la medida en que, tanto lo medios pueden generar información más rápida y los ciudadanos pueden sentir mayor identificación en el medio al ser parte indirecta del mismo. Ésta relación genera mayor interactividad y retroalimentación en el proceso informativo. Es una relación en dónde tanto el medio como la persona se favorecen de la relación.

1.4.7. Sitúa los sucesos en el contexto del interés ciudadano

Los temas tratados dentro del Periodismo Comunitario son contextualizados de acuerdo a las experiencias cotidianas de las personas. No se trata de cómo un suceso será asumido por la política del país o qué medidas causarán estos en las relaciones gubernamentales.

Las noticias son situadas en el contexto ciudadano y desde esa perspectiva que son analizados en los medios de comunicación. Los temas son contextualizados y analizados para entender en qué medida afectarán a la ciudadanía y que se puede hacer para evitar efectos en la misma.

En el Periodismo Ciudadano se describen los valores que la gente relaciona con los hechos, los conflictos internos, las matices y demás. Se toma en cuenta los sentimientos de la ciudadanía, los valores y se prioriza los temas de mayor interés para la misma.

1.4.8. El tratamiento de noticias es sobre temas de interés cotidiano

El periodismo tradicional trata temas definidos en secciones como política, internacionales, deportes o farándula en donde el tratamiento de las noticias es superficial y netamente informativo. El periodismo comunitario en cambio, los temas que dominan las agendas informativas están determinados por el interés ciudadano, noticias sencillas como obstrucciones o reparaciones en la vías, el incremento de los productos en la canasta básica y demás son más importantes que la firma de un tratado internacional.

Así también la profundidad en el tratamiento de la información, es de vital importancia, se debe mencionar por ejemplo las causas por las cuales sucedió ese

hecho y realizar entrevistas a fuentes no oficiales como los ciudadanos que son las personas más próximas a un hecho.

1.4.9. Prioriza las denuncias ciudadanas

Las denuncias ciudadanas son una característica de éste tipo de periodismo. Las personas tienen la posibilidad de hacer pequeñas denuncias que van desde desperfectos en sus barrios por falta de obras, hasta actos de corrupción que se registran en organismos estatales.

La tecnología y su desarrollo junto con el auge de las redes sociales permiten que las denuncias se realicen de manera rápida y sistematizada a través de la comunicación permanente con el medio.

Uno de los beneficios de estas denuncias, es que, colocan en la agenda pública las necesidades más inmediatas de la ciudadanía y ponen en evidencia el olvido bajo el cual viven ciertos sectores de la población. Por la intervención de los medios, con trabajo de denuncia legal y colaborativo de los ciudadanos, varias de éstas son resueltas. Logrando con ello mejoras en las demandas de los ciudadanos hacia el Estado.

1.4.10. Realiza un proceso de seguimiento en las denuncias

Dentro del trabajo periodístico, el proceso de seguimiento en las denuncias es de vital importancia. Desde el lado del medio, garantiza su compromiso con ese sector o ciudadano que haya realizado la denuncia y pone en evidencia su objetivo de servir al público.

Y desde el lado de la ciudadanía, evidencian la importancia que otorgan las autoridades a las denuncias ciudadanas. Además, muestra hechos que forman parte de procesos sociales generadores de cambios radicales en las sociedades.

A través del seguimiento de las denuncias, las personas sienten el verdadero papel protagónico que tienen dentro de los medios porque su voz es escuchada y apoyada hasta conseguir la satisfacción de sus necesidades. Del mismo modo, al no ser escuchados su sentimiento de pertenencia y participación dentro del medio es desechado y pierde su interés al medio.

1.5. Herramientas investigativas del periodismo comunitario

Al ser el periodismo comunitario una rama especializada en el tratamiento de temas de interés ciudadano tiene ciertas herramientas particulares para la investigación y para acercarse más con los ciudadanos. Algunas de las principales son:

1.5.1. Investigación periodística

“Permite un conocimiento que cualitativamente crea condiciones contextuales, amplias, plurales, sobre un aspecto o tema de interés urbano” (León, 2010, pág. 47). Las noticias van más allá de una presentación simplista. Se investiga todos los datos inherentes al hecho con el objetivo de comprender de mejor manera el suceso.

1.5.2. Observación

Es una herramienta importante que contribuye a la realización de Periodismo Comunitario. La observación es la técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

1.5.3. Informes periodísticos

Permiten crear un diálogo participativo sobre un tema importante. Los informes permiten acrecentar el interés del público. Los informes periodísticos sustentados en una buena investigación constituyen herramientas de educación cívica.

1.5.4. Sondeos abiertos

Son realizados por los distintos medios y convocan a los pobladores que residen una determinada región. Buscan construir una perspectiva sobre un tema en concreto. Se realizan a través de preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple que aseguran una mayor posibilidad de participación de las personas en cuanto pueden expresar su pensamiento sin parámetros establecidos.

1.5.5. Conversaciones ciudadanas

Teniendo como antecedente un informe o video. Se propicia una discusión ciudadana en donde puedan participar todas las personas involucradas en el problema se da opción a escuchar las posturas de los distintos asistentes.

“Se trata de crear un espacio en donde el ciudadano se reconozca interpelado, identifique los acuerdos y las distancias con la moderación periodística pueda trascender las denuncias y pase a un plano propositivo de posibles salidas o propuestas a instancias gubernamentales, periodísticas” (León, 2010, pág. 47).

1.5.6. Entrevistas de profundidad

Su objetivo es captar la génesis de las opiniones y las percepciones ciudadanas. Posibilita escuchar a otras fuentes, a los ciudadanos que no son observados en el ojo mediático. Posibilita también, conocer mejor los perfiles ciudadanos para las tendencias de opinión en asuntos de interés público.

CAPÍTULO II

NOTICIERO DE PERIODISMO COMUNITARIO

2.1. Medios Masivos de Comunicación

Los medios de comunicación masiva responden a los intereses de los dueños. La información se ha convertido en una mercancía y su objetivo de comunicar sobre los hechos que se desarrollan en las sociedades, ha sido relegado a un segundo plano. El rating es mucho más importante y la información lleva consigo un tinte de sensacionalismo o crónica roja que es lo que vende en este momento.

Dejando en el imaginario colectivo la idea de que, los grandes medios de comunicación son grandes emporios comerciales cuyo ejercicio depende de la sumisión de las exigencias del mercado con alineación estratégica a intereses ideológicos y políticos de clases dominantes.

Los medios de difusión masiva “transitan hacia una estructura tecnológica única en correspondencia con la necesidad de homogeneizar los soportes de la producción y el consumo de ese primer recurso público que constituye la información” (Valqui & Pastor, 2009, pág. 190).

El trabajo mediático se ha tornado tan capitalista y económico que olvidó el protagonismo de la gente dentro de la realización, difusión y recepción de la información. Los medios son solo instrumentos de homogenización de masas. Mientras más vendan y más gente consume, ellos logran sus objetivos e incrementan sus ganancias.

Este manejo de la información sensacionalista, de crónica roja y la economía del mercado y de homogenización, alejó al consumidor de las pantallas, llegó a ser tan molesto que empezó a perder niveles de audiencia. Los medios olvidaron el civismo, la solidaridad y el bien común.

Los medios de comunicación no han aportado mucho a la educación sobre cultura o raíces de las poblaciones. No le dan al ciudadano un verdadero espacio donde se represente tanto socialmente porque mantiene cerrados sus círculos de opinión a determinadas élites.

Además, “existe un imaginario colectivo de las comunidades frente a la posibilidad de expresarse en los medios, que consideran que es un espacio exclusivo para periodistas, personalidades o dirigentes de instituciones que hacen parte de la vida pública de la ciudad” (CIESPAL y OEA, 1886, pág. 26). Ese imaginario hace que las personas sientan temor de expresarse libre y espontáneamente en la vida pública.

En este contexto, los medios masivos de comunicación empiezan a reflexionar nuevamente sobre el verdadero papel del espectador dentro del proceso de la información y retoman la idea de hacerlo partícipe en la construcción de la información.

Esta creciente necesidad no pasó desapercibida por los medios de comunicación que han visto este escenario como una oportunidad para promover sus propios espacios para la producción y promoción de contenidos. Para la realización de una nueva comunicación y periodismo que responda a la necesidad de participación de los pueblos.

Desde hace cien años, el periodismo ha tratado de reivindicarse ante los ciudadanos para hacerlos partícipes en los medios. Lo hace a través de un conjunto de prácticas comunicativas a las cuales llaman “corrientes de revitalización de la práctica periodística”.

Poco a poco se crean en los medios espacios destinados a los televidentes, en dónde se tratan temas de interés para la población, en donde son las personas las que reciben la información. Intentando otorgar a los medios un carácter cultural y movilizador, con la característica de una participación activa horizontal. Esto generó no solo una sorpresa en el ciudadano sino también en el mismo medio, ya que tuvo que reacomodarse, reajustar sus espacios y sus prácticas cotidianas en función de las nuevas propuestas, las crecientes necesidades de la población.

Con el objetivo de que los medios sirvan como instrumento para que los ciudadanos puedan expresar, formar y definir su identidad. Se crearon espacios destinados a tratar temas de la comunidad y con la comunidad inicialmente fueron segmentos en los noticieros, pequeñas franjas de tiempo para tratar temas distintos a los regulares ubicados dentro de las secciones de un noticiero en donde se encuentra información nacional, internacional, deportes y espectáculo.

Los medios iniciaron nuevas investigaciones comunicacionales para profundizar en los intereses de las audiencias, conocer sobre ellas sus costumbres, sus preocupaciones. Creando con ello espacios de diálogo entre la sociedad civil y las autoridades porque los medios deben ser los abanderados de la iniciativa de los ciudadanos y sus propuestas concretas.

“La reconstrucción y la reproducción de la perspectiva popular, como lenguaje, como imaginario como mundo simbólico se hace posible a través del medio usado por el pueblo” (Alfaro, 1897, pág. 265). Al sentir la ciudadanía que se ha apropiado del medio, lo conquista para sí, recupera el poder y protagonismo sobre su discurso, fortalece a la ciudadanía en general y crea un imaginario del medio como espacio público.

Estos segmentos comunitarios trataban temas de interés local, las informaciones giran alrededor de los problemas de las personas en los lugares donde residían. El periodismo trabaja de acuerdo a los requerimientos de una sociedad cambiante, activa y evolutiva día tras día; una sociedad que demanda protagonismo en los medios para ser parte de la información y reconocerse nuevamente en ellos.

Gracias a la nueva necesidad de protagonismos, los medios están aceptando perspectivas a las dominantes y están abriendo sus franjas al pluralismo. Se admiten visiones diferentes y distintas, se toman en cuenta a grupos minoritarios y olvidados antes por los medios en la sociedad.

Se intenta que la mirada ciudadana sea libre, que la gente tenga una percepción colectiva de sí misma y lo más importante que todos puedan opinar sobre un tema de interés. Los medios masivos de comunicación pueden convertirse así en espacios

donde los ciudadanos encuentren elementos que motiven un encuentro para reunirse y charlar sobre un tema determinado que genere mucho su interés.

El desarrollo tecnológico ha sido también una herramienta bien aprovechada por los medios dentro de esta nueva propuesta comunicativa, porque pasando por canales RSS y nuevas redes como facebook o twitter el mundo del televidente puede ser directamente relacionado con el medio y así se horizontaliza la relación con el mismo además de ofrecer en muchos casos, primicias a las cuales llega primero que el medio.

La creación de éstos espacios busca reconectar a la sociedad con los medios, se crea una alternativa a la vorágine de las tendencias light y al dramatismo expresado de tal forma en algunos medios.

En estos segmentos, el ciudadano se valida mutuamente como actor y constructor de un nuevo orden social donde él es el centro, aunque no se asume como el único del universo. Los medios se preocupan por presentar narraciones contadas de manera distinta y más atractiva con las cuales la gente se sienta más identificada y al mismo tiempo capte su atención, además de ofrecer temas que verdaderamente le interesen.

Estos segmentos tuvieron tanta acogida y elevaron los ratings de los noticieros. Se crearon programas completos que trataron la temática comunitaria. Hoy son espacios que cada día están creciendo más, incluso algunos de ellos llegan a sobrepasar los niveles de audiencia de los noticieros tradicionales.

Sobre los noticieros de la comunidad o de periodismo comunitario mucho se puede decir pero es importante determinar qué son y qué hacen exactamente para conocer en qué se diferencian de lo clásico.

2.2. Qué es un noticiero comunitario

El noticiero es uno de los principales formatos desarrollados en los medios de comunicación. Es el espacio en donde se desarrolla información de actualidad política, económica, social y ambiental. El formato clásico y el más utilizado en este espacio es la noticia.

“El noticiero comunitario es un género informativo que capta los hechos o acontecimientos de la vida cotidiana, los analiza, interpreta y les da forma para ser transmitidos diariamente a través de un medio comunicacional” (Merino, 1988, pág. 189).

Un noticiero comunitario es un espacio destinado a la población. Tiene una forma lógica, ordenada y puede estar compuesto por diversos panoramas a tratar de acuerdo a la temática del medio. Es aquel que construye su agenda a través de necesidades e inquietudes en donde se privilegia lo local.

Es una respuesta práctica a la necesidad que tienen los sectores populares de conocer sus problemas en un medio propio de comunicación que ofrece sus micrófonos para que el pueblo se exprese libremente, mediante una activa participación en la producción noticiosa.

El objetivo del noticiero comunitario es aportar con elementos críticos para que nuestra realidad sea más comprensible para la gente. Otro de sus objetivos es “que la gente sea protagonista de las noticias y las pueda informar, hacer conocer a todos en general lo que pasa en estos sectores de la sociedad” (Martínez, 2012).

El noticiero comunitario produce noticias que sean comprensibles para las personas y en donde se describe la realidad que nos rodea entendiendo a la misma como un producto de las acciones de los hombres y mujeres en la sociedad.

El noticiero comunitario surge como una nueva propuesta comunicativa para tratar temas más cercanos a las personas. Por ello debe ser educativo, coherente participativo, atrayente y creativo. Intenta situar la información en su contexto geográfico e histórico.

El personal que trabaja en este tipo de noticieros debe estar conformado por personas comprometidas con la comunidad y sus necesidades. El equipo noticioso de este género se divide en dos grupos principalmente: el personal de planta, en donde se encuentran aquellas personas que trabajan tiempo completo en el medio y son profesionales especializados en comunicación; y un segundo grupo que es el personal de base, el cual está conformado por las personas que viven en la comunidad y son parte de ella, personas entrenadas para seleccionar la información. También suelen

ser los reporteros de calle que se trasladan con las microondas a los diversos barrios y comunidades.

Los noticieros comunitarios están destinados a tratar los problemas de la gente desde los lugares en los cuales viven, trabajan con experiencias cotidianas de la población. En los nuevos noticieros comunitarios, el pluralismo es una característica. Las personas de diversas clases sociales, de distinta religión, afinidad política y demás pueden ser los protagonistas de la noticia. Se ha permitido que sean ellos quienes cuentan sus problemas, que se apropien del espacio mediático y se conviertan en protagonistas de la información.

En este tipo de noticiero “la relación del telespectador con las noticias, y el amplio mundo que éstas representan puede ser algo mucho más ritual, simbólico y posiblemente mítico que informativo” (Langer, 2000, pág. 16). Su identificación por la cercanía con la que desarrollan temas de importancia para él hace que esta nueva propuesta de los medios sea bien aceptada por el público.

En estos noticieros cada día aparecen más actores comunicantes saliendo del anonimato y ubicándose del lado de los productores de mensajes, en busca de ser escuchados y aportar a la construcción de una agenda informativa más pública, interactiva y participativa.

Los actores sociales partícipes en estos noticieros se sienten con ellos más identificados con los medios porque tratan sus problemáticas, generan una comunicación más directa con las personas y su entorno. Se sitúa el trabajo en función de la gente, que es la que recibe y a su vez hace la información.

La cantidad de noticieros especializados en periodismo comunitario se ha incrementado a partir del año 2008 en los medios televisivos masivos de comunicación; y se han otorgado importantes espacios en las franjas informativas para el desarrollo de los mismos.

Lo que llama la atención de estos espacios es que, además de tratar temas específicos y de interés para la comunidad, se desarrollan de forma creativa y atractiva con la implementación de varios recursos como música, grabaciones, efectos sonoros, transmisiones en vivo y demás.

El desarrollo tecnológico aporta también una herramienta más de participación ya que, varios noticieros llamados comunitarios en los grandes medios han implementado espacios virtuales en internet para permitir una intervención más directa e involucrada de la ciudadanía.

2.3. ¿Cómo se realiza un noticiero comunitario?

La realización de un noticiero comunitario implica un trabajo comprometido en equipo, es una producción formada por un conjunto de personas, de herramientas, elementos, secciones, panoramas, etc.

El noticiero comunitario hace reportería comunitaria, es decir, va a los lugares donde se suscitan los hechos que son el corazón de las necesidades comunitarias.

Muchos comunicadores comunitarios en el Ecuador son personas que se convierten en portavoces y van a los lugares en donde se suscitan los problemas que la comunidad necesita resolver y se convierten en esa voz para canalizar a través de los medios las demandas comunitarias.

Algunas de las piezas claves e importantes en la realización de un noticiero comunitario son:

2.3.1. Noticias

Bajo el sistema económico en el cual nos encontramos, las noticias son un producto mercantil regulado por encargados de marketing causando con ello que, las noticias televisivas se aparten de acontecimientos ciudadanos importantes. Dentro del noticiero comunitario la noticia es su esencia. La noticia popular es una noticia que explica las causas y las consecuencias de los hechos. Los conecta con lo que pasó antes y con lo que puede pasar después. Confronta los hechos y las opiniones con otras versiones.

Los noticieros comunitarios a través de la noticia popular conectan al pueblo con sus vivencias y destacan acciones positivas. Son noticias a favor de los pueblos, inspiran y orientan su trabajo para la consecución de obras que satisfagan sus necesidades o dan cuenta a través de denuncias de sus diversos requerimientos.

Tipos: la noticia popular tiene como fuente al mismo pueblo, y se busca en su vida diaria, en sus problemas y luchas, en el punto de vista de los ciudadanos comunes. En un noticiero popular se pueden identificar principalmente 3 tipos de noticias:

1.- Noticias de Actividades Internas del Grupo: son actas de asamblea, cambios de directiva o celebraciones. Evidencian la vida de un grupo o comunidad, su grado de organización, sus experiencias y pueden ser un ejemplo para otras comunidades.

2.- Noticias de Comunicados: son denuncias por falta de servicios básicos, por daños en la propiedad pública o notas de solidaridad con otros grupos. La difusión de estas informaciones depende de la importancia de las mismas y en algunos casos está determinada por la definición de la agenda.

3.- Noticias de Acciones: evidencian acciones de reclamo como huelgas o protestas, o acciones de autogestión como obras comunales. Muestran al pueblo activo en la conquista de sus derechos. Es una noticia en “donde el pueblo describe la situación en la que vive, con las causas del problema, con los pasos que ha dado la organización y con la acción que piensa desarrollar” (ALER, 2004, pág. 29).

Dimensiones: en los noticieros comunitarios, la contextualización de la noticia es sumamente importante porque sitúa a los hechos en una escala global. Las dimensiones de la noticia son:

1.- Dimensión Histórica: se descubren y revelan en la noticia los lazos con su pasado y su futuro.

2.- Dimensión Geográfica: se descubren y revelan en la noticia lazos que la unen con otros lugares.

3.- Dimensión Social: se descubren y revelan en la noticia sus lazos con la sociedad en la cual vivimos.

2.3.2. El estilo

Los estilos periodísticos no son más que la combinación de palabras, frases, expresiones y el uso del lenguaje cotidiano para lograr una correcta redacción y lectura de las noticias.

Varios y diversos pueden ser los estilos que se utilicen en la dirección y narración de una historia. Entre algunos de ellos se pueden utilizar los estilos solemne, panfletario, moralista, impersonal, educativo, etc.

Dentro del estilo es de vital importancia analizar cómo se narra la historia. Al ser dirigida para el pueblo, el lenguaje y las palabras con las cuales se redacta la noticia deben ser empleados en lenguaje común y sencillo, fácil de comprender.

En ocasiones y dependiendo del tema de la noticia, ésta deberá necesariamente contar con un lenguaje técnico, y de llegar a suceder, es pertinente explicar el término para tornarlo digerible ante el público.

Se debe tomar en cuenta la realidad de las audiencias, es decir, las situaciones que la gente conoce, con las que se familiariza. Durante la narración de la noticia se retoma continuamente ese mundo real de la audiencia, sus costumbres, sus creencias, su historia cercana, para que la información le resulte atrayente.

No se debe utilizar jergas propias de algún lugar particular o jergas periodísticas que sean complejas o que dificulten la comprensión directa de la noticia. Son innecesarias y dificultan su correcta comprensión.

2.3.3. Los segmentos

En un noticiero comunitario es importante organizar las noticias para hacerlas digeribles para los televidentes. Un primer ordenamiento es separar las noticias según su ámbito de acción en panoramas: regional o local, nacional o internacional.

El ordenamiento se hace para ubicar fácilmente al público relacionando una noticia con otra. Dependiendo del interés del medio se priorizará la noticia de uno u otro ámbito.

Es también importante tener en cuenta que mientras más se pueda relacionar las noticias de los distintos ámbitos, la información contará con una mejor comprensión. Las noticias a parte de relacionarlas, deben ser ampliadas y contrapuestas con comparaciones. Además de ello, el relacionamiento se puede hacer por afinidad geográfica, agrupando las noticias por regiones vecinas o por afinidad temática agrupando las noticias que tratan de temas similares.

En el caso de algunos noticieros comunitarios los segmentos pueden ser más abiertos. Muchos de ellos han incorporado bloques de microonda en diversos puntos de la ciudad, otros crearon segmentos enteros para la difusión de denuncias e intervención en redes sociales, búsquedas u ofrecimientos de empleo y demás.

No solo basta con ordenar las noticias en segmentos, dentro de cada uno de ellos, la primera noticia es la más importante, la que se desea destacar. El orden permite que la gente comprenda las noticias de forma más fácil y rápida y permite resaltar lo que según la percepción de cada medio es lo más importante.

2.3.4. Documentos y entrevistas

No todas las noticias que se trabajan en el noticiero son escritas y producidas por el equipo de redacción. Son también importantes las grabaciones, la voz directa de la gente. Esto es importante por varias razones, entre las principales porque es fundamental la voz de los protagonistas, para ilustrar y dar brillo al noticiero, para contextualizar y demás.

Cómo documentos se puede utilizar las entrevistas y grabaciones hechas por los reporteros, telefónicamente. El respaldo de pedidos o denuncias que se hayan realizado a organismos seccionales o estatales es fundamental, el noticiero tiene la responsabilidad de guardar en un banco o base de documentos toda la información recopilada como respaldo y por su contenido.

Uno de los recursos más utilizados y efectivos es siempre el contacto directo a través de la unidad móvil o microonda. La microonda “es un recurso ideal para el noticiero. Transmite desde el mismo lugar de los hechos y en el mismo momento. Por eso, crea todo un ambiente de inmediatez y de actualidad” (ALER, 2004, pág. 28).

Es el principal recurso y el más atrayente utilizado por los medios, por lo general, el reportero se traslada a un barrio y la gente es quien realiza una denuncia o se muestra un aspecto positivo conseguido en el lugar. Sea por uno u otro motivo, la microonda es importante para las personas porque traslada los micrófonos hacia ellas y les da protagonismo.

Las personas suelen identificarse mucho con éste recurso porque de un modo u otro les otorga cierto protagonismo. Es importante también para el periodista porque al llegar al lugar puede involucrarse con la realidad y empezar a vivirla para transmitir

mejor las sensaciones y pensamientos de la población, le ayuda para adentrarse en el mundo de la ciudadanía.

2.4. Selección de la agenda diaria

La agenda diaria informativa es la pauta que detalla las noticias y los temas que se tratan en el noticiero según el interés de cada medio quién determina que tema es prioritario tratar y cual es secundario o relegado de la agenda para llenar espacios.

Los temas de la agenda informativa dependen de cada medio que básicamente se trata de los criterios de los comunicadores populares los que hacen la producción sobre todo del noticiero.

La agenda es importante dentro del medio

Porque es a partir de ella cuando se decide, dentro de los medios de información, qué se difunde y qué no; de igual manera se priorizan las fuentes, los testimonios, las opiniones que serán dadas a conocer al público, a los ciudadanos destinatarios de la información (Ceballos, 2003, pág. 32).

La construcción de la agenda se realiza en base a la necesidad propia de cada zona. Un noticiero de periodismo comunitario siempre dará prioridad en sus agendas a los problemas y necesidades inmediatas de su comunidad.

La agenda es entendida como una propuesta de nuevos temas en donde los ciudadanos se expresan desde nuevas perspectivas proponen una construcción de enfoque que intenta recoger la pluralidad de visiones ciudadanas sobre la realidad, además contribuye a que las versiones de lo público se amplíen y se construya así una visión más democrática de la vida colectiva.

Los medios de comunicación estaban tan alejados de las realidades y necesidades informativas de las personas. Por ello, y como recurso para acercar a la ciudadanía nuevamente al medio, éstos incorporan las ideas de las personas dentro de sus agendas.

Los medios además de trabajar por el mercado abren sus agendas para tomar en cuenta las necesidades y expectativas de los ciudadanos, de ese modo se posibilita y asume la existencia de diversos puntos de vista. López Escobar afirma que una

sociedad con agenda informativa tiene un nivel de consenso entre los diversos grupos para definir temas de interés público.

La idea de los noticieros comunitarios en cuanto a las agendas es que es éstas deben estar determinadas por los ciudadanos, por sus intereses para convertirse en una guía de trabajo de sus inquietudes y preocupaciones, además de convertirla en una línea directa de comunicación con el ciudadano.

En la rama del periodismo comunitario, son dos los tipos de agendas que se construyen. La agenda crítica que se realiza para organizar las denuncias de la gente quiere hacer. La agenda propositiva que plantea propuestas de solución alternativa sobre un tema coyuntural de debate.

Los medios de comunicación a través de los temas que plantean son generadores y formadores de opinión pública. Es importante por ello dentro de las agendas diarias de los noticieros comunitarios, que se seleccionen con responsabilidad e igual la participación de diversas voces ciudadanas.

Algunos noticieros televisivos de comunicación toman en cuenta las sugerencias ciudadanas de las personas para la construcción de las agendas. Los temas a tratar son determinados por el pueblo, la selección y el orden de presentación de los mismos lo realizan los departamentos de redacción.

La construcción de una nueva agenda informativa en los noticieros de periodismo comunitario de los medios masivos de comunicación está

Basada en la observación de las demandas de los sectores sociales y las respuestas del poder político. Es una agenda que, además de garantizar el acceso y la circulación de información, busca también la participación activa del público, y materialice de alguna manera la fuerza productiva de la comunicación, que consiste, entre otras cosas, en la búsqueda de respuestas colectivas a problemas colectivos (Abad, 2011, pág. 104).

Algunos noticieros centran la mayor cantidad de su información en denuncias o quejas que realizan las personas en los distintos barrios con el objetivo de llamar la atención de las autoridades para dar solución a las peticiones. Otros en cambio prefieren resaltar los logros y acciones positivas que se consiguen en conjunto como la readecuación de vías, la implementación de servicios básicos y demás. La temática y el enfoque que se da a la información, depende de la visión del medio.

Al trabajar para la comunidad y el ciudadano, el periodismo comunitario prioriza por sobre todos los temas inherentes a las necesidades de las personas es por ello que mantiene una agenda propia, con preocupaciones, sensibilidades y perspectivas que responden a lo hiperlocal, cotidiano y cercano a las demandas informativas de los ciudadanos.

La selección de los temas a tratar en la agenda es difícil puesto que, en los medios comerciales los intereses de los propietarios y sus tendencias políticas imperan de cierto modo en la producción televisiva del medio. Los temas ciudadanos no siempre suelen ser prioritarios o generar raiting para las agencias noticias, la selección y el impacto son determinantes para lograr buenos niveles de audiencia.

Por otro lado, y a pesar de ser tomadas en cuenta las ideas de los ciudadanos no siempre todas ellas son aceptadas por igual, existen temas de denuncia, en su mayoría, que son relegados por meses dentro de las agendas mediática. En algunos casos por la gravedad de la denuncia o en otros por considerarla demasiado superficial.

2.5. Noticieros televisivos de periodismo comunitario en el Ecuador

Los medios masivos de comunicación tienen como objetivo la emisión de información de acuerdo a los intereses particulares e ideológicos de sus dueños.

La información se selecciona a través de los filtros de edición para determinar que será exhibido al aire. La selección y contexto que se le da a cada noticia depende de la visión particular de cada medio y desde allí se transmite un panorama.

Los reporteros cubren las notas, las elaboran y editan en las salas de producción antes de ser proyectadas al público. Ésta ha sido la forma de realizar las noticias para un noticiero y es la que a través de los años permitió a los distintos noticieros informativos ganar credibilidad en los medios.

La participación de los televidentes no era considerada hace 20 años en los noticieros de periodismo tradicional. La información era producida desde un emisor que es el medio para ser enviada a varios receptores, pero la idea de un proceso comunicacional de retroalimentación en donde el televidente pueda participar en el medio, es decir, no tenía cabida dentro de las salas de realización y producción.

Las necesidades comunicacionales de los televidentes se acrecentaron en las últimas dos décadas, el desarrollo tecnológico contribuyó al aumento de canales y blogs comunitarios en internet y la atención del público se encuentra dispersa entre la cantidad de posibilidades informativas que ofrece la tecnología.

En este contexto, los noticieros de televisión han tenido que reajustar sus estilos y programación para satisfacer parte de las necesidades de su público. En un inicio se crearon segmentos dentro de los noticieros tradicionales en donde se trataban temas de la comunidad. Su objetivo fue captar la atención del televidente, involucrando dentro de su programación, información que le resulte familiar y que se apegué a sus intereses cotidianos.

Estos segmentos gozaron de una favorable aceptación por parte del público, de a poco incorporaron nuevas herramientas como la recepción de llamadas telefónicas o cartas de denuncias y comentarios de las personas. Al ser tan alta la demanda es estos segmentos, los medios masivos de comunicación se ven en la necesidad de crear noticieros completos dedicados a la temática comunitaria.

Nuevos noticieros televisivos surgieron tomando la idea de su realización de la teoría del periodismo comunitario, y en los grandes medios de comunicación son denominados noticieros de la comunidad o comunitarios. Pero en realidad son más bien espacios de producción noticiosa local más no realizan periodismo comunitario en sí.

Si bien estos noticieros en los medios cumplen con algunas de las características del periodismo comunitario, decimos que no lo son en su totalidad porque éste se realiza directamente con personas involucradas diariamente y de manera permanente con la comunidad.

Los noticieros de periodismo comunitario se realizan para satisfacer las necesidades directas de las personas y no persiguen fines de lucro como en los medios comerciales. Si bien son noticieros que tratan temas de localidad para apoyar a la comunidad, su intento por acercarse al espacio comunitario es válido y efectivo de realización para sus intereses de audiencia.

Estos noticieros se crearon en el Ecuador a partir del año 2008. Varios han sido los canales que los han implementado a sus franjas informativas, en especial en horario de la mañana.

La participación ciudadana y el tratamiento de la temática local son los pilares de dichos noticieros. Es así que, las noticias de mejoramiento en un barrio o la consecución de algún servicio serán la prioridad informativa. En su mayoría, los canales pretenden a través de estos espacios mostrar acciones positivas hacia la comunidad.

Los reporteros de comunidad están parados y le dicen a la señora, dígame que problema tiene, le acercan el micrófono, la persona se explaya quejándose, porque la gente utiliza ese medio para quejarse la mayoría del tiempo y ven que ya se les acabaron los 5 minutos que tienen en pantalla, regresan el micrófono en muchas ocasiones les dejan hablando solos porque el tiempo no alcanza (Palacios, 2012).

Se crearon páginas en las redes sociales como twitter o facebook para incentivar la participación del público. Son espacios destinados para sugerencias, comentarios o denuncias. Además podemos encontrar videos en páginas como you tube y realizar comentarios sobre los mismos.

Algunos noticieros han incrementado segmentos virtuales para la lectura en vivo de mensajes en estas páginas. Las denuncias a través de las llamadas telefónicas son también una herramienta de participación directa que se mantiene en los noticieros televisivos comunitarios.

Otros en cambio, han implementando microondas o estudios en distintas comunidades para permitir la participación del televidente de manera directa y real con el medio. Incluyen efectos sonoros, animaciones, grabaciones y demás son herramientas implementadas para captar la atención del público.

Estos programas son

Espacios que sirven para algo muy visible que no requiera mucho análisis o profundidad porque la comunicación de ahora es tan flash, tan segmentada que no tiene contenido, así es la comunicación comercial. Entonces para esas cosas puntuales que ya son visibles, que nadie se puede apersonar del tema, es ahí cuando estos segmentos quizás tienen validez para replicar más que para hacer visible algo que ya todos saben (Palacios, 2012).

DespiérTC y Contacto en la Comunidad son dos programas que realizan periodismo para la comunidad. Con el objetivo de determinar si son o no verdaderos espacios de periodismo comunitario y cómo se realizan en los medios masivos de comunicación, realizaremos un análisis de dichos programas en base a las características de periodismo comunitario y las expondremos en los capítulos siguientes.

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE CAMPO PROGRAMA DESPIÉRTC

3.1. Introducción

Para conocer cómo se realizan los programas en cuanto a producción y estructura, fue necesaria una investigación de campo. Los programas fueron monitoreados durante los meses de diciembre del año 2012 y enero del presente año.

El objetivo fue analizar las segmentos, bloques, determinar estilos y formas de realizar periodismo por los programas DespiérTC de TC Televisión y Contacto en la Comunidad de Ecuavisa.

También se realizaron entrevistas al presentador Santiago Naranjo de DespiérTC y al reportero periodista Mario Guayasamín de Contacto en la Comunidad para conocer a fondo detalles sobre la estructura de los programas y selección de temas para la agenda diaria.

La información recolectada junto con un sustento teórico permitió realizar el análisis comparativo entre el periodismo comunitario y su realización en los grandes medios de comunicación. A continuación se presenta la descripción del Programa DespiérTC

3.2. Descripción

3.2.1. Nombre del Programa: DespiérTC

3.2.2. Eslogan: “El programa de comunidad para la comunidad”

3.2.3. Canal: 10 Tc Televisión

3.2.4. Horario de Transmisión: 6:00 – 6:45 a.m.

3.2.5. Presentadores: Santiago Naranjo y Ana María Suárez.

3.2.6. Reporteros: Fernando Ecurra, Mónica Olarte, Fabricio Vela, Nora Belén Valencia, Santiago Landeta, Javier Cevallos.

3.3. Origen del programa

El informativo comunitario del canal 10 TC Televisión se denomina “DespiérTC”. El espacio es un noticiero comunitario que se transmitió por primera vez el 14 de marzo del año 2012 con equipos completos para Quito y Guayaquil en horario de 06:00 a 07:00 a.m.

Las noticias son presentadas con un tinte informativo, informal y jocoso siendo una propuesta nueva para los televidentes al hacer más llevadera y digerible la información.

El noticiero muestra también lo bueno de las comunidades, sus iniciativas de crecimiento y desarrollo, busca transmitir un espíritu de optimismo para los televidentes cada mañana.

Pretende ser un espacio nuevo y diferenciarse de la competencia porque combina efectos sonoros de radio y la noticia en televisión, su objetivo es motivar a las personas y llamar su atención.

3.4. Qué es DespiérTC

DespiérTC es un programa que “parte del periodismo comunitario, digamos esa es la base como la misión que tiene, tratar de hacer un seguimiento a la comunidad, no dar soluciones porque nosotros no somos el organismo para dar soluciones, solo somos el puente” (Naranjo, 2012).

Es un programa comunitario en donde se exponen los problemas que afectan a los barrios, se realiza el respectivo seguimiento y se ofrece una solución con la ayuda de autoridades. A diario se dan a conocer a las autoridades, los problemas que tienen en los barrios con noticias frescas y comentadas al estilo único de sus conductores y la voz en off de “El General” quién es el conductor omnisciente del programa.

DespiérTC es un programa que trata de informar lo que está haciendo la gente, no solamente las denuncias sino que trata también de recoger cosas positivas, éste es el lineamiento del noticiero. “Como digo pienso que se lo hace en un 70% porque a veces no nos podemos excluir de noticias nacionales o internacionales” (Naranjo, 2012).

3.5. Objetivo del programa

El objetivo es informar a la comunidad, tratar de hacer un vínculo para que se consigan obras si es que el barrio está organizado, si es que es legal, si van a proteger las obras que han hecho.

Ay compañeros periodistas que solo muestran lo malo y no evidencian la otra cara en donde se hace la obra. Lo que DespiérTC procura es que la gente sienta como suyas las obras y las cuide como tal; es un noticiero que trata de ayudar a comunidades, es un puente positivo que le dice a la gente que se levante con ánimo, porque el solo hecho de levantarse merece ponerle ganas, salud, empeño, y mostrarles que siempre hay un motivo de festejo como los cumpleaños y que el programa siempre estará en vela para aportar tratando de ser ese enlace de la comunidad con alguna autoridad.

3.6. Cómo se realiza DespiérTC

Un día normal de trabajo para la creación del Noticiero DespiérTC inicia con una reunión de la producción en donde se analizan las llamadas que se reciben porque alimentan muchísimo. También se revisan las denuncias que se reciben de los diferentes barrios y un equipo de reporteros sale a cubrirlas. En este caso el coordinador y el director procesan esta información porque no se puede sacar al aire cualquier tipo de denuncia.

Quando traemos la noticia también en la tarde se hace éste proceso con la denuncia, por ejemplo si falta alcantarillado llamamos a las autoridades pertinentes, a los organismos, nos informan y se procede a sacar la noticia si es que es un pedido justo y real y sino siguen un proceso investigativo (Naranjo, 2012).

Del banco de noticias existente, se analiza cuales son las noticias de la ciudad más importantes y aquellas seleccionadas son transmitidas al día siguiente en el programa. También reciben de otras ciudades del país reportajes y notas que no siempre pueden ser transmitidas porque se da prioridad a las noticias suscitadas en Quito.

Según Santiago Naranjo, en otras noticias se trata de dar continuidad a las denuncias anteriores eso es fundamental para el programa, no se trata solo de denunciar sino de ver en qué se puede hacer para ayudar a las personas. Gran parte del trabajo también es hacer el seguimiento y averiguar que fue, que dijo el administrador o la empresa

eléctrica, pero para cuándo, el programa hace presión para preguntarles a las autoridades.

Dentro del programa todo el tiempo se intenta crear nuevos segmentos que llamen la atención del público, la participación de artistas invitados los días viernes es importante porque su objetivo es inyectarles un poco de ánimo a las personas.

3.7. Segmentos del programa

Los noticieros televisivos puntualizan su organización en las salas de producción, en ellas se determinan los segmentos que formarán parte del programa y la información que se detallará en cada uno de ellos. Los segmentos que forman parte del Programa DespiérTC son:

3.7.1. Noticias de la localidad

Este segmento está directamente dirigido a la presentación de noticias que se suscitan en la ciudad de Quito. En ocasiones si la noticia internacional tiene demasiada importancia o prioridad, se la transmite al iniciar el noticiero, “ubicamos a la gente lo que está pasando en el Ecuador, lo que está pasando fuera” (Naranjo, 2012). Pero el trabajo es transmitir hechos de la capital.

Las noticias son revisadas previamente en producción y son transmitidas al aire sin pausas comerciales, cada una cuenta con una breve introducción de los presentadores. Es prioritario para éste noticiero difundir noticias positivas en la medida de lo posible y evitar el sensacionalismo en noticias de accidentes o tragedias.

3.7.2. Cumpleaños

El segmento de cumpleaños está conducido por un personaje muy particular llamado Memo, es la representación de un niño que juega con el gallito del programa y saluda diariamente a los cumpleañoseros.

La información para éste segmento es receptada a través de llamadas telefónicas y redes sociales además de que se permite una llamada al aire todos los días. Memo es el personaje encargado de felicitar a las personas que cumplen años y de cantarles la clásica canción de cumpleaños feliz.

Es considera un segmento motivacional que recuerda a las personas que todos los días, el solo hecho de vivir, es un privilegio. En pantalla se visualizan los nombres de la mayor cantidad de personas como sea posible mientras la voz en off de Memo los saluda y felicita con algarabía y diversión.

3.7.3. Motivación

Un motivador profesional es el encargado de conducir dicho segmento. Los días martes y jueves se plantea un tema de la cotidianidad como el amor o el matrato intrafamiliar. El motivador Juan Diego habla sobre el tema y da sugerencias para manejar el mismo sin problemas observando lo positivo de cada experiencia vivida.

Es permitida la llamada de un televidente que puede contar su problema y pedir un consejo para él mismo. En momentos, los presentadores también intervienen con sus puntos de vista, comentarios o experiencias.

3.7.4. Microonda en Barrios de Quito

El segmento consiste en realizar una visita a algún barrio de Quito en donde los moradores soliciten a las autoridades una obra o un servicio determinado para el lugar.

También se realizan segmentos en espacios donde se están realizan construcción o adecuaciones en las vías para la ciudadanía en general. Se habla con un representante del Distrito Metropolitano o se cuenta con la intervención de un representante de los moradores que realizan su petición.

3.7.5. Clasificados

El segmento de clasificados tiene un objetivo muy precioso que es “ayuda o de una forma de ser una guía para los televidentes” (Naranjo, 2012). Lo que deseamos es ofrecerles diversas opciones de trabajo en diversas áreas y de ese modo ser un servicio beneficioso para ellos.

Empresas o personas particulares nos comunican a diario a través de llamadas telefónicas o mensajes a través de redes sociales las ofertas laborales que tienen y nosotros las damos a conocer día tras día en el noticiero.

De este modo se convierte en un segmento interactivo, contruido en su totalidad gracias a la demanda de personal de trabajo en la ciudad. Hasta aquí ha tenido muy buenos resultados puesto que es un motivo más para que las personas nos sintonicen cada mañana.

3.7.6. Artista Invitado

Este segmento se realiza, en su mayoría, los días lunes o viernes. Al ser un lunes el objetivo es iniciar la semana con energía positiva y vitalidad y al ser un viernes, la finalidad es agradecer por lo vivido durante la semana y cerrar con diversión la jornada de trabajo.

El artista invitado es en su mayoría un cantante o agrupación musical nacional que está iniciando su carrera artística o que lleva varios años de trayectoria de este modo son una motivación para la gente al atraer su atención con artistas en el set y se genera un espacio de promoción para artistas ecuatorianos en los medios de comunicación.

Dependiendo de la situación de los diversos barrios, si se ha conseguido una obra importante, los artistas van al lugar y se realiza una presentación allí en vivo vía microonda.

3.8. Estructura del Programa

El Programa DespiérTC es el noticiero comunitario del canal 10 Tc Televisión, se transmite todas las mañanas en horario matutino. El programa tiene una estructura de 4 bloques informativos.

En un primer bloque se presenta el logo del programa y los titulares. Se muestra nuevamente el logo y se escucha un saludo matutino que lo realiza la voz en off de “El General”, Adrián Sarmiento. Además se informa la fecha y hora. Los presentadores ingresan al set, saludan a la audiencia, se saludan entre ellos y proceden a la presentación de 3 o 4 noticias sobre hechos suscitados en la capital.

El primer bloque cuenta también con el segmento de Cumpleaños presentado por Memo en donde se recibe una llamada al aire de algún televidente para felicitar a alguien. Así finaliza el primer bloque el cual tiene una duración de 12 a 15 minutos siendo el más largo de todo el programa.

Un segundo bloque se presentan noticias en un principio, alrededor de 3 o 4 noticias sobre Quito y se procede a la intervención del artista invitado en donde una agrupación o cantante interpreta 2 temas musicales, en caso de no contar con un artista, se presenta el segmento de Motivación con Juan Diego, el bloque tiene una duración de 6 a 8 minutos.

En el tercer bloque se realiza siempre una microonda desde algún barrio de la ciudad para poder escuchar los requerimientos del mismo. Los presentadores interactúan con las personas y ellos realizan su petición. Dicho bloque tiene una duración de 6 minutos.

Finalmente el cuarto bloque con una duración de 4 minutos es la oportunidad de los presentadores de hacer alguna mención importante sobre un evento a realizarse en la ciudad o alguna causa de beneficencia y de presentar el segmento de clasificados. El programa finaliza con la despedida de sus presentadores, la despedida de “El General” y el logo del mismo y fotografías graciosas enviadas a las redes sociales de eventos en particular.

3.9. Selección de la agenda diaria

La agenda diaria de un noticiero comunitario, es la pauta sobre la cual parte la realización del noticiero. Los temas para la transmisión del noticiero los selecciona directamente la producción a través del Director de Noticias que es un periodista.

Además de estar aprobado por el Director del programa, los temas y noticias a tratar deben ser aprobadas por el Comité Ejecutivo del canal, encabezado por la Directora Belén Loor, quien determina con el voto final las noticias que van a salir en el informativo. Los presentados sugieren temas pero sobre todo más comunitarios positivos. Cosas más sociales que periodísticas.

Para el noticiero son predominantes las llamadas telefónicas ya que significan la principal vía por la cual se generan temas para la agenda. Un equipo periodístico se encuentra dispuesto para receptar denuncias durante todo el día y verifica la legalidad de las mismas.

La agenda está determinada por la producción y la decisión de los directores. Los temas propuestos en redes sociales son también tomados en cuenta a pesar de no ser una fuente primordial de información.

En el programa en sí no tenemos mucho espacio para redes sociales y las denuncias que se realizan allí, no por desconocer que las redes sociales son el mecanismo de todos conocernos y comunicarnos. Hay que reconocer y eso hemos hecho nosotros en estudio, la comunidad que nos escribe a nosotros son target C que es el popular y no tiene mucho acceso a Facebook o twitter” (Naranjo, 2012)

Los temas para los segmentos como motivación los elige en algunas ocasiones el presentador y en otras la producción, todo depende de la propuesta del conductor. Los nombres de cumpleaños no representan problema porque son mostrados al aire los saludos que llegan a través de llamadas telefónicas o redes sociales sin excluir a ninguno.

El director no siempre elige noticias de denuncia. Los días viernes especialmente los temas de la agenda son manejados como una fiesta. La microonda se realiza desde un sector en donde un barrio haya conseguido una obra importante.

El presentador Santiago Naranjo pide cobertura para notas de de ancianatos, hogares de niñas, albergues y demás. Sitios en donde las personas tengan necesidades específicas y necesiten de ayuda con eso se logra ayuda social también y sin duda es otro servicio de ayuda para la gente.

La participación de la ciudadanía en la construcción de la agenda pública del programa DespiérTC es clave y sin duda representativa, ya que son ellos quienes nos proponen temas para tratar y brindan información sobre la noticia que se genera en distintos barrios de la ciudad.

Las personas han tenido la posibilidad de participar en los medios de manera más directa porque en los programas comunitarios el pueblo es el que crea y propone los temas a tratar.

3.10. Análisis del Programa DespiérTC como ejemplo de periodismo comunitario

Para determinar si el Programa DespiérTC de TC Televisión puede o no considerarse un ejemplo de periodismo comunitario, el análisis partirá de la definición y características del mismo para posteriormente analizar el noticiero y su estructura y finalmente realizar una comparación con el programa de televisión comunitaria que ofrece “El Integrador del Valle”.

3.10.1. Sobre la Definición de periodismo comunitario

El informativo DespiérTC fue creado con el objetivo de destinar un programa completo dentro de sus franjas informativas al tratamiento de noticias comunitarias y de interés popular.

DespiérTC motiva la participación ciudadana en los grandes medios de comunicación y trata de ayudar a resolver temas de interés comunitario como obras comunales. Conserva las características del periodismo clásico para mostrar la realidad del entorno humano. El ciudadano, sus intereses y sus necesidades son importantes porque generan noticia. Da a conocer sus opiniones, sensaciones y emociones.

El programa no podría considerarse un ejemplo de periodismo comunitario porque no es realizado por las personas de la comunidad, no permite la participación ni creación de temas políticos. No trata temas específicos de personas comunes ni las visibiliza como ejemplo de la comunidad. El individuo de la sociedad no es productor es solo receptor de la información. No crea un sentimiento de ciudadanía porque no garantiza la participación ciudadana en un 100%.

El noticiero DespiérTC es una hibridación de noticiero comunitario porque toma las características del periodismo comunitario y las adapta a los medios masivos de comunicación para ajustar a los intereses comerciales del medio.

3.10.2. Sobre el tema del periodismo comunitario

Los temas del noticiero son en su mayoría comunitarios, aunque sin dejar de lado la información política cuando ésta sea de importante magnitud. Temas barriales o de denuncia social son los primordiales en la agenda de éste noticiero.

La intención de crear una reflexión sobre la vida y algo positivo sale de los conceptos del Periodismo Comunitario. La celebración de cumpleaños y saludos matinales dentro de DespiérTC es una idea nueva que busca con ello motivar la atención del público.

3.10.3. Sobre el Periodista Comunitario

El informativo matutino no cuenta con periodistas comunitarios como tal que realicen el trabajo de reportería sobre temas de interés ciudadano. Los reporteros son

periodistas graduados en universidades o institutos de comunicación que cuentan con un título profesional, en algunos casos, y trabajan como empleados asalariados para un medio de comunicación público como es TC Televisión.

Son reporteros de día y tampoco son exclusivos del programa, pues trabajan para todas las secciones y noticieros informativos del canal. Un periodista comunitario es aquel que se adentra en la vida de la comunidad. Los reporteros de diario en DespiérTC no lo hacen pues llegan al lugar determinado, informan y se van. En varias ocasiones y por la premura del tiempo interrumpen la intervención de los ciudadanos.

Sobre la opción de un periodista comunitario miembro de la comunidad, en el noticiero no es permitido, puesto que debe ser un profesional designado por producción y trabajador del canal quien realice la labor de reportero noticioso.

Los reporteros del programa, son en su mayoría comunicadores, más no periodistas comunitarios porque no tienen espacio ni tiempo determinado para relacionarse a fondo con una comunidad y conocer de cerca sus necesidades al igual que sus sentimientos.

3.10.4. Sobre las características del periodismo comunitario

3.10.4.1. Mirada colectiva de la Sociedad

Sobre el tratamiento de temas de interés colectivo, el programa DespiérTC cumple a cabalidad con dicha característica porque los temas expuestos en el noticiero son en su mayoría denuncias o quejas barriales de interés comunitario como la reparación de calles, obtención de servicios básicos y demás.

Los temas no son etilistas porque involucran a varios sectores de la sociedad, dentro de los distintos barrios y los estratos sociales. Comunidades y movimientos sociales minoritarios, son aquellos que tienen mayor protagonismo en el noticiero. En especial grupos del target C, que son el sector más popular según lo dijo el presentador Santiago Naranjo porque son la mayor audiencia que los sintoniza.

3.10.4.2. Garantiza la libertad de pensamiento

TC Televisión es un canal incautado por el Estado. El noticiero DespiérTC y todas las producciones deben registrarse a la nueva política de gobierno, como comentaba su

presentador Santiago Naranjo. Por ello, los temas de los noticieros son manejados con censura previa para no afectar a la actual posición política del medio.

En cuanto al noticiero en específico, no existe una garantía en cuanto a libertad de pensamiento puesto que, los televidentes no pueden comentar su punto de vista ni dar opiniones abiertas sobre los temas que se tratan en el noticiero. Los presentadores y reporteros deben regirse bajo la pauta de conducción que les entrega producción y tampoco pueden emitir comentario sobre situaciones política en particular.

Por lo tanto, el noticiero de la comunidad del Canal 10, no garantiza la libertad de pensamiento de los televidentes ni de las personas que realizan el programa.

3.10.4.3. Incentivo de participación ciudadana

Participación ciudadana sería considera como tal si las personas tuvieran la libertad de elegir y tomar decisiones sobre aspectos que los atañen en su vida diaria de manera directa.

Los espacios de participación no son una garantía de la misma en el noticiero DespiérTC, porque no pueden exigir sus derechos de comunicación y selección de temas en la agenda noticiosa; no pueden cumplir con sus deberes porque sus opiniones sobre contenidos no son aceptadas en su totalidad.

Una verdadera participación implica análisis y reflexión. Por premura del tiempo, en televisión nacional y en un medio público estas características no pueden llevarse a cabo. Las opciones participativas como llamadas telefónicas e interacción de comentarios, sugerencias y denuncias a través de páginas de redes sociales como facebook y twitter, son opciones y nuevas propuestas para involucrar a las personas, pero más que formas de participación, son estrategias utilizadas por algunos medios de comunicación para captar mayor atención de los televidentes. Se crea entonces en los televidentes un imaginario de participación ciudadana al hacerlos creer que su opinión es lo fundamental para la realización del noticiero.

3.10.4.4. Priorización de la discusión a través del diálogo

Discusión a través del diálogo en el noticiero de la comunidad no existe bajo ningún concepto. No se crean espacios de debate o mesas redondas en donde los ciudadanos

puedan intercambiar opiniones sobre temas de política, economía o laborales de su interés como se lo hace en los noticieros de periodismo comunitario alternativos.

Diálogo entre las autoridades y la comunidad no se efectúa debido a que solo se solo se informa sobre la posición del barrio o la autoridad. Se muestran las dos posturas si, se debe reconocer que en el noticiero se da la misma cantidad de tiempo y espacio para exponer las exigencias del barrio como la respuesta de las autoridades.

Las redes sociales y las tecnologías priorizan una comunicación más fluida pero los diálogos en línea aún no son herramientas consideradas por la gente como espacios válidos de discusión dentro de los grandes medios de comunicación. En especial dentro del noticiero DespiérTC.

3.10.4.5. Ciudadano como actor de transformación social

Dentro del periodismo comunitario el ciudadano es productor y receptor de la información. Pero en el noticiero DespiérTC la única participación directa del televidente es a través de llamadas telefónicas a través de redes sociales. Por mucho que los reporteros y presentadores se empeñen en afirmar que el programa es realizado por y para el público. El equipo de producción es quien decide que notas sacar y cuáles no de acuerdo a la política del medio.

El ciudadano es un actor social por interés propio porque estos programas han motivado a que se organicen para crear proyectos que satisfagan las necesidades de las comunidades. Pero no son actores de transformación dentro del medio sino fuera de él, en la sociedad en general.

3.10.4.6. Ciudadano como productor de noticias

El ciudadano puede ser considerado como un productor de noticias indirecto dentro del noticiero DespiérTC. Indirecto porque a través de su participación en redes sociales y llamadas telefónicas, sugiere temas de interés para él y su comunidad. Pero en definitiva es la dirección del programa la que decide que denuncias o peticiones merecen tener su propia nota.

En el noticiero, el ciudadano es participante y comentarista de la información, juega un papel de informador pero no productor en sí de la misma porque es dirigida por el equipo de producción.

3.10.4.7. Sitúa los sucesos en el contexto del interés ciudadano

En cuanto al tratamiento de temas de interés ciudadano. DespiérTC es un ejemplo como noticiero de un medio comercial que presta atención a varios aspectos que forman parte de la vida cotidiana de las personas y al introducir el tratamiento de esos temas en sus emisiones.

Los segmentos como “Clasificados” y “Motivación” constituyen una propuesta que, además de captar la atención del público retoma aspectos olvidados por otros noticieros de similares características. El tratamiento de conflictos familiares u oferta de empleos, es sin duda parte de la cotidianidad de los ciudadanos.

Podemos deducir que, el noticiero DespiérTC trata en sus agendas temas de interés para la comunidad, lo hace de manera imaginativa y motiva con ello la favorable recepción del noticiero por parte del público.

3.10.4.8. Tratamiento de noticias es sobre temas de interés cotidiano

Las noticias son en su mayoría sobre calles en mal estado, falta de servicios básicos, áreas comunales destruidas y demás. Son temas netamente cotidianos porque en todos los barrios y todos los días existe un tema parecido o prioritario suscitándose. Robos y hurtos también son pan de cada día junto con accidentes de tránsito que se informan a diario en las notas de presentadas en DespiérTC.

Las noticias son cortas y rápidas por la premura del tiempo pero en todas ellas se procura tomar temas de interés para la ciudadanía. Porque el objetivo del noticiero es destinar un espacio a las necesidades directas de la ciudadanía, a sus preocupaciones e inquietudes olvidadas por los noticieros tradicionales y no tratadas por los organismos gubernamentales.

3.10.4.9. Prioriza las denuncias ciudadanas

Un noticiero comunitario tiene como objetivo servir a la comunidad y solucionar en la medida de lo posible la mayoría de sus necesidades. El noticiero comunitario DespiérTC es especialista en recibir denuncias ciudadanas, la llamada telefónica es la principal herramienta puesta al servicio del público para este fin.

Cientos de denuncias se receptan a diario por ésta vía y un equipo del noticiero está designado para recibirlas permanentemente. Las redes sociales no son tan

importantes para el noticiero porque la mayoría de denuncias tienen poca importancia. Las noticias en su mayoría son sobre denuncias en los distintos barrios de la capital.

3.10.4.10. Realiza un proceso de seguimiento en las denuncias

En cuanto a las noticias que se transmiten en el programa el presentador del noticiero comento que “No todas tienen seguimiento porque demora para nosotros principalmente porque no tenemos el espacio para responder todo. No podemos cubrir todo como quisiéramos, al menos en lo personal es eso lo que yo quisiera.” (Naranjo, 2012). Los requisitos por decirlo de alguna manera para que se realice un seguimiento a las noticias deben cumplir con: legalidad del barrio, petición por años, etc.

Depende entonces de la importancia del tema en la denuncia para poder realizar un seguimiento prioritario sobre la misma dentro del noticiero hasta que se consiga el objetivo preciso.

3.10.5. Sobre las herramientas investigativas de periodismo comunitario

Varias son las herramientas del Periodismo Comunitario para apoyar su trabajo de manera efectiva. En el programa DespiérTC la investigación periodística es fundamental porque todas las denuncias que son expuestas en el programa pasan por un riguroso proceso investigativo en donde se determina la legalidad del barrio, la fecha de creación, los nombres de los denunciantes y se realiza un estudio de la necesidad de la petición o servicio que soliciten.

En cuanto a la observación, es una herramienta que no puede aplicarse en el noticiero ya que, debido a la premura del tiempo. Los reporteros deben llegar al barrio e informar de acuerdo a la investigación del equipo de investigación. Esta herramienta es poco utilizada ya que solo es una opción para el equipo investigativo que realiza los reportajes en los barrios.

Informes periodísticos y sondeos abiertos son herramientas utilizadas comúnmente dentro del periodismo ciudadano en medios alternativos de comunicación. Para medios comerciales, estas herramientas no se incorporan dentro de la planificación del trabajo. DespiérTC archiva como informes periodísticos los comunicados que se

han enviado por parte de los diferentes barrios pidiendo algún servicio a las diferentes administraciones zonales.

Los sondeos abiertos no son posibles, de acuerdo a los presentadores, por falta de tiempo en el noticiero. No se puede analizar un tema propuesto, tan solo se limitan a informar y tratar de solucionarlo, pero analizar a través de un sondeo lo mejor para el lugar, no es posible por la interrupción del tiempo necesario para trabajar permanentemente con una determinada comunidad o barrio.

Conversaciones ciudadanas son otra herramienta de investigación dentro del periodismo comunitario. DespiérTC realiza dichas conversaciones pero fuera del aire. Es el equipo de investigación el encargado de reunir a los moradores del barrio para discutir con ellos la problemática que los rodea.

Finalmente, entrevistas a profundidad, no se realizan porque se limitan a informar solamente. No está estructurado dentro del programa un espacio de entrevistas con moradores ni autoridades. En las microondas es posible que se realicen algunas preguntas a los entrevistados, pero ninguna llega a constituir una entrevista a profundidad.

3.11. Análisis del Programa DespiérTC como Noticiero de Periodismo Comunitario

3.11.1. Sobre el noticiero comunitario

En cuanto al formato clásico de un noticiero, DespiérTC cumple con todas las características del mismo y la noticia es el formato más utilizado. Sin duda es un noticiero porque da a conocer los hechos, los interpreta y los transmite a través de un medio de comunicación.

Un noticiero netamente comunitario se caracteriza por destinar sus espacios a la resolución de necesidades de la población. En el sentido estricto de la definición, el noticiero DespiérTC podría considerarse como un noticiero comunitario porque las temáticas tratadas en él, en su mayoría corresponden a temas comunitarios de interés cotidiano.

Su público se encuentra en los estratos más populares de la sociedad, por ello sus segmentos están destinados a captar la mayor atención de éste sector de la población.

No permite que las personas sean las productoras de la información pero procura captar su interés sobre asuntos comunitarios, esto lo convierte en un intento de noticiero comunitario.

DespiérTC es un noticiero que surge con una nueva propuesta comunicativa dentro de los medios comerciales es por ello que es participativo, atrayente y creativo. Su reportero Santiago Naranjo muestra una actitud de entero compromiso hacia las causas que afectan a la comunidad y la solución de ellas.

El noticiero tiene un equipo de planta que trabaja las 24 horas del día receptando denuncias y generando noticias con comunicadores profesionales. Pero el personal de base, es decir, los moradores de la comunidad no existen porque el canal no las formó.

El noticiero trata los problemas de la gente desde el lugar en el cual se producen, acude a los diversos barrios de la capital a receptar denuncias o reportar mejoras a favor de la colectividad del sector sin distinción de clase social.

DespiérTC si es un noticiero comunitario porque cumple con varias condicionantes sobre la producción y realización del mismo. Enfoca sus temas a los intereses comunitarios y contribuye a la solución de las necesidades de la población pero únicamente en el sector de la provincia de Pichincha. Trata temas de interés para la sociedad. La implementación de segmentos atrayentes como los cumpleaños, es únicamente una estrategia para motivar de manera más directa la participación de la gente en la realización del noticiero.

3.11.2. Sobre la realización del noticiero comunitario

La producción y realización de un noticiero comunitario implica un trabajo comprometido en equipo donde el compromiso junto con el valor de servir y el correcto implemento de las diversas herramientas investigativas son clave para el éxito del mismo.

Los noticieros comunitarios en los grandes medios de comunicación utilizan una infinidad de recursos para la producción de los espacios; y sin embargo, algunos de ellos son claves para estructurar un noticiero. Analizaremos a continuación si el noticiero DespiérTC cumple con las piezas claves para crear un espacio comunitario.

3.11.2.1. Noticias

La noticia es la esencia del noticiero comunitario. Una noticia popular explica las causas y consecuencias de los hechos pero dentro del noticiero DespiérTC únicamente se informa el hecho sin analizar nada más sobre él.

Las notas televisivas conectan al pueblo con sus vivencias e intereses de manera directa. Un punto importante para el noticiero es que los días viernes solo transmite notas positivas en donde se demuestra también la consecución de obras por parte de los barrios de Quito que logran, junto con la unión y participación, satisfacer sus necesidades más primarias y básicas. Las notas positivas tienen como objetivo poner a un barrio como ejemplo para otros y demostrar que la voz de los moradores puede hacerse escuchar a través de un medio de comunicación.

La noticia debería conectar un hecho con otro, en algún lugar del mismo territorio. Dentro del noticiero las únicas noticias que son contextualizadas y relacionadas entre sí son las notas sobre denuncias ciudadanas por falta de servicios básicos o daños de espacios de uso colectivo.

Las noticias transmitidas en DespiérTC estimulan las iniciativas de grupos o comunidades que se organizan para la consecución de algún servicio de su interés. Enseñan que el esfuerzo organizado consigue frutos y acciones positivas. Las noticias, en el noticiero, le otorgan cierto nivel de protagonismo a las personas y de aunque en mínimo grado participación dentro del medio.

Las noticias en su mayoría son sobre comunicados en donde figuran la denuncia por falta o daño de servicios básicos, daños a espacios públicos, estos temas son determinantes para la agenda del noticiero. Las noticias sobre acciones también representan parte de la programación puesto que los moradores siempre están pidiendo ayuda para la realización de obras comunales.

En lo que respecta a las dimensiones de la noticia. Son abordadas de manera muy fugaz debido a la rapidez con la cual deben ser generadas las notas para televisión. Por ello, por ejemplo, se menciona desde que fecha el barrio pide o demanda una acción, el lugar el testimonio. La dimensión menos evidenciada es la social.

3.11.2.2. El estilo

El estilo con el cual se redactan las noticias y se conduce el noticiero es bastante informal y conserva una narración sencilla. El lenguaje utilizado por los conductores es común pero no vulgar, el amarillismo se deja de lado en este informativo.

En cuanto a las noticias, el lenguaje es sencillo y procura en lo más mínimo el uso de palabras y términos técnicos que puedan causar confusión en los televidentes. La jergas y modismo propios de un lugar específico están prohibidas dentro del programa. Únicamente Memo habla como niño, porque es la representación de su personaje.

3.11.2.3. Los Segmentos

Los segmentos son importantes porque permiten organizar la información para que resulte más digerible para el público. El noticiero DespiérTC cuenta con 6 segmentos de los cuales 5 son emitidos diariamente y uno de ellos “Artista Invitado” se lo realiza los lunes o viernes de cada semana.

Como una estrategia para captar de mayor cantidad de televidentes, cada noticiero implementa segmentos informativos o de entretenimiento según su línea editorial u objetivo. Es así que, DespiérTC ha implementado un segmento de clasificados y otro de saludo a los cumpleaños como dos propuestas novedosas, frente a los segmentos tradicionales que ofrecen programas similares en la televisión nacional.

3.11.2.4. Documentos y entrevistas

TC televisión en general guarda un respaldo de los comunicados que emite a nombre del noticiero DespiérTC, para pedir la realización de una obra o la obtención de algún servicio. Los documentos emitidos por el programa o entregados desde los moradores para respaldar una denuncia son archivos del programa como respaldo a la información emitida.

En cuanto a entrevistas y llamadas telefónicas, se registran en archivo de video y audio; respectivamente, de todos los reportajes con entrevista que se realicen tanto a autoridades municipales como a dirigentes o representantes barriales. Las llamadas son grabadas para verificar su legitimidad.

3.11.2.5. Selección de la agenda diaria

La agenda diaria del noticiero está determinada por la producción y los directivos del espacio. Las personas sugieren temas a tratar de acuerdo a su interés todos ellos son evaluados por directores de contenido quienes deciden si el tema merece una nota periodística o un tratamiento investigativo.

La participación del público en la creación de la agenda noticiosa del noticiero DespiérTC es mínima e indirecta porque el público se limita únicamente a proponer un tema o hacer una denuncia; pero depende del canal y sus productores si esa información sale al aire o no.

3.12. Análisis del programa DespiérTC en comparación con el programa de televisión local comunitaria del Integrador del Valle

Integrador del Valle es un proyecto de comunicación local alternativo que tuvo su inicio en el año de 2009 y fusiona la teoría adquirida en la universidad con la vivencias de los moradores de la Parroquia de la Merced. “Es un proyecto conformado para fortalecer los procesos sociales y permitimos construir una comunidad incluyente y dueña de su desarrollo. Es una construcción social desde la comunicación local, dentro de la Comunidad de Vida”. (Iza, 2012)

Televisión local comunitaria genera el espacio en donde los ciudadanos se sienten protagonistas. Es la comunidad la que redescubre sus necesidades y gestiona los recursos necesarios para resolverlas. Pretende fortalecer a través de la comunicación los procesos comunitarios generando con ello un proceso constante de retroalimentación para hacer otro tipo de comunicación.

La propuesta fue creada por el comunicador social para el desarrollo Fabián Iza, actual Presidente de la Junta Parroquial de la Parroquia de la Merced. El objetivo es integrar a los moradores a los procesos comunicativos y generar una verdadera comunicación participativa.

Realizando una comparación del programa de televisión local comunitaria con el Noticiero DespiérTC, es evidente la realización de un verdadero noticiero comunitario en la Parroquia de la Merced. La televisión local comunitaria es un programa realizado por los moradores de la comunidad y cuenta con un equipo de personas que está adquiriendo conocimientos teóricos en comunicación social. Son

un grupo de profesionales de la comunicación con personas de la comunidad, que realizan una serie de trabajos periodísticos noticiosos que contribuyan al desarrollo de la parroquia.

En el programa se realizan noticias, micro reportajes informativos, reportajes y entrevistas a profundidad sobre la parroquia, sitios turísticos, atractivos culturales; sobre personajes destacados de la comunidad. Además se realizan spots promocionales sobre locales nuevos y negocios de la comunidad.

Un claro ejemplo de cómo se realiza un verdadero noticiero comunitario es la propuesta de televisión local comunitaria del Integrador del Valle. Ya que además de trabajar junto con los moradores de la comunidad, su trabajo está dirigido a una sola comunidad.

Mientras que el noticiero DespiérTC es realizado por productores profesionales en comunicación, las personas de la comunidad no tienen influencia en la propuesta de temas para la agenda, únicamente se realizan noticias y no se proponen otro tipo de formatos comunicativos.

DespiérTC dista mucho de la realización del periodismo comunitario alternativo en los noticieros televisivos. El noticiero está determinado por el objetivo del medio y los intereses del mismo. No tiene completa autonomía en la realización de sus reportajes por más que intenta ayudar a resolver los problemas de las comunidades, no pueden trabajar con un barrio o localidad específica.

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN DE CAMPO PROGRAMA CONTACTO EN LA COMUNIDAD

4.1. Introducción

Para conocer cómo se realizan los programas en cuanto a producción y estructura, fue necesaria una investigación de campo. Los programas fueron monitoreados durante diciembre del año 2012 y enero del presente año.

El objetivo fue analizar los segmentos, bloques, determinar estilos y formas de realizar periodismo por los programas DespiérTC de TC Televisión y Contacto en la Comunidad de Ecuavisa.

También se realizaron entrevistas al presentador Santiago Naranjo de DespiérTC y al reportero periodista Mario Guayasamín de Contacto en la Comunidad, para conocer a fondo detalles sobre la estructura de los programas y selección de temas para la agenda diaria.

La información recolectada junto con un sustento teórico permitió realizar el análisis comparativo entre el periodismo comunitario y su realización en los grandes medios de comunicación.

4.2. Descripción

4.2.1. Nombre del Programa: Contacto en la Comunidad

4.2.2. Eslogan: “Contacto en la Comunidad, más cerca de ti”

4.2.3. Canal: 8 Ecuavisa

4.2.4. Horario de Transmisión: 8:00 – 8:30 a.m.

4.2.5. Presentadores: Cristian Norris y Denisse Molina

4.2.6. Reporteros: Mario Guayasamin, Andrea Marín, Felix Narváez, Verónica Jarrín, Patricia Barba, Cynthia Puga.

4.3. Origen del programa

El informativo Contacto en la Comunidad remonta su origen al año 2009 nace como un noticiero de información local con señales separadas para Quito y Guayaquil. La idea de su creación surge gracias a la favorable acogida que tuvo el segmento de la comunidad dentro de los noticieros tradicionales.

El noticiero tiene como slogan “Contacto en la Comunidad, más cerca de ti”. El noticiero se realiza en Quito y se transmite de manera independiente en las mañanas en el horario de 08:00 a 08:30 a.m.

Contacto en la comunidad es un noticiero que focaliza su programación en noticias y denuncias locales. Contacto en la Comunidad recorre los barrios locales y busca poner en evidencia las situaciones difíciles por las que pasa la ciudadanía en cada casa, en cada barrio, escuchando las denuncias de la gente e intentando abarcar cada vez más sectores de la población.

4.4. Qué es Contacto en la Comunidad

Contacto en la Comunidad es un noticiero que recorre los barrios locales y busca poner en evidencia las situaciones difíciles por las que pasa la ciudadanía en su barrio, intentando abarcar, cada vez más, sectores de la población.

Contacto en la Comunidad es un programa que fomenta experiencias en otros barrios y toma en cuenta la posibilidad de que en algún momento los/as moradores/as puedan desarrollar experiencias y productos de manera independiente. “Es un noticiero de información local al que hemos cambiado de esquema, le hemos dado un cambio bastante fuerte que ventajosamente nos ha funcionado” (Guayasamín, 2012). Nos diferenciamos de alguna manera y tratamos de mantener una articulación con el trabajo de periodismo comunitario.

Según el periodista Mario Guayasamín, el programa Contacto en la Comunidad no es un noticiero de periodismo comunitario principalmente por tres razones: en primer lugar no representa a organizaciones sociales, a comunidades de base o a otro tipo de estructuras, más bien esta es una empresa que está trabajando. Se acerca al trabajo del periodismo comunitario porque toma contacto con estas organizaciones visibilizamos su trabajo; segundo, el programa establece contacto con las comunidades pero no trabaja permanentemente con una determinada y; finalmente,

solo establece articulaciones con los trabajos que hacen las organizaciones de base con periodismo comunitario, visibiliza y sirve como un reproductor de todo este tipo de trabajo porque es la tarea del programa.

4.5. Objetivo del programa

El objetivo del noticiero es hacer a la gente productora y participe de la noticia. Para ello creó espacios de participación Las noticias son realizadas directamente por los ciudadanos en cada barrio realizando visitas y haciendo transmisiones en vivo. En el estudio, los presentadores interactúan con la audiencia a través de redes sociales y receptando las denuncias al aire a través de llamadas telefónicas.

4.6. Cómo se realiza Contacto en la Comunidad

El programa cuenta con varios equipos de trabajo que se encargan de tareas específicas. Un primer equipo apoya y aporta con información sobre las noticias locales de los barrios en Quito, podría llamarse un equipo de base.

Un segundo equipo está permanentemente agendando lo que son cuestiones oficiales y se ocupa de hacer investigaciones sobre temas específicos de coyuntura, los cuales son difundidos después en reportajes especiales que tienen varias entregas en diversas transmisiones.

Yo junto con un grupo de personas hacemos un tipo de comunicación muy abierta en donde invitamos a los vecinos que se comuniquen con nosotros y ha sido eso la efectividad. Ponemos a disposición de ellos lo que son correos electrónicos, direcciones virtuales, cuentas de twitter, cuentas de facebook, entonces ellos nos están alimentando, nos proveen permanentemente de inquietudes. (Guayasamín, 2012)

Si nos cuentan una problemática yo me ocupo una parte del día en responder lo que son denuncias a través de redes sociales. Por lo general leo la denuncia y les digo que me llamen para que me cuenten cual es el problema, estoy en contacto con ellos, defino los días de visita y todo lo relacionado con ello.

El programa maneja una línea un tanto informal en donde sus presentadores y reporteros hacen bromas y mantienen conversaciones amenas durante la transmisión del informativo.

4.7. Segmentos del programa

Los noticieros televisivos puntualizan su organización en las salas de producción, en ellas se determinan los segmentos que formarán parte del programa y la información que se detallará en cada uno de ellos. Los segmentos que forman parte del programa Contacto en la Comunidad son:

4.7.1. Noticias locales

El segmento de noticias locales es la transmisión de una serie de informaciones las cuales tienen lugar en Quito específicamente; de ahí su nombre de locales. Alrededor de 4 o 5 son las noticias que se difunden por día.

Dichas noticias son realizadas previamente por el equipo de producción y transmitidas de corrido sin pausas ni cortes. Todas ellas tienen una previa descripción por parte de los presentadores.

En el caso de ser una noticia con gran trascendencia o importancia para la ciudad, se realiza durante este segmento una transmisión en vivo vía microonda con la reportera Andrea Marin en donde se da a conocer la información en vivo.

4.7.2. Felix Pregunta

El segmento Felix Pregunta consiste en la presentación de un reportaje que prepara el reportero Felix Narváez sobre temas de coyuntura, historia, o cuestiones curiosas. Los entrevistados son personas seleccionadas por el mismo periodista.

El objetivo es conocer más acerca de personalidades de la política, a través de entrevistas para acercarse más a su forma de ser y conocerlos, más allá de su faceta como políticos.

“Es una agenda que él mismo la prepara y que en cierto modo está fuera de nuestras agendas” (Guayasamín, 2012). El reportaje no siempre concuerda con los temas tratados durante la transmisión de noticiero, es por ello un segmento aledaño al programa.

4.7.3. Contacto con el Vecino

Es un segmento que se realiza en vivo, vía microonda. Los/as reporteros/as Mario Guayasamín y Andrea Marín son los encargados de visitar un barrio distinto todos

los días. Los contactos son realizados a través de una red social o por llamada telefónica a través de estos medios los actores comentan cual es el problema del colectivo, barrio o comunidad y esperar a ser agendados para tratar su problemática.

La visita al barrio se realiza al menos en 3 ocasiones. En una primera intervención se conoce la problemática del lugar, posteriormente se realiza un reportaje del barrio con su denuncia o progreso en cualquier sentido; y finalmente la tercera visita se realiza en vivo vía microonda en donde se transmite el video y se permite a los moradores su intervención directa en los micrófonos.

El objetivo de las visitas a distintos espacios de la ciudad es que se escuche la voz de los vecinos. Los vecinos tienen mucho que hablar y hacen la noticia. “Ellos plantean sus propias soluciones, no solo nos dedicamos al tema de las quejas sino también hablamos sobre cuestiones positivas de los barrios, hablamos sobre los vecinos en relación a actividades comunitarias, en definitiva, sobre los que los vecinos nos pidan o quieran hablar pues nosotros estamos dispuestos para hacerlo” (Guayasamín, 2012).

4.7.4. Contacto Virtual

El segmento consiste en leer los mensajes y denuncias que se realizan a través de las redes virtuales como Twitter, cuya cuenta es comunidadquito y Facebook comunidadquito. Las redes sociales son la principal modalidad que tienen los vecinos para comunicarse.

Las llamadas fueron la primera herramienta para involucrar a las personas dentro de los medios, por ello siguen siendo de gran importancia dentro del programa. Posterior a la lectura de mensajes en redes sociales, los presentadores reciben una llamada de un televidente denunciando algún desperfecto en su barrio.

El contacto permanente a través de estos medios permite que

“los vecinos sean los encargados de organizar a la comunidad. Cuando nosotros vamos a hacer una visita, ellos están pendientes y convocan, están organizando los temas que se van a reportar. Son los más interesados en visibilizar algunos aspectos de su barrio. Ellos nos llaman y nos dicen que están a la espera de nuestro regreso, entonces hay ese nivel de involucramiento de los vecinos en el proceso de la denuncia o petición” (Guayasamín, 2012).

4.8. Estructura del programa

Contacto en la Comunidad tiene una estructura de 3 bloques informativos. En un inicio se presentan los titulares, los presentadores dan un saludo cordial, la hora y la fecha. Posterior a ello se observa el banner de presentación del programa.

El primer bloque está constituido por segmento de noticias locales en donde, de ser necesario, se realizan microondas con los reporteros de acuerdo a la importancia de la noticia y por el segmento Felix Pregunta. Es el bloque de mayor duración con un registro de 15 minutos. Es aquel en donde se muestra en pantalla las cuentas de redes sociales a las cuales se puede comunicar las denuncias o hacer peticiones.

Un segundo bloque está conformado por el segmento Contacto con el Vecino en donde se realiza la visita a un barrio determinado y se cuenta con los testimonios en vivo de los moradores del sector. Contacto Virtual es también es otro segmento que se registra dentro de ésta sección que finaliza con la transmisión de una noticia sobre un seguimiento a una petición que se haya realizado anteriormente en algún barrio de la ciudad.

Finalmente, un tercer bloque del programa rescata una noticia de interés colectivo cultural o educativo y da paso al cierre de la emisión por parte de sus presentadores.

4.9. Selección de la agenda diaria

En lo que a noticias respecta, el programa cuenta con un consejero de noticias, Darío Patiño, quien es la persona encargada de sugerir los temas a tratar durante la transmisión del segmento noticias locales.

Para las salidas a los barrios,

“la selección es a través del contacto permanente que mantengo con los vecinos a través de las redes sociales. Aquí el tema de las redes sociales es clave, yo trabajo permanentemente con eso y de alguna manera es lo que me provee de información, claro que hay algunos casos en los cuales los vecinos cuentan con mi número de teléfono y me están llamando o en otros casos me mandan mensajes, la agenda la voy elaborando yo de acuerdo al orden con el cual se hayan contactado” (Guayasamín, 2012).

El único requisito que se prevee para la selección de la agenda diaria es que éste tipo de contacto sea de interés colectivo, de interés para varias familias y que sea

tratamiento de cuestiones de barrio, que no sean aspectos individuales sino que impliquen a gran parte de la comunidad quiteña.

Sobre la influencia que tiene la ciudadanía dentro de la elaboración y creación de la agenda, el periodista manifestó que la agenda la ponen los vecinos. El programa está a la espera de lo que los vecinos puedan comentar. Por ello la participación de la comunidad en la creación de la agenda es fundamental dentro del programa. Los mismos televidentes quienes imponen temas para poder tratar dentro de la agenda. La comunidad ha generado un nivel de influencia bastante grande a nivel de programa.

4.10. Análisis del programa Contacto en la Comunidad como ejemplo de periodismo comunitario

El periodismo comunitario remonta su origen y su objetivo al trabajo por y para la comunidad, para satisfacer sus necesidades. El presente análisis tiene como objetivo determinar si el programa Contacto en la Comunidad puede ser considerado como un programa de periodismo comunitario. Para ello, el análisis se realizará en base a la definición y características del periodismo comunitario para posteriormente analizarlo dentro de los parámetros del noticiero comunitario y finalmente se hará referencia al programa de televisión comunitaria del “Integrador del Valle”.

4.10.1. Sobre la Definición de periodismo comunitario

El objetivo primordial del periodismo comunitario es integrar a las comunidades más aisladas a la vida pública, a través de su participación en medios comunicativos. Los temas en periodismo comunitario están directamente relacionados a las necesidades de las comunidades.

El noticiero Contacto en la Comunidad tiene como objetivo ayudar a las comunidades para comunicarse con las autoridades gubernamentales y dar solución a las necesidades de las mismas. La participación ciudadana es clave en el programa para crear la agenda del noticiero día a día porque las denuncias de los ciudadanos son siempre escuchadas y reciben tratamiento en el programa.

La propuesta televisiva de Contacto en la Comunidad no es un ejemplo de periodismo comunitario, dista mucho del género porque es más bien un noticiero sobre información local en la ciudad de Quito.

4.10.2. Sobre el tema del periodismo comunitario

En el noticiero Contacto en la Comunidad, solo se informan temas comunitarios, internacional o de deportes es transmitida en otros noticieros del canal. Temas de denuncia social son fundamentales y alimentan gran parte de la agenda noticiosa de este informativo.

No trata temas políticos en lo más mínimo a excepción de necesitar el pronunciamiento de algún político sobre la nota de una denuncia o reclamo a una organización política en particular. Las noticias desde el noticiero Contacto en la Comunidad, tratan principalmente sobre el tráfico en la ciudad, accidentes, robos, denuncias y demás. Temas que son comunes para las personas y forman parte de nuestra cotidianidad.

El noticiero no genera espacios de diálogo más que dentro de las propias comunidades, porque la mayoría de autoridades gubernamentales tienen espacios de trabajo muy demandantes y tampoco es de su interés mantener un diálogo con la comunidad para conocer sus demandas. Contacto en la Comunidad involucra a la gente dentro de los medios para que conozcan su derecho a expresarse libremente.

4.10.3. Sobre el periodista comunitario

El programa Contacto en la Comunidad cuenta con periodistas especializados tanto presentadores como reporteros de calle. No podemos hablar de periodistas comunitarios y menos en éste programa puesto que los reporteros son asignados un día antes al lugar de la cobertura.

Realizan su trabajo sin inconveniente llegando muy puntuales en la mañana al sector asignado, hacen su reportería hacia estudio pero no tienen ni el interés ni el tiempo para comunicarse con la comunidad y conocer de cerca cuál es el problema que les aqueja o la demanda que están realizando.

En el caso de Contacto en la Comunidad si cuentan con la figura de un periodista miembro de la comunidad gracias a la amistad con el periodista Mario Guayasamín, algunas personas en barrios de Quito le mantienen siempre informado de lo que sucede en su comunidad.

4.10.4. Sobre las características del Periodismo Comunitario

4.10.4.1. Mirada colectiva de la sociedad

El programa no cumple a cabalidad con esta característica porque a pesar de que sus directivos no lo admitan el público que los sigue son la clase media de la sociedad. Los temas propuestos en su agenda corresponden en su mayoría a denuncias ciudadanas en los barrios de Quito, más no están encaminados hacia los sectores más populares de la ciudad.

En cuanto a la apertura a grupos minoritarios de la sociedad, el programa abre sus micrófonos a los grupos más olvidados de la misma para que puedan dar a conocer sus opiniones o exigencias sobre algún tema en específico.

El noticiero Contacto en la Comunidad ayuda a las personas para que puedan hacer escuchar su voz ante las autoridades municipales cuando éstas han olvidado su labor en distintos sectores de la capital. El informativo trata de atender la mayor cantidad de peticiones que realizan las comunidades al noticiero.

4.10.4.2. Garantiza la libertad de pensamiento

En cuanto a la garantía de la libertad de pensamiento, en un canal como Ecuavisa y su noticiero comunitario, difícilmente podría existir libertad de pensamiento dado que es ante todo un medio comercial. Los canales de televisión privados pertenecen a grupos comunicativos muy poderosos que ejercen la comunicación como un negocio.

Es por ello que la línea editorial de Contacto en la Comunidad debe regirse a la línea editorial del canal. No puede existir libertad de pensamiento porque por muy buenas que sean las ideas para el programa, deben ser aprobadas por el Consejo Directivo del canal para llevarlas a cabo.

En ocasiones cuando las personas están siendo entrevistadas al aire vía microonda y dicen algo indebido o que no está de acuerdo con los productores, el reportero le retira el micrófono y sigue informando sobre el tema.

4.10.4.3. Incentiva la participación ciudadana

La participación de la ciudadanía en el noticiero se realiza directamente por la cercanía de los televidentes con el reportero Mario Guayasamín. En los barrios en los

cuales ha estado, proporciona a sus moradores su número de teléfono y correos electrónicos para que puedan mantener comunicación. De ese modo pueden contarle si se presenta alguna novedad en la comunidad.

Los mensajes, denuncias, quejas o sugerencias son de vital importancia en redes sociales para la construcción de la agenda del noticiero. Puesto que los televidentes que los siguen, cuentan con acceso a internet según comentó el reportero.

A pesar de todo ello no podemos hablar de verdadera participación ciudadana porque las intervenciones de los ciudadanos están condicionadas al tiempo y disposición que el presentador les designe.

4.10.4.4. Priorización de la discusión a través del diálogo

Diálogo dentro del noticiero Contacto en la Comunidad se ve expresado a través de los moradores de los barrios cuando éstos se organizan para hacer un pedido o denuncia a las autoridades gubernamentales sobre un tema que afecte a un espacio colectivo en el barrio.

Pero aparte de ello, no puede generarse discusión sobre un tema o petición a través del diálogo ya que el programa no puede reunir a los ciudadanos y a las autoridades de la ciudad para que puedan debatir sobre temas de interés colectivo. No han implementado foros de discusión a través de redes sociales lo cual es una herramienta muy utilizada hoy en día por los grandes medios de comunicación para dar mayor espacio de expresión a la gente. De hecho podrían crear un diálogo abierto con la comunidad y televisarlo, más no se arriesgan.

4.10.4.5. Ciudadano como actor de transformación social

Contacto en la Comunidad ha motivado para que el ciudadano se convierta en un actor de transformación social en la ciudad. Es a través de sus micrófonos y la posibilidad de expresarse en ellos, que varias personas han decidido organizarse y hacer gestiones para resolver las necesidades de los sectores en donde viven.

El noticiero como tal, apoya dicha organización a través de comunicados y peticiones para contactarse con las diversas autoridades municipales. El ciudadano es un actor de transformación social en la medida en que gestiona proyectos y toma decisiones

para cambiar sus condiciones de vida y hace conciencia de su derecho de participación en los medios de comunicación.

4.10.4.6. Ciudadano como productor de noticias

En el actual mundo de la comunicación y las tecnologías dentro del cual nos desenvolvemos, los medios de comunicación necesitan cada día contar con equipos humanos cada día más eficientes que informen la noticia a tiempo cuando se está desarrollando.

Es por ello que, el ciudadano es considerado para el noticiero un productor de noticias informal. Suelen darse casos en los cuales el medio no alcanza a llegar al lugar del hecho cuando éste se suscita; es allí en donde la información proporcionada por la gente es de vital importancia y mucho más si es apoyada con registro visual como fotografías o videos de lo ocurrido. El ciudadano y su colaboración son importantes para el noticiero porque se genera mayor información.

4.10.4.7. Sitúa los sucesos en el contexto del interés ciudadano

Sobre la transmisión de sucesos de interés ciudadano, el noticiero trata temáticas estrictamente desarrolladas en la zona geográfica de Quito. El noticiero se enfoca principalmente en mostrar las carencias que tienen distintos barrios de la capital en aspectos como servicios básicos, espacios y áreas verdes, etc.

Los temas sobre denuncias ciudadanas son siempre de interés colectivo puesto que implican a un conglomerado en particular de la ciudad y cuando existe otra denuncia similar las dos son contrastadas y relacionadas entre sí para llamar con mayor fuerza la atención de las autoridades gubernamentales.

4.10.4.8. Tratamiento de noticias sobre temas de interés cotidiano

El tratamiento de temas debe motivar sin duda el interés cotidiano. Información sobre carreteras, tráfico vehicular, incremento de precios en los productos alimenticios, son siempre temas de interés para la ciudadanía. El noticiero Contacto en la Comunidad lo sabe, por ello alguna de estas temáticas es siempre parte de la información en la franja noticiosa.

Las denuncias y quejas ciudadanas son importantes puesto que constituyen la mayor parte de información en el noticiero. Éstas son de interés cotidiano porque son

hechos que se reportan todos los días en diversos sectores de Quito. Además cuentan con la información proporcionada por moradores de los barrios para hacer las transmisiones de las noticias. Motivando con ello un interés continuo por la nota periodística de un barrio en determinada situación.

4.10.4.9. Prioriza las denuncias ciudadanas

En el noticiero Contacto en la Comunidad la mayor parte de noticias informativas son acerca de denuncias ciudadanas o demandas de grupos sociales. Esto pone en evidencia lo olvidados que se encuentran algunos sectores de la ciudad y el llamado urgente de atención a quienes deben dar una solución. El noticiero asume una mediación entre las autoridades y los ciudadanos. Dando voz a través de sus micrófonos a los actores.

4.10.4.10. Realiza un proceso de seguimiento en las denuncias

El objetivo de los noticieros comunitarios en los medios de comunicación alterativos es que todas las denuncias tengan una respuesta o solución a la petición. En los medios de comunicación comerciales no siempre se busca satisfacer la necesidad sino solo informarla.

Sobre el seguimiento a las denuncias hechas en el programa, el reportero comentó

La mayoría de noticias tienen seguimiento, no existe una prelación para decir estas tienen seguimiento estas no. En algunos casos si no ha habido seguimiento es porque los mismos vecinos lo han dejado, es un trabajo compartido, un compromiso en donde mientras los vecinos estén a la expectativa de darles seguimiento y nosotros también pues la cosa fluye. Pero si dejan abandonado el tema entonces ahí si poco o nada es lo que nosotros podemos seguir haciendo (Guayasamín, 2012).

4.10.5. Sobre las herramientas investigativas de periodismo comunitario

Para lograr un trabajo efectivo que complazca las necesidades de la ciudadanía es de vital importancia apoyarse en las herramientas de investigativas que ofrece el periodismo comunitario para su realización. El noticiero Contacto en la Comunidad cuenta con diversos equipos humanos que se encargan de realizar un trabajo óptimo para una correcta transmisión de la información.

La investigación periodística es de vital importancia para el noticiero porque: primero, se determina con el denunciante el motivo de la demanda o petición; se

piden documentos legales que sustenten el proceso jurídico y se realiza un investigación en el barrio para determinar que los términos de la demanda en efecto sean así.

Para ello, los equipos de investigación trabajan conjuntamente con camarógrafos que son el equipo de observación. Juntos realizan un respectivo proceso de seguimiento a la denuncia y el reportaje correspondiente a la misma. Pero la observación es solo realizada únicamente por los equipos mencionados anteriormente puesto que los reporteros solo llegan a informar sobre los hechos y transmitir el reportaje sin tener la oportunidad de aplicar dicha herramienta.

Informes periodísticos, como tales, no se realizan en el noticiero Contacto en la Comunidad puesto que es un requisito pedido en contadas ocasiones por el Consejo Directivo del canal para monitorear el rendimiento del programa. La producción guarda un archivo de documentos oficiales como peticiones escritas que se hayan realizado a diferentes organizaciones zonales en las denuncias.

Sondeos abiertos no se realizan, a pesar de que es una herramienta prioritaria dentro del periodismo comunitario. El tiempo reducido en televisión hace que se limiten a informar sobre un hecho sin reflexionar junto con los moradores, sobre el mismo.

Conversaciones ciudadanas se realizan fuera del aire, son un proceso de apoyo a la investigación periodística, el periodista Mario Guayasamín destina segmentos para reunirse con la comunidad y discutir sobre su petición o sobre el tema que deseen componer en el noticiero. Y finalmente, entrevistas a profundidad se realizan en el segmento de Felix Pregunta y se lo resume a manera de reportaje corto.

4.11. Análisis del programa Contacto en la Comunidad como noticiero de periodismo comunitario

4.11.1. Sobre el noticiero comunitario

En el sentido estricto de la palabra, Contacto en la Comunidad es un noticiero que se enfoca en temas locales de interés ciudadano, en la ciudad de Quito. Las noticias y notas extendidas son los dos formatos más utilizados en el espacio informativo.

El personal que trabaja en el noticiero, son en su mayoría profesionales preparados en comunicación social o periodismo. Exceptuando por el presentador Cristian

Norris, actor del canal. El grupo de trabajadores está generando información todo el tiempo en base a las denuncias receptadas a través de las dos vías anteriormente mencionadas.

Contacto en la Comunidad es un noticiero que destina su espacio para ayudar a la población a resolver sus necesidades ciudadanas colectivas. Es un noticiero que cumple con todos los parámetros y estructuras tradicionales de los viejos modelos comunicativos pero los temas de su agenda están enfocados únicamente al tratamiento de temas ciudadanos.

Para el noticiero, la implementación de espacios virtuales de participación es de suma importancia y su objetivo es integrar a la sociedad y hacerla partícipe en los medios comerciales de comunicación.

4.11.2. Sobre la realización del noticiero comunitario

La producción y realización de un noticiero comunitario implica un trabajo comprometido en equipo. El compromiso junto con el valor de servir y el correcto implemento de las diversas herramientas investigativas son claves.

Los medios masivos de comunicación utilizan varios recursos para la realización de los noticieros. Analizaremos a continuación si el noticiero Contacto en la Comunidad cumple con las piezas claves para crear un verdadero espacio comunitario.

4.11.2.1. Noticias

En la noticia es fundamental la explicación del hecho; se necesitan analizar las causas y consecuencias del mismo. En los programas televisivos, las noticias deben ser notas resumidas por la premura del tiempo.

La noticia conecta al pueblo con sus intereses y vivencias de manera directa. La mayor cantidad de noticias son acerca de denuncias ciudadanas, sin embargo, el noticiero dedica reportajes más amplios en el caso de logros conseguidos en un determinado barrio. Esto deja entrever que no todo lo que sucede a diario en los barrios de la capital es negativo. Los esfuerzos en conjunto de los moradores pueden generar obras positivas para el bienestar de una comunidad.

La noticia debe ser contextualizada y contrastada dentro de su territorialidad. Contacto en la Comunidad relaciona las noticias que tienen que ver principalmente con denuncias sobre la falta de servicios básicos en sectores marginales de la ciudad.

El noticiero pretende, a través de la noticia, hacer protagonista de su propia historia al televidente y devolverle el derecho de participar de manera abierta y directa en el medio.

En lo que respecta a los tipos de noticias que se transmiten en el noticiero. Las notas sobre actividades internas del grupo son minoritarias. Las notas que predominan son noticias sobre comunicados, es decir, denuncias por falta de servicios básicos, daños en la propiedad pública o notas de solidaridad de diversos grupos.

Las noticias de acciones son, como su nombre lo dice, referencias de hechos sobre huelgas, protestas o acciones de autogestión para conseguir obras comunales. En este tipo de noticias, Contacto en la Comunidad no solo informa sobre el hecho, sino que también aporta para que la obra pueda realizarse en el barrio.

Sobre las dimensiones de la noticia, en Contacto en la Comunidad podemos precisar que: la dimensión histórica es mencionada en casos donde la denuncia lleva mucho tiempo en solicitud y es importante priorizar la fecha; la dimensión geográfica es clave y una pieza importante de la noticia porque detalla en qué lugar del territorio está sucediendo el hecho; Y finalmente, la dimensión social es la menos abordada en las noticias transmitidas en Contacto en la Comunidad porque no se analizan las causas que la relacionan con la sociedad.

4.11.2.2. El estilo

El estilo es un detalle identitario de cada noticiero. En el caso de Contacto en la Comunidad el estilo que se maneja es semi formal en la realización de noticias, reportajes y entrevistas, intentando crear un espacio de acercamiento con el en los barrios.

Los presentadores manejan una línea sutil de mucho respeto y camaradería Tienen la libertad de bromear entre ellos en el estudio y de hacerlo con los reporteros vía microonda. La intención es crear un ambiente más agradable y fresco que se pueda sentir a través de la transmisión de un televisor.

4.11.2.3. Los segmentos

Los segmentos permiten ordenar la información para hacerla más digerible para el público televidente. Contacto en la Comunidad tiene 5 segmentos netamente informativos de los cuales se distribuye la información entre noticias, reportajes, entrevistas vía microonda y noticias extendidas.

Los segmentos del noticiero son en cierto sentido planos y faltos de creatividad porque siguen los patrones tradicionales del viejo periodismo y sus noticieros. El segmento de Contacto Virtual es el único espacio interactivo en el programa en donde se leen las denuncias, comentarios o sugerencias que realizan los televidentes a través de las diversas redes sociales. Es mucho mejor la llamada telefónica en donde al menos, por la voz, el contacto es más directo con la persona de la comunidad.

4.11.2.4. Documentos y entrevistas

Para los medios de comunicación es una pauta importante de trabajo el guardar un respaldo de la información generada y transmitida a través de sus pantallas. El noticiero guarda un riguroso archivo de los documentos que están relacionados con denuncias o peticiones municipales sobre servicios para la comunidad.

Las entrevistas son guardadas en formato de video siendo un respaldo para los presentadores y reporteros del programa, las cuales pueden ser utilizadas en cualquier momento según se requieran.

4.11.2.5. Selección de la agenda diaria

El noticiero Contacto en la Comunidad toma muy en cuenta la participación ciudadana dentro de la agenda periodística de su medio. Las personas se involucran en el proceso a través de una comunicación constante con el periodista Mario Guayasamín.

Los temas son propuestos por los moradores de los diferentes barrios de Quito y son escuchados todos ellos en el orden en el cual se hayan comunicado con la producción o el reportero.

Para el periodista Guayasamín, la participación de la gente en la construcción de la agenda es fundamental porque son ellos quienes proponen los temas que deberán ser analizados, según sus intereses y necesidades, asegurando la atención del público.

4.12. Análisis del Programa Contacto en la Comunidad en comparación con El programa de Televisión Local Comunitaria del Integrador del Valle.

Intregador del Valle es un proyecto de comunicación local alternativo que tuvo su inicio en el año del 2009 y fusiona la teoría adquirida en la universidad con la vivencias de los moradores de la Parroquia de la Merced. “Es un proyecto conformado para fortalecer los procesos sociales y permitimos construir una comunidad incluyente y dueña de su desarrollo. Es una construcción social desde la comunicación local, dentro de la Comunidad de Vida” (Iza, 2012).

Televisión local comunitaria genera el espacio en donde los ciudadanos se sienten protagonistas, es la comunidad la que redescubre sus necesidades y gestiona los recursos necesarios para resolverlas. Pretende fortalecer a través de la comunicación los procesos comunitarios generando con ello un proceso constante de retroalimentación para hacer otro tipo de comunicación.

La propuesta fue creada por el Comunicador Social para el Desarrollo Fabián Iza, actual Presidente de la Junta Parroquial de la Parroquia de la Merced. El objetivo es integrar a los moradores a los procesos comunicativos y generar una verdadera comunicación participativa.

Realizando una comparación del programa de Televisión Local Comunitaria con el Noticiero Contacto en la Comunidad, las comparaciones evidencian que los dos formatos distan mucho el uno del otro. Contacto en la Comunidad está conformado por un grupo de periodistas responsables.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DESPIÉRTC Y CONTACTO EN LA COMUNIDAD COMO NOTICIEROS DE PERIODISMO COMUNITARIO

El planteamiento inicial de esta disertación fue determinar si los programas DespiérTC y Contacto en la Comunidad eran o no ejemplos de periodismo comunitario en los medios masivos de comunicación.

Para ello se realizará un análisis comparativo entre la teoría del periodismo comunitario junto con la práctica de estos noticieros.

4.1. Noticiero DespiérTC

El informativo DespiérTC, es el noticiero comunitario del canal que tiene frecuencias distintas para Quito y Guayaquil y cuenta con equipos de producción independientes para las dos ciudades. DespiérTC maneja un estilo más sencillo en cuanto a lenguaje y conducción del programa.

Cuadro N. 1. Matriz informativa Noticiero DespiérTC

Matriz Informativa Noticiero DespiérTC					
Canal	Nombre del Noticiero	Horario de Transmisión	Presentadores	Reporteros	# de Segmentos
10	DespiérTC	6:00 - 6:45 a.m.	Ana María Suarez	Fabricio Vela	7
			Santiago Naranjo	Fernando Escurra	

Elaborado por: Castillo, Paola

El noticiero DespiérTC surge como una nueva propuesta informativa no necesariamente ligada al periodismo comunitario. Pero Toma ciertas características del mismo para la realización del informativo. Es evidente por ello, que se acerca de manera muy directa a este género ya que la temática como lo expone, la teoría del tratamiento comunitario, trata principalmente los hechos cotidianos de interés ciudadano que están separados de la política. Profundiza en el drama humano y aflora las sensibilidades más profundas de las poblaciones. Noticias sobre otros ámbitos como político y deportivo, son relegadas dentro de éste noticiero porque solo

se tratan temáticas ciudadanas que estén relacionadas con la cotidianidad de las personas.

DespiérTC sin proponérselo cumple con algunas de las características del periodismo comunitario y se acerca mucho a un noticiero especializado en temas comunitarios exceptuando por estructura y marketing que se maneja en los grandes medios de comunicación.

Por ejemplo, en ocasiones se resta tiempo de transmisión del programa para dar más apertura a publicidades y pautas de marcas reconocidas dentro del programa. El tiempo de transmisión termina siempre siendo insuficiente para la cantidad de noticias que se deben reportar y hechos que se quieran analizar. La inmediatez es uno de los requisitos que se manejan en medios comerciales de comunicación.

A través del siguiente cuadro se visualiza que características de periodismo comunitario cumple y cuáles no cumple el informativo DespiérTC.

Cuadro N. 2. Características de Periodismo Comunitario en el Noticiero DespiérTC

Características de Periodismo Comunitario en el Noticiero DespiérTC			
#	Indicador	Mucho	Poco
1	Mirada Colectiva de la Sociedad		X
2	Garantiza Libertad de Pensamiento		X
3	Incentiva la Participación Ciudadana		X
4	Prioriza la Discusión a través del Diálogo		X
5	Ciudadano es Actor de Transformación	X	
6	Ciudadano es Productor de Noticias	X	
7	Sitúa los contextos en Interés Ciudadano	X	
8	Noticias son sobre Interés Cotidiano	X	
9	Prioriza Denuncias Ciudadanas	X	
10	Realiza Seguimiento a las Denuncias	X	

Elaborado por: Castillo, Paola

En su mayoría el noticiero cumple con 6 de las 10 características de periodismo comunitario expuestas en el capítulo I sobre la teoría del mismo. Lo cual pone en

evidencia que es un buen ejemplo en los medios masivos de comunicación que por políticas ha debido adaptar su estructura para el formato televisivo.

En lo que respecta a herramientas investigativas dentro, del periodismo comunitario, prescinde en la utilización de algunas de ellas en comparación con los medios alternativos. El siguiente cuadro se exponen cuales de ellas se aplican en el noticiero DespiérTC y cuáles no.

Cuadro N. 3. Herramientas Investigativas de Periodismo Comunitario en el Noticiero DespiérTC

Herramientas Investigativas de Periodismo Comunitario en el Noticiero DespiérTC			
#	Indicador	Aplica	No Aplica
1	Investigación Periodística	X	
2	Observación	X	
3	Informes Periodísticos		X
4	Sondeos Abiertos		X
5	Conversaciones Ciudadanas		X

Elaborado por: Castillo, Paola

No todas las herramientas investigativas del periodismo comunitario son aplicadas en la realización del noticiero comunitario DespiérTC; principalmente, no cuentan con el tiempo de transmisión necesario para hacerlo o porque no es factible la apertura de las dos implicaciones de los hechos para confrontar y debatir una situación.

La investigación y observación son claves porque tampoco se puede sacar al aire noticias sin ser comprobadas, el equipo de investigación debe verificar la legalidad de las denuncias y los datos de los denunciantes además de enviar un equipo de observadores a la zona para que puedan constatar las condiciones de la misma.

El noticiero está intentando implementar otras herramientas como las conversaciones o foros ciudadanos pero en un inicio serán realizadas a través de las redes sociales y posteriormente se creará un segmento en el programa para el tratamiento de temas de interés cotidiano.

En cuanto a las noticias respecta, una de las exigencias de los noticieros comunitarios es que éste es el formato más utilizado en la producción informativa, por ello la noticia debe contener una descripción detallada de lugares, hechos y acontecimientos. Debe estar situada según las dimensiones y en el caso del DespiérTC no todas las dimensiones de la noticia son abordadas al momento de realizarlas.

Cuadro N. 4. Dimensiones de la noticia comunitaria en el Noticiero DespiérTC

Dimensiones de la Noticia Comunitaria En el Noticiero DespiérTC			
#	Indicador	Aplica	No Aplica
1	Dimensión Histórica	X	
2	Dimensión Geográfica	X	
3	Dimensión Social		X

Elaborado por: Castillo, Paola

Las noticias expuestas en un noticiero comunitario tienen varios tipos dependiendo del tipo de información que se trate, es así que existen varias clasificaciones de la misma, en el programa DespiérTC las más comunes y en mayor cantidad corresponden a denuncias ciudadanas o peticiones comunales colectivas, para detallar a breve rasgo la cantidad se la expone en el siguiente cuadro.

Cuadro N. 5. Tipos de Noticias en el Noticiero DespiérTC

Tipos de Noticias transmitidas en el Noticiero DespiérTC				
#	Indicador	Mucho	Poco	Nada
1	Actividades Internas de Grupo			X
2	Comunicados	X		
3	Acciones	X		

Elaborado por: Castillo, Paola

Después de todo lo analizado se puede determinar que DespiérTC si es un noticiero de periodismo comunitario que está trabajando para llegar de mejor manera a la

gente y ayudar a resolver de manera más eficiente sus necesidades siendo un mediador entre las autoridades municipales y los representantes ciudadanos.

4.2. Noticiero Contacto en la Comunidad

El informativo Contacto en la Comunidad es el noticiero comunitario del canal 8 Ecuavisa, que tiene frecuencias distintas para Quito y Guayaquil; cuenta con equipos de producción independientes para las dos ciudades. Contacto en la Comunidad tiene un estilo formal en cuanto a lenguaje y conducción del programa.

Cuadro N. 6. Matriz informativa Noticiero Contacto en la Comunidad

Matriz Informativa Noticiero Contacto en la Comunidad					
Canal	Nombre del Noticiero	Horario de Transmisión	Presentadores	Reporteros	# de Segmentos
8	Contacto en la Comunidad	8:00 - 8:30 a.m.	Denisse Molina	Andra Marín	6
			Cristian Norris	Mario Guayasamín	

Elaborado por: Castillo, Paola

El noticiero Contacto en la Comunidad surge como una propuesta informativa que no es considerada periodismo comunitario, según el periodista Mario Guayasamín, pero cumple con ciertas características del mismo. Sin desearlo ni esperarlo, se acerca a la definición y realización de este género ya que la temática como lo expone la teoría del tratamiento comunitario trata principalmente los hechos cotidianos de interés ciudadano que están separados de la política. Profundiza en el drama humano y aflora las sensibilidades más profundas de las poblaciones. Solo se tratan temáticas ciudadanas que estén relacionadas con la cotidianidad de las personas.

Contacto en la Comunidad es un noticiero especializado en temas comunitarios exceptuando por estructura y marketing que se maneja en los grandes medios de comunicación.

El tiempo de transmisión termina siempre siendo insuficiente para la cantidad de noticias que se deben reportar y hechos que se quieran analizar. La inmediatez es uno de los requisitos que se manejan en medios comerciales de comunicación.

A través del siguiente cuadro es fácil determinar que características de periodismo comunitario cumple y cuáles no el informativo Contacto en la Comunidad.

Cuadro N. 6. Características de Periodismo Comunitario en el Noticiero Contacto en la Comunidad

Características de Periodismo Comunitario en el Noticiero Contacto en la Comunidad			
#	Indicador	Mucho	Poco
1	Mirada Colectiva de la Sociedad	X	
2	Garantiza Libertad de Pensamiento		X
3	Incentiva la Participación Ciudadana	X	
4	Prioriza la Discusión a través del Diálogo		X
5	Ciudadano es Actor de Transformación	X	
6	Ciudadano es Productor de Noticias	X	
7	Sitúa los contextos en Interés Ciudadano	X	
8	Noticias son sobre Interés Cotidiano	X	
9	Prioriza Denuncias Ciudadanas	X	
10	Realiza Seguimiento a las Denuncias	X	

Elaborado por: Castillo, Paola

El noticiero cumple con 8 de las 10 características de periodismo comunitario expuestas en el capítulo I sobre la teoría del mismo. Lo cual pone en evidencia que es un buen ejemplo en los medios masivos de comunicación que por políticas ha debido adaptar su estructura para el formato televisivo.

En lo que respecta a herramientas investigativas dentro del periodismo comunitario el programa Contacto en la Comunidad dista en la utilización de algunas de ellas. Es por ejemplo que en el siguiente cuadro se exponen cuales de ellas se aplican y cuáles no.

Cuadro N. 7. Herramientas Investigativas de Periodismo Comunitario en el Noticiero Contacto en la Comunidad

Herramientas Investigativas de Periodismo Comunitario en el Noticiero Contacto en la Comunidad			
#	Indicador	Aplica	No Aplica
1	Investigación Periodística	X	
2	Observación		
3	Informes Periodístico		X
4	Sondeos Abiertos		X
5	Conversaciones Ciudadanas		X

Elaborado por: Castillo, Paola

No todas las herramientas investigativas del periodismo comunitario son aplicadas en la realización del noticiero Contacto en la Comunidad principalmente porque no cuentan con el tiempo de transmisión necesario para hacerlo.

La investigación y la observación son claves no se puede sacar al aire noticias sin ser comprobadas, el equipo de investigación debe verificar la legalidad de las denuncias y los datos de los denunciantes además de enviar un equipo de observadores a la zona para que puedan constatar las condiciones de la misma.

En cuanto a las noticias respecta, una de las exigencias de los noticieros comunitarios es que éste es el formato más utilizado en la producción informativa, por ello la noticia debe contener una descripción detallada de lugares, hechos y acontecimientos. Debe estar situada según las dimensiones y en el caso del noticiero Contacto en la Comunidad no todas las dimensiones de la noticia son abordadas al momento de realizarlas.

Cuadro N. 7. Dimensiones de la Noticia Comunitaria en el Noticiero Contacto en la Comunidad

Dimensiones de la Noticia Comunitaria En el Noticiero Contacto en la Comunidad			
#	Indicador	Aplica	No Aplica
1	Dimensión Histórica	X	
2	Dimensión Geográfica	X	
3	Dimensión Social	X	

Elaborado por: Castillo, Paola

Las noticias expuestas en un noticiero comunitario son de varios tipos dependiendo de la información que se trate. Existen varias clasificaciones de la misma, en el noticiero Contacto en la Comunidad la mayoría corresponden a denuncias ciudadanas o peticiones comunales colectivas, para detallar a breve rasgo la cantidad se la expone en el siguiente cuadro.

Cuadro N. 8. Tipos de Noticias en el Noticiero Contacto en la Comunidad

Tipos de Noticias transmitidas en el Noticiero Contacto en la Comunidad				
#	Indicador	Mucho	Poco	Nada
1	Actividades Internas de Grupo		X	
2	Comunicados	X		
3	Acciones	X		

Elaborado por: Castillo, Paola

Con lo analizado se puede determinar que el noticiero Contacto en la Comunidad si es un noticiero de periodismo comunitario cuyo objetivo primordial es lograr la mayor participación ciudadana por parte de todos los miembros de la sociedad ejerza su actoría y generen acciones conjuntas en beneficio colectivo.

4.3. Comparación Analítica entre los programas DespiérTC y Contacto en la Comunidad

El siguiente ítem tiene como objetivo realizar una comparación entre los dos programas de periodismo comunitario para determinar de manera y sistemática semejanzas y diferencias entre los mismos de acuerdo a las categorías y conceptos analizados anteriormente.

Es así que, se comparará las características de periodismo comunitario que cumplen y cuáles no, herramientas investigativas, noticias, dimensiones, tipos y demás.

Cuadro N. 9. Matriz Informativa

MATRIZ INFORMATIVA					
Canal	Nombre del Noticiero	Horario de Transmisión	Presentadores	Reporteros	# de Segmentos
10	DespiérTC	6:00 - 6:45 a.m.	Ana María Suarez	Fabrizio Vela	7
			Santiago Naranjo	Fernando Ecurra	
8	Contacto en la Comunidad	8:00 – 8:30 a.m.	Dennise Molina	Andrea Marín	6
			Cristian Norris	Mario Guayasamín	

Elaborado por: Castillo, Paola

Cuadro N. 10. Características del Periodismo Comunitario

Características del Periodismo Comunitario					
#	DespiérTC		Indicador	Contacto en la Comunidad	
	Mucho	Poco		Poco	Mucho
1		X	Mirada Colectiva de la Sociedad		X
2		X	Garantiza Libertad de Pensamiento	X	
3		X	Incentiva la Participación Ciudadana		X
4		X	Prioriza la Discusión a través del Diálogo	X	
5	X		Ciudadano es Actor de Transformación		X
6	X		Ciudadano es Productor de Noticias		X
7	X		Sitúa los contextos en Interés Ciudadano		X
8	X		Noticias son sobre Interés Cotidiano		X
9	X		Prioriza Denuncias Ciudadanas		X
10	X		Realiza Seguimiento a las Denuncias		X

Elaborado por: Castillo, Paola

Cuadro N. 11. Herramientas Investigativas de Periodismo Comunitario

Herramientas Investigativas de Periodismo Comunitario					
#	DespiérTC		Indicador	Contacto en la Comunidad	
	Aplica	No Aplica		No Aplica	Aplica
1	X		Investigación Periodística		X
2	X		Observación		X
3		X	Informes Periodísticos	X	
4		X	Sondeos Abiertos	X	
5		X	Conversaciones Ciudadanas	X	

Elaborado por: Castillo, Paola

Cuadro N. 11. Dimensiones de la Noticia Comunitaria

Dimensiones de la Noticia Comunitaria					
	DespiérTC		Indicador	Contacto en la Comunidad	
#	Aplica	No Aplica		No Aplica	Aplica
1	X		Dimensión Histórica		X
2	X		Dimensión Geográfica		X
3		X	Dimensión Social		X

Elaborado por: Castillo, Paola**Cuadro N. 12.** Tipos de Noticias

Tipos de Noticias							
	DespiérTC			Indicador	Contacto en la Comunidad		
#	Mucho	Poco	Nada		Nada	Poco	Mucho
1			X	Actividades Internas de Grupo		X	
2	X			Comunicados			X
3	X			Acciones			X

Elaborado por: Castillo, Paola

Los programas DespiérTC y Contacto en la Comunidad a través de las características de periodismo comunitario desde la definición y realización del noticiero, son un ejemplo valido de aplicación de noticieros de periodismo comunitario en los grandes medios de comunicación. A continuación se exponen las conclusiones la presente disertación.

CONCLUSIONES

1.- DespiérTC representa un modelo de periodismo comunitario con un formato adaptado a los requerimientos de un medio masivo de comunicación. En lo que respecta a este género, el tratamiento de temas en el noticiero son noticias de interés para la comunidad y además de ser un espacio dedicado a la información de carácter cotidiano. Toma en cuenta las inquietudes y necesidades de los ciudadanos, aunque ellos/as no participan en su totalidad en la decisión de temas para tratar en las agendas diarias. Las personas de la comunidad son las que nutren de temas a la producción, pero es ella quien decide a que hecho tratarlo con prioridad. DespiérTC es una muestra de Periodismo Comunitario porque trabaja con una determinada localidad, en este caso la ciudad de Quito, con mayor cobertura debido a su nivel de audiencia a nivel provincial. Dista en algunas características del periodismo comunitario como en el trabajo con periodistas comunitarios especializados, la mayoría son reporteros que deben trabajar en otros informativos del canal y no pueden ser exclusivos del noticiero DespiérTC.

2.- DespiérTC es un noticiero de periodismo comunitario que tiene variaciones adaptadas al formato televisivo en medios masivos de comunicación. Su estructura corresponde a la tradicional. En cuanto a los elementos que lo conforman, ha implementado nuevos segmentos como: Clasificados, Motivación y Celebración de Cumpleaños los cuales representan propuestas nuevas dentro de los programas que realizan periodismo comunitario. El objetivo de crearlos es involucrar de manera más directa al público con el medio y hacerlo participe de su espacio. DespiérTC pretende constituirse en un programa de noticiero que toma en cuenta las acciones positivas de las comunidades, más que las negativas de las mismas para poder ser el reflejo de una sociedad que progresa y en la cual sus moradores toman las riendas de sus necesidades y peticiones para satisfacerlas con acciones conjuntas de ayuda comunitaria. DespiérTC es un noticiero que pretende ser el puente entre las autoridades municipales y los diversos barrios y colectivos de la ciudad para que éstos puedan a través de su intervención en el medio generar contacto con los gobiernos locales y dar solución a requerimientos colectivos. El noticiero se suma en algunas ocasiones a causas sociales o barriales de gran importancia demostrando con

ello su sentido de compromiso con la comunidad y su empeño de trabajo en la misma.

3.- El noticiero Contacto en la Comunidad es un ejemplo de periodismo comunitario porque las temáticas tratadas son de estricta naturaleza comunal. Informa sobre peticiones, denuncias y solicitudes que realizan los moradores de los diversos barrios de Quito. El periodismo comunitario que realiza tiene como objetivo motivar a la gente para que se involucre de manera más directa con el medio a través de una participación ciudadana más eficaz en donde el televidente determine los temas que desea tratar en la agenda. En cuanto a las características del periodismo comunitario, no cuenta con todas ellas puesto que no realiza sondeos de participación ni mesas de diálogo para discutir temas entre autoridades y moradores; es por la premura del tiempo en televisión, afirman los productores, si ofrecen sus micrófonos y la misma cantidad de tiempo para que escuchar las versiones de los 2 lados implicados. Contacto en la Comunidad es un ejemplo de periodismo comunitario que trata temas de una determinada localidad la ciudad de Quito. Procura ser un mediador entre autoridades locales y moradores para conseguir la efectiva ejecución de los recursos y dar solución a las necesidades de los ciudadanos en toda la urbe.

4.- El programa Contacto en la Comunidad es un noticiero de periodismo comunitario que conserva los parámetros tradicionales de los informativos televisivos en el Ecuador. Por cuanto transmite noticias y su estilo es todavía formal en comparación con otros programas de la misma línea. No tiene segmentos muy creativos ni variados dentro de su estructura. Está dirigido a un público de clase media y media alta hacia arriba, por ello su programación está enfocada a captar la atención de estos sectores. Es así como el segmento Contacto Virtual denota que el público que sigue al programa tiene cierto nivel de acceso al internet. Contacto en la Comunidad tiene como objetivo ofrecer un espacio dedicado al tratamiento exclusivo de temas de interés ciudadano como denuncias, peticiones colectivas y demás. Pretende ser un nuevo espacio en donde se conjuguen afectos, sentimientos y necesidades de la población. Todo ello para motivar la participación de la gente en Ecuavisa. El noticiero cuenta con un equipo de profesionales que mantienen contacto

permanente con los moradores de los diversos barrios de la capital para estar al día de las novedades en procesos o nuevas necesidades que puedan generarse en el día a día. La comunicación por contacto telefónico y a través de la comunicación por redes sociales, el noticiero constituye un espacio de participación continua para los ciudadanos en toda la urbe.

5.- Los programas DespiérTC y Contacto en la Comunidad son dos ejemplos de hibridación de noticieros de periodismo comunitario que han adaptado sus formatos de acuerdo a las estructuras de los medios masivos de comunicación. Nuevos segmentos han sido adecuados por las producciones para tornarlos más digeribles y frescos al público además de estar orientados a captar su atención y motivar su participación en los dos medios de comunicación. Los objetivos de los programas se centran en crear espacios destinados al tratamiento de información comunitaria y local en la ciudad de Quito. Sus noticias se enfocan en temas como denuncias, peticiones, consecución de obras, requerimientos seccionales y demás. Son mediadores entre las autoridades gubernamentales y municipales y los ciudadanos en los diferentes barrios. “Contacto en la Comunidad” y “DespiérTC” son dos noticieros muy distintos entre sí, el uno con una línea formal y el otro con un tono más sencillo y divertido pero los dos tienen como objetivo primordial motivar al televidente para que se involucre en temas ciudadanos de su interés y tome las riendas de la vida en la ciudad para que pueda construir ciudadanía.

RECOMENDACIONES

1.- El programa DespiérTC debe hacer lo posible por adaptar su formato a todas las características que tiene el periodismo comunitario que se aplica en los medios alternativos de comunicación. El trabajar con periodistas comunitarios pertenecientes a los diversos barrios de la ciudad podría garantizar información mucho más contextualizada y acorde a las necesidades de las poblaciones.

2.- El noticiero comunitario DespiérTC del canal 10 TC Televisión podría dirigir su información no solo a las clases más bajas de la población. Su estructura podría mejorar si a los segmentos se los carga con más información pero haciéndola sencilla. La participación de los ciudadanos podría ser mayor si crearan más canales y mecanismos de comunicación para que sean los moradores quienes opinen de manera directa que temas serán los cuales se tratarán en las agendas diarias del programa.

3.- Contacto en la Comunidad es un ejemplo de periodismo comunitario pero no cumple con todas las características del género. No realiza sondeos de opinión, mesas redondas ni trabaja confrontando las diversas posturas de un hecho o situación. A pesar de su intención de ser un espacio destinado al tratamiento de temas comunitarios es todavía muy tradicional en cuanto al estilo y estructura al momento de realizarlo. Debe ser un noticiero más fresco en donde el estilo y lenguaje utilizados sean más coloquiales para que el público se familiarice de mejor manera con el noticiero.

4.- Contacto en la Comunidad como noticiero de periodismo comunitario puede llamar más la atención del televidente si es que aplica un estilo más coloquial y sencillo, no tan personal en la transmisión de sus notas y conducción del programa. Es recomendable que se motive cada vez más a la participación ciudadana porque de allí radica la propuesta de temas para la agenda diaria.

5.- Los programas DespiérTC y Contacto en la Comunidad son dos ejemplos que muestran opciones híbridas de periodismo comunitario en los medios masivos de comunicación, estos han adaptado sus formatos para adecuarlos a las exigencias

ciudadanas. Pero deberían destinarse más tiempo para estos espacios y procurar reducir la publicidad porque el objetivo de un noticiero comunitario es ayudar a la gente en la resolución de sus necesidades no lucrar con la producción del noticiero.

LISTA DE REFERENCIAS

- Abad, G. (2011). *El Club de la Pelea. Gobierno y Medios, un entramado de fuerzas y debilidades*. Quito, Pichincha, Ecuador: Quipus.
- ALER. (Marzo de 2004). *Noticiero Popular. Manual de Capacitación N 4*. Quito, Pichincha, Ecuador: El Culebrón Timbal.
- Alfaro, R. M. (1897). *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra. Una experiencia de Educación Popular y Comunitaria con mujeres* (Segunda Edición 1988 ed.). Perú: Tarea.
- Ayala, A. (Diciembre de 1996). "Periodismo Comunitario: nuevo nombre para antiguos conceptos". *Revista Chasquis*(56), 13 - 16.
- Caraballo, A. (Julio de 2011). *Periodismo Comunitario*. Caracas.
- Ceballos, C. (2003). Imaginarse un periodismo diferente y posible. *Revista de Comunicación*(23), 25 - 36.
- CEDAL. (2005). *Voces Soberanas. Experiencias de Periodismo Comunitario*. Centro de Comunicación Educativa Audiovisual.
- CIESPAL y OEA. (1886). *Voces Soberanas*. Quito.
- *Comunicación Alternativa*. (2012). Recuperado el 5 de junio de 2012, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/305/4/Capitulo2.pdf>
- *Ecuavisa* . (2012). Recuperado el 7 de Julio de 2012, de Contacto en la Comunidad: <http://www.ecuavisa.com/entretenimiento-1/28878-contacto-en-la-comunidad...>
- *Escuela Latinoamericana*. (2012). Recuperado el 10 de Junio de 2012, de <http://escuelalatinamericana.blogspot.es/i2009-06/>
- *Expresiones* . *Acceso 7 julio 2012*. (2012). Recuperado el 7 de Julio de 2012, de Noticias y Humor en DespiérTC: <http://www.expresiones.ec/ediciones/2011/03/11/tele/noticias-y-humor-en-despiertc/>

- Falcón, & Herrera. (2005). *Análisis del alto Estadístico*. Caracas, Venezuela: Universidad Bolivariana de Venezuela.
- Geerts, A. (1986). La Noticia Popular. *Manual de Capacitación # 4, Marzo 1992*. Quito, Pichincha, Ecuador: ALER.
- Guayasamín, M. (20 de Octubre de 2012). Periodismo Comunitario. *Contacto en la Comunidad*. (P. Castillo Hidrovo, Entrevistador) Ecuavisa 8. Quito.
- Gutiérrez, A. (1982). *Curso de Técnicas de Investigación y Metodología del Estudio* (Sexta 2002 ed.). Quito, Pichincha, Ecuador: Serie Didáctica A.G.
- Iza, F. (13 de Enero de 2012). Televisión Comunitaria. *Canal Integrador del Valle Youtube*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Krohling Perruzo, C. (Diciembre de 2008). Aproximaciones entre la Comunicación Popular y Comunitaria en la Prensa Alternativa en Brasil en la Era del Ciberespacio. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*(5), 122 - 125.
- Langer, J. (2000). *La Televisión Sensacionalista*. España: Paidós.
- León, R. (2010). Voces Ciudadanas: una opción de periodismo público y ciudadanización democrática. *Revista Diálogos de la Comunicación*(57), 39 - 48.
- Martínez, S. (28 de noviembre de 2012). Periodismo Comunitario. (P. Castillo Hidrovo, Entrevistador)
- Merino, J. (Diciembre de 1988). Comunicación Popular, Alternativa y Participativa. *Manuales Didácticos CIESPAL*. Quito, Pichincha, Ecuador: Quipus.
- Naranjo, S. (8 de Noviembre de 2012). Periodismo Comunitario . *Noticiero Comunitario DespiéTC*. (P. Castillo Hidrovo, Entrevistador) TC Televisión 10. Quito.

- Palacios, J. (28 de Noviembre de 2012). Periodismo Comunitario en Medios Masivos de Comunicación. (P. Castillo Hidrovo, Entrevistador) Quito, Pichincha, Ecuador.
- Pazmiño, I. (1997). *Metodología de la Investigación Científica*. Quito, Pichincha, Ecuador: Fuentes.
- Puente, S., & Grassau, D. (Junio de 2011). Periodismo Ciudadano: dos términos contradictorios. La experiencia chilena según sus protagonistas. *Revista Palabra Clave*(1), 137 - 155.
- Urribarí, R., & Díaz, C. (Junio de 2009). De los medios alternativos al Periodismo Ciudadano. *Revista de Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*(148), 68 - 77.
- Valqui, C., & Pastor, C. (2009). *Capital, Poder y Medios de Comunicación*. Perú: Universidad Privada Antonio Guillermo Urello.
- Valvueda, S. (2012). *Por un periodismo comunitario*. Recuperado el 20 de Junio de 2012, de http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198655_5-14.pdf.

ANEXOS

ENTREVISTA JOHANNA PALACIOS

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA

(ALER)

1.- ¿Qué es Periodismo Comunitario?

Más allá del Periodismo Comunitario que es la comunicación alternativa y comunitaria es la comunicación que se basa en las necesidades de las poblaciones y de su gente, en la cotidianidad. Es una herramienta de enlace y que da vida a la comunidad para canalizar sus inquietudes y necesidades, eso sería la comunicación y un medio alternativo que basa sus agendas noticiosas y en general la programación de toda su radio en las necesidades de la comunidad.

2.- ¿Qué es un Noticiero Comunitario?

Bueno un noticiero comunitario es aquel que construye su agenda a través del medio canalizador por el cual se expresen necesidades e inquietudes en donde se privilegia lo local y en base a eso puedes construir una agenda nacional.

3.- ¿Cómo se realiza un noticiero comunitario?

Yo te puedo hablar específicamente del caso de ALER y cómo trabajan sus radios. Por decir Radio Latacunga, hacen reportería comunitaria o sea van a los lugares en donde están las mayores problemáticas que son el corazón de las necesidades de la gente. La misma gente de la comunidad es quien hace la reportería, no es como por ejemplo en nuestro caso de las radios comerciales en donde lo hace alguien que salió de la universidad y golpea la puerta para buscar un puesto de trabajo. Muchos comunicadores comunitarios en el Ecuador fueron y son personas que al contar con un medio propio y comunitario, ellos se convierten en los portavoces y van a los lugares en donde se suscitan los problemas que la comunidad necesita resolver y se convierten en esa voz para canalizar a los medios que puedan ayudar.

4.- ¿Cómo se seleccionan los temas en la agenda de los medios comunitarios?

Como te decía en base a lo que es la necesidad propia de la zona, por ejemplo, en el invierno en Colta ay inundaciones y se dañan los caminos y los campesinos no pueden transportar su cosecha a la ciudad para comercializarla. Entonces ese es un tema central porque no solamente es que no pudiste llevar tu carga porque se te hecha a perder, sino que eso afecta a a toda la comunidad en la que tu vives. Si el camino está dañado y no puedes sacar tu cosecha, primero en el intento de cruzar por aquel camino maltrecho los animalitos se pueden morir o herir, segundo tu pierdes tu cosecha, tercero el comercio de la comunidad no se dinamiza y empieza a haber escasez en la gente porque el camino está dañado. Eso es un tema central, lo que es el corazón de la comunidad que eso es a lo que le tienes que dar prioridad porque en el mismo tiempo que hay ese problema en Colta a nivel central, nacional, internacional puede ser como las elecciones nacionales, eso para una radio comunitaria puede ser importante pero aún más importante es que estamos en invierno, que los caminos se dañan y que las comunidades ve bloqueada su cotidianidad y su modo de sustento por ese daño de ese camino vecinal.

5.- Entonces en las agendas de los medios comunitarios, ¿Se prioriza la problemática más cercana hacia las personas?

Exacto, tú lo has dicho, yo no lo pude haber dicho mejor. Se prioriza la problemática más cercana que afecta a la comunidad.

6.- ¿Consideras tú que los medios comerciales realizan periodismo comunitario?

Lo que denominan como sus franjas comunitarias, para mí son un intento burdo de decir que están en la comunidad. Muchos noticieros no puedo decir que todos pero utilizan eso como para sacar a los grupos vulnerables y dar lástima y hacer show de eso. El periodismo comunitario como te digo es hacer visible las cosas que afectan a la comunidad, hacerlo visible a toda la zona. Y por ejemplo, ahora que muchas radios tienen su señal por steaming, por internet esto ya se proyecta a nivel no solo local sino nacional y se puede canalizar y dar respuesta a esos problemas de manera más rápida. En cambio los noticieros que tienen sus franjas de comunidad te sacan a personas que dicen “ay no ya estoy cansada de los baches en las vías” o “el gobierno no me hace caso, yo estoy buscando trabajo” esa no la idea. La idea es como te decía que si es que existe un daño en un camino vecinal que está afectando a toda la

comunidad hacer un llamado al alcalde, al prefecto y poner manos a la obra para que el gobierno lo resuelva y cuando no lo hace las comunidades pequeñas necesitan ayuda y ellos mismos se ponen manos a la obra y resuelven si no es definitivamente al menos momentáneamente debemos seguir con nuestro ritmo de vida normal, no se puede bloquear por el mal tiempo pero si se necesita ayuda estatal de la institución a la que le compete.

7.- ¿Consideras que no se aplica ninguna característica de lo que es el Periodismo Comunitario en los medios comerciales?

No, en realidad que no porque muchos de esos reporteros que hacen estas franjas son caras de televisión que no saben lo que es andar por los caminos de la Sierra enlodados por ejemplo, no saben lo que es transitar por las montañas con las condiciones adversas o como te decía con la comunidad que trata de llevar su cultivo y no poderlo hacer. Son personas que en muchos casos, no en todos porque no se puede generalizar, no saben eso, solo sonrían y ya y además que si fuera serio el intento por hacer reportajes o segmentos de comunidad reales no le darían por ejemplo cuarto de hora en donde no haces nada, entonces entre que te gritan que sales al aire y que te comuniqués con los estudios centrales en Quito ya pierdes un montón de tiempo y no sé si tú te has dado cuenta pero generalmente los reporteros de comunidad están parados y le dicen a la señora “dígame que problema tiene”, le acercan el micrófono, la persona se explaya quejándose, porque la gente utiliza ese medio para quejarse la mayoría del tiempo y ven que ya se les acabaron los 5 minutos que tienen en pantalla, regresan el micrófono y les dejan hablando solos y dicen hasta luego. Entonces no existe un planteamiento del problema, un planteamiento de una posibilidad de poder arreglar el problema, no hay nada. Muchas veces la gente se contradice y los reporteros no están preparados para eso, la gente muchas veces se queja, luego agradece o al revés. La gente aprovecha el espacio para quejarse ni siquiera para denunciar. Pueden haber habido espacios en los cuales esos episodios pueden haber servido para algo muy visible que no requiera mucho análisis o profundidad porque la comunicación de ahora es tan flash, tan segmentada que no tiene contenido lo de la comunicación comercial. Entonces para esas cosas puntuales que ya son visibles, que nadie se puede apersonar del tema, es ay cuando estos segmentos quizás tengan alguna validez para replicar más que para hacer visible algo que ya todos saben.

8.- Cuál debería ser el verdadero papel de un periodista comunitario?

En primero el verdadero periodista comunitario, en el caso de las verdaderas radios comunitarias debe ser alguien de la zona y como alguien de la zona no solamente que conoce a la población sino que sabrá conducir el sentido o necesidad del pueblo, porque como te digo los reporteros de los noticieros si por ejemplo te mandan a Luluncoto y si ellos viven en el Quito Tennis que pueden saber, no conocen la realidad. Un periodista de la comunidad como les dicen en los medios comerciales debe ser de la zona para que pueda entender la problemática, por qué está ahí, qué es lo que siente la gente y para él poder ser a su vez un facilitador de que las personas a las que está entrevistando puedan expresar bien lo que requieren, para que lo que salen en la radio o en televisión, pero no. Como te digo son solo cromos instantáneos y los noticieros de la comunidad de los medios comerciales son solo para decir yo estoy cerca de la comunidad pero no juegan ningún papel real comunitario.

ENTREVISTA MARIO GUAYASAMIN

COMUNICADOR SOCIAL - PERIODISTA

PROGRAMA “CONTACTO EN LA COMUNIDAD”

1.- ¿Qué significa para usted Periodismo Comunitario?

El Periodismo Comunitario está basado estrictamente en un cambio de esquemas que tienen que ver con la elaboración de noticias, los mismos formatos principalmente tiene un origen que es dentro de la misma comunidad, de organizaciones sociales que se han reunido pues generan un espacio primero de información luego de opinión y distribución de información precisamente para generar un empoderamiento de ellos, de la comunidad dentro de diferentes espacios de poder en gobiernos locales, parroquiales o en cada una de las jurisdicciones a las cuales ellos pertenecen.

Yo si quisiera ser claro en ese sentido, el Periodismo o la Comunicación Comunitaria es una la que se ejerce y surge dentro de las mismas comunidades y organizaciones sociales para un determinado grupo, no quiere decir que sean elitistas pero si tienen un límite que abarca específicamente a esas comunidades para generar información, para reproducir información que viene desde fuera y también para generar espacios en donde esas organizaciones, esas comunidades puedan tener la oportunidad de ser escuchadas por la autoridad insistiendo en el punto que le había manifestado originalmente que es el tema del empoderamiento dentro de grupos de poder como son gobiernos locales, gobiernos parroquiales.

Eso es para mi forma de ver, un mecanismo de comunicación y de Periodismo Comunitario que dista mucho, está muy lejos de lo que nosotros hacemos. Lo que nosotros hacemos es, la recopilación y difusión de noticias de carácter local. Nos acercamos en determinado momento a la Comunicación y el Periodismo Comunitario porque son las mismas organizaciones de barrios, las mismas organizaciones sociales, los mismos barrios los que nos invitan para ellos tener un espacio dentro de los medios de comunicación masiva para poder ser escuchados.

Pero, la Comunicación y el Periodismo Comunitario es mucho más amplio, tiene un profundo sentido de identidad. Yo creo que dentro de los ejemplos de América Latina, Ecuador ha dado buenos ejemplos de comunicación comunitaria porque se han generado espacios de opinión, de elaboración de información que han servido de

ejemplo para muchas organizaciones a nivel nacional. A mi me parece que si de algo debemos ponernos muy orgullosos es de este tipo de comunicación de Periodismo Comunitario que de alguna manera ha fortalecido la identidad de comunidades indígenas, de base, cristianas, que han trabajado el Periodismo Comunitario. Organizaciones sociales, barriales.

2.- El Programa Contacto en la Comunidad ¿Es un Noticiero de Periodismo Comunitario o cuál es su propuesta informativa?

En el tema de contacto en la comunidad tiene una relación, se acerca al trabajo del periodismo comunitario porque nosotros tomamos contacto con estas organizaciones visibilizamos su trabajo, pero de ninguna manera podríamos asumirlo como periodismo comunitario porque no estamos nosotros representando a organizaciones sociales, a comunidades de base o a otro tipo de estructuras, más bien esta es una empresa que está trabajando, ahí se evidencia la primera distancia. Segundo nosotros tenemos un segmento que establece contacto con las comunidades pero no estamos trabajando permanentemente con una determinada, esa es la segunda diferencia. La tercera diferencia es que nosotros lo único que hacemos es establecer articulaciones con los trabajos que hacen las organizaciones de base con periodismo comunitario, nosotros visibilizamos, servimos como un reproductor de todo este tipo de trabajo porque esa es nuestra tarea.

En determinado momento el denominador común puede ser que nosotros fomentamos estas experiencias en otros barrios y tomamos en cuenta la posibilidad de que en algún momento ellos puedan desarrollar estas experiencias, estos productos. Lo otro es que nosotros somos un noticiero de información local que lo hemos cambiado de esquema, le hemos dado un cambio bastante fuerte que ventajosamente nos ha funcionado y que otras empresas de comunicación han acogido de muy buena manera y lo han reproducido. Yo no tengo porque molestarme cuando alguien me dice que copió determinado canal lo que están haciendo de noticias locales. Está bien porque nosotros planteamos una propuesta que funcionó y cuando eso funciona empieza a reproducirse y eso es bueno. Pero si existe una distancia, nos diferenciamos de alguna manera pero de tratamos de mantener una articulación con el trabajo de periodismo comunitario.

3.- En su experiencia como reportero con la comunidad, ¿Qué cualidades deben caracterizar a un reportero comunitario?

La característica principal de un periodista de un reportero comunitario es que debe ser muy comprometido, no solo en el periodismo comunitario en cualquier rama del periodismo el perfil es sensibilidad, compromiso y trabajo. El nuestro es un trabajo que genera muchos espacios de simpatía, también genera espacios donde hay muchos detractores en donde uno por decirlo de manera más sencilla se gana enemigos de donde no tiene idea. Entonces de alguna manera esto si es un compromiso es la primera característica. Compromiso porque primero debe establecer un nivel de relación con la comunidad a la cual va a representar, como yo les había explicado el periodismo comunitario representa a una organización que exige compromiso. Este tema del compromiso implica que usted esté trabajando permanentemente buscando información y sobre todo en el tema de comunicación ser muy imaginativo. El compromiso debe ser yo siempre voy a estar con ustedes, que sea imaginativo que tenga la posibilidad de reinventar la información, de generar espacios comunicacionales que valgan la pena, que golpeen y llamen la atención, porque lo otro se puede convertir en algo muy burocrático pero el tema es que el compromiso va de la mano del reportero comunitario, de cualquier reportero. Se ha dicho que el periodismo es el oficio más bonito del mundo y todas estas cuestiones para también ay que señalar q es uno de los oficios más comprometidos que exige sencillez porque mucha gente que porque carga un micrófono o habla en una radio, porque aparece en un canal de televisión es superior al resto de personas y eso no debe ocurrir. Yo he sido siempre un crítico, un objetor de ese tipo de periodismo que cree que una cámara nos pone en una situación especial, nos pone en una situación especial pero no por encima ni por debajo de nadie y precisamente por eso es que las autoridades en los últimos tiempos se tomaron de estas circunstancias y con razón han objetado y cuestionado el trabajo de los periodistas. En determinado momento el periodista se siente juez, se siente el conductor, el líder y su trabajo tienen que asumirlo con sencillez y reflejando lo que la gente quiere decir.

Escuchar la voz del pueblo es romper con las agendas, no tenemos por qué dar prioridad a las autoridades, los vecinos o las autoridades todas están en igualdad de condiciones y cuando tienen el deseo de debatir lo hacen de una forma igualitaria y para eso se necesitan compromiso, sencillez y cierta voluntad de trabajo. Al

principio el tema del trabajo comunitario no es fácil porque las plazas de trabajo son reducidas. Ésta es una de las profesiones que exige niveles de sacrificio. El gusto y la gana de aprender son cosas de todos los días. El trabajar, comprometerse, ser imaginativo. Lo único que nos hace diferentes es cuan imaginativos somos.

4.- En cuanto a producción, ¿cómo se realiza el Programa Contacto en la Comunidad?

Aquí ay un equipo que está trabajando permanentemente, apoya y aporta con información porque nosotros hacemos un tipo de comunicación muy abierta en donde invitamos a los vecinos que se comuniquen con nosotros y ha sido eso la efectividad. Ponemos a disposición de ellos lo que son correos electrónicos, direcciones virtuales, cuentas de twitter, cuentas de facebook, entonces ellos nos están alimentando, nos proveen permanentemente de inquietudes. Si nos cuentan una problemática yo me ocupo una parte del día a responder lo que son denuncias a través de redes sociales. Por lo general yo leo la denuncia y les digo que me llamen para que me cuenten cual es el problema, ellos me contactan, nos ponemos de acuerdo, hacemos la visita. A parte de eso ay otro equipo que está permanentemente agendando lo que son cuestiones oficiales y el mismo equipo se ocupa de hacer temas específicos como los pasos peatonales en mal estado, se trabaja sobre temas de coyuntura principalmente. De lo que yo me encargo directamente es de trabajar sobre el tema de la visita de barrios, yo armo mi propia agenda con una compañera, estoy en contacto con ellos, defino los días de visita y todas esas cuestiones.

5.- ¿Cuántas secciones tiene el programa Contacto en la Comunidad?

Ahora ha variado un poco, el inicio es con noticias locales no de la comunidad, con locales me refiero a noticias de lo que ha pasado en Quito específicamente. Las noticias locales se realizan con salidas en directo en los barrios en el lugar que hayamos escogido, ay se presentan un reportaje sobre el barrio visitado y termina el enlace.

Ay un saludo de los presentadores. Uno de los segmentos es Felix pregunta que es un reportaje que prepara Felix Narvaez sobre temas un coyuntura, historia, o cuestiones curiosas, es una agenda que él mismo la prepara y que en cierto modo está fuera de nuestras agendas. Luego viene el segmento de nosotros en donde preparamos una salida con barrios en función del perfil que yo le había dicho y aparte de eso hacemos

una salida en donde leemos la mayoría o la cantidad de mensajes que nos envían los vecinos a las redes sociales y posteriormente tenemos una llamada telefónica desde el sitio en donde los vecinos se comunican para tratar temas. Esa es la pauta para el noticiero. Ahí se da cuenta de que dista mucho de lo que es el Periodismo Comunitario que tiene y exige otra estructura y que no tiene mayormente que ver con lo que estamos haciendo.

6.- En las salidas que ustedes hacen en los barrios, ¿Cuál es el objetivo de éstas?

Bueno el objetivo es que se cumpla para la cual nosotros trabajamos que es “que se escuche la voz de los vecinos”. Los vecinos tienen mucho que hablar, generan la noticia. Ellos plantean sus propias soluciones, no solo nos dedicamos al tema de las quejas sino también hablamos sobre cuestiones positivas de los barrios, hablamos sobre los vecinos en relación a actividades comunitarias, en definitiva, sobre los que los vecinos nos pidan o quieran hablar pues nosotros estamos dispuestos para hacerlo.

7.- En cuanto a la selección de temas para la agenda diaria, ¿Cómo se la realiza?

Bueno la selección es a través del contacto permanente que yo mantengo con los vecinos a través de las redes sociales. Aquí el tema de las redes sociales es clave, yo trabajo permanentemente con eso y de alguna manera es lo que me provee de información, claro que ay algunos casos en los cuales los vecinos ya cuentan con mi número de teléfono y me están llamando o en otros casos me mandan mensajes, la agenda la voy elaborando yo y no tiene ningún perfil determinado que diga esto debe reunir. Aunque el único requisito que podemos decirlo así que se prevee para éste tipo de contactos es que sea de interés colectivo, que implique a varias familias y que sea tratamiento de cuestiones de barrio pero que no sean aspectos individuales es lo que nosotros solicitamos, es un poco el protocolo pero de ahí nosotros agendamos sin norma ni requisito previo.

8.- Podemos decir entonces que la ciudadanía tiene algún tipo de influencia en la creación de la agenda?

Mucha, yo quisiera decir que la agenda la ponen los vecinos. Nosotros estamos muy a la espera de lo que ellos nos pueden comentar. Son ellos los que nos ponen las agendas y si algún momento los vecinos nos dejan de llamar o escribir, si no piden

visita, si no proponen los temas prácticamente nosotros no tenemos nada que hacer, entonces esa es la razón de ser del segmento.

9.- Considera usted que ¿El público ha retomado cierto protagonismo en los medios masivos a través del Programa Contacto en la Comunidad?

Si bastante, ellos han generado un nivel de influencia bastante grande a nivel de programa y yo creo que muchas personas me han dicho a mi que nos han copiado otros canales y no tiene por qué molestarme porque de alguna manera los vecinos no tienen siempre la vía de Ecuavisa para contar sus problemas, existe otra vía y eso es bonito, que la gente quiera que los escuchen, en muchos casos la gente nos ha dicho “vecino no importa que no nos solucionen, pero ya alguien nos escuchó, nos puso atención y déjeme decirle que para nosotros eso es un logro y es el leitmotiv que nos mueve para que nosotros podamos contar con estos espacios en donde la gente pueda hablar. Si ellos se sienten identificados, nosotros nos sentimos satisfechos.

10.- Una de las características del Periodismo Comunitario es la participación comunitaria ¿Cómo se evidencia ésta participación en el programa y bajo que modalidades?

Bueno la principal modalidad es que ellos tienen la posibilidad de comunicarse con nosotros y además ellos por ejemplo son los encargados de organizar a los vecinos cuando nosotros vamos a hacer una visita, ellos están pendientes y organizan, convocan, están organizando los temas que se van a reportar. Son los más interesados en visibilizar algunos aspectos de su barrio. Entonces eso demuestra una gran participación de ellos, aparte de eso gran compromiso y están pendientes del seguimiento que les demos. Ellos nos llaman y nos dicen que están a la espera de nuestro regreso, entonces ay ese nivel de involucramiento de los vecinos para que ellos se involucren en ese proceso.

11.- ¿Considera que las denuncias que realizan los vecinos generan un verdadero espacio de participación de la ciudadanía en los medios?

Como le explicaba antes, no solo tratamos el tema de denuncias, hemos hecho otros trabajos, hemos tenido experiencias en el tema de la radio comunitaria, eso demuestra y pudimos visibilizar el nivel de participación de la ciudadanía. Hemos hecho cuestiones muy lindas por ejemplo cuando con un grupo de madres del barrio

Martha Bucaram hicimos un colecta de reciclaje, esa participación estuvo ahí mucho tiempo, lo que nosotros hicimos es visibilizar, ponernos en escena. Hay otras experiencias de los huertos urbanos que hemos visibilizado con madres que están dedicadas a la agricultura urbana, en definitiva una serie de cosas que muestran iniciativa y participación y lo único que nosotros hicimos es mostrar cosas que están ocurriendo en la ciudad y que muchas personas no las conocen y hacen que de alguna manera se interesen, ese es el nivel de participación que nosotros les podemos ofrecer.

12.- Ustedes en el programa muestran aspectos positivos que genera la ciudadanía, pero retomando un poco el tema de las denuncias estas se realizan pero ¿Todas ellas tienen respuesta?

En algunos caso no, lo que queda es solo la denuncia. En otros casos pues si nos ha dado mucho gusto que obras que han pedido los vecinos han terminado porque ellos les han puesto mucho empeño y de alguna manera han propiciado a que esto se realice.

En otros casos nos ha tocado la tarea de permanentemente de estar en reclamos sacando reiteradas veces el mismo tema precisamente porque son obras de grandes magnitudes. Por ejemplo ahora estamos nosotros haciendo un seguimiento permanente del tema de un paso peatonal en la Av. Simón Bolívar que está a punto de caerse, hemos salido varias veces de ese sector y hasta ahora no tenemos respuesta. En la mayoría de los casos hemos tenido respuesta, en otros casos todavía las cosas están pendientes.

13.- En cuanto a las noticias que ustedes transmiten, ¿Todas ellas tienen un seguimiento? Y en caso de no ser así ¿A qué tipo de noticias se prioriza el seguimiento?

La mayoría de noticias tienen seguimiento, no existe una prelación para decir estas tienen seguimiento estas no. En algunos casos si no ha habido seguimiento es porque los mismos vecinos lo han dejado, es un trabajo compartido, un compromiso en donde mientras los vecinos estén a la expectativa de darles seguimiento y nosotros también pues la cosa fluye. Pero si dejan abandonado el tema entonces ahí si poco o nada es lo que nosotros podemos seguir haciendo.

14.- ¿Cuál es su valoración en cuanto a estos espacios como Contacto en la Comunidad que se generan para dar voz a las comunidades y a la ciudadanía en general?

Bueno como valoración yo le digo que son muy importantes, tienen un peso bastante fuerte para que los vecinos puedan expresarse. Hace falta ir cambiando también ciertos esquemas en el proceso de elaboración de noticias. Eso tiene ya otra dinámica, pero creo que se ha generado un espacio para que se cambie el concepto de noticiero de la comunidad. Acá los noticieros de la comunidad o noticieros locales eran realizados por las personas que recién empezaban sus carreras, eran los rellenos de los noticieros. De alguna manera lo que se cambió es esa visión de los noticieros para convertirse en programas importantes de muy buena sintonía. Nosotros en cierto momento obtuvimos una sintonía mayor de la que tenían los noticieros estelares en el mismo canal, entonces en números o por donde se quiera verlos dieron resultado y tuvieron su efecto.

Lo que pasa ahora es que el noticiero de la comunidad exige una dinámica propia, no es necesario aplicar esquemas tradicionales a estos noticieros porque tienen un concepto totalmente dinámico y aparte de ello exigen una reinvención. Si un noticiero permanece tal cual empezó está condenado a morir. Cuando un noticiero de la comunidad empieza a perder esa esencia, esa magia de sorprender, está condenado al fracaso.

ENTREVISTA SAMUEL MARTÍNEZ

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA (ALER)

1.-¿Cómo se realiza un Noticiero Comunitario?

En y con la comunidad, el reportero popular o comunitario, el periodista comunitario aunque el término no existe en general. Existen ciertas características importantes como que son personas que conocen de primera mano la realidad de la comunidad y de la localidad, se posicionan desde la gente.

2.-¿Cuáles son las características del Periodista Comunitario?

Es una persona que se prepara periodísticamente para analizar, para tener criterio de mirar las noticias desde otro ángulo. Para analizar, desmenuzar, objetivar la información y presentar otros enfoques. El periodista comunitario recorre la comunidad, lleva el micrófono, presenta los temas que interesan a la comunidad.

3.-¿El Periodista Comunitario puede ser un profesional de la comunicación o algún miembro de la comunidad que se prepara para transmitir noticias?

Puede ser cualquiera de los 2 incluso una tercera, puede ser una persona que hace comunicación porque es una potestad y hasta una necesidad de todos y todas porque todos somos comunicadores. La diferencia está en el uso o el canal y ver que características tienen para usarlas apropiadamente. Los estudios te dan una base importante para ciertas cosas pero se debe tener un sentido común. Un buen comunicador tiene un gran sentido común, mucha capacidad de escuchar, tiene capacidad retórica pero básicamente tiene oído y sentido común y esas dos cosas alcanzan para hacer comunicación.

4.-¿Podríamos decir que el Periodismo Comunitario es una manera de acercar a la gente a los medios de comunicación y dar voz a quienes no tiene voz?

Yo no creo que sea acercar a la gente a los medios sino acercar los medios a la gente. Es para que la gente sea protagonista de las noticias sino para que se pueda informar,

hacer conocer a todos en general lo que pasa en estos sectores de la sociedad. En ese sentido si es darle voz pero los medios no tiene mayor interés hacia éstos recursos.

5.-¿Consideras que el Periodismo Comunitario está tomando más importancia que el Periodismo Tradicional?

No creo que sea más importante que el Periodismo Tradicional, creo que está tomando más importancia que antes, incluso las propias universidades, la propia academia debe pensar profundamente para crear criterios distintos a esos. Pero creo que la gente se sigue formando para hacer televisión, radio o prensa de lo q conoce, de lo que ve en la tele. Ésta otra faceta de la comunicación para mi sigue todavía muy invisibilizada, me parece que empieza a ver coyunturas más favorables, como por ejemplo Argentina tiene una nueva Ley de Comunicación que es muy importante y sienta las bases para otros parecidos quizás en otros países pero tiene la particularidad de que busca una equidad diferente en cuanto al acceso a los medios, a la concesión de frecuencias, con esto de otorgar un 30% para los medios comunitarios ay otra apertura, otra mirada, otra intención de lo que digamos son los medios, porque ellos no son servicios para la comunidad sino un negocio de unos pocos entonces eso empieza a suceder. Pero me parece que no hacen mucha conciencia los comunicadores de lo que debe ser y de que un gobierno progresista debe plantear una comunicación diferente. Osea no nace de que los periodistas formen su información, en general se está haciendo una comunicación con otras características. Ay excepciones indudables por su puesto pero no es el común, osea seguro que no es más que lo comercial digamos.

6.- ¿Tú consideras que el periodismo en los grandes medios nace como algo comercial, crees que está bien aplicar el periodismo comunitario en los grandes medios o es solo una estrategia comercial?

Creo que por ejemplo esos espacios comunitarios que aparecen en los grandes medios si tienen una intención de servicio más que otros espacios, incluso más q las noticias que son evidentemente direccionadas. Pero aún así me parece que son muy limitados también osea, estamos hablando de que se tratan estos espacios comunitarios si básicamente va la comunidad y se queja por un tema de un basurero o porque la gente saca la basura, por una calle rota, por alcantarillado, me parece que es lo que más se acerca de los grandes medios a un servicio comunitario, es lo más

cercano que ay. Medios me parece que radios dos o tres, pero si quieres un servicio la intención que hace el marketing del medio, los medios comerciales no tienen ninguna intención de servicio, su objetivo es ganar dinero y en todo caso servir a ciertos sectores que aportan dinero entonces ay que sospechar y preguntarse, para mí es marketing social que dice “éste medio está interesante, está al servicio social” pero hacen un segmento dentro del programa que significa un segmento dentro de la programación, por eso, no es una actitud del medio, no es un planteo de servicio del medio, es apenas una pequeña cosilla que llama la atención a las autoridades sobre todo locales en este caso sobre ciertas situaciones que están generando malestar. Pero no sirve como un planteo del medio al servicio de la comunidad. No está al servicio de la comunidad, de hecho es el medio el que elige que problema va a mostrar y el que va a mostrar es aquel que sea más impactante, lo que sea más importante, van a buscar lo que les reditúen mejor, las cosas polémicas, amarillas, violentas en fin, lo que causa atención, esas cosas son las que se muestran como servicio a la comunidad. Si hicieran un verdadero servicio a la comunidad dejarían que la gente denuncie cosas serias, temas importantes como la salud, temas financieros, cosas más profundas.

7.- ¿En cuánto al tema de selección de temas que se van a tratar en un noticiero, en los medios alternativos lo decide quién...¿la gente junto con las personas que realizan el programa o cómo se realiza la selección de temas?

No, eso depende de cada medio, esto funciona como una sala de prensa tradicional si quieres simplemente con criterios diferentes, yo estuve presente en la Radio Sucumbios un tiempo y ahí la cosa era poner todos los días en un pizarrón los temas trascendentes de la jornada, se reparte el trabajo y se hace, entonces creo que básicamente se trata de los criterios de los comunicadores populares los que hacen la producción sobre todo del noticiero pero son criterios diferentes a los de otros periodistas porque como te decía ay gente que está muy vinculada a la comunidad, muy cercana, sabe lo que pasa, conoce lo que piensa la gente entonces puede brindar información y posturas similares desde la propia comunidad, sabe que preguntar, pero normalmente imperan los criterios del medio. Después llega la gente con un tema y te dicen.

8.- ¿Si se trata de un hecho muy importante, la gente tiene derecho de participar en el tratamiento del mismo?

La gente asume el medio comunitario como propio, eso es una gran diferencia con los medios comerciales de comunicación. El periodismo comunitario está al servicio de, y la gente lo sabe.

9.- Los medios comerciales tienen segmentos en donde la gente puede participar pero no se identifican en sí con el medio?

La gente lo usa como una denuncia, lo aprovecha de esa manera pero si va un medio comercial cualquiera sé que van los canales más importantes a nivel nacional t lo que dice en esos noticieros aunque no sea importante trasciende o por lo menos son escuchados por los poderes políticos, entonces sirven para denunciar lo que está pasando, pero ese fin no quiere decir que lo sienta mío, que me sienta parte de eso ni mucho menos, al contrario creo que lo sienten bien lejano pero que aprovechan estos programas para visibilizar los temas que le interesan.

ENTREVISTA SANTIAGO NARANJO

ACTOR

PROGRAMA DESPIÉRTC

1.-¿Qué significa para usted Periodismo Comunitario?

Bueno partamos de la base de que yo no soy periodista, yo soy comunicador social porque soy actor, graduado de la gloriosa central. Y me he inmiscuido en la comunidad alrededor de unos 12 años. Y que yo hago es tratar de aprovechar el medio de comunicación en el cual yo trabajo y comencé en Ecuavisa realizando esto y ahora tengo ya 5 años en TC. Entonces lo que yo hago es tratar de comunicar lo que pide la gente de la comunidad justamente, el pueblo digamos, sin resultar muy político. Con la autoridad de paso, el organismo de turno, la autoridad gubernamental. Por ejemplo, si un barrio pide algo entonces voy a la administración zonal, reviso si el barrio es legal. Mis pedidos son justamente comunitarios, yo no hago pedidos individuales. Investigo de alguna manera esos sitios por eso cuando hago una denuncia siempre veo los dos lados, el que denuncia, qué está pasando y cosas así, poco a poco me he ido inmiscuyendo en esto que es el periodismo pero ya te digo yo parto en hacer una misión que me encargaron hace rato. Dijeron porque un actor no presenta las denuncias de los barrios y eso es lo que he venido haciendo.

2.-¿El Programa DespiérTC es un noticiero de Periodismo Comunitario o cuál es su propuesta informativa?

Parte del Periodismo comunitario, digamos esa es la base como la misión que tiene, tratar de hacer un seguimiento a la comunidad, no dar soluciones porque nosotros no somos el organismo para dar soluciones, solo somos el puente. Nuestra visión y misión es tratar de informar lo que está haciendo la gente, no solamente las denuncias sino que tratamos también de recoger cosas positivas, pienso que éste es el lineamiento del noticiero. Como digo pienso que se lo hace en un 70% porque a veces no nos podemos excluir de noticias nacionales o internacionales.

3.-En su experiencia trabajando con la comunidad y realizando reportería de campo, ¿Qué características debe tener un reportero de la comunidad?

Nuevamente yo quiero aclarar que no soy un periodista pero no quiere decir con esto que no me haya preparado, he hecho cursos. Yo pienso que lo fundamental en mi misión de comunicador social es de tratar en verdad de ponerse en los zapatos de ellos. Por ponerte un ejemplo, en el barrio la Colmena el transformador se cayó y se metió a la casa, entonces yo digo que pasaría si mi familia fuese la que está sufriendo esto, eso es lo que yo hago, meterme ahí. Me han dicho que eso no es profesional porque el periodista debe ser como el médico, tiene que informar nada más y no tomar partido. Pero yo si hago una confesión y me meto en los zapatos de ellos. Lo que no hago es decir que tengo la razón, pero trato de vincularme y siento el pedido de ellos.

4.- En cuánto a producción, ¿Cómo se realiza el Noticiero DespiérTC?

Bueno ahí quisiera que le entrevistes a mi Productor Pedrito pero bueno, yo te cuento que en un día normal nosotros analizamos las llamadas que recibimos porque nos alimentan muchísimo, entonces vemos las denuncias que tenemos y salimos a cubrirlas, luego vemos también en el banco de noticias que tenemos cuales son las noticias de la ciudad más importantes. Nos mandan también de otras ciudades reportajes y los compañeros en este caso el coordinador y el director procesan eso porque no podemos sacar al aire cualquier tipo de denuncia porque tenemos primero que investigarla. Cuando traemos la noticia también en la tarde se éste proceso con la denuncia, por ejemplo si falta alcantarillado llamamos a las autoridades pertinentes, a los organismos, nos informan y bueno se procede a sacar la noticia si es que es un pedido justo y real y sino siguen un proceso investigativo. En otras noticias tratamos de dar la continuidad, eso es fundamental para nosotros, osea no solamente denunciar, denunciar y denunciar sino ver en qué podemos ayudar nosotros. Gran parte de nuestro trabajo también es hacer el seguimiento y averiguar que fue, que dijo el administrador o la empresa eléctrica, pero para cuándo, hacemos cierta presión en entrevistarles y preguntarles para que digan una fecha. Esas cositas por ejemplo si son de presión, a la autoridad le presionamos en la cámara para que lo cumpla y lo haga en el plazo sino en seguida le empezamos a buscar otra vez.

5.-¿Cuántas secciones o segmentos tiene el programa DespiérTC?

Haber, en el primer segmento tenemos las noticias nacionales o si es que hay alguna noticia internacional fuerte la transmitimos, es decir, ubicamos a la gente lo que está pasando en el Ecuador, lo que está pasando fuera. En nuestro primer segmento también hacemos cumpleaños, en nuestro noticiero tratamos de ayudar a la gente, de decirle cosas.

Un segundo bloque tiene información general como barrios que están sin agua, tráfico, farmacias de turno y cosas así. Y tratamos que en el tercer bloque que es antes de clasificados que es otro de los segmentos que tenemos de ayuda o de una forma de ser una guía.

Tenemos las notas positivas y rematamos. Los días lunes tratamos de que esté un artista para que la gente se levante con optimismo, por eso es que las cuestiones positivas son fundamentales para nosotros. El viernes es farra, es decir, salimos de un barrio donde ya se haya conseguido algo, donde la autoridad haya creado una obra, donde la gente del barrio haya hecho alguna obra positiva, entonces llevamos un grupo de música, un cantante o algo así.

Siempre ay microonda que eso va en el tercer bloque a menos que sea una situación muy dramática como un incendio en donde ahí cada bloque tiene microonda para seguir informando lo que está pasando. En general, tratamos de no ser sensacionalista. Éste canal está incautado y nos reguimos a las políticas de estado entonces no podemos ser sensacionalistas, por eso tratamos de difundir noticias como atropellamientos de manera informal.

6.- ¿Cuál es el objetivo de éste programa?

El objetivo es informar a la comunidad, tratar de hacer un vínculo para que consigan obras si es que el barrio está organizado, si es que es legal, si van a proteger las obras que hemos hecho. Ay compañeros periodistas que solo muestran lo malo y no evidencian la otra cara en donde se hace la obra. Lo que procuramos es que la gente sienta como suyas la obras y las cuide como tal. Para mi, es un noticiero que trata de ayudar a comunidades, es un puente positivo que le dice a la gente que se levante con ánimo, porque el solo hecho de levantarse merece ponerle ganas, salud, empeño, y mostrarles que siempre ay un motivo de festejo como los cumpleaños y que nosotros

siempre estaremos en vela para aportar tratando de ser ese enlace de la comunidad con alguna autoridad.

7.- ¿Cómo se realiza la selección de temas para la agenda diaria?

Bueno en eso interviene la producción, yo no intervengo mucho en eso porque el directo es un periodista, el director es un periodista entonces ellos son los especialistas en esta materia, entonces ellos seleccionan aparte de seleccionar pasa al comité ejecutivo y donde nuestra directora Belén Loo que ellos eligen las noticias que van a salir. Entonces yo lo que hago es sugerir temas pero sobre todo más comunitarios positivos. Cosas más sociales que periodísticas.

8.- ¿Considera usted que el público ha retomado cierto nivel de protagonismo a través de DespiérTC?

Totalmente y sabes que, lo bueno es que todos tenemos este noticiero, todos los canales y muchas radios tienen este noticiero casi al mismo horario, a mi más bien me parece positivo que haya producción nacional, que me guste o no, que tenga valor o no eso es otra cosa pero para mi la producción nacional es buena. Y volviendo a los noticieros de la comunidad, es bueno que algunos están en la misma línea.

9.- Una de las características del Periodismo Ciudadano es la participación ciudadana. ¿Cómo se expresa ésta dentro del programa DespiérTC?

En las cuestiones positivas, por ejemplo ay sectores donde nos llaman para hacer crítica y les decimos nosotros cuando van a sacar algo positivo para también nosotros ponerles como ejemplo de otro barrio. Pienso que ay hacemos que el barrio también haga cosas y que no solamente esté esperando a que la gente venga. Sino que por ejemplo ay un comité barrial, en donde todos están organizados y hacen cosas positivas para su mismo barrio. Esas cosas son para mi propositivas, y a eso nosotros le damos gran importancia con el general que es nuestra voz en off. Nuestro eslogan es que no solo ay que quejase, se deben hacer cosas.

10.- Las denuncias a través de redes sociales cómo twitter o Facebook o las llamadas telefónicas ¿Podríamos considerarlas también una forma de participación ciudadana?

Nosotros en el programa en sí no tenemos mucho espacio en eso, no por desconocer que las redes sociales son el mecanismo de todos conocernos y comunicarnos. Hay que reconocer y eso hemos hecho nosotros en estudio, la comunidad que nos escribe a nosotros son target C que es el popular y no tiene mucho acceso a Facebook o twitter y es por eso que las llamadas telefónicas en cambio son primordiales pero no desconocemos las informaciones que nos llegan a través de éstas plataformas porque no podemos estar tapando el sol con un dedo porque son estas herramientas las actuales.

11.- En cuánto a las noticias y a las denuncias que se realizan en el programa ¿Todas ellas tienen una respuesta?

No todas, porque demora para nosotros principalmente porque no tenemos el espacio para responder todo. Como sabes en los medios estos programas son vendidos, es lo que te hace vivir, lo que te paga el sueldo en definitiva. Y en ocasiones es imposible frenar la publicidad. A dios Gracias un programa que tiene raiting es un programa al que le pautan, gracias a Dios nosotros en un año y medio estamos pisándole los talones a otra gente que tiene muchos años. Pero es porque lo hacemos de corazón. Lo malo es que no podemos estar con todos porque por ejemplo tendríamos que circunscribirnos a la administración zonal solo de Eloy Alfaro y solo trabajar allí, no, tenemos público hasta Chimborazo y tratamos de dar espacio al menos para que sean escuchados, pero no podemos cubrir todo como quisiéramos, al menos en lo personal es eso lo que yo quisiera.

12.- En cuánto al seguimiento de noticias ¿Existe alguna pausa que priorice su seguimiento o es independientemente del tema que se trate?

Si el barrio es legal, si está pidiendo años, a veces incluso hemos hecho oficios como TC televisión, como DespiérTC para que se haga algo, pero por supuesto reconocemos que no se puede hacer un seguimiento prioritario pero si ay cosas que son de suma importancia, en ese sentido nosotros nos ponemos la camiseta del barrio y buscamos la ayuda necesaria hasta conseguirla. En esto es bueno no broncearse con la gente, no tomar partido por el uno o por el otro y así se abren puertas más fácil

para que se pueda llegar, en ese sentido la credibilidad sería la necesidad, los años que vienen pidiendo la obra y que sean legales eso es prioridad para nosotros.

13.- ¿Cuál es su valoración de que éste tipo de noticieros estén intentando tomar características del verdadero periodismo comunitario que se realiza en los medios alternativos y lo implementen en los grandes medios de comunicación?

Yo más bien te respondo como espectador antes que como hacedor del hecho. Yo como parte de la comunidad te diría que ellos son fundamentales, el medio de comunicación tiene que estar en función de, más no solamente dar criterios que se le ocurran al creativo porque va a pegar no, siempre se deben hacer estudios de mercado y utilizar herramientas que tienen los periodistas para siempre estar diciendo a la gente. Es bueno porque existe al menos una ventanita, hay esperanza y el espacio y lo hacemos con corazón. Sobre todo ay que ser recíprocos.