



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

TÍTULO: EL USUARIO COMO LECTOR ACTIVO Y PROTAGONISTA DEL
PERIODISMO COMUNITARIO: CASO SEMANARIO VIVA SAMBORONDÓN
TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PREVIO
A OPTAR EL GRADO DE LICENCIADA EN PERIODISMO INTERNACIONAL

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

CAROLINA ANDREA SÁNCHEZ LEGARDA

NOMBRE DEL TUTOR:

MSC. KATHERINE CALERO CEDENO

SAMBORONDÓN, FEBRERO, 2015

**El usuario como lector activo y protagonista del periodismo comunitario: Caso
Semanao Viva Samborondón**

Carolina Sánchez Legarda

Universidad de Especialidades Espíritu Santo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Resumen

El periodismo comunitario, a diferencia del tradicional, fomenta la participación permanente del usuario que se convierte en gestor y protagonista de la noticia, dejando al periodista como difusor del evento. Este tipo de periodismo incide en el comportamiento del lector para que éste interactúe de una manera más cercana con el medio de comunicación. Con esta investigación se pretende demostrar de qué manera cambia el comportamiento del lector y cómo un ejemplar de carácter comunitario aporta en las relaciones de una comunidad específica. Además se resalta la importancia de las redes sociales como Facebook y Twitter, las más utilizadas en Ecuador, para facilitar y agilizar el contacto entre un medio de comunicación, en este caso del semanario Viva Samborondón, y el ciudadano común; cómo éste tiene acceso a hacer

una denuncia, solicitar ayuda, contar algo novedoso, participar un evento; entre otras acciones que no se desvinculan con el ejercicio o el fin de la comunicación.

Palabras claves: Periodismo, comunidad, periodismo comunitario, lector, usuario activo, redes sociales.

Abstract

The community journalism, unlike the traditional one, encourages the continued involvement of the user who becomes manager and protagonist of the story, leaving the journalist as broadcaster of the event. This kind of journalism affects the behavior of the reader so that he interacts more closely with the media. This research aims to show how changes the behavior of the reader and how a community-based sample brings in relationships of a specific community. Furthermore, it highlights the importance of social networks like Facebook and Twitter, the most used in the country, to facilitate and accelerate the contact between a media, in this case weekly Viva Samborondon, and the average citizen since he has access to make a complaint, request help, have something new, join an event; among other things not disassociated with the exercise or the objective of communication.

Keywords: Journalism, community, community journalism, reader, active user, social networks.

Introducción:

La evolución del Periodismo Comunitario en Ecuador se ha hecho más notoria en los últimos años. Periódicos de trascendencia como El Universo, El Expreso, El Comercio y El Telégrafo han incorporado secciones en sus ejemplares impresos dirigidos a la comunidad específicamente, en donde plasman aquellas quejas, denuncias o problemas que tienen ciertos barrios o sectores de la ciudad. Estos segmentos también se han hecho evidentes en noticieros que se transmiten por televisión como ‘Televistazo en la comunidad’ de Ecuavisa, donde la interacción y el diálogo entre periodista y residente es muy cercano, informal y espontáneo.

Si a esto le sumamos la existencia de suplementos netamente comunitarios, creados precisamente para satisfacer las necesidades de pequeños sectores que, en un alcance macro, como el de los periódicos anteriormente mencionados; no serían tomados en cuenta; se puede evidenciar aún más la importancia que ha adquirido este tipo de periodismo que es distinto al tradicional.

En esta investigación a más de presentar conceptos básicos del periodismo comunitario, sus inicios, beneficios y desventajas; se analiza un periódico en particular que fue creado por diario El Universo para dar atención a una comunidad específica.

‘Viva Samborondón’ es un periódico semanal comunitario y local que se creó hace 4 años y que se centra en lo que sucede en La Puntilla y la cabecera cantonal. Este fue el primer ejemplar piloto de un proyecto cuyo objetivo era fomentar la interacción entre

lectores y periodistas, y convertirse en un referente local en Samborondón, un sector que empezaba a generar noticias propias.

Con el análisis del desarrollo y progreso de este semanario se demuestra cómo este tipo de periodismo se nutre con la participación permanente del ciudadano común, de tal forma que lo convierte en actor fundamental de los eventos noticiosos.

1. La comunicación como base del periodismo

Es importante para el desarrollo de esta investigación partir con la definición de comunicación y periodismo, dos conceptos estrechamente relacionados y fundamentales en el origen del periodismo comunitario.

Existen varios conceptos para definir qué es la comunicación, desde el más básico que dice que es todo aquello que se transmite de un emisor a un receptor, hasta un concepto más complejo en la que se presenta a la comunicación como una herramienta de vital importancia para el desarrollo de una sociedad.

En el Manual de Periodismo y Comunicación para el trabajo comunitario de los autores Emmanuel Gall y Eva Fontdevila (2008) se plantea un concepto de comunicación más general en el que se lo expone como un campo de estudios y de acción, que tiene que ver con el modo en que se relacionan las personas dentro de una sociedad, sus problemas, y los factores culturales, económicos y sociales, que generan o afectan esos problemas.

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española indica que la comunicación es la unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones; mediante pasos, crujiás, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.

Sin embargo el concepto que más se relaciona con el fin del Periodismo Comunitario es el que define a la comunicación como la acción de poner en contacto lugares e individuos no conectados, pero de una manera recíproca, de “ida y vuelta”, entre dispositivos o personas que cumplirían indistintamente las funciones de emisor y receptor. (Gall y Fontdevilla, 2008).

Es precisamente esa acción de “ida y vuelta”, la que hace posible la existencia del Periodismo Comunitario, ya que convierte al lector en un usuario activo que hace las veces de protagonista y gestor de la noticia a la vez. (Gall y Fontdevilla, 2008).

1.1 Sus primeras apariciones y manifestaciones en la historia

El concepto y finalidad del Periodismo Comunitario se manifestó en la cuarta década del siglo XIX en Inglaterra, con la creación de un semanario llamado: *The Poor's Man Guardian*, hecho por los dirigentes de los obreros. El objetivo fue centrarse en una comunidad específica y pequeña para crear un vínculo entre ese grupo de personas, que a más de identificarse con las noticias, iban a aprender a leer de estos ejemplares, y otros que se crearon después. (Valbuena Sirio, 1986).

El autor Sirio Valbuena en su libro *Por un Periodismo Comunitario* (1986), hace el análisis de este antecedente y reflexiona que en ese entonces el periodismo, que se conocía como algo nuevo, surgió por diferencia de razas y condiciones económicas.

“Es por esto que en ese entonces el Periodismo Comunitario llegó a ser calificado como periodismo amarillista, ya que como solo hacía referencia a un grupo de personas, mostraba una realidad parcial que no se comparaba con lo que vivía una mayoría” (Valbuena Sirio, 1986)

El análisis de este autor demuestra que el Periodismo Comunitario, surge como una herramienta de comunicación que busca crear un equilibrio en cuanto a la cobertura de las noticias, se convierte en el espacio que da lugar a aquellas personas que no son consideradas en medios masivos de mayor amplitud.

Se evidencia que el Periodismo Comunitario nace por una connotación política, que era la necesidad que tenían ciertas comunidades de hacerse escuchar a través de la protesta; lo que también ocurrió en América Latina.

En el libro Manual de Periodismo y Comunicación para el trabajo Comunitario, se hace referencia a la relevancia que tuvo el Periodismo Comunitario en las luchas por la creación de Políticas Nacionales de Comunicación. (Gall y Fontdevila, 2008).

La desigualdad entre los países ricos y pobres en relación a la comunicación, acceso a fuentes de información y la difusión de sus experiencias; que se hizo aún más notoria desde 1970, en los llamados países del tercer mundo; motivó a los entendidos en el ámbito de la comunicación a crear una propuesta de un Nuevo Orden de la Información y Comunicación llamado NOMIC. Este organismo estableció por escrito las políticas comunicacionales de cada país de acuerdo a sus necesidades locales. (Gall y Fontdevila, 2008).

Sin embargo tal proyecto no pudo realizarse ya que a fines de la década de los setenta, las posibilidades de existencia de más medios públicos de comunicación, fueron limitadas debido a las políticas de privatización de los servicios públicos que existían en ese entonces.

Uno de los objetivos principales de NOMIC era ayudar al receptor a desarrollar lecturas críticas de los mensajes mediáticos, ya que una de las destrezas básicas que fomenta esta clase de periodismo es incentivar las capacidades de la crítica y aporte con el trabajo del periodista.

Con la formación del NOMIC se mostró la participación ciudadana en varios países latinos, Gall y Fontdevila (2008), citan varios ejemplos destacados de medios de comunicación radiales que presentaron espacios comunitarios en los que los ciudadanos expresaban sus inconformidades: las radios educativas de Ecuador, otras conocidas como emisoras de baja potencia o truchas en Argentina, radios mineras en Bolivia y varias emisoras campesinas en Colombia, las que implementaron una forma diferente de hacer y presentar el periodismo, comparado al ejercicio tradicional que llevaba desde el inicio. Estas buscaron darle mayor protagonismo a las personas de escasos recursos, campesinos, indígenas, mujeres, en otras palabras a aquella voz que no tenía lugar en un medio masivo de mayor alcance y difusión. (Gall, Emanuel y Fontdevila, 2008).

El Periodismo Comunitario también era conocido en esa época como alternativo o popular porque, en sus inicios, se lo podía considerar como un espacio para receptor quejas. Poco a poco fue aumentando su importancia en la comunidad, sobre todo entre

1970 y 1980 cuando fue apoyo de procesos políticos y sociales que se dieron en Latinoamérica. (Gall y Fontdevila, 2008).

En Bolivia, por ejemplo, existieron un sin número de periódicos con la particularidad de ser comunitarios, pero enfocados a fines políticos, como: Semanario La Espada, Periódico El Pueblo, Los Paz, La Unión, entre otros ejemplares cuyo objetivo principal era manifestar ideologías políticas y posturas previo a elecciones. (Olarte, 2013)

PeriodismoCiudadano.com, es otro ejemplo de esta clase de periodismo. Este es un sitio web de Colombia, creado por Oscar Espiritusanto. En este espacio se permite la participación en línea de diferentes comentarios de usuarios, en diferentes temáticas abiertas al debate y diálogo; que no dejan de ser temas de actualidad que mantienen el factor noticioso. (PeriodismoCiudadano.com, 2012).

Según el Manual de Comunicación Comunitaria de Diego Jaimes y Eduardo Balán (2002) la comunicación comunitaria es aquella que piensa en las relaciones humanas en función de un contexto y en relación a las necesidades de una comunidad específica, en el lugar y momento preciso. Tiene esa característica de local porque no se concentra en una generalidad sino en algo más preciso, en un grupo de personas más reducido.

Es por esto que el escritor Mario Kaplún determinó como una de las características más importantes del trabajo comunitario, “el hecho de que se realiza en grupos y que su uso puede significar un aporte en la compensación de desigualdades sociales; que a su vez promueve una comunicación en donde el usuario es activo, crítico y participativo”, enfatiza Kaplún. (Gall y Fontdevila, 2008).

Mario Kaplún fue muy conocido en América Latina en el ámbito de la comunicación por haber promovido la comunicación participativa. Nació en Argentina en 1923. Escribió manuales y dio cursos en los que transmitía su ideología y propuesta de ejercer el derecho de la comunicación sin intermediarios. Su concepto de periodismo hacía referencia a las dos facultades del ser humano, que conceptos muy básicos de comunicación ya lo habían plasmados antes: emisor-receptor y receptor-emisor; pero para él, el éxito de una comunicación participativa se lograba cuando esas dos facultades del ser humano podían ser ejecutadas tanto por el periodista como por el lector, de tal forma que habían una dinámica de participación e interacción, más equitativa. (Martínez-Salanova)

2. Concepto

Si todo esto influye en el Periodismo Comunitario, ¿de qué forma se lo puede definir?

Alberto Caraballo, en su investigación sobre Periodismo Comunitario (2011), establece que se puede determinar a esta clase de periodismo como aquella oportunidad que tienen los pueblos de contar qué sucede en su comunidad. Es darle un espacio a cualquier ciudadano común, rompiendo de esta manera el esquema formal del periodismo tradicional.

Además lo presenta como un tipo de comunicación que se basa en el contenido obtenido por un ciudadano, que ya no se limita a ser consumidor pasivo, sino que le gusta participar en la generación de la información.

De una forma más sintetizada se lo puede definir como una nueva versión del periodismo tradicional que sirve como herramienta para que los ciudadanos, miembros de una comunidad, den a conocer información vinculada con su entorno, de manera específica. Esto hace que el usuario deje su rol de lector para asumir el papel de gestor, actor y protagonista de la información. (Caraballo Alberto, 2011).

Es por esto que el Periodismo Comunitario se convierte en una herramienta colectiva que permite difundir aquellos eventos o sucesos, que aunque pueden no ser de interés general, no dejan de ser interesantes o atractivos para un grupo de personas más reducido, que se va a sentir identificado con lo que lee. (Caraballo Alberto, 2011).

Para Caraballo es importante aclarar que cuando se habla de zona o comunidad no necesariamente se refiere al ámbito geográfico, sino a un grupo de personas en particular, con características similares que las identifica.

Una de las características básicas y más importantes de los medios de comunicación comunitarios es gestionar desde el interior de comunidades, que en su mayoría viven en el anonimato; así como promover mayor cooperación y participación ciudadana, con el fin de involucrar de una forma más activa a la comunidad con la noticia. (La Hora, 2013).

José Luis Requejo, en su ensayo Una llamada a la responsabilidad de las audiencias en el Periodismo Participativo, explica que uno de los propósitos principales de este periodismo también llamado participativo, es descentralizar el proceso noticioso dando más espacio a los testimonios que a la parte formal del ejercicio de la profesión, donde interviene editores y se jerarquiza la información bajo otros parámetros. (2007)

El ejemplo que será analizado en esta investigación, el semanario Viva Samborondón, es un ejemplar local; solo cubre eventos noticiosos, educativos, culturales y de interés público del sector de La Puntilla y la cabecera cantonal. Uno de los motivos por los cuales se lo creó fue hacer que una comunidad en particular se identifique con el impreso, de tal forma que pueda decir que es ‘su periódico’, ya que todo lo que leerá tendrá que ver al entorno que lo rodea.

2.1 Ventajas para los usuarios:

Existen varios beneficios que el periodismo comunitario atribuye al lector y su desarrollo como usuario, Caraballo (2011) hace referencia a los más relevantes:

1. Permite la construcción de relaciones basadas en el diálogo, a través de encuentros y de mayor cercanía entre periodista y lector.
2. Afianza la identidad en las comunidades con sus necesidades particulares.
3. Existe mayor intervención por parte de los usuarios
4. Las redes sociales como Facebook y Twitter se convierten en canales activos que ciertos lectores utilizan para informar o anunciar algún evento a los periodistas.

2.2 Críticas sobre el ejercicio del periodismo comunitario:

1. Si no se le da el tratamiento oportuno a la información y se complementa la nota con las fuentes adecuadas, podría perder veracidad.
2. En ciertos casos las fuentes suelen confundir el sentido del Periodismo Comunitario por publicidad gratuita.
3. La dependencia permanente de intervención del ciudadano puede complicar la obtención de información, ya que en algunos casos y dependiendo la temática

que se esté tratando, los ciudadanos prefieren no intervenir por miedo a represalias.

4. No todas las denuncias o información que se recibe son reales, es por esto que la actuación del periodista no deja de tener un papel fundamental en la obtención de la información.

Por todos estos puntos analizados se puede determinar que aunque el desarrollo de este periodismo ha obtenido un gran alcance y ha conseguido mayor participación de ciudadanos, no cumple en su totalidad con el periodismo tradicional ni el ejercicio del periodista ya que el periodismo participativo debe funcionar como complemento del tradicional. (Caraballo Alberto, 2011).

3. ¿Cómo se ha desarrollado el Periodismo Comunitario en Ecuador?

Según Didis (2011) el desarrollo del Periodismo Comunitario en Ecuador ha pasado desapercibido para las grandes masas humanas, sin embargo ha marcado un antes y un después en las formas de comunicación de aquellos sectores a los que se han referido.

En la actualidad varios medios de comunicación que ejercían el periodismo de la manera tradicional, han transformado su labor comunicacional dejando a un lado su papel de informadores, para convertirse en aliados de la comunidad; marcando estilos de vida, generando opiniones y movilizandolos grupos de personas. También se ha generado un cambio en la mentalidad de la comunidad sobre el proceso de comunicación; ha aumentado su participación en las redes sociales y se ha generado un interés por la creación de espacios alternativos, que fomentan la participación activa del lector, tanto en prensa escrita, como radio y televisión. (Didis, 2011).

El primer intento universitario de formar periodistas en Ecuador fue en la década de los cuarenta. Las primeras universidades que la incluyeron como alternativa dentro de su malla de carreras fueron: Universidad Central del Ecuador y Universidad Estatal de Guayaquil. En ese entonces el lineamiento de la carrera era muy general, no había tantas particulares, sin embargo fueron las exigencias y desarrollo de la comunidad lo que la estructuraron como carrera. Diarios como: El Comercio y El Universo, auspiciaron esta iniciativa. (Punín, 2012).

En general en el mundo, el origen de los medios comunitarios estuvo marcado por razones políticas, y en Ecuador no fue diferente. Uno de los primeros medios comunitarios fue la radio Educativa del Ecuador, CORAPE, y la Escuela de Radios Populares del Ecuador, ERPE. Así como medios quichuas como radio El Prado e Inti Pacha. (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, 2015) Su permanencia en la comunidad no fue fácil ya que en un principio no existía una ley que ampare su creación, por tal motivo varios medios tuvieron que asumir una figura comercial o pública para poder adquirir una frecuencia, a tal punto que hasta el año 2007 ningún medio comunitario se definía como tal. (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, 2015)

Según el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom), la Ley de Comunicación que se aprobó en el 2013, dio un lugar a los medios comunitarios. El artículo 106 determina que el 34 % del espectro radio eléctrico será para medios comunitarios. Además hace énfasis en la importancia de estos medios que se han convertido en referente del ejercicio de los derechos humanos y la participación comunitaria.

En América Latina estos medios le han dado espacio a grupos minoritarios como: campesinos, indígenas, afro descendientes, entre otros que en ese entonces no eran tomados en cuenta por los medios de comunicación de gran alcance; y que actualmente, dado el desarrollo de los medios comunitarios, se han visto comprometidos a otorgar un espacio que cumpla con las características de ‘comunitario’. (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, 2015)

4. *¿Qué es Viva Samborondón?*

El semanario Viva Samborondón surgió hace cuatro años como una idea de los directivos de diario El Universo que vieron en Samborondón el nicho perfecto para empezar con coberturas locales. “En Samborondón no había un periódico que le dé una cobertura amplia a este sector que cada vez se iba poblando más e iba desarrollándose en el aspecto urbanístico, comercial y cultural; poco a poco el sector comenzaba a tomar vida propia y era necesario tener un medio que lo representara”, dice Silvia Coello, la editora general de este ejemplar.

Los objetivos principales de esta iniciativa, y que aún se mantienen, son: representar a la comunidad; conseguir que a través de cada reportaje, tanto el sector como sus residentes, se sientan identificados con lo que leen; y principalmente que sirva de ayuda para solucionar los problemas que existan en la zona; ser, entre otras cosas, un canal de ayuda para los moradores de La Puntilla y cantón Samborondón.

El proyecto dio buenos resultados, por tal motivo surgieron de forma consecutiva los semanarios: Viva Guayaquil, que cubre Urdesa, Kennedy y vía a la costa y Viva Alborada que cubría Alborada, La Garzota, Sauces, Samanes, y que cerró hace unos 8 meses. “Esta iniciativa se desarrolló con rapidez, al punto que aparecieron otros

periódicos que mantienen el mismo esquema, se generó competencia”, dice Diana González, diseñadora gráfica del semanario, refiriéndose a Camino a Samborondón, otro periódico de la zona que se publica quincenalmente.

Para Diana González, Viva Samborondón, está muy posicionado en el sector y es un ejemplo muy claro de lo que es el periodismo comunitario ya que presenta solo notas del sector, con gente del sector y solo tiene alcance local.

Desde el inicio el grupo de trabajo del semanario ha estado conformado por periodistas jóvenes que tienen bastante conocimiento de la tecnología, “porque lo que se buscó desde el principio fue mentes frescas, que aporten con ideas nuevas y que necesiten formarse con la práctica”, enfatiza Silvia Coello, la editora. Ella describe que el estilo de los reportajes y noticias que se publican en este medio, tiene un tono informal; sin perder el rigor informativo. “Dependiendo de la noticia que se trate, le damos mayor importancia a la versión del vecino, del señor de la tienda, es decir, del ciudadano común, más que la autoridad como tal, porque ese es el fin del Periodismo Comunitario: ser la voz de aquel que no es escuchado por un medio de comunicación de alcance nacional”, acota.

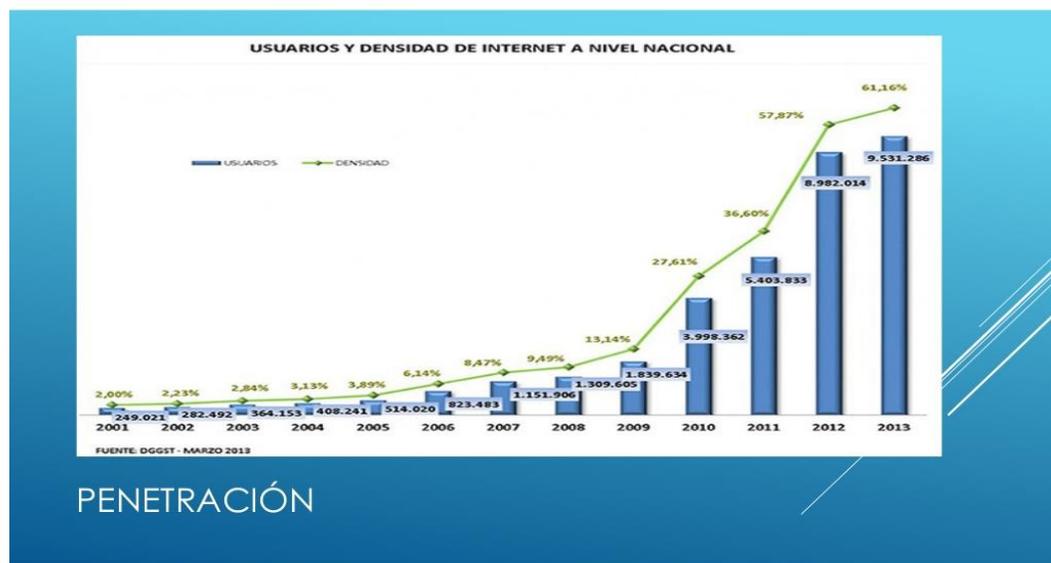
Silvia Coello considera que es el Periodismo Comunitario el que origina el resto de estilos o tipos de periodismo. “Yo creo que el periodismo en general comienza con el periodismo comunitario, porque a la gente le interesa lo que tiene más cerca, lo que la identifica, todo es el mismo periodismo, la diferencia está en el alcance y segmentación que pueda tener la nota”.

Además la periodista resalta la importancia e impacto que tienen las redes sociales e internet en la comunicación en general, y considera que son éstas herramientas las que

poco a poco convierten al usuario en un lector activo, porque la interacción que existe entre el medio y sus lectores se convierte en algo indispensable, debido al desarrollo de la misma sociedad.

5. La importancia de las redes sociales

En los últimos años se ha incrementado, de una forma muy notoria, el número de elementos de Periodismo Comunitario, ya sea como nuevos productos de prensa escrita o como segmentos incorporados en noticieros de televisión o programas familiares de radio; debido al desarrollo e impacto de las redes sociales que permiten la comunicación constante y permanente entre el medio y los lectores. (Carballo Alberto, 2011).



Esta figura demuestra que el incremento de usuarios y aplicación de internet en los últimos años ha aumentado notablemente y refleja una tendencia progresiva a seguir

en aumento. (Dirección General de Gestión de los Servicios de Telecomunicaciones, 2013)

Para Alberto Caraballo (2011) el internet se ha convertido en la herramienta principal en la investigación y difusión de la información dentro del Periodismo Comunitario. Esto se puede ver reflejado en el ejemplar de estudio, el semanario Viva Samborondón, que a través de su cuenta de Facebook: Viva Samborondón y Twitter: @vivasamborondón; interactúa con los lectores y comparten todas sus publicaciones. En la cuenta de Facebook registra a 318 seguidores, mientras que en el Fame page tiene unos 3.241 'me gusta'. Además en su cuenta de Twitter tiene 4.790 seguidores. A diario se incrementan unos 10 nuevos contactos en ambas redes. La importancia de las redes sociales es fundamental en este semanario ya que una página completa del mismo, se construye a base de la interacción de los usuarios con el ejemplar.

Esta sección se llama Vecinos. En la primera parte se muestra un juego en el que el lector debe adivinar la locación de la figura que se publica semana a semana; las respuestas de los lectores deben ser enviadas al correo oficial del semanario: saladeredaccion@viva.ec.

| AÑO | FACEBOOK | TWITTER |
|------|----------|---------|
| 2011 | 1813 | 0 |
| 2012 | 2165 | 2036 |
| 2013 | 2660 | 3633 |
| 2014 | 3244 | 4790 |

Mediante este cuadro se demuestra el incremento anual de seguidores de ambas cuentas: Facebook y Twitter.

Además cada semana se publica la ‘opinión del barrio’, en la que se muestra la respuesta, con nombre y foto del rostro, de tres usuarios que publiquen sus comentarios en la cuenta de Twitter o Facebook.

También se incluye un área llamada: Correo de lectores, en la que se plasman cartas con denuncias o datos relevantes que tengan que ver con el sector, la carta también va con los datos del autor. Esta debe enviarse vía correo.

De esta manera se confirma la importancia del internet en el desarrollo de un periodismo comunitario, tal y como lo expresa Alberto Caraballo (2011), quien resalta el factor de inmediatez de respuesta que se logra únicamente a través de la tecnología.

6. Resultados de investigación

Encuesta: Se utilizó como instrumento de investigación a la encuesta, la cual fue realizada a moradores de La Puntilla y Samborondón que, al pertenecer al sector al cual está dirigido el semanario, tiene acceso al ejemplar y, en su mayoría, son conocedores de lo que sucede en el sector al que pertenecen.

Para el plan de muestreo se estableció una población de 10.000, que según estadísticas internas de diario El Universo, es el número de personas de La Puntilla, que tiene acceso a leer el ejemplar. Tomando la cifra 10.000, como referencia; la fórmula de muestreo nos dio un valor de 400 para elaborar una encuesta de manera aleatoria a personas de Samborondón.

Con el fin de establecer el número de encuestas a realizar, se decidió trabajar con un nivel de confianza del 95%, y un grado de significancia del 5%.

Dado que no se cuenta con información estadística relevante de estudios previos realizados, se utilizará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra, para el caso de una población finita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Z= Nivel de confianza

N= Población Censo

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= error de estimación

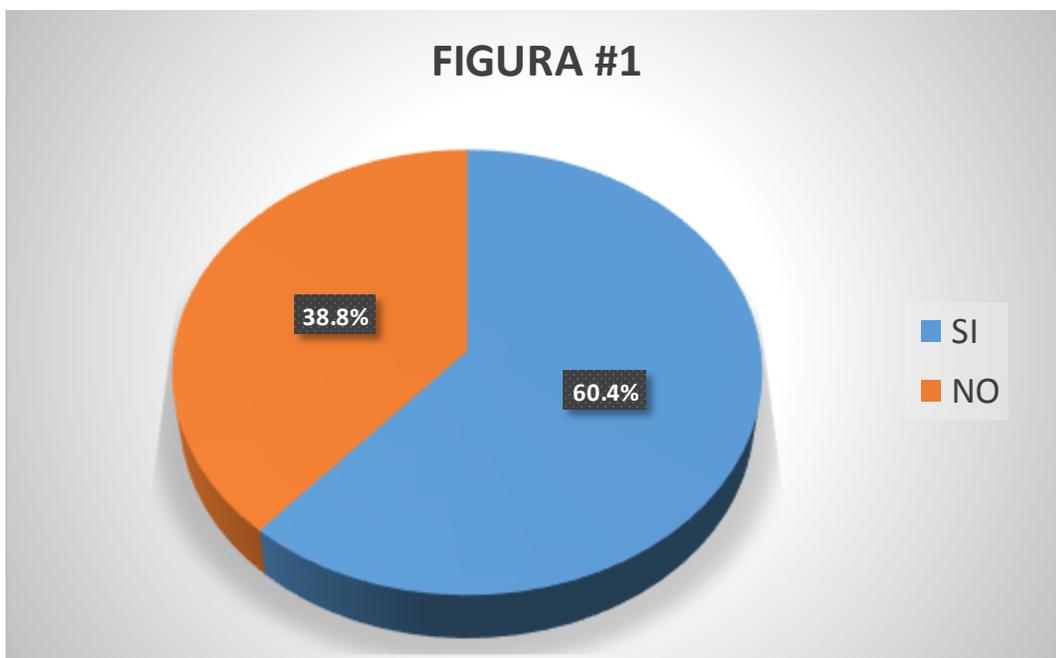
n= Tamaño de la muestra

Por ello se concluye que la muestra óptima para aplicar una encuesta a los residentes de La Puntilla es de 400.

Gráficos y tablas estadísticas: Los gráficos y tablas estadísticas se emplearon para mostrar los resultados de las encuestas y del estudio.

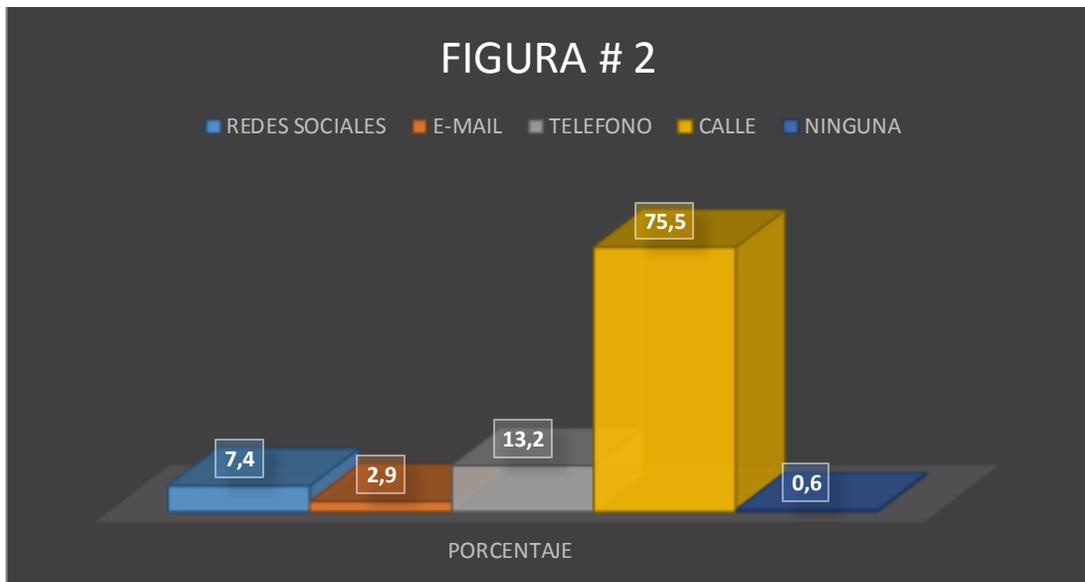
Se utilizaron gráficos pastel para medir los resultados de las preguntas cerradas con respuestas de SI, NO y NULO. Los gráficos en barras se aplicaron en las respuestas de opciones múltiples, para resaltar las opciones más altas y más bajas en porcentaje, en cada pregunta.

Análisis de resultados:



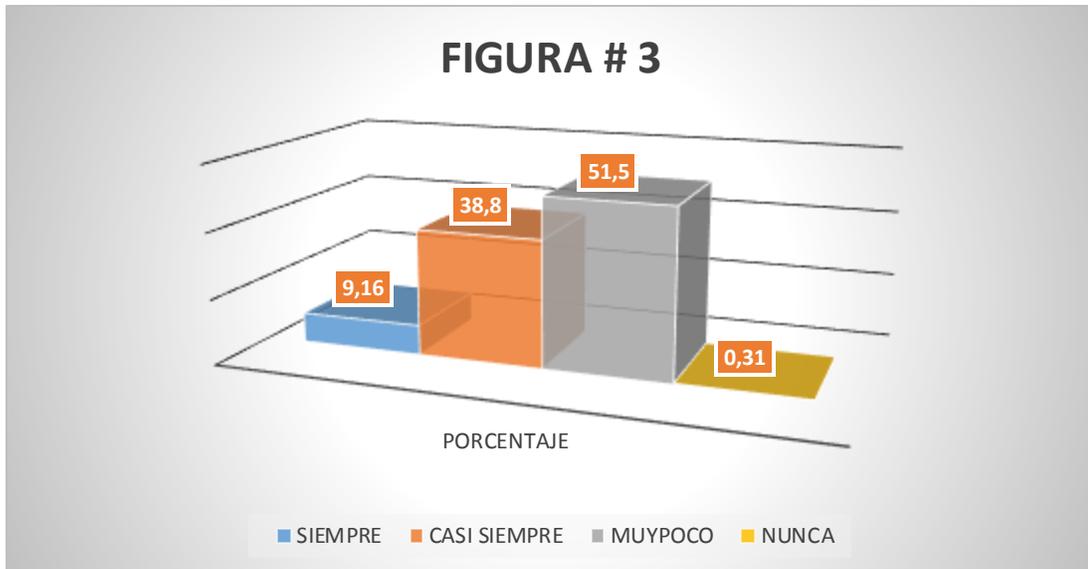
La figura 1 determina que de un total de 400 personas encuestadas, el 60.4% conoce el semanario Viva Samborondón y el 38.8% no. Con este resultado se comprueba que el periódico es conocido en el sector por el mercado para el que está dirigido, residentes

y personas que trabajan en La Puntilla; y esto es importante ya que uno de los objetivos principales de este ejemplar es convertirse en un referente para el sector, y mostrar que lo representa a través de sus reportajes y noticias.



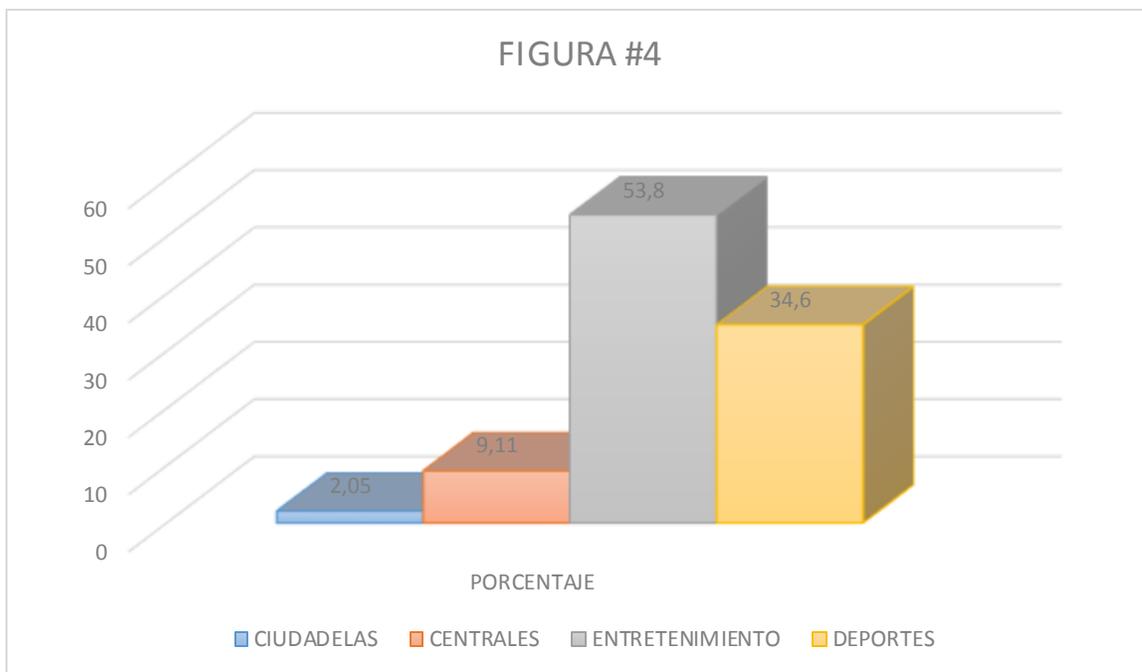
En la figura 2 se determina el canal más utilizado por los lectores para relacionarse con el medio. La interacción con entrevistas en la calle fue la que obtuvo el porcentaje más alto con un 75,5 % y la menos utilizada fue a través del correo electrónico con un 2,9%. Estos resultados demuestran que la actividad tradicional del ejercicio del periodismo, que es aquella en la que el periodista sale a las calles y busca testimonios del momento, prevalece. Esa cercanía del periodista y el ciudadano común es uno de los principios básicos del periodismo comunitario, según Silvia Coello. Sin embargo también determina que el uso de la tecnología si representa una herramienta de utilidad ya que las redes sociales representan un 7,4 %.

FIGURA # 3



Los resultados de la figura 3 generan una contradicción. En la primera pregunta se determina que la gran mayoría conoce el periódico y está familiarizado con este, sin embargo de las 316 personas que lo conocen el 51,5 %, que es el porcentaje más alto, determina que lo lee muy poco y un 38,8 % lo lee casi siempre.

Este porcentaje se debe a que actualmente el semanario solo cuenta con puntos específicos a los que los lectores pueden acudir para adquirir el periódico. Hace casi dos años había repartidores que se encargaban de entregar el periódico a los conductores que transitaban por la vía a Samborondón, lo que significa que antes el nivel de difusión era mayor.



Fue importante preguntar qué sección es la más leída para conocer cuáles son los intereses de los usuarios del semanario. En la figura 4 se determina que la sección entretenimiento obtuvo un 53,8 %, siendo este el más alto. Este espacio se caracteriza por ofrecer sinopsis de varios espectáculos de teatro, música en vivo, conciertos; complementado con entrevistas de los artistas, actores o grupos musicales que intervengan en el mismo.

La fuente principal para esta sección, ha sido desde el inicio, el Teatro Sánchez Aguilar, porque a más de ser el único teatro en La Puntilla, tiene una programación mensual llena de espectáculos variados como obras de teatro, café concerts, concursos de arte en vivo, entre otras cosas.

Ramón Barranco, el director artístico del Teatro Sánchez Aguilar, reconoce la importancia que tiene la cobertura de este semanario. “Viva Samborondón ha estado con nosotros desde un comienzo, y nos hemos dado cuenta de su importancia porque la gente se identifica con el ejemplar, definitivamente es el periódico de Samborodón”, dice. Él considera que a pesar de que el teatro recibe cobertura de varios canales de televisión y radios; y que además tiene una amplia campaña publicitaria interna, no hay nada más poderoso que una nota publicada en un medio escrito. “Ese reportaje que se lee sobre un papel tiene un alcance superior a cualquier cosa, la gente le da mucho crédito a lo que se dice de una obra, que a lo que se lee en un aviso publicitario y más si es en un periódico que circula por la zona y que está al alcance de todos en varios lugares de La Puntilla”, acota.

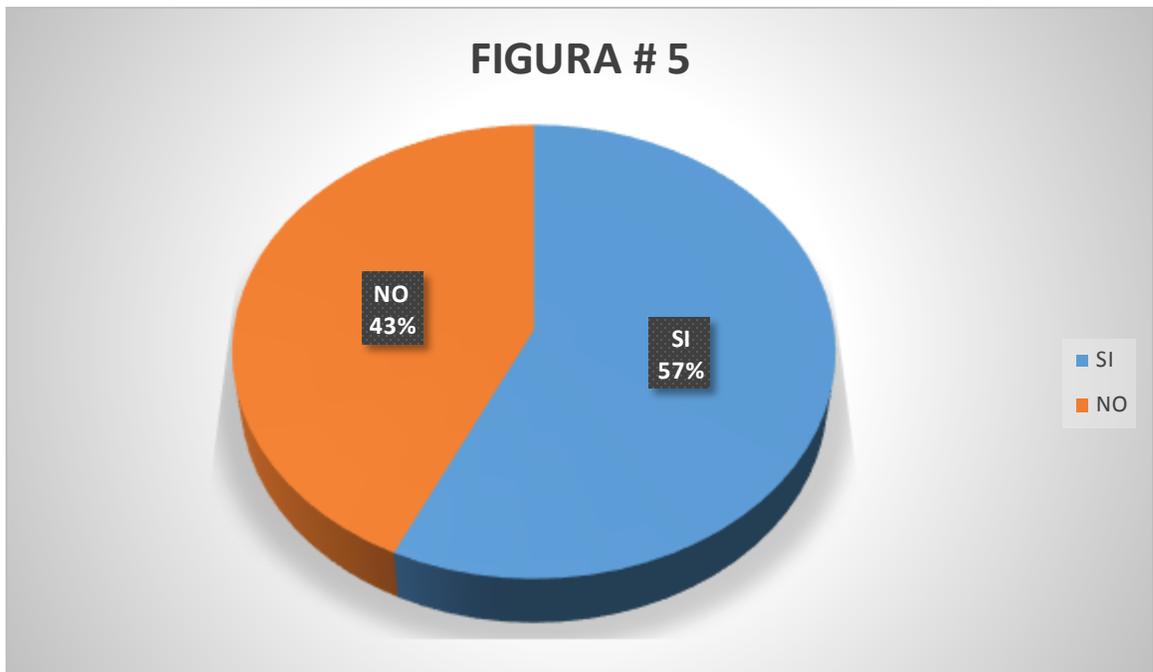
A través de la encuesta realizada en el sector, se puede determinar que esta comunidad gusta mucho de los espectáculos culturales, es por eso que todas las publicaciones del semanario presentan eventos del teatro, ya sea reportajes amplios, crónicas de las obras, notas pequeñas en los que se anuncian eventos próximos, e incluso se incorporan eventos de su agenda cultural en la agenda semanal del semanario.

El Teatro Sánchez Aguilar cuenta con los servicios de Escopusa, una empresa nacional que a través de un monitoreo diario y permanente de todos los medios que le dan cobertura a los eventos que presenta este lugar, determina el impacto que ha tenido en la difusión de eventos, así como si la nota publicada ha sido positiva o negativa. Además genera un análisis numérico de lo que estos reportajes representarían en dinero de free press a través de la frecuencia, dimensión y sentido que tenga el reportaje.

Mes a mes esta empresa envía el análisis y monitoreo de medios a nivel nacional, no solo del Teatro Sánchez Aguilar, sino del resto de teatros a nivel local como: Teatro Centro Cívico, Teatro Centro de Arte, e incluso teatros más pequeños que tengan actividad y espectáculos artísticos. “Esto genera una retroalimentación muy importante para nosotros porque a más de ser una herramienta que nos permite llevar un control real, actual, cualitativo y cuantitativo del trato que cada medio le da a nuestros eventos, nos permite comparar la apertura que se le puede estar dando a otro teatro para poder averiguar las causas de esto e implementar cambios para superar, de una manera honesta, a nuestra competencia”, explica Arturo Zoller, director de comunicación del teatro.

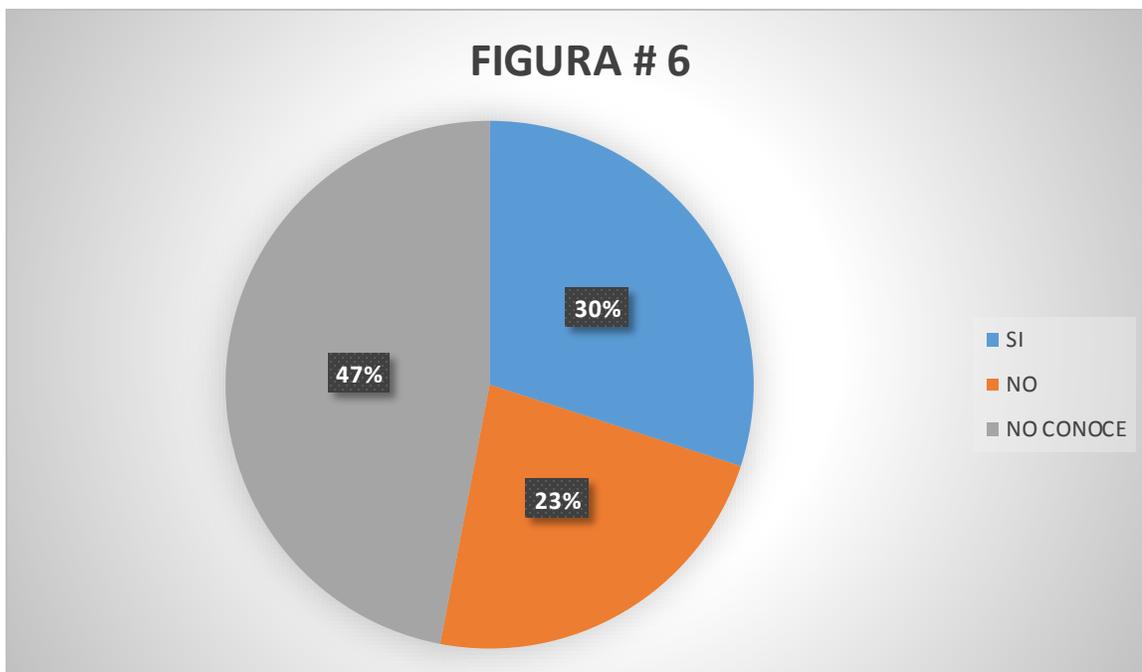
Es así como, según los datos proporcionados por Escopusa, Viva Samborondón ha generado un valor de free press de: \$ 3.975,75 solo en el mes de diciembre, a través de la publicación de cinco notas, todas con sentido positivo. “Para nosotros las cifras de Viva Samborondón siempre son importantes porque como es un medio local, no tenemos competencia directa de cobertura, entonces es el medio cercano y local con el que debemos estar siempre relacionados”, acota Ramón Barranco, director artístico del Teatro Sánchez Aguilar.

FIGURA # 5



Diana González, la diseñadora gráfica de Viva Samborondón establece que uno de los principales objetivos del semanario es demostrar que los lectores se sienten identificados con éste y se ven representados en sus publicaciones. Tal objetivo ha sido alcanzado según estos resultados en el que se demuestra que el 57% considera que el ejemplar representa a la comunidad Samborondeña.

FIGURA # 6



Se observa que a pesar de la acogida que tiene el semanario y la buena interacción que existe entre periodistas y lectores, la mayoría de las personas no sabe qué es el periodismo comunitario. el 47 % de los encuestados respondió que no conoce, el 30% contestó Si y el 23 % el no.

7. Casos actuales y reales

Primer ejemplo: Residentes de urbanización Bona Terra piden presencia de la Comisión de Tránsito del Ecuador para que haya orden a la salida y entrada al lugar. Rafael Morales, residente de la urbanización Bona Terra, se contactó con Viva Samborondón por la cuenta de Facebook de este semanario. Allí manifestó el problema que tenían los moradores y pidió tener un espacio de difusión para expresar su malestar. La periodista respondió el mensaje por las redes sociales, se contactó con el afectado, conversó con él para indagar más acerca del problema y conocer a fondo la situación. Días después lo entrevistó personalmente junto a más residentes de la urbanización.

El problema de esta comunidad era vial. Justo en la entrada y salida principal del lugar no hay semáforos, señalización ni agente de tránsito que pueda distribuir el tráfico de mejor manera, por la vía pasan camiones con material de construcción, taxis y carros de expreso a toda velocidad y no dan el paso a ningún vehículo. Ellos manifestaron la inseguridad que sienten por la velocidad en la que transitan estos vehículos y la molestia que les genera tener que esperar muchas veces hasta media hora para salir de la ciudadela a la vía, en especial en las horas pico. (Viva Samborondón, 2014)

Rafaél Morales contó que acudió a la CTE a pedir ayuda y le dijeron que toda solicitud se debía hacer por escrito, pero nunca le dieron solución al problema.

“Aunque no me contactaron de inmediato porque no se trata de una publicación diaria, me sentí súper bien de poder tener un espacio y ser escuchado. La cercanía de la periodista me hizo sentir importante, ella me informaba las cosas que necesitaba para avanzar en la investigación, ella se encargó de la parte fotográfica y testimonial y nos dio a conocer la respuesta de la CTE. A pesar de que no nos han solucionado el problema los agentes de tránsito, todos los residentes y mi persona nos sentimos respaldados con el reportaje. El hecho de que las instituciones públicas escuchen a la prensa es como un compromiso a dar atención inmediata a lo que los periodistas reportan y eso es muy bueno”, expresa Rafaél Morales.

Segundo ejemplo: Cajetín abierto preocupa a residentes de la urbanización Bonaire, en el km 5 de la vía a Samborondón, moradores piden que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones se encargue de cerrarlo.

Carla Joniaux, quien en ese entonces era la presidenta del comité de la urbanización, llamó a la redacción de Viva Samborondón para informar, que desde hace varios meses, tenían un cajetín de CNT abierto en el bordillo de la entrada principal del lugar.

Esta residente cuenta que la acción de la periodista fue inmediata. “Ella vino a mi casa al día siguiente, me pidió detalles de la molestia que teníamos y habló con más residentes, no sé que hizo, pero para la hora que salió la publicación el personal de CNT estaba a punto de terminar el trabajo de cerramiento, fue inmediata la acción, y los moradores nos sentimos muy contentos”, dice.

Normalmente en reportajes así las entidades públicas actúan inmediatamente, apenas son contactadas e informadas de lo que sucede y del malestar de los residentes.

8. Conclusiones

El análisis de esta investigación permite demostrar que a pesar de que la mayoría no conozca, en teoría, lo que es el Periodismo Comunitario, lo saben en la práctica y sacan provecho de él para pedir ayuda y solucionar un problema, cumpliendo precisamente con el propósito de este tipo de periodismo.

El Periodismo Comunitario convierte al lector en un usuario activo porque lo involucra en el proceso de realización de la noticia, de principio a fin; lo convierte en actor y eje fundamental en el desarrollo de la misma ya que atiende sus pedidos de ayuda, le da un espacio, lo escucha y resuelve sus problemas.

Además este tipo de comunicación convierte al periodista en un canal de ayuda que relaciona, de una forma indirecta, al ciudadano común con la autoridad, de tal forma que genera un diálogo oportuno, inmediato y aclaratorio.

A pesar del avance tecnológico que existe y el incremento de uso de internet y redes sociales en los últimos años en Ecuador; herramientas que han aportado de manera positiva al desarrollo del periodismo, en especial con la inmediatez; las personas prefieren la cercanía directa y personal con el periodista, esa interacción tradicional en la que el ciudadano y el periodista se relacionan de una manera vivencial. Ver a la persona que los entrevista les da más seguridad y formalidad al encuentro y diálogo.

Sin embargo en el Semanario Viva Samborondón las redes sociales sí se han convertido en un canal de soporte fluido que los lectores utilizan para contactar de manera inmediata al periodista, a través de tweets, mensajes directos o correos electrónicos, no obstante las entrevistas en la calle, sigue siendo el recurso que prefiere la comunidad.

La mayoría de residentes del sector La Puntilla conoce el semanario Viva Samborondón, lo lee, se identifica con él y sabe que en este ejemplar tiene un espacio para ser escuchado, si se le presenta algún problema que afecte a la comunidad a la que pertenece. Es por esta razón que cada vez existen más ejemplares o espacios comunitarios que dan la oportunidad de que aquella voz, que no es tomada en cuenta por un periódico de cobertura macro, se haga escuchar; porque a los lectores les interesa saber qué es lo que está sucediendo en su entorno cercano, a su alrededor, y es precisamente este el objetivo fundamental del Periodismo Comunitario.

Referencias Bibliográficas:

1. Blecua J.M. (2015). Diccionario de la Real Academia de la Lengua. (23ª ed.), de <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>
2. Caraballo A. (julio 2011). Periodismo Comunitario. Caracas, Venezuela, 3-9
3. Diario El Universo, 2015.
4. Diario La Hora, sección opinión, César Sandoya, 2013
5. Didis (agosto 2011). Comunicación Participativa para el desarrollo, de <https://tucomunidadinfo.wordpress.com/2011/08/08/los-medios-comunitarios-crecen-paulatinamente-en-ecuador/>
6. Dirección General de Gestión de los Servicios de Telecomunicaciones (2013)
7. Estadísticas de Escopuza (2014)
8. Gall E. y Fontdevilla E. (2008). Manual de Periodismo y Comunicación para el Trabajo Comunitario. (1º ed.). Tucumán. Abrojos. Conceptos básicos del trabajo comunitario, 5-11. Conceptos de comunicación, 34-41. La comunicación comunitaria y popular, 46-48. El Periodismo Comunitario, 58, 63.
9. Gonzalo P. (2007), Hangout de Periodismo Ciudadano, participación y nuevos medios, Periodismo Ciudadano, de <http://www.periodismociudadano.com/2012/11/30/hangout-de-periodismo-ciudadano-participacion-y-nuevos-medios/#nuevos>
10. Jaimes D. y Balán E. (diciembre 2002), Manual de Comunicación Comunitaria. Buenos Aires, Argentina, 7-8.
11. La Ley de Comunicación (2015). Artículo 106.
12. Martínez E. y Sánchez S. Marío Kaplún, pedagogo de la educomunicación popular, de http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_mario_kaplun.htm
13. Nuñez M. (2014). La Secom y la policía se unen para fortalecer la comunicación comunitaria. El ciudadano
14. Olarte K. (2013). El Pueblo, Periodismo Ideológico, Político y Literario, 19-21.
15. Punín M. I. (2012). Comunicación Social, Periodismo en el Ecuador, Loja – Ecuador, 28-29.
16. Rengifo B. (2012). Radio Comunitaria Intag, un espacio para los nuevos jóvenes periodistas, de <http://elimperdible.ec/web/observatorio/radio-comunitaria-intag-un-espacio-para-los-nuevos-jovenes-periodistas.html>
17. Requejo J. L. (2007). Una llamada a la responsabilidad de las audiencias en el Periodismo Participativo, 39.
18. Reyes H. (2015). Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación
19. Reyes H. (2015). Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.
20. Santo F. (2010). El Futuro del Periodismo. Evoca Comunicación e imagen. Madrid, Argentina, (6ª ed.)
21. Valbuena S. (1986). Internet. Por un Periodismo Comunitario. Venezuela, 3-7.
22. Viva Samborondón (2014). Sección Comunidad

