

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Telerevista “La Banqueta”
UNA PRODUCCIÓN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA JUVENIL

Trabajo de tesis presentado por:

JÉSSICA DINORHA OCAMPO CORADO

Previo a optar al Título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesora de Tesis
Licda. Elena Patricia Galicia Núñez

Guatemala, octubre 2007

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

Director

Lic. Gustavo Bracamonte Cerón

Representantes Docentes

Lic. Sergio Morataya

Lic. Víctor Carillas

Representante de los Egresados

Lic. Marcel Arévalo

Representantes estudiantiles

Edgar Hernández

Estevens Mencos

Secretaria

Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles

Tribunal Examinador

Licda. Elena Patricia Galicia Núñez (Presidenta)

Lic. Byron Chinchilla

Lic. Marco Antonio Pineda

Lic. Miguel Ángel Juárez

Lic. Ismael Avendaño

Dr. Wangner Díaz (Suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 23 de mayo de 2006
Dictamen Aprobación 198-2006
CT-Akmg

Señorita
Jéssica Dinorha Ocampo Corado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M-2
Presente

Estimada señorita Ocampo:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el punto 2.13 el punto Dos del Acta 04-2006, de sesión celebrada el 22 de mayo de 2006.

DOS 2.13 Comisión de Tesis ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante Jéssica Dinorha Ocampo Corado, Carné 9720075; el proyecto de tesis "Telerevista "La Banqueta" una producción de comunicación alternativa juvenil". b) Nombrar como asesor (a): Licda. Elena Patricia Galicia Núñez.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora
Comisión de Tesis



Akmg/
c.c. Comisión de Tesis



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 16 de agosto de 2006
ECC 938-06

Señor (a) (ita)
Jessica Dinorha Ocampo Corado
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado(a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 29.1 del Punto VIGESIMO NOVENO del Acta Extraordinaria No. 20-06, de sesión celebrada el 11-08-06.

“VIGESIMONOVENO:....29.1... El Consejo Directivo, ACUERDA: El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA:

1) Nombrar a los profesionales: Licda. Elena Patricia Galicia Nuñez, (Presidenta), Lic. Byron Chinchilla, Lic. Marco Antonio Pineda, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **JESSICA DINORHA OCAMPO CORADO**, Carné No. 9720075, cuyo título es: **TELEREVISTA LA BANQUETA, UNA PRODUCCIÓN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA**. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”

Atentamente,

“B Y ENSEÑAD A TODOS”

Licda. Miriam Yucuté
Secretaria



MY/csg



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

APROBACIÓN TERNA REVISORA

Guatemala,

Señores
CONSEJO DIRECTIVO
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio

Distinguidos Señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante Jessica
Dinorha Ocampo Corado Carné 9720075.

Ha realizado las correcciones y recomendaciones a TRABAJO DE TESIS, cuyo título es:
Televisión "La Banqueta" una
producción de comunicación
alternativa juvenil.

En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,


Miembro Comisión Revisora

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Miembro Comisión Revisora


Presidente Comisión Revisora

Cc. Archivo



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 24 de octubre de 2007.
ECC 1,254-07

Señor (a)(ita)
Jessica Dinorha Ocampo Corado
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 20.3 del Punto VIGÉSIMO del Acta No. 42-07 de sesión celebrada el 22-10-07.

“VIGÉSIMO:...20.3...El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: TELEREVISTA “LA BANQUETA” UNA PRODUCCIÓN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA JUVENIL, presentado por el (la) estudiante **Jessica Dinorha Ocampo Corado**, Carné No. 9720075, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: Lic. Miguel Angel Juárez, Lic. Ismael Avendaño y Dr. Wangner Díaz (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Licda. Elena Patricia Galicia Nuñez (Presidenta), Lic. Byron Chinchilla y Lic. Marco Antonio Pineda, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Licda. Miriam Yucuré
Secretaria



MY/csg



**PARA EFECTOS LEGALES, ÚNICAMENTE LA AUTORA
ES RESPONSABLE DEL CONTENIDO DE ESTE TRABAJO**

En especial A:

Taita quien no se rinde y siempre me acompaña, a Maita estupenda amiga y confidente. A Mamá, “la chulasol” María Ascención Corado Mayen, por su risa, por pintar soles con humildad, por recordarme la importancia de intentar y no darse por vencida, y por desear tanto traerme a este mundo; a mi abuelito “Papamilio”, Emilio Corado Zepeda con sus más de 100, bien compartidos, con música de acordeón, sabiduría e historias “NUNCA ES TARDE PA APRENDER” verdad?; a mi abuelita de la montaña Evarista Mayén†, “si se hace algo, tratar de hacerlo bien” mujer de infinita paciencia; a Elvira viuda de Benke, “Mamaíta” la abuelita de la ciudad “mi chula”; a la Madrina, Elba Marina Villatoro por su ejemplo, constancia y por abrir ventanas. A la memoria del músico trota cielos “del Cuje, Petén y caminitos de esta hermosa y azotada patria, pa donde apunte la nariz, pa llí voy” mi tío, José Lino Corado Mayén†; a Dada, regalo de Taita en mi vida Nahuel Yamil Vazquez Argüello “TENXOs MUXMAZES” porque los unicornios existen, tu apoyo gashego y el guano pa tantas locuras sin fin, acción!!.

A mi hermana María José Arias Corado “Petu” y sus razones de ser cada vez mejor, y luceros para mi, al colibrí Emilio José, estudiante chispudo y al príncipe José Adrián, risueño observador; a Doña Graciela y Fidel López por el cariño brindado y el espacio en su hogar; a la “piojita” María José Corado, siempre hay un lugar en casa para usted. A Doña Eduvina, por su rica sazón; a Gabriel Gilberto Ocampo Quintana por las tardes de lecturas e historias, a las Bethlemitas Hna. Julia y Hna. Ana Rita por su guía certera y apoyo oportuno, a Fray Horacio de la Sta. Cruz, mi padre adoptivo, por sus consejos; a Consuelo Ericastilla, por abrir las puertas de su casa y su cariño ejemplar. Al resto de mi familia con sus diferentes luchas, dolores y alegrías compartidas.

A quienes se suman a la construcción de un mundo diferente: Al Centro de Educación Popular y Servicios para la Enseñanza -CEPSE-, especialmente a Ricardo Sandoval, amigo y compañero comprometido de luchas, sobre todo por instarme y apoyarme en éste y otros proyectos; a la Manoplas†, por los cariños y tu presencia; a Esdenka Sandoval por tus cumbias, fernetts y entrega. A Claudia Boguerin “Tanguis”, por ser como sos de genial; Evelyn Román, ahora en los aprenderes de ser mami; Mery Marroquin, Gladys Cárdenas, Karyn Rosales y Evelyn Corzantes por aquellos tiempos de sueños “7up”; Juanita Sazo “La cigarrita”, por tu bella amistad y apoyo, a Ceto y Tony por las palabras regaladas; a Ruth del Valle y Miguel A. Albizures pareja de lucha y buen compartir; a Nery Macz por su carisma; a Roberto Cabrera por las oportunidades; a Estuardo Escobedo “Tatio”, por tu paciencia y diseños; a Mauricio Peñalba, por los constantes ánimos para continuar; a René Calderón por su experiencia visual y los nuevos retos compartidos. Al Fed Coloma “Chito”, porque la amistad sigue; Alberto Vásquez, por tu apoyo y compartir familiar; Blanquita Solís, por su buena sazón y aporte en este material; Jairo Cholotío†, por los ánimos a dos ruedas y calidad humana; Boris Hernández, por los buenos libros prestados y locuciones compartidas, Manuel Coguoq “Tizoco”, Australia le espera; Lancerio López por los pincelazos de alegría; Tono Catalán por las letras a la vida, a Tomoko Ishikawa por su valiosa labor, su sonrisa de colores y por regalarme la posibilidad de

plasmar pensares; César “Jarifa” por tu cariño; Hugo Flores “Pinky” y Ma. Ajanel “Molly” ejemplo de servicio; a doña Rosita Segunda de Haranzen y sus hijas: Carmen María, Teresita, Rosa por acompañar buen tramo de letras y luchas y al Profesor Granados por su particular forma de compartir los números; a todas y todos los amigos Humanistas “Maltiox chawe” (muchas gracias en Quiché).

A quines pintan de colores el mundo: Montserrat Prieto, “nada se pierde con probar”; a Rafa por esa misión de animar y seguir sumando; a Fabio Díaz por sonreírle a los retos, vienen tiempos mejores; Aldor Divasi, por las notas regaladas; a Luis de León Tobar que sí, que no, hagamos pues!; Silda Maldonado “quishita”; Nixon Soto, Carlos Plaza, Rudy Corado, Guillermo Chocano, Edwin “Oxe” por su constancia en trabajar por cambios. A Eugenia Méndez (Xenita), por tu apoyo en diversos momentos de este caminar; Joge por que se vale equivocarse; Jesser, hay que hacer la lucha; Carol pa lante y con fé!; Leslie “pue sí muchá!” y Jenniffer por los retos compartidos.

A mi asesora Patricia Galicia gracias por tu positivismo y apoyo, por aceptar este reto y acompañarme con tus consejos, temple y estupendos aportes. A quienes dieron su granito de arena para que este documento tuviera una voz diversa y buen “son”: Lic. Byron Chinchilla, Lic. Marco Antonio Pineda, Licda. Miriam Yucuté, M.A. Aracelly Mérida González, Licda. Ana Silvia Monzón, a cada una y uno, por el tiempo brindado, su valioso apoyo y ejemplo de servicio.

A Eduardo Gularte por su sencillez, a Dennis Smith por su compartir, a Raúl Urizar que las letras no dejen de fluir, Alfonso Gumucio por esa luz positiva que comparte, Alfonso Porres por su honestidad, Grégory Lassalle “Goyo” por su sencillez y valioso aporte a nuestra gente, a Fermina Chiyal por su valentía y trabajo con las mujeres, a Ana Carpio por su tiempo, a Marta Ordoñez por compartir su sentir, Ana Carlos por la experiencia aportada, Amalia Jiménez por los abrazos, a todas y todos infinitas gracias!.

Seguro en este caminar hay mujeres y hombres de quienes he aprendido y desaprendido, faltan sus nombres en esta página y no por eso dejan de ser importantes en mi vida, a ustedes gracias, muchas gracias!!!

¡Todas y todos hacemos comunicación, y que mejor si es una comunicación que nos deja escuchar y escucharnos, que nos hace libres... a quienes han hecho, hacen y harán comunicación... que buscan ver... que buscan verse, con buen ritmo y locuras con sentido!

Índice

Resumen	I
Introducción	II

CAPÍTULO 1

1. Marco Conceptual	25
1.1 Antecedentes	27
1.2 Justificación	27
1.3 Planteamiento del problema	28
1.4 Alcances y límites	29

CAPÍTULO 2

2. Marco Teórico	31
2.1 Juventud y el Derecho a la Comunicación	33
2.1.1 Fundamentos del derecho a la Comunicación	33
2.1.2 Rasgos de la juventud guatemalteca	36
2.1.3 Libertad de expresión: el gran desafío	41
2.1.4 El caso guatemalteco	42
2.2 Comunicación Alternativa, una propuesta crítica latinoamericana	44
2.2.1 Producción audiovisual alternativa nacional	46
2.2.2 Juventud guatemalteca y su participación en la producción audiovisual alternativa	49

CAPÍTULO 3

3. Marco Metodológico	55
3.1 Método o tipo de estudio	57
3.2 Objetivos	57
3.2.1 General	57
3.2.2 Específicos	57
3.3 Técnica	58
3.4 Instrumentos	58
3.5 Muestra	59
3.5.1 Procesamiento	59

CAPÍTULO 4

4. Presentación y Análisis de Resultados	61
4.1 La Experiencia de Producción de la Telerevista Juvenil La Banqueta ...	63
4.1.1 Orígenes	63
4.2 La nueva propuesta desde lo político cultural	69
4.2.1 Protagonistas	70
4.3 La propuesta desde lo organizativo	73
4.4 La propuesta desde lo comunicacional	74
4.4.1 Ejes temáticos transversales	77
4.5 El discurso	78
4.6 La propuesta desde la planificación	88
4.6.1 Ruta de producción	88
4.6.2 Fase de planificación	88
4.6.3 Preproducción	91
4.6.4 Producción	93
4.6.5 Postproducción	94
4.7 Difusión	95

CAPÍTULO 5

5. Propuesta para Producir Telerevistas Juveniles.....	101
5.1 Pasos Previos	102
5.1.2 La gestión participativa en una producción audiovisual	103
5.2 Definición del proyecto de producción	104
5.3 Preproducción	108
5.4 Producción	117
5.5 Postproducción	118
Conclusiones	121
Recomendaciones	123
Referencias Bibliográficas	125
Personas entrevistadas	130

ANEXOS

1. Glosario	133
2. Distribución de funciones dentro de la Telerevista Juvenil La Banqueta	135
3. Protagonistas de la Telerevista La Banqueta	137
4. Herramientas de producción	138
4.1 Planificación mensual	138
4.2 Guión de tomas	139
4.3 Guión final.....	140
5. Material promocional	141
5.1 Afiche promocional	141
5.2 Volante.....	142
5.3 Etiqueta para identificar VHS	142
5.4 Carne de prensa	142
6. Instrumentos de investigación	143
6.1 Guía de preguntas a comunicadores	143
6.2 Guía de preguntas a voluntarias/os	144
6.3 Guía de preguntas a equipo de producción	145
6.4 Guía de entrevista a especialistas en comunicación alternativa	146
7. Ficha de observación audiovisual	147

*“No podemos evaluar el mundo de hoy
con las mismas categorías anacrónicas con las que aprendimos,
porque aprendimos en el mundo de antes
y el mundo ya es otro”
Gabriel García Márquez*

Resumen

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Investigadora:

Jéssica Dinorha Ocampo Corado

Título:

Telerevista “La Banqueta”
una producción de comunicación alternativa juvenil

Planteamiento del Problema:

¿Cómo el proceso de producción alternativa de televisión “La Banqueta” puede generar espacios para la libertad de expresión de la juventud?

Instrumento:

Fichas bibliográficas, ficha de observación audiovisual y entrevistas.

Procedimiento:

Recopilación de bibliografía de diferentes autoras/es (libros, revistas, folletos, informes, periódicos e Internet) y su respectivo fichaje.

Análisis de diferentes aspectos de los programas realizados por el equipo de producción juvenil de La Banqueta.

Se realizaron entrevistas en formato escrito que se incluyen dentro del mismo texto, y audiovisual testimonial donde comparten sus experiencias: profesionales del medio, al equipo de producción, especialistas en comunicación alternativa, voluntarias/os, y a invitadas/os de la telerevista juvenil La Banqueta.

Resultados obtenidos:

En este trabajo de investigación se describe el proceso de producción de la telerevista juvenil La Banqueta, en el mismo se observó como un espacio de esta naturaleza, potencia la libertad de expresión juvenil.

1. Se denota la necesidad de espacios abiertos de expresión para que la juventud socialice sus propuestas, problemas y demandas.
2. Se confirmó que las estructuras y alianzas de poder que priman en el ámbito de los medios de comunicación, invisibilizan los aportes de la juventud.

3. Dentro del equipo de producción, la experiencia generó múltiples lecturas, ya que la juventud participó en diferentes niveles y van desde la importancia de establecer una metodología eficiente, la selección de objetivos a corto y largo plazo, hasta la planificación exhaustiva en cada una de las etapas de la producción, el apoyo logístico y humano en circunstancias inesperadas y resolución de conflictos, el respeto y el fomento a los aportes de iniciativas en todas las etapas.
4. Del análisis de contenidos y discursos utilizados en la televidео se determinó que los temas de poder local son prioritarios, acompañados del panorama cultural juvenil y la realidad social guatemalteca.
5. Temas que abordan la situación de la niñez y juventud, así como la organización comunitaria, la educación, violencia, derechos de la mujer, ecología, salud y comunicación no son ajenos a los intereses de la juventud.
6. Los discursos de la televidео denotan un lenguaje incluyente, vivencial, investigativo, reflexivo, además de que se caracterizan por ser crítico-constructivo, valiéndose en sus diferentes contextos de recursos alternativos y propuestas creativas.
7. A nivel social se visibiliza, sobre todo en los espacios juveniles la necesidad de espacios alternativos y de expresión que combatan la estrechez de oportunidades para la producción nacional independiente, frente a los monopolios extranjeros y su consecuente influencia en el ámbito nacional.
8. Existen diversas alternativas audiovisuales que permiten la libre expresión de las y los jóvenes, y albergan un espacio para la formulación constante de nuevas y complejas manifestaciones artísticas. Estas expresiones son de concientización social, responden a la necesidad de reinención y adaptación a la práctica del derecho a la libertad de comunicación de la juventud y como tales están sujetas a la capacidad de autosustentabilidad.
9. Después de realizar el estudio y con base en los resultados obtenidos, se presenta una propuesta de aspectos generales a tomar en cuenta para realizar una televidео y con ello apoyar las inquietudes de las y los jóvenes que quieren realizar producciones audiovisuales alternativas.
10. Se adjunta un glosario de términos técnicos, que facilitan la comprensión del lenguaje utilizado dentro del medio audiovisual.
11. Se adjunta material audiovisual que enriquece el contenido de éste trabajo y hace énfasis en la importancia del derecho a la libertad de expresión, en base a experiencias en el campo de la comunicación alternativa, así como: ¿Quiénes tienen derecho a la libertad de expresión?, ¿Cómo surge la comunicación alternativa?, algunas experiencias y en especial la de La Banqueta.

*"Y dijeron los Progenitores, los Creadores y Formadores,
que se llaman Tepeu y Gucumatz: ha llegado el tiempo de amanecer,
de que termine la obra y que aparezcan los que han de sostener y nutrir
los hijos esclarecidos..."*
Popol Vuh.

Introducción

Desde finales de la década de los setenta, se han desarrollado en diferentes países de América Latina producciones comunicacionales que involucran la creatividad y el potencial juvenil. A pesar de su fuerza y resultados positivos, las sociedades no les han valorado lo suficiente, al contrario, este fenómeno ha sido juzgado frecuentemente con desdén y sin basarse en estudios o análisis profundos al respecto.

En Guatemala, según estadísticas generales el 66% de la población es menor de 24 años, de los cuales el 69.3% vive en áreas rurales del país, el 51.1% son mujeres y el 48.6% son indígenas,. Adicionalmente, el 42.3% de la población está comprendida entre 0 y 14 años de edad. En la mayoría de casos, viven en situación de pobreza y con pocas posibilidades de participación en la toma de decisiones a nivel local y nacional. Los programas de promoción juvenil han sido diseñados y liderados tradicionalmente por personas adultas, sin la participación de la juventud y sin mayor coordinación interinstitucional.

La exclusión social y económica afecta a la juventud directamente y como consecuencia al futuro del país. Las alternativas y conquista de espacios, donde se valoren las propuestas y acciones juveniles son reducidas. Sobresaliendo en los últimos años Caja Lúdica, algunos grupos teatrales, radios comunitarias y en el caso de este estudio, la telerevista La Banqueta, que nació de la inquietud de un grupo de jóvenes por darle voz a ese silencio impuesto por la reducción de espacios para expresarse.

La producción audiovisual alternativa con y desde las y los jóvenes es un paradigma reciente, aunque de alguna manera ha estado siempre presente en los procesos que hilan la historia de nuestro país.

El presente estudio, potencia el cambio protagónico de la juventud a través de la socialización de una experiencia de producción audiovisual alternativa, como herramienta de apoyo a la libertad de expresión de la juventud; para lo cual se exponen los fundamentos del derecho a la comunicación, una panorámica de los retos que enfrenta la juventud en el ejercicio de este derecho, así como sus aportes al campo de la producción audiovisual alternativa en Guatemala.

Con lo anterior abrimos las páginas para conocer los orígenes de la telerevista juvenil La Banqueta, sus protagonistas, los aspectos organizativos, la estructura, los contenidos, el discurso, la práctica en el proceso de producción hasta la difusión televisiva.

Sobre la base de esta experiencia, en el último capítulo se presenta una propuesta para producir una telerevista juvenil que va desde la gestión participativa, pasando por la definición del proyecto a realizar, la preproducción, producción hasta la postproducción. En síntesis, es una guía sugerida para que la juventud sea protagonista de su derecho a la libertad de expresión.

Capítulo 1

Marco Conceptual



Foto: Edy Castillo

Título del tema

Telerevista "La Banqueta"
una producción de comunicación alternativa juvenil

1.1 Antecedentes

La sociedad guatemalteca es considerada pluricultural, pluriétnica y multilingüe, pero todavía no se amplían participativamente los espacios de expresión audiovisual donde se reconozca, respete y valore la dignidad y riqueza de esa diversidad.

En los Acuerdos de Paz no se aborda como tal la problemática de libertad de expresión, la necesidad de la democratización de los medios de comunicación y su importancia para el desarrollo equitativo, democrático y participativo para el país, tema que hubiera sido importante abordar en el marco del Acuerdo sobre el Fortalecimiento del Poder Civil.

En noviembre de 1996, el Congreso de la República aprobó la nueva Ley General de Telecomunicaciones con la justificación de ordenar y agilizar la asignación de las frecuencias del espectro radioeléctrico, especialmente las establecidas en las bandas que utilizan los medios de comunicación del país (radio y TV). La ley permitió al gobierno crear la Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT) que se convirtió en la entidad que controla el uso y la asignación de las diferentes frecuencias de telecomunicaciones (AM, FM, UHF, VHF, SW, LW, etc.) y la implementación del sistema de subastas públicas.

Con lo anterior es de suponer que quienes tienen acceso a los medios son aquellas personas y/o empresas que manejan grandes cantidades de dinero. La gran mayoría de guatemaltecos/os no cuenta con la posibilidad de participar directamente en el debate público o de interpretar su realidad en los medios comerciales.

Desnudar esta realidad, cuestionarla e invitar a la participación para su transformación, es una tarea que asumió el equipo de la tele revista juvenil La Banqueta, en el que se experimentaron y sumaron espacios organizativos juveniles; buscando una fórmula que generara esa comunicación diferente que propusiera y promoviera la libertad de expresión.

1.2 Justificación

Las experiencias en el campo de la comunicación audiovisual en Guatemala son diversas, sin embargo muy pocas están documentadas. Se considera que el aporte de esta investigación, es importante en la documentación de procesos de producción, específicamente de una tele revista que realizan las y los jóvenes.

El presente estudio es un aporte para valorar los espacios que la juventud genera, como es el caso concreto de la tele revista La Banqueta. Socializar la experiencia y el protagonismo de la juventud que realizó la producción y que facilitó, la libertad de expresión desde perspectivas juveniles en poblaciones que se ven constantemente interrelacionadas con una diversa riqueza multicultural.

Las diversas formas de comunicación y particularmente la audiovisual, tienen procesos de producción que pueden abrir espacios para activar habilidades y canalizar las dinámicas juveniles, siendo así, un vínculo que permite socializar a nivel personal y grupal.

Es importante conocer, el ¿por qué? es necesario fomentar la creación de múltiples espacios de producción audiovisual alternativa, que incluyan las realidades juveniles y las difundan a nivel local, comunitario, nacional y, de ser posible, internacional.

1.3 Planteamiento del problema

Generalmente las voces, imágenes y aportes de la juventud no son valorizadas en la sociedad y se minimizan o anulan sus capacidades para generar cambios positivos en diferentes espacios sociales.

El Estado no implementa de manera efectiva políticas que promuevan el desarrollo social para las diversas demandas de la juventud, ni garantiza el pleno ejercicio de sus derechos.

La escasa oferta en materia de formación favorece la deserción estudiantil y la prematura incorporación al mercado laboral o en su defecto la emigración. Sumado a ello, los empleadores ejercen políticas inescrupulosas que explotan las capacidades y energía de la juventud limitando drásticamente la posibilidad de progresar y más aún la eventual emancipación, tanto en el campo laboral como personal.

Es necesario decir que la desintegración familiar afecta a una cantidad considerable de la juventud, lo que provoca que busquen apoyo y pertenencia en pandillas juveniles.

Todo esto sumado a las escasas oportunidades de protagonismo positivo dentro de los medios de información, las estructuras jerárquicas y la propiedad concentrada de los medios de comunicación limitan sus derechos a la libre expresión y creación; por lo tanto, se plantea el siguiente problema:

¿Cómo la propuesta alternativa de producción de la tele revista "La Banqueta" contribuye a generar espacios para la libertad de expresión de la juventud?

1.4 Alcances y límites

Este estudio analizó cómo una producción de este tipo, contribuye a generar espacios promovidos por y para la juventud, desde aspectos de contenido, discurso, forma de producción hasta un modelo organizativo, destacando las posibilidades de libertad de expresión que mujeres y hombres jóvenes pueden alcanzar al involucrarse en un proceso de esta naturaleza.

El criterio que se consideró para analizar los programas de la tele revista La Banqueta, producida por el Centro de Educación Popular y Servicios para La Enseñanza –CEPSE- es el 100% de la producción realizada a partir del año 2002 al 2004, (44 programas). El análisis buscó identificar en el proceso, la participación juvenil y el ejercicio de sus expresiones.

Se analizó esta producción desde los ámbitos político cultural, organizativo y comunicacional. En este ámbito se focalizó en los contenidos, el discurso, la planificación, los protagonistas, y la difusión.

Este estudio presentó una visión crítica de la producción de la tele revista La Banqueta, no expresó análisis de mercado, financiero o de gestión, no promovió estudios de audiencia y tampoco presentó análisis comparativos con la comunicación.

Capítulo 2

Marco Teórico



Foto: Victorino Tejaxún

Foto: Paquinho Llorente

Conocí el caso de Pochuta, en los 80s, transmitían en vivo a través de la TV por cable.

Se instalaban en el parque central, debajo de la ceiba y desde ahí transmitían, marimbas, anuncios de los vecinos, declamaban etc. Sé que han habido muchos otros intentos como ese.

Miriam Y.

2.1 Juventud y el Derecho a la Comunicación

2.1.1 Fundamentos del Derecho a la Comunicación

La comunicación de los distintos grupos sociales, y particularmente la de la juventud, ha sufrido cambios profundos. Según el imaginario social, a través de la historia, se considera a la comunicación como una condición particular, un privilegio u opción de cierto sector de la sociedad en función de relaciones de poder basadas en condición de clase, género y etnia.

Según el Instituto Nacional de Estadística, aproximadamente un 54.33% de la población juvenil entre los 15 y 29 años (1 millón 733 mil 867 jóvenes) vive en condiciones de pobreza, sin acceso adecuado a los servicios básicos que presta el Estado y, por ende, sin la posibilidad de acceder a fuentes de ingresos que mejoren sus condiciones de vida.

Como consecuencia de la pobreza y la falta de oportunidades, la juventud se ve afectada por problemas sociales que adquieren una dimensión sui generis, debido a la vulnerabilidad a la que se enfrentan siendo víctimas fortuitas de la violencia y delincuencia que se viven en el país.

La juventud adolescente accede a la educación básica tan sólo en un 19.1%; un 14.6% a carreras de diversificado, y de la juventud en edad de ingresar a la educación superior únicamente el 1.4% logra hacerlo. Del estudiantado adolescente sólo el 28.4% concluye los estudios básicos y un 15.8% el ciclo de diversificado.

El problema de falta de acceso a la educación se agrava para la juventud indígena, en la cual la cifra de analfabetismo alcanza el 42.5%; y se torna escandaloso en el caso de las mujeres jóvenes adultas, cuyo índice de analfabetismo llega al 73.4%. Es importante destacar que aproximadamente 400 mil jóvenes pasan a la vida adulta sin saber leer ni escribir y como resultado sin conocimiento de sus derechos y responsabilidades.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, desde 1948, establece en el artículo 19: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". Concebir la comunicación como un derecho humano, permite entenderla como la base para el ejercicio de todos los demás derechos, posibilitando su práctica en todos los ámbitos y poblaciones.

Por su parte el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP), al cual Guatemala se adhirió en 1992, protege los derechos a la libertad de expresión en el artículo 19 inciso 2: "Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección"; a "la libertad de no ser objeto de ingerencias arbitrarias o ilegales en la vida privada (artículo 17) y a la libertad de conciencia (artículo 18)". El Pacto también afirma la igualdad de todas las personas ante la ley y el derecho de no ser objeto de discriminación (artículos 2 y 26).

Entonces se puede decir, desde un marco legal, que la comunicación es un conjunto de derechos cuyas dimensiones son el acceso a la información, la investigación, la expresión y la difusión. Se rige por cuatro principios según la Declaración sobre los Derechos de la Comunicación: La libertad de emitir opiniones sin censura previa, la inclusión relacionada al acceso universal a la educación, la protección de la vida cultural de las comunidades y el intercambio equitativo de los avances en ciencia y tecnología.

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, en el informe del año 2000, se refirió al efecto que produce la discriminación, de ciertos sectores de la población, en el fortalecimiento de las democracias: "La falta de participación equitativa impide el desarrollo amplio de sociedades democráticas y pluralistas, exacerbando la intolerancia y la discriminación. La inclusión de todos los sectores de la sociedad en los procesos de comunicación, decisión y desarrollo es fundamental para que sus necesidades, opiniones e intereses sean contemplados en el diseño de políticas y en la toma de decisiones" (CIDH, 2000: p. 18).

En el Informe sobre Desarrollo Humano del PNUD (2000: p. 73), se ha señalado que los pobres, en general, son los que tienen menos posibilidades de obtener información sobre decisiones y políticas públicas que los afectan directamente: la existencia de servicios gratuitos, conocimiento de sus derechos, acceso a la justicia, etc. Información vital para su desarrollo humano. A su vez, estos sectores tienen menor acceso a las fuentes de información tradicionales para expresar sus opiniones o hacer pública denuncias sobre violaciones a sus derechos básicos.

La diversidad cultural, lingüística y de información es crucial para el desarrollo de la democracia y la participación de los pueblos en los procesos políticos, que incluyen tomar en cuenta los puntos de vista de cada persona. La comunicación es una herramienta indispensable en estos procesos, y es particularmente importante, la participación de la población joven, para generar cambios que les beneficien a corto, mediano y largo plazo.

El término "Derecho a la Comunicación" fue articulado por primera vez por el experto comunicólogo francés Jean d'Arcy, en 1969, al considerarlo un derecho más extensivo que el derecho del ser humano a la información.

A nivel internacional el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos expresa: "Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualquier otro procedimiento de su elección..."

En América Latina y el Caribe todas las constituciones nacionales garantizan la libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio. En Guatemala, la Constitución Política de la República en el artículo 35 dice: "Es libre la emisión del pensamiento por cualesquiera medios de difusión, sin censura ni licencia previa. Este derecho constitucional no podrá ser restringido por ley o disposición gubernamental alguna..."

En la época de la transición democrática, los Acuerdos de Paz no abordan de manera amplia la problemática de la libertad de expresión. Sin embargo, en el marco del Acuerdo de Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas, firmado en México en 1992, en el inciso H, numeral dos, menciona que "el gobierno debe asumir la responsabilidad de garantizar el acceso a los medios de comunicación para las comunidades indígenas", por lo que, juegan un papel fundamental en la formación de una cultura de paz y respeto de los derechos humanos.

Pero también, es necesario conocer y tener conciencia de cómo llamar a los medios, ya que según Leonardo Acosta, en su artículo Medios masivos e ideología imperialista, publicado en el libro Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación (2000: p. 7) "la expresión **medios masivos de comunicación**, no constituyen realmente un vehículo de la comunicación humana, pues comunicación implica diálogo, intercambio, y los mass media hablan, pero no admiten respuesta". Son en todo caso medios de transmisión, difusión o información – desinformación.

Es difícil tapar oídos y ojos para que los labios no se muevan en países latinoamericanos, aunque lo han intentado, según Dennis Smith, Presidente de la Asociación de Comunicación Cristiana-WACC: "Expresarse es una necesidad y un derecho para cada ser humano. Reprimir este derecho gestiona la continuidad de la cultura de violencia y de impunidad que tanto nos aflige".

Según el Procurador de los Derechos Humanos de Guatemala, Sergio Morales: "El crecimiento de las comunicaciones convierte a la comunicación en la base política del sistema democrático. La información no es únicamente el derecho a transmitir noticias y expresar ideas, creencias o doctrinas, sino el vehículo por el cual los medios forman opinión; por esta proyección social, los medios de comunicación son llamados el cuarto poder" Morales (2004: p. 183).

2.1.2 Rasgos de la juventud guatemalteca

Según Bourdieu "la juventud no es más que una palabra". En tanto José Miguel Abad aclara en que la juventud es "una construcción ideológica que emerge históricamente al establecerse una etapa de vida entre la infancia y la adultez, en virtud de determinadas necesidades de reproducción social, que se asocia con un cambio psico-biológico en los individuos. Es decir, hay una especificidad biológica de la condición juvenil pero su diferencia y valoración está histórica y socialmente determinada", para lo cual es importante prestar atención a las desigualdades sociales vinculadas a la edad, género, cultura, raza, sexo, etc.

Sin embargo, en Guatemala los distintos enfoques que definen y conceptualizan a la juventud, deben ser utilizados como aproximaciones y acercamientos a sus realidades siempre complejas. A nivel social, decir joven es decir problema. La sociedad anula sus capacidades intelectuales de propuestas para el cambio de la misma juventud, así como su percepción y sentir dentro de esta compleja y cercana realidad.

La juventud se reduce a imágenes publicitarias o mercancías para las empresas que monopolizan la información del país, para satisfacer sus propias necesidades de comercialización, vinculando imágenes y roles distorsionados con: tabaco, bebidas alcohólicas, ropa, perfumes y un sin fin de productos que responden a las necesidades de un perfil de clase, etnia y género bien definidos que fijan el estereotipo de "la juventud", como: rostros extranjerizados, de tez blanca y cabello rubio, mujeres y hombres semidesnudos, delgados y "sensuales", según la moda, y en el otro extremo, la juventud guatemalteca menospreciada por sus características étnicas: de tez morena, cabello oscuro, estatura media, etc.

El siguiente fragmento es uno de muchos ejemplos: "Una de las razones por las que Gente 21 se convirtió en suplemento fue por la gran cantidad de anunciantes que tenía la sección", indica Gabriela del Cid, Directora de Mercadeo del matutino Siglo Veintiuno. Según el periodista guatemalteco Julio Mendizábal: "la popularidad de Internet ha determinado en mucho la renovación de las secciones sociales en los periódicos. Sitios como guate2night.com y zonagallos.com por ejemplo, comenzaron a presentar de forma ilustrativa como la juventud de posición económica privilegiada se recrea en bares y restaurantes de la ciudad de Guatemala o en eventos privados".

Para la juventud seleccionada por estos medios, salir retratada en esas páginas es sinónimo de popularidad y aceptación social. Estas secciones tienen una característica clara: casi nunca publican imágenes con personas que posean rasgos de pueblos mayas, xinca, garífuna o mestizos, ya que según indica Ariel Breppe, editor del suplemento Gente 21, el fotógrafo debe retratar "personas lindas e interesantes, con espíritu joven, porque eso es lo que nuestro consumidor busca".

Este segmento juvenil privilegiado no está interesado en temas sociales ni en la problemática económica nacional. Mendizábal subraya que: "los desfiles de modas, el lanzamiento del celular más novedoso o el último videojuego disponible, ejemplifican la clase de información periodística que busca este segmento del mercado". A tal punto, que los editores han tenido que acoplarse a esa tendencia, permitiendo el uso de palabras anglosajonas en la redacción como "in", "out", "cool", "outfit", "fashion" o "VIP" para dar con la tendencia actual de este sector juvenil.

Sexo, moda, modelaje, música, tecnología, búsqueda de parejas, carreras profesionales y reseñas de actividades artísticas, son temas que algunas publicaciones tratan desde un ángulo informativo ligero.

Por otro lado, los medios ejercen una influencia negativa sobre la imagen de la juventud guatemalteca de clase media y baja, al extremo de criminalizarla. La mayoría protagoniza casi a diario, notas rojas y es notorio, como en éstas secciones, generalmente, no aparece juventud de clase alta o con los rasgos característicos visibilizados en las campañas publicitarias.

Hace poco "La Comisión Legislativa de la Mujer dio a conocer: que la niñez y la juventud son presas fáciles de la violencia, y se observa una mayor vulnerabilidad de esos sectores por el fenómeno imperante en el país". CIMAC/Cerigua (*noticia, 7 abril, 2006*).

La realidad juvenil es muy compleja y controversial. El estudio de la Comisión Económica para América Latina – Organización Iberoamericana de Juventud CEPAL-OIJ (IIDH/2006: p. 17-21) identifica algunos aspectos de esa realidad juvenil.

Características de la realidad juvenil Iberoamericana

CARACTERÍSTICAS ACTUALES	CONTRAPARTE QUE MODIFICA EL CAMPO DE INTERACCIÓN SOCIAL
Mayor acceso a educación	menor acceso a empleo
Más acceso a información	menos acceso a poder
Expectativas más altas de autonomía	menos opciones de materialización
Mejor provisión de salud	menos reconocimiento en su morbimortalidad específica
Mayor ductilidad y movilidad	más vulnerabilidad a las trayectorias migratorias inciertas
Cohesionados como grupo	pero más impermeabilidad hacia fuera
Más aptos para el cambio productivo	Pero más excluidos del mismo
Ambigüedad como receptores pasivos de políticas	y protagonistas del cambio
Beneficiados por la expansión del consumo simbólico	perjudicados por la restricción en el consumo material
Autodeterminación y protagonismo, por una parte	precariedad y desmovilización, por otra

Elaboración propia, fuente CEPAL/OIJ, 2004: 17-21

Tomando en cuenta el Censo Poblacional 2002, del Instituto Nacional de Estadística –INE-, hay un poco más de tres millones de jóvenes, entre 15 y 30 años en la sociedad guatemalteca. Es importante escuchar sus voces y aprovechar la energía y creatividad que pueden generar.

Es en la población juvenil, donde se están concentrando serios problemas de exclusión y falta de oportunidades, que conllevan a su vez al aumento de la pobreza y marginación de la educación, la ciencia, la tecnología, la participación política, la recreación y posibilidades de expresión de sus potencialidades. En consecuencia, esta situación termina convirtiéndose en una catapulta, aprovechada por grupos ilegales como: el crimen organizado, delincuencia común, narcotráfico, maras, contrabando y prostitución, incrementando los niveles de vulnerabilidad de la población juvenil.

Para los medios de comunicación, la juventud del país también se reduce a números y bandos (quienes matan, quienes han sido asesinados), "lo malo vende más que lo bueno". Resaltan la acción negativa de unos y ocultan el debate ideológico planteado por los otros. "Están más atentos al conflicto, a la fotografía de la sangre, que a la radiografía de las ideas y los proyectos".

En Guatemala, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística –INE- menos de un 10% de jóvenes, entre 15 y 30 años, tienen acceso a estudios universitarios. Solo un 10% tiene acceso a un empleo formal y alrededor de un 20% han emigrado fuera del país, quedando un 60% de jóvenes en condiciones de precariedad laboral, de los cuales pocos crecen o han crecido en familias integradas. Ante este panorama, los espacios de acción y participación para jóvenes son muy limitados.

Actualmente, la producción de los medios masivos contribuye a proyectar en la audiencia juvenil, "un mundo que no les pertenece, ni por historia ni por contexto". De acuerdo a Smith, la juventud utiliza otras formas de expresión como: "refugiarse en la drogas, en una práctica mecanizada y deshumanizada de la relación sexual, maras o en el consumo como fin en sí mismo".

Hay diversos factores que afectan directamente a la juventud, entre ellos, últimamente, se han destacado en los diferentes noticieros la vulnerabilidad que afecta de forma particular a la población juvenil femenina. A finales del 2006, según la Policía Nacional Civil –PNC- la suma de mujeres asesinadas llegó a 603, sin tomar en cuenta los muchos casos que no se denuncian por la distancia en que se encuentran las comunidades.

En la mayoría de estos casos, según el documental "Paraíso de Asesinos" de la cadena de televisión BBC, las mujeres han sido catalogadas como "prostitutas o se les inculpa para justificar la muerte y archivar el expediente"; quedando nula la posibilidad de investigaciones justas y dejando en el ambiente social: conformismo, silencio y miedo.

Hay datos que muestran que la muerte de mujeres van en aumento, como los presentados por la Policía Nacional Civil –PNC-, sin embargo es difícil obtener datos sobre casos investigados, en proceso judicial o resueltos.

Homicidios de mujeres por año enero 2005 a diciembre 2006

Mes	2005	2006
Enero	33	45
Febrero	37	45
Marzo	38	63
Abril	35	47
Mayo	26	39
Junio	39	46
Julio	60	45
Agosto	53	49
Septiembre	34	58
Octubre	46	67
Noviembre	54	54
Diciembre	63	45
Total	518	603

Fuente: PNC

Por otro lado el campo laboral, no ofrece diversidad de opciones ocupacionales. Al contrario, presenta variedad de limitantes para que la juventud, con escasa o nula calificación, compita por un lugar en el mercado, que se ha visto reducido por las constantes crisis económicas, sociales y políticas. El 37.88% de la Población Económicamente Activa (PEA) está compuesto por jóvenes de entre 15 y 29 años de edad; sin embargo, se calcula que el 52% de ellos está desempleado.

Amplios sectores de la sociedad en América son azotados por la pobreza y la Según Cantón, estos factores "afectan la libertad de expresión de los ciudadanos del hemisferio, toda vez que sus voces se encuentran postergadas y por ello fuera de cualquier debate" (IIDH, 2003: p. 230).

De acuerdo al Informe de la Comisión Económica para América Latina –CEPAL- (2002), Latinoamérica cuenta con 200 millones de pobres (un 44% de la población). Guatemala se ubica entre esos países.

Honduras	79.1%
Nicaragua	67.4%
Paraguay	61.8%
Bolivia	61.2%
Ecuador	60.2%
Guatemala	60.4%
Colombia	54.9%
El Salvador	49.9%

Fuente: CEPAL, 2002

A la poca oferta laboral, se suman condiciones deplorables: Salarios por debajo de lo mínimo, condiciones de desigualdad, de inseguridad y de explotación que detonan en inmigración o en la incorporación de miles de jóvenes, hombres y mujeres a las maras, donde encuentran "cierto sentido de pertenencia", que el sistema les ha negado. Además, se generan nuevos patrones de conducta, algunos socialmente ilícitos, con las cuales mucha gente joven ha accedido a bienes o ingresos que permiten incrementar el incipiente ingreso familiar.

Según el "Informe de violaciones a derechos humanos de la juventud, limpieza social", presentado por el Centro de Acción Legal en Derechos Humanos – CALDH- (2005) las medidas gubernamentales: "sólo están dirigidas a reprimir y no a prevenir dichos problemas concretándose en acciones que inducen a afirmar que en Guatemala existe una limpieza social dirigida hacia la juventud, tomando en consideración las características de las detenciones ilegales de jóvenes y el desmesurado número de asesinatos cometidos en su contra, ascendiendo a 2,425 en el año 2004 de los cuales 2,181 fueron cometidos en contra de hombres y 244 en contra de mujeres, en ambos casos, entre 14 y 29 años, teniendo estadísticas parecidas en el año 2005 y se contará con datos similares en 2006".

Todo este complicado panorama para la juventud en Guatemala se agrava si agregamos que, de acuerdo al Programa Nacional de ITS/VIH/SIDA, del Ministerio de Salud Pública "los hombres han tenido su primera relación sexual en promedio a los 16 años, sin ningún tipo de orientación y educación. Es en los jóvenes entre los 20 y 29 años que se manifiesta el 32.42% de los casos VIH/SIDA".

La situación no es simple de afrontar en los diferentes espacios sociales, para la juventud, sin embargo, en este sentido, algunos sectores de la juventud han encontrado en la producción audiovisual alternativa un menú variado y atractivo, para expresarse con libertad.

Según Boris Hernández y Arturo Albizures de la Asociación Comunicarte: "la producción audiovisual alternativa, juegan un papel importante en el desarrollo juvenil, ya que propicia su participación en su propio desarrollo social, económico y cultural". Además, constituye un espacio propicio para: la denuncia sobre violaciones a los derechos humanos, el incumplimiento de las responsabilidades de los gobiernos locales y nacional; así como expresar contradicciones sociales relacionadas con género, ambiente, clase, etnia, cultura, poder político, etc.

En términos de participación ciudadana y construcción de la democracia, generalmente se presta atención a la juventud en periodos electorales, porque, según el periodista y defensor de Derechos Humanos, Miguel Ángel Albizures: "son más de medio millón quienes se han inscrito para votar" (2003: p. 14). Es la población que puede hacer la diferencia entre ganar o perder, para uno o varios partidos; además de ser utilizada su energía y buena disposición en diferentes campañas partidistas.

2.1.3 Libertad de expresión: el gran desafío

Según el comunicador social, Ricardo Sandoval "Los medios de comunicación masivos en Guatemala, tienen políticas económicas e ideológicas que no promueven, ni aceptan producciones que generen análisis crítico de la realidad, desde la visión de la juventud guatemalteca".

En Guatemala, a la fecha no existen estudios que demuestren el potencial que la juventud desarrolla en el área de producción alternativa audiovisual. Documentar esta realidad es importante, porque se trata de amplios segmentos de la población que ejerce diferentes niveles de liderazgo y, a corto plazo, se verá asumiendo la dirección de espacios sociopolíticos de incidencia a largo plazo, actualmente ejercidos por "adultos responsables".

Según el Informe Nacional de Desarrollo Humano, "los canales de televisión comerciales incorporan un 80% promedio de programas llamados enlatados o importados, y solo un 20% de programas realizados en el país"... además que: "la juventud y la niñez guatemalteca dedican en un año 800 horas para la escuela y unas 1,200 para ver televisión. Tanto las telenovelas (con la mayor audiencia) como la programación en general, carecen de controles de calidad. PNUD (2002: p. 169)

Las grandes empresas de comunicación masiva siguen una sola dirección, de arriba hacia abajo, del centro a la periferia, de unos pocos hacia la mayoría, del "rico" en información al "pobre" en información. Han fijado las "normas" de lo que se puede clasificar como "profesional" en las producciones de los medios de comunicación, obstaculizando a menudo la aparición de formas alternativas de comunicación.

De acuerdo a World Association for Christian Communication –WACC-: "los comunicadores tienen hoy la tremenda responsabilidad de utilizar e idear formas autóctonas de comunicación. Tienen que crear un ámbito simbólico de imágenes y significados mutuamente compartidos en el que se respete la dignidad humana y los valores religiosos y culturales que constituyen la médula de las culturas del Tercer Mundo" (WACC, 1997: p. 9).

Para el sector juvenil que busca cuestionar al sistema, expresarse con un lenguaje propio, crear nuevas formas de comunicación y hacer que más voces se escuchen, los procesos se complican. Desnudar la realidad, comprenderla, cuestionarla e invitar a la participación para su transformación, es una tarea riesgosa para la prensa independiente, pero para la juventud el reto es mucho mayor.

La UNESCO en su documento "Un solo mundo, voces múltiples, comunicación e información en nuestro tiempo" presentado por Sean MacBride y otros, ha revelado datos alarmantes de la situación de la información y la comunicación en el mundo, de hecho en su Primera Conferencia sobre Políticas de Comunicación celebrada en San José, Costa Rica en julio, 1976 los Estados miembros

declararon que "deberán concebirse políticas de comunicación nacionales en el contexto de las realidades nacionales, la libre expresión del pensamiento y el respeto a los derechos" (UNESCO, 1980: p. 62).

Para Santiago Cantón, Secretario Ejecutivo de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos –OEA-: "la libertad de expresión es la herramienta que posibilita el conocimiento, la conciencia propia colectiva. Cuando los seres humanos pierden la posibilidad de expresarse libremente pierden la posibilidad de informarse, conocer, hacerse conscientes, comunicarse y tomar posición frente a la realidad que los enfrenta" (IIDH, 2003: p. 19).

Ante la realidad de la juventud la Convención Americana de Derechos Humanos señala en su preámbulo que: "Solo puede realizarse el ideal del ser humano libre, exento del temor y de la miseria, si se crean condiciones que permitan a cada persona gozar de sus derechos económicos, sociales y culturales, tanto como de sus derechos civiles y políticos".

Marielos Monzón, periodista guatemalteca independiente, afirma que: "los medios de comunicación en Guatemala, y la prensa escrita en particular, se han basado en grandes temas y han dejado olvidados en su agenda otros temas importantes..." como la juventud. Proyecto Projoven DIGEEX-GTZ (2002: p. 92).

Por otro lado, se observa como los medios de comunicación en Guatemala muestran cierta tendencia a destacar los aspectos negativos de la juventud sobre los positivos, lo que contribuye a que la sociedad no les tenga confianza.

2.1.4 El caso guatemalteco

La historia que precede a la realidad actual guatemalteca, es resultado de una cultura de silencio, vivido y aprendido, que se ha venido fortaleciendo. Durante el conflicto armado interno, los medios de comunicación fueron asediados y cientos de jóvenes (mujeres y hombres) fueron asesinados o exiliados, como resultado de las violaciones a los derechos humanos cometidas por las fuerzas de seguridad del Estado y grupos paramilitares.

Los testimonios recibidos por la Comisión para el Esclarecimiento Histórico de Guatemala –CEH-, Capítulo II (Las violaciones de la libertad de expresión), Tomo 3, insisten en subrayar el silencio que la población vivió, porque hablar y ver constituían un peligro inminente.

En el capítulo III del mismo Informe donde profundizan sobre los Efectos y consecuencias del enfrentamiento armado se puede leer que: "Uno de los efectos más extendidos y profundos del enfrentamiento armado es la vulneración, en diversos grados y modalidades, de las estructuras comunitarias mayas y sus mecanismos de reproducción material y cultural. La violencia afectó sus sistemas de autoridad, normas de convivencia social y elementos de identidad cultural... pero igualmente se produjeron respuestas y se activaron mecanismos de resistencia".

La Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, adoptada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, en su 108 período de sesiones en Octubre del año 2000, manifiesta en el primer literal de sus Principios que: "La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática".

Esta situación de silenciamiento ha afectado particularmente a la juventud guatemalteca, en su relación con los medios masivos. De hecho el limitar su expresión según Smith: "enseña a la juventud que el ámbito socio-político es monopolizado por élites, que el sistema no está abierto a ser renovado y que no vale la pena convertirse en actor social y ciudadana/o plena/o".

En la relación con los medios, las sociedades, y particularmente la juventud, además de todas las limitantes se enfrenta a:

- Los canales nacionales se caracterizan por transmitir programación enlatada, además de reproducir patrones extranjeros en la programación propia
- La fuerte concentración de medios en oligopolios, que acaparan las frecuencias de radio y TV.
- Los sistemas legales de comunicaciones no privilegian a las asociaciones civiles sin fines de lucro, ni el acceso a las frecuencias por parte de la sociedad civil, ya que, solo se conceden las frecuencias por medio de subastas al mejor postor, obviando el servicio social de los medios.
- La primacía de un modelo neoliberal de mercado, que acumula excesivamente y en reducidos sectores, los beneficios sociales, excluyendo y anulando a medios comunitarios y populares.
- Un mercado publicitario capturado por los grupos económicos multimediales de la región y favorecidos, muchas veces, por sus vínculos políticos con el gobierno de turno.
- Escasas alternativas de mercado para el desarrollo de estrategias autosostenibles de proyectos comunicacionales independientes.
- Las mayores exigencias tecnológicas para la cobertura y la facilitación del acceso a los medios.
- Los proyectos comunicacionales alternativos se enfrentan a una cobertura geográfica limitada.
- El acceso a capacitación y a tecnología para producción audiovisual es demasiado reducida para todas las comunidades lingüísticas del país.
- La ausencia de políticas gubernamentales y normas que regulen la asignación de la pauta publicitaria del estado.
- Se percibe en los medios la premisa de que lo malo vende más que lo bueno, ya que no visibilizan a la juventud como parte esencial del desarrollo de un país.

En el caso específico de la televisión, quienes la administran tienen políticas claras que reflejan la desvalorización de la información como elemento de conocimiento de la realidad, comúnmente se denomina así a los programas que solamente distraen al interlocutor/a, en su lugar dan prioridad al entretenimiento.

De acuerdo a diversas opiniones socializadas por el equipo de producción de la telerevista La Banqueta: "cualquiera que fuera el género o formato televisivo, debería de promover que la juventud pueda aprender e informarse de forma crítica".

La información llega cargada de espectacularidad, sensacionalismo, y amarillismo, y las audiencias, particularmente la juventud, es considerada como receptora sin criterio, fácil de convencer e influenciar al consumismo.

2.2 Comunicación alternativa: una propuesta crítica latinoamericana

A nivel mundial, mujeres y hombres de todas las edades: campesinos, obreros, estudiantes, mineros, indígenas, homosexuales, lesbianas y otros sectores marginados, buscan socializar y expresar sus demandas y apreciaciones políticas, sociales, económicas, culturales, etc. En estos contextos se hace presente la comunicación alternativa, que es producto de esfuerzos contestatarios, de conquistar espacios de comunicación en sociedades sometidas por fuerzas neocoloniales, es decir por fuerzas con predominio e influencia que ejercen países poderosos sobre los países en vías de desarrollo.

La experiencia en comunicación alternativa, da sus primeros pasos en las luchas sociales con las radios libres de Francia e Italia, que aparecieron a principios de los años setenta, después del auge de los movimientos estudiantiles de 1968 y por diferentes circunstancias sociopolíticas y económicas, tuvieron una duración muy limitada.

Para algunos investigadores de la comunicación, como Dueñas Guzmán, que cita a Gumucio Dagron (1989: p. 12): "América Latina es una de las regiones del mundo con mayor riqueza en la práctica y teoría de la comunicación alternativa".

En ese sentido, "estas vastas experiencias van desde la prensa Nanica en el Brasil de la dictadura militar, pasa por las radios mineras de Bolivia, las radios cristianas en Colombia y Chile, los altoparlantes de los barrios populares de Lima, las tiras cómicas con temas sociales de Buenos Aires y Ciudad México, múltiples experiencias con prensa escrita a través de la región, hasta llegar al uso de las computadoras por grupos feministas, ambientalistas e indigenistas en el Brasil, México, Nicaragua y Costa Rica."

La comunicación alternativa surgió como una variedad de experiencias, dispersas a lo largo y ancho del planeta, y sólo posteriormente se trató de elaborar una teoría alrededor de ella. Un libro que ilustra bien esta diversidad es "Radical Media" de John Downing. En sí "lo alternativo" es una propuesta que es "otra" y difiere de los medios comerciales y dominantes. Lo que comparten todas las corrientes alternativas es que buscan usar los medios para lograr "algo más" que una ganancia económica y expresar "discursos específicos que no son atendidos por los medios masivos imperantes" Peppino (1999: p.36).

Dueñas en el documento "Globalización y comunicación alternativa", señala que "las enseñanzas pioneras de Paulo Freire – Educación como practica para la liberación y pedagogía del oprimido- han servido de inspiración para nociones de comunicación como diálogo y enfoques de comunicación participativa". En sí, hay diversas definiciones como las elaboradas por Díaz Bordenave, en el mismo escrito; quien manifiesta que "ha elaborado múltiples definiciones sobre las dimensiones de participación como: un derecho humano, un fin más que un medio, un proceso aprendido de concientización crítica y un proceso facilitado por la comunicación".

La comunicación alternativa es considerada por varios estudiosos como una teoría crítica, que busca entender a la comunicación más allá del puro comportamiento mecánico, o bien conductismo que se entiende como la interacción entre el individuo y su contexto físico, biológico y social. La comunicación, no es un proceso aislado, está inmersa, se lee y entiende desde su contexto social, político, económico y cultural.

Para Kaplún (1985): "la comunicación alternativa es igual a la comunicación democrática, la cual se opone a la comunicación dominadora. La comunicación democrática se caracteriza por el diálogo, comunidad, horizontalidad, participación, flujos bidireccionales y está al servicio de la mayoría de la sociedad. La comunicación dominadora se caracteriza por el monólogo, el poder, el verticalismo, flujos unidireccionales, monopolios y está al servicio de minorías".

Gutiérrez y Prieto en su libro *La Mediación Pedagógica: apuntes para una educación a distancia alternativa*, la definen como: "una manera diferente de hacer comunicación, tanto por los contenidos como por la forma del discurso, de organizarse para producirla, lograr espacios en los medios dominantes, o bien generar sistemas propios y de colaborar en la utilización distinta de los mensajes por parte de los destinatarios" (1991: p. 15).

Una comunicación alternativa es una comunicación horizontal, donde no existen guías o dirigentes, sino promotores. Es una comunicación con fines educativos que propone, no impone. Promueve la crítica y la participación.

La comunicación alternativa, para beneficio de diversas poblaciones en "América Latina lleva la delantera en cuanto a la cantidad y calidad de las experiencias de comunicación participativa", de acuerdo al especialista en comunicación para el desarrollo Alfonso Gumucio Dagron. De hecho, en el informe para la Fundación Rockefeller, "Haciendo Olas", 2001: historias de comunicación participativa para el cambio social, Gumucio reúne una serie de experiencias en diversos países de Latinoamérica, África y Asia que van desde radio, video, teatro popular y de calle hasta televisión, altavoces e Internet entre otros.

En esta variedad, más recientemente, surgen las Telestreet, televisiones de calle o llamadas también televisión desde abajo, tiene como principal objetivo ser de acceso público, "abiertas a toda la gente del barrio que quiera actuar frente a la parálisis del sistema informativo italiano", expone Ciro D'Aniello, uno de sus miembros (artículo, diciembre 2004). Este movimiento nació en junio de 2002 en la ciudad italiana de Bolonia cuando empezó a emitir Orfeo Tv, lo que ha provocado que hoy en día funcionen más de ciento cincuenta televisiones de calle en ese país.

A nivel latinoamericano, según diversas fuentes, sobresalen experiencias en producción audiovisual alternativa como la de Catia TV ubicada al oeste de Caracas en un humilde barrio llamado el Manicomio en Venezuela, Tv Viva en el nordeste de Brasil, Canal 4 Utopía, TvLibre televisora comunitaria de La Matanza en el barrio La Juanita, Tv Piquetera, la Comunitaria Tv de Claypole en Argentina; la producción que presenta el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa –ILCE- en México; programa Materia Gris que se proyecta en canal 15 de la Universidad de Costa Rica –UCR-; Puntos de Encuentro en Nicaragua y la Asociación de Capacitación e Investigación para la Salud Mental –ACISAM-, tv comunitaria en El Salvador.

A nivel general estas producciones audiovisuales hacen énfasis en: desarrollo rural, organización comunitaria, participación y derechos de las mujeres, identidad cultural, lucha social, política, económica y por la tierra y derechos políticos. Así también, salud, salud materna e infantil, SIDA/VIH, salud sexual y reproductiva de la juventud, medio ambiente, gobernabilidad, democracia, educación, transformación de conflictos, delincuencia, multiculturalidad, tecnología, el desarrollo económico, gobierno local, diversidad sexual y la ampliación de medios de acción de sectores marginados, por mencionar algunos..

2.2.1 Producción audiovisual alternativa nacional

En Guatemala existen materiales y propuestas alternativas de producción audiovisual, que aún cuando han sido irregularmente documentadas, aportan con datos antropológicos e históricos a la construcción de la memoria colectiva. Sin embargo, son escasos los registros de las experiencias de forma sistemática, sus metodologías y/o avances. El cómo se desarrollaron o evolucionaron estos procesos, se puede conocer a profundidad si se entrevista a profesionales que han estado involucradas en los mismos o a sus fundadoras/es, más allá de la consulta de fuentes meramente documentales.

Según el diccionario de la Lengua Española se entiende por producción “el acto o modo de producirse, acción de producir”, y producir significa: “procurar, originar, ocasionar; dicho de una persona: exhibir, presentar, manifestar a la vista y examen aquellas razones o motivos o las pruebas que pueden apoyar su justicia o el derecho que tiene para su pretensión”. Entonces podemos decir que la producción audiovisual alternativa comprende productos comunicacionales que involucran conjuntamente al oído y a la vista. Especialmente son métodos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas.

La producción audiovisual alternativa es la toma de imágenes y sonidos de los diferentes contextos y realidades inmediatos, que buscan manifestar la propuesta de una persona o grupo de personas. Aportar y enriquecer con contenidos propios, la necesidad de espacios de expresión, para generar una verdadera comunicación, es decir, espacios de encuentro que formen comunidad..

En Guatemala se han generado diversas expresiones de comunicación audiovisual alternativa, particularmente durante el conflicto armado, en el proceso para firmar la paz y en los años post-conflicto. El propósito de esas experiencias ha sido generar posibilidades de expresión, experimentando con medios al alcance de los sectores excluidos, además de desarrollar la capacidad de comunicar, en diferentes contextos, las realidades sociales del país.

Desde sus inicios en Guatemala, de acuerdo a la experiencia de Boris Hernández, coordinador de la Asociación Comunicarte, la producción audiovisual alternativa "fue y sigue siendo una herramienta que respalda denuncias de diferentes sectores del país, impulsada por gente joven que ha encontrado, a pesar de la ausencia en tecnificación de equipo y procesos convencionales de producción, una forma de recuperar y escribir sus historias, demandas o realidades".

Estas producciones han buscado, concretar una perspectiva de intercambio, una mirada política de intervención, de disputar sentidos, de lo que etimológicamente significa el concepto de comunicación: intercambio de ideas, informaciones, sentimientos, llegar a la común unión de las partes implicadas en el proceso, lo cual no supone unanimidad, sino debate, en el que han existido elementos ajenos aceptados y otros rechazados. Pasando del comunicar, al comunicarnos, del transmitir algo a otras y otros a intercambiar recíprocamente algo.

En estos contextos nacen varios proyectos de comunicación alternativa impulsados por la juventud, entre los que se pueden mencionar las productoras que surgieron a finales de los 80's e inicios de los 90's:

- Centro de Educación Popular y Servicios para la Enseñanza CEPSE (1982)
- Audiovisual de Comunicación y Educación –CAUCE- (1989)
- Cochemonte (1989)
- Centro de Investigación Maya -CEDIM- (1990)
- Asociación Comunicarte (1990)
- Barriletes (1990)
- Nawal (1990)
- Centro de Actividades Múltiples e Investigación -CAMI- (1991)
- Centro Audiovisuales Educativos -AVE- (1992)
- Asociación del Desarrollo para América Central –ADEPAC- (1993)
- Video Comunitario Tolvisión canal 9 (1995)
- Luciérnaga (1996)
- Cholsamaj (1995)
- Centro de Investigación y Estudios Populares –CIEP- (1996)
- Centro Indígena de Comunicación IXIM (1996)
- Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas de Sololá –CMCM- "Nutzij" (1998)
- Museo Comunitario Rabinal (1998)

Varias de estas entidades han centrado su trabajo en la documentación y difusión de la realidad guatemalteca, la cual ha estado marcada por el racismo, la discriminación, la intolerancia y la exclusión, que son producto de la fuerte división de clases que ha enfrentado la sociedad Guatemalteca. Otras han trabajado y continúan con el rescate de la memoria histórica.

Los temas que se abordan en los documentales son diversos ligados a la historia del conflicto armado y con las consecuencias del mismo, además de abordar temas culturales, que recogen las diversas necesidades de socializar una carencia pasada, una necesidad o hecho presente o una propuesta y visión de futuro.

Algunas de estas han tenido dentro de sus planes de trabajo ofrecer cursos prácticos de comunicación audiovisual para mujeres y hombres indígenas y mestizos. Otros, a través de sus materiales han buscado generar conciencia sobre los medios de comunicación y desarrollar la capacidad de comunicar en el contexto de las zonas rurales.

En una publicación de un directorio de comunicación popular "Yo, tu, nosotros" (1994), impulsado por la Asociación de Comunicadores Cristianos de Guatemala (ACCG), la Asociación de Servicios Comunitarios de Salud (ASECSA), la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas (FGER), el Instituto para el Desarrollo Económico Social de América Central (IDESAC), el Proyecto de Desarrollo Santiago (PRODESSA) y la Sociedad para la Juventud Guatemalteca del Mañana (SOJUGMA), recoge un mapeo de 24 instancias guatemaltecas que trabajan en la producción de material audiovisual alternativo, además de ofrecer áreas de asesoría, capacitación, reproducción, intercambio y distribución de materiales.

Es importante mencionar que en 1992 las productoras Cochemonte, AVE, Comunicarte, el Nawal y la Cinemateca Universitaria impulsaron la creación de una Asociación de Productores Independientes, con el ánimo de unificar esfuerzos y constituir un bloque que les permitiera canalizar recursos financieros de agencias cooperantes extranjeras. Ya que, ese ha sido el punto débil para los esfuerzos que se precien de ser independientes y, sobre todo alternativo, que no significa ser pobre. Situación "agudizada por funcionar en un contexto represivo, propio de un conflicto armado", según Boris Hernández, actual coordinador de la Asociación Comunicarte.

Para llevar a cabo la conformación de dicha asociación, se contó con el acompañamiento y asesoría de los productores Guillermo Escalón, salvadoreño y Félix Zurita, nicaragüense, ambos con una gran trayectoria en producción de audiovisuales alternativos.

Como parte de ese proceso, en noviembre de 1992 se llevó a cabo el primer Festival de Vídeo Alternativo "El Cenzontle de Barro", que pretendía dar a conocer la propuesta de la Asociación y la producción que en Guatemala se estaba realizando; ya que en ese momento, todas las producciones comunicacionales a nivel alternativo que se conocían, habían sido realizadas por extranjeros.

Paralelamente se pueden visualizar otros esfuerzos, más recientes que comienzan su caminar en la producción alternativa como: Manguito Producciones (2000), Caracol (2005) y Oxlajuj Ajpop (2005). Algunos de estos proyectos, a pesar de no ser productoras desde su concepción, apostaron desde sus contextos a la producción audiovisual alternativa como respuesta a las diversas necesidades sociales y la reivindicación de la cultura guatemalteca desde la multiétnicidad hasta la multiculturalidad.

Según Hernández "este esfuerzo no cuajó como se esperaba, debido a los intereses de tipo ideológico que en ese momento prevalecieron por sobre los que la comunicación alternativa exigía, que eran los de impulsar y dar a conocer la lucha que el movimiento popular en su conjunto desarrollaba, en su deseo de fundar una nación donde prevaleciera la justicia social y la solidaridad".

Los aportes palpables en la construcción de la historia en este mundo de producción y comunicación audiovisual alternativa a través de textos pueden encontrarse en las investigaciones de tesis realizadas por estudiantes de Ciencias de la Comunicación, como requisito para optar a la licenciatura, y se caracterizan por sus aportes en el campo pedagógico y temas puntuales, aunque por el momento, ninguna profundiza en alguna experiencia concreta.

Entre ellas podemos encontrar:

- ❖ La libertad de expresión en Guatemala. Hernández, Favio. Universidad de San Carlos, Guatemala, 1981.
- ❖ La técnica del cine forum como medio de desarrollo de la capacidad crítica de los adolescentes. Búcaro Chinchilla, Silvia Adelina. Universidad de San Carlos, Guatemala, 1986.
- ❖ La Comunicación para el Cambio Social, Bracamonte Cerón, Gustavo Adolfo. Universidad de San Carlos, Guatemala, 1996.
- ❖ Importancia de los medios de comunicación alternativa para la conservación del medio ambiente. Escobar Sandoval, Graciela Mively. Universidad de San Carlos, Guatemala, 1997.
- ❖ Producción televisiva de programas culturales con enfoque a una cultura de paz en Guatemala. Gómez Noriega, Alma Lilly. Universidad de San Carlos, Guatemala 2000.
- ❖ La producción del video indígena en Guatemala. Ordoñez Ajsivinac, Marta Alicia. Universidad de San Carlos, Guatemala 2000.
- ❖ Cátedra para el curso teoría de la comunicación Alternativa. Choy Echeverría, Lucrecia. Universidad Rafael Landívar, Guatemala, 2000.
- ❖ Manual Comunicación Alternativa, manual didáctico. León López, Gloria Raquel. Universidad de San Carlos, Guatemala, 2005.

2.2.2 La juventud guatemalteca y su participación en la producción audiovisual alternativa

En las últimas décadas el acceso a medios audiovisuales se ha caracterizado por el aumento de la participación juvenil.

Algunos de esos primeros trabajos realizados por la iniciativa de jóvenes estudiantes, vinculados al movimiento popular, fue lo que hoy en día es la productora Comunicarte, llamados en esos años como "Arte y Comunicación", en 1986. Es importante señalar que pese a las fuertes represiones de los anteriores gobiernos militares, que arrasaron de forma sangrienta las organizaciones sindicales, campesinas y populares, éstas han vuelto se han mantenido.

Según Boris desde "1986 el movimiento popular ha ido pasando del silencio a la expectativa y la exigencia para plantear demandas y problemáticas". A la vez que estas reivindicaciones socioeconómicas, han planteado también exigencias de carácter político, tales como "el cese de la represión y militarización de la sociedad, la investigación efectiva sobre el paradero de los desaparecidos, la creación de condiciones de seguridad que hagan posible el retorno de exiliados y refugiados, la continuación de las negociaciones de paz y el cumplimiento de sus acuerdos".

La juventud ha apoyado y ha sido parte de diversos grupos de mujeres y hombres que han hecho un gran esfuerzo por crear, fortalecer y legalizar nuevas organizaciones, tanto entre trabajadoras/es del sector público como en la iniciativa privada.

Es en el año de 1990 que los fundadores de Arte y Comunicación, se consolidan como la Asociación Comunicarte, llenos de la energía y el valor que inunda a la juventud, se consolidan, por la necesidad que había en Guatemala. Su objetivo principal ha sido documentar, tanto los momentos difíciles que se estaba viviendo en cuanto a violaciones a derechos humanos, así como el desarrollo que el movimiento popular manifestaba.

Uno de los objetivos primordiales para que surgiera Comunicarte fue el de realizar documentales con contenido político-social, sobre procesos como: Las vivencias de las comunidades de Población en Resistencia –CPR- de la Sierra y del Ixcán; Proceso de Retorno de los Refugiados en México a consecuencia del conflicto armado interno; la Conmemoración de los 500 años de Resistencia del Pueblo Maya y las Exhumaciones de Cementerios Clandestinos.

Más adelante fueron incluyendo otros temas vinculados a la ecología y la Firma de los Acuerdos de Paz y el problema de la tierra. De esta manera, sus documentales se han convertido en fuentes de denuncia sobre lo que ocurría en el país y en materiales educativos, que tratan de recuperar la memoria histórica, como fiel testimonio de lo sucedido en años anteriores. A la fecha, Comunicarte cuenta con más de 50 documentales producidos, los cuales han sido distribuidos tanto a nivel nacional como internacional.

Tras la firma de los Acuerdos de Paz, surge el proyecto Centro Cultural y de Recursos Audiovisuales Luciérnaga (1996). Luciérnaga, es una entidad cultural y educativa que tiene como principal objetivo brindar apoyo a la educación, capacitación y formación para la reflexión y análisis de la realidad, a través de la utilización de medios de comunicación, que aporten a la creación de una identidad nacional.

En su recorrido ha contado con la participación y aportes de mujeres jóvenes mestizas, estudiantes universitarias de Ciencias de la Comunicación, quienes se han desempeñado en las áreas de filmación y edición. Estas mujeres jóvenes han contribuido a la producción de documentales, materiales institucionales, audiovisuales educativos y el apoyo a varios proyectos de películas de ficción.

Con sus procesos la juventud de Luciérnaga, apuntan a recopilar, sistematizar y difundir materiales audiovisuales de carácter histórico, cultural y social. A esto se suma la capacitación a grupos y personas sobre la utilización de equipo y materiales audiovisuales en temas de interés social como derechos humanos, género, ecología y cultura.

Históricamente, según el estudio de tesis sobre "La producción del video indígena en Guatemala", dentro de la producción audiovisual nacional destacan documentales como: "Morir para ganar la vida", de la productora Comunicarte, y "La Feria Fantástica", reportaje testimonial de la productora Luciérnaga Ordoñez (2000: p. 20).

Otra experiencia valiosa, dentro del campo de la producción audiovisual alternativa joven a nivel nacional es la del Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas NUTZIJ (Mi Palabra en idioma kaqchikel). Sus inicios fueron en 1997, en el departamento de Sololá. Nutzij fue concebido por Padma Guidi, comunicadora estadounidense.

En sus inicios fueron cuatro mujeres mayas adultas, quienes asumieron el reto de producir desde y para las comunidades mayas. Actualmente en el proyecto se han involucrado y lo lideran mujeres jóvenes mayas kaqchikeles, con estudios universitarios en Ciencias Sociales, provenientes de aldeas cercanas a la cabecera departamental de Sololá, donde además son lideresas de procesos locales. Las actividades que desarrolla Nutzij, están enfocadas en tres componentes: producción, capacitación en video y capacitación en computación y el acceso al Internet.

Las jóvenes mayas de Nutzij trabajan en la producción de documentales sobre el cumplimiento de los Acuerdos de Paz y la situación de las mujeres indígenas a nivel local. Utilizan la producción audiovisual como un medio para la investigación y realización de autodiagnóstico comunitario, realizados por mujeres indígenas de sectores vulnerables de áreas rurales, como "un espejo de sí mismas", para estimular el diálogo entre comunidades, proyectos y organizaciones.

Hay otras iniciativas como la desempeñada por la Asociación del Desarrollo para América Central –ADEPAC- (1993) que ha realizado video procesos con población de diversas edades, pero sobre todo con juventud retornada en Petén y Alta Verapaz, como mecanismo de reinserción; de acuerdo a Victorino Tejaxún, quien fue parte de estos procesos, luego se hizo acompañamiento de desplazados en sus diferentes luchas.

Desde la década de los 80's varias iniciativas como CAUCE, AVE, CEPSE y otras organizaciones dedicadas a la educación popular y comunicación alternativa, crean espacios para documentar y clasificar mucha de la producción audiovisual nacional y latinoamericana que se genera como fruto de las reflexiones, sistematizaciones y síntesis de los procesos sociales, culturales, políticos, económicos y educativos que se estaban viviendo. Facilitando el acceso a las organizaciones sociales, desde ese entonces, todo este material documentado, como material de apoyo para fortalecer sus esfuerzos, procesos educativos, de discusión, acompañamiento y de reflexión de la realidad.

En este proceso y esfuerzo de documentar la realidad nacional y latinoamericana surgen desde CAUCE, AVE, CEPSE y otras organizaciones la iniciativa de hacer producción propia, ya que las organizaciones que hacían uso de estas videotecas, demandaban temáticas que aún no estaban abordadas, ni producidas aún.

Es desde CEPSE que surge La Banqueta, como una producción juvenil dedicada a abordar algunas temáticas que otros espacios demandaban, haciendo desde la televisión comunitaria una nueva manera de intercambiar realidades, llegando así a hogares urbanos y marginados de Guatemala con temáticas que antes no se habían abordado desde la televisión. Este tipo de propuestas, según Ana Silvia Monzón socióloga y comunicadora, generan "capacidades críticas, desarrollo de la creatividad y desarrollo de la democracia", además de que "generan cambios en los prejuicios y estereotipos que generalmente reproducen los medios tradicionales, con una visión comercial sobre la juventud".

En su mayoría, los procesos de producción audiovisual donde incursionan jóvenes, inician como experimentación. Encontrándose de frente con la demanda, que empuja a quienes apuestan por la secuencia de sus propuestas y a buscar apoyo financiero. Mismo que no encuentran a nivel nacional y que les ha obligado a tocar puertas fuera de las fronteras, en algunos casos de forma exitosa en otros escasamente fructífera, situación que suele provocar el fin prematuro de estas iniciativas.

Todas las productoras audiovisuales alternativas han contado dentro de sus equipos con el aporte de la juventud guatemalteca, en su mayoría experimentadoras/res de procesos, aventurándose sin conocimientos técnicos pero con todas las fuerzas que el deseo por expresarse desata. Actualmente, quienes las integran ahora son adultas/os, pero en sus inicios era juventud que durante el proceso ha logrando asesorarse, en algunos casos con expertos internacionales, y en otros casos su mejor método de aprendizaje ha sido el de ensayo y error.

Como conclusión de este apartado, vale la pena puntualizar que a pesar de que la expresión audiovisual juvenil ha sido escasa en el país; cabe mencionar algunos esfuerzos personales, entre los 60s y 70s, en formato de video experimental, semillero, de lo que luego se transformaría en proyectos cinematográficos, el aporte de: los hermanos Lanuza, Luis Argueta, Justo Chang, Ana Carlos, entre otros.

También podemos encontrar esfuerzos de entidades privadas y gubernamentales se encuentra puntualmente el realizado en 1962 por canal 3 que consistió en la primera experiencia de televisión educativa para secundaria, difundida gratuitamente durante tres años llamada Teleaula, en la misma década también inauguró otro programa educativo impulsado como Teleemos. Estas programaciones como otras de entretenimiento hechas por productores y directores guatemaltecos fueron suspendidas en ese mismo período y no se retomaron.

En 1979, se instala el canal 5, Televisión Cultural y Educativa -TV-CE-, en sus inicios bajo la responsabilidad del Ministro de la Defensa y actualmente, de acuerdo con los compromisos de paz, que recomendaron debía ser cedido a una administración civil, se encuentra bajo la responsabilidad de la Academia de Lenguas Mayas. En el 2002 se ven las operaciones de prueba de TV USAC, quien había solicitado en VHF, la frecuencia del canal 9, autorizándosele únicamente la Ultra High Frequency (UHF) del canal 33.

Seguido a estos precedentes, los procesos de comunicación alternativa iniciados durante y a finales del conflicto armado, posteriormente a la firma de los Acuerdos de Paz, han encontrado mejores condiciones para desarrollar sus propuestas de producción.

Paralelamente la producción audiovisual, sobre todo en la TV, se ha reducido por el monopolio de los medios televisivos en manos de un solo dueño, que ubica a la sociedad guatemalteca, y su diversidad, como "receptora y consumidora" de producciones extranjeras, especialmente norteamericanas, mexicanas, venezolanas, colombianas, argentinas y españolas.

Capítulo 3

Marco Metodológico



Foto: Ricardo Samdoval

*Los medios libres e independientes,
es la necesidad y la presión ejercidos.
Esta necesidad está cada vez más legitimada.
Depende de la presión de la gente organizada que
algunas medidas vayan más allá y que se cumplan.
Armand Mattelart*

3.1 Método o tipo de estudio

Para la realización de este estudio se utilizó la investigación de campo que corresponde al análisis cualitativo, ya que se caracteriza porque la persona que investiga, según Tarres citado por Galicia (2006: p. 8), "se involucra personalmente en el proceso de acopio, en cierto sentido el investigador es parte del instrumento de recolección, pues mientras lo aplica está activo social e intelectualmente: Debe reflexionar, intervenir y controlarse constantemente para obtener lo que busca y para orientar su trabajo en la medida de poder exponer un orden cualitativo del objeto de estudio".

También se utilizó el análisis descriptivo que: "Explora la realidad actual, para describirla o para recoger datos que le permitan presidir acontecimientos a corto, mediano o largo plazo. Aborda situaciones recientes o actuales, que el investigador obtiene de testigos, documentos o fuentes directas, cuya veracidad es posible comprobar dentro de ciertos límites. Las relaciones entre las variables están dadas y solo trata de detectar el grado de relación, para dar base a una interpretación o a una proyección estadística" Chávez (1994: p. 28).

3.2 Objetivos

3.2.1 General

Determinar las posibilidades de libertad de expresión que la juventud puede ejercer a través del proceso de producción de la telerevista juvenil alternativa como La Banqueta.

3.2.2 Específicos

- Identificar los niveles y formas de participación de la juventud en el proceso de producción audiovisual de la telerevista juvenil La Banqueta. Analizar los contenidos y discurso utilizados en el proceso de producción audiovisual alternativa de la telerevista juvenil La Banqueta. Realizar, con base a los resultados del análisis del programa La Banqueta, una propuesta de guía para producir telerevistas juveniles y un audiovisual que apoye éste trabajo.

3.3 Técnica

Los procesos anteriores se complementan con el análisis de contenido, el cual se enriquece con herramientas de trabajo sencillas que según Serrano (1995: p. 132): “el diseño metodológico para la aplicación del análisis de contenido, tiene que corresponderse con los objetivos que se pretenden conseguir con la investigación”.

Se llevó a cabo una recopilación bibliográfica de diferentes autoras/es, documentación institucional y su respectivo fichaje.

Se entrevistaron, de forma escrita al equipo de producción e interlocutoras/es directos involucrados en la telerevista juvenil, para obtener la percepción cualitativa en relación al programa La Banqueta, así como de forma audiovisual a expertas/os en el tema comunicacional para profundizar en base a sus experiencias.

Como parte del trabajo de campo, se realizó observación dirigida durante los meses de junio, julio y agosto de 2006.

En este proceso se analizó el 100% de la programación de la telerevista juvenil La Banqueta, producida entre los años 2002 al 2004, tomando en cuenta los aspectos que puedan dar información de la participación juvenil en el proceso y las posibilidades de ejercer su derecho a la libertad de expresión.

3.4 Instrumentos

- **Guía de observación:** el objetivo de las mismas fue facilitar la identificación de los diferentes aspectos que se analizaron en el 100% de los programas producidos en la telerevista La Banqueta y que se aplicó a cada programa de forma individual.
- **Fichas de contenido:** tuvo como objetivo organizar un cronograma, y documentos que existían dentro del proceso, así como tener claridad de los documentos o información que sería necesario localizar.
- **Guías de Preguntas:** se diseñaron cuatro modelos de cuestionarios en formato escrito de percepción cualitativa, con los que se logró acceder a la opinión de tres grupos: comunicadoras/es que vieron el programa, voluntarias/os y equipo de producción.
- **Guía de Entrevista:** se documentó visualmente la consulta a diversos profesionales del medio de la comunicación, con el objetivo de conocer y preservar históricamente, la diversidad de criterios a través de su experiencia individual y colectiva.

3.5 Universo

El 100% de la programación de la telerevista juvenil La Banqueta, producida entre los años 2002 y 2004. Desde el punto de vista Estadístico, de acuerdo con Balestrini, (2001, p. 137), la población o universo, estadísticamente puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación. Es el conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos que presentan características comunes. De acuerdo a Ronald M. Weiers (2005 p. 140) "un censo completo de la población, no es un problema cuando esta última consiste en una pequeña cantidad de elementos que se identifican con facilidad".

3.6 Procesamiento

Para llevar a cabo la investigación, como primer paso se determinó que se estudiaría la segunda fase de La Banqueta, que fue material realizado por un grupo de mujeres y hombres jóvenes. Para ello se solicitaron reuniones con el Coordinador actual del Centro de Educación Popular y Servicios para la Enseñanza CEPSE, ubicado en la 9 ave. 2-28 de la zona 1, en las cuales se le planteó la propuesta, los objetivos y se visualizaron los requerimientos del proceso en general.

Se ubicó material escrito de forma física y a través de Internet para elaborar el marco teórico.

Se solicitó equipo y el acceso al material audiovisual, así como a material escrito. De este modo se pudo realizar la visualización del material, que en algunas oportunidades llevó más del tiempo previsto, teniendo que modificar horarios de acceso al mismo.

Se contactó a personas que se vieron involucradas con el proceso de producción de La Banqueta, en el caso de quienes se localizaban en el área urbana o rural de Guatemala se les entregó un cuestionario de forma personal, en el caso de quienes se encontraban fuera del país, se les envió por correo electrónico. El mismo se diseñó para acceder a la apreciación cualitativa de la telerevista La Banqueta.

El análisis de contenido se realizó, después del procesamiento de datos, donde se tabuló la información obtenida con las diferentes herramientas y la identificación de variables. Además de asegurarse de tener la mayor cantidad de información sobre el proceso de producción de la telerevista.

Luego de la tabulación, la transformación de resultados a porcentajes para realizar las gráficas y redactar los resultados. Recogiendo en el documento los diversos aportes de las personas con quienes también se ha compartido este esfuerzo.

Finalmente se realizaron entrevistas audiovisuales a expertos en comunicación, se elaboró un guión y se editó para obtener una edición especial de la Telerevista La Banqueta, como aporte que enriquece este trabajo.

Capítulo 4

Presentación y análisis de Resultados



Fotos: Ricardo Samdoval

*Queremos que nos dejen hacer:
expresar, proponer, transformar, mejorar...
que nos dejen conocer y pensar la globalidad
para actuar en nuestra localidad
para ello, debes involucrarte vos también.
J.O. Ayun*

4.1 La Experiencia de Producción de la Telerevista Juvenil "La Banqueta"

4.1.1 Orígenes

Históricamente la juventud ha tenido y tiene propuestas para expresar sus propias visiones sobre el mundo que les rodea, hay quienes lo logran hacer de forma positiva y también hay quienes de forma negativa, cada quien decide y debe asumir sus consecuencias.

Desde esta perspectiva, del querer y poder... hacer televisión se convierte en un medio interesante y apasionante para contagiar de una mirada propia a las y los demás. En sintonía con estos ideales surgió en Guatemala la telerevista Juvenil "La Banqueta" que se propuso mirar al mundo desde experiencias y propuestas juveniles y encontrar las formas para contagiar a otras y otros de que es posible construir un lugar mucho mejor al actual. Sin embargo, iniciar de cero siempre es muy difícil.

Para Sandoval, hablar de los orígenes de La Banqueta "es hablar de sueños de transformación de realidades, de deseos, de expresión juvenil y de sentidos colectivos, que en el camino necesariamente pasan por consensos de ideas y visiones particulares, pero con el fin de materializarse colectivamente en una sola propuesta. La telerevista juvenil La Banqueta ha sido un espacio abierto en donde se puede participar, expresarse y poner en marcha las ideas, un espacio para todas y todos aquellos que se les ha negado las posibilidades de accionar desde los medios de comunicación masiva, es un espacio para ocuparlo".

La Banqueta entonces en esencia busca ser ojos, oídos, bocas, narices, tactos de diversas expresiones juveniles, para cualquier persona que pueda aceptar un intercambio a través de la pantalla. Apuesta por ser crítica y propositiva e invita claramente a ese desafío, a tener el valor de que la población guatemalteca se vea con sus colores, con sus días y sus noches. Y es en esta línea que se puede encontrar como: promotores de las ideas, equipo de producción, voluntarias y voluntarios, protagonistas directos (entrevistadas/os); y a quienes recibían La Banqueta en sus hogares la describen como un abanico de posibilidades de participación y expresión.

La telerevista juvenil La Banqueta arrancó con una base mínima de conocimientos de producción audiovisual, con pocos recursos económicos, tecnológicos y humanos. Sin embargo, la juventud que integró el equipo propuso formas diversas, desde las interacciones sociales y concretas para poder un día verse a través del televisor y elevar la voz de sectores oprimidos, excluidos, marginados e ignorados de la sociedad.

Esta tele revista tuvo una familia que la acogió desde sus inicios, ya que la sola idea, fue bien recibida por el Centro de Educación Popular y Servicios para la Enseñanza -Asociación CEPSE- que desde su inicio, en el año de 1982, se ha caracterizado por incidir en las comunidades urbano-marginadas por medio de la comunicación y la educación, haciendo uso de los recursos: audiovisuales, materiales impresos y talleres de capacitación; para socializar diferentes experiencias de organización dentro de las comunidades. Utilizando entre los recursos de comunicación, el audiovisual, que aporta de forma activa para la educación, ya que facilita la socialización de contenidos, experiencias, difusión de reflexiones y el compartir problemas y necesidades.

La Asociación CEPSE es una institución no lucrativa, no partidista y ecuménica, dedicada a la Educación y Comunicación Popular, sus interlocutores son comunidades de las Áreas Marginadas y Organizaciones de la Sociedad Civil, en donde las comunidades encuentran varios espacios de participación, intercambian experiencias y unen esfuerzos en la producción de procesos educativos, formativos y educacionales.

Una de sus intervenciones estratégicas, consiste en impulsar procesos educativos comunitarios integrales, como alternativa para contribuir al desarrollo humano de la población guatemalteca.

De 1982 a 1983, CEPSE atraviesa por su etapa de concepción, es hasta en los años de 1984 a 1986 que inicia su primer acompañamiento por parte del grupo Reconciliación. Nace esta instancia, como una experiencia de laicos y dan a luz a un nuevo ser que empieza a gatear y caminar al lado de las comunidades eclesiales de base. En esta etapa necesita el acompañamiento de un papá, Carlos Herrera por su experiencia en producción y proyección de materiales audiovisuales e impresos.

De 1987 al 1989, CEPSE se caracteriza por su búsqueda de identidad, es así como obtiene su primer espacio físico propio y con ello asume un nombre que fortalece su identidad, naciendo en este entonces su primer producción impresa, el boletín "El Candil", en esta etapa se preguntan a si mismos ¿Quién es CEPSE?, es aquí donde surgen sus primeras rebeldías y se cuestiona, dándose una contradicción: ¿Para quién nació CEPSE, para la jerarquía de la iglesia católica o para la iglesia pueblo de Dios?, surge entonces una crisis de relación, curas y laicos, y se busca la independencia de CEPSE.

En los años de 1990 a 1993, CEPSE inicia su proyección hacia las comunidades por medio de talleres, esto le da mayor autosuficiencia e independencia de la jerarquía eclesiástica, naciendo así un CEPSE misionero, por medio de talleres de educación popular. Aquí se hace una reestructuración y cambio en la organización interna, desde una manera de coordinación colectiva. Surge una nueva contradicción en esta etapa, ¿Al servicio de quién está CEPSE, de agentes de pastoral, sacerdotes, religiosas o comunidades?. Otra contradicción consistía en que todos eran coordinadores a la vez y no había una conducción, cada uno se coordinaba a sí mismo, sin una administración efectiva que controlara el uso de los recursos humanos, tecnológicos y materiales.

De los años de 1994 a 1997, CEPSE autoevalúa y cuestiona profundamente a nivel interno y externo su práctica. Se adquiere más experiencia como institución. Asume debilidades y prioriza fortalezas. Reflexiona su razón, visión y misión en el nuevo contexto nacional. Surge una nueva contradicción en cuanto a divergencias y a expectativas que tienen las agencias cooperantes entre sí, para unas, sí son satisfechas las expectativas mientras que para otras no, no existe un denominador común entre ellas y es por eso que solicitan a CEPSE entrar en una etapa de evaluación y planificación estratégica.

En los años de 1997 a 1999, CEPSE inicia el proceso de constituirse en Asociación, con personería jurídica, se modifica su organización interna a tres niveles: Asamblea General, Junta Directiva y Comité de Vigilancia. Muere una forma de organización interna y nace otra.

Se realiza un diagnóstico en doce comunidades que eran parte de la red de CEPSE, aprovechándose la incidencia en ellas, como parte de la planificación estratégica y sus resultados ayudan a darle vida al plan operativo 1998-2000. Sobre la base de la ejecución del mismo, se amplía la planilla de trabajadores de 6 a 12. También se amplían las áreas de trabajo de 3 a 5: Comunicación Impresa, Comunicación Audiovisual, Educación, Funcionamiento o Administración y Comunicación Alternativa.

La Asociación CEPSE ha venido desarrollando una serie de acciones en la búsqueda de la autosostenibilidad económica, las cuales se remontan a inicios del año 2000, en donde se planteó metas económicas a generar por mérito propio, y que en base a la experiencia se consideraban alcanzables, siempre y cuando se implementaran acciones y estrategias que permitieran el aumento gradual de los recursos económicos de la organización.

En el último trimestre del año 2003, CEPSE inició un proceso de revisión interna, el cual fue facilitado por el programa Centroamérica en Sintonía CAeSI, generado por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC y la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas ALER, éste duró hasta finales del 2004 y como resultado del mismo, CEPSE planificó su trabajo para los años 2005 y 2006. Dicha planificación definía una nueva forma de gestionar el que hacer de la organización, proponía ordenar el alcance de sus objetivos a través de: planes de acción desde cada una de las áreas de trabajo de CEPSE y desde una mirada integral que las dimensiones Político Cultural, Organizativa, Comunicacional y Económica aportan al desarrollo institucional.

La experiencia y el acervo cognitivo, acumulado por la Asociación CEPSE desde el inicio, son amplios. En varios sentidos, CEPSE es un referente que aporta, tiene opinión y participación en redes y coordinadoras de organizaciones sociales, centradas en la educación y comunicación popular, la mediación pedagógica y otras metodologías afines, de gestión participativa de colectivos y empresas.

CEPSE reconoce la perspectiva de la comunicación, en función del desarrollo educativo y como generadora de espacios para la libertad de expresión juvenil.

En conclusión, Educación y Comunicación Popular, son para esta Asociación la esencia y las perspectivas de mayor peso y profundidad en la práctica actual.

Desde su nacimiento, CEPSE ha sido gestionado participativamente. En algunas épocas, con una metodología y en otros momentos, con otra. El grado de participación en la toma de decisiones y su puesta en práctica ha variado, dependiendo del equipo humano que lo ha integrado.

A lo largo de su historia se ha caracterizado por ser un lugar abierto que se ha proyectado hacia muchos colectivos sociales educativos, hacia comunidades, poblaciones de la capital y del interior de la República, a través de servicios educativos y canales comunicativos diversos, valorados y enriquecidos por las mismas comunidades.

CEPSE en la actualidad es parte de la Asociación mundial de Radios Comunitarias AMARC, de la Asociación Mundial de Comunicadores Cristianos WACC, de la Red de "Competencia basada en economías a través de la formación empresarial" *CEFE International* y de Facilitadores Cefistas de Guatemala, lo que le ha dado madurez, profesionalización y especialización en educación y comunicación popular y alternativa.

CEPSE durante 26 años, constantemente ha ido actualizándose y renovándose, con el fin de tener un proyecto político-educativo y comunicacional, apegado a la realidad que se va viviendo. El mismo contempla una mirada desde adentro y desde afuera de las dimensiones político-cultural, organizativa, comunicacional y económica. De esta manera busca una gestión participativa y sostenible de cara a la incidencia que sus proyectos sociales persiguen.

Hoy en día CEPSE se encuentra en una etapa de fortalecimiento de su sostenibilidad política, organizativa, comunicacional y económica, con una visión de futuro, una misión y objetivo general más aterrizado en el que hacer educomunicacional siendo estos:

VISIÓN: ser un Centro Educomunicacional, alternativo, popular y autosostenible, con valores humanos que aporta herramientas y contenidos innovadores que contribuyen al desarrollo para el cambio social.

MISIÓN: ser un espacio alternativo que ofrece herramientas y atiende necesidades educomunicacionales de nuestros interlocutores sociales brindando una atención personalizada, para lo cual buscamos organizarnos y capacitarnos permanentemente.

OBJETIVO GENERAL: Fortalecer procesos comunicacionales y educativos de organizaciones sociales para la generación de prácticas nuevas por el desarrollo, con conocimientos y herramientas a través de un Centro Educomunicacional Popular, Alternativo y Autosostenible.

Desde sus inicios CEPSE ha enriquecido una videoteca con más de 700 producciones audiovisuales nacionales e internacionales, con temáticas del campo social, educativo y académico a disposición del público en general.

En febrero del año 2000, Telemisión, el canal Católico del Arzobispado de Guatemala, se acercó a CEPSE, a través de su director Mario Mendizábal, para hacerle una propuesta de intercambio.

De acuerdo a Ricardo Sandoval: "A Telemisión le interesaba tener acceso a la videoteca de CEPSE, para incluir sus materiales dentro de su programación diaria. Así enriquecería el contenido de su programación, ya que era un canal que se encontraba en su fase inicial". En ese entonces el Arzobispado alquilaba un espacio de 5 horas en la frecuencia del canal 31 en UHF.

Telemisión pidió a CEPSE que le prestara las producciones de su videoteca, a cambio le ofrecía la posibilidad de poder pasar publicidad institucional, al final de cada una de las producciones que la Asociación facilitara y fuesen transmitidas. También se planteó la posibilidad de que, si en algún momento a CEPSE le interesara, podían ofrecerle un espacio de 30 minutos al aire semanales, para que transmitieran alguna producción propia.

La oferta le pareció interesante a CEPSE, posteriormente en ese entonces, se estaba tratando de profesionalizar el Área de Comunicación Audiovisual, como parte de su Planificación Estratégica 1998-2000. La planificación para los periodos 2001-2003, tenía contempladas hacer algunas producciones propias a nivel de documentales. Esto, llevó al equipo de CEPSE considerar apropiada la posibilidad de contar con espacios de televisión para difundir el material.

Así, empezó una relación entre ambas instituciones, ya que CEPSE tiene raíces católicas, porque nació en el seno de la Comunidades Eclesiales de Base -CEB's- Durante algunos meses, Telemisión estuvo haciendo uso de los materiales de la videoteca de CEPSE a cambio de cintillos promocionales para la Asociación.

En julio de 2000, CEPSE dentro de su plan de profesionalización en comunicación alternativa, se fortalece con su primer equipamiento para edición digital de video, a través de una donación que las Agencias de Cooperación "Solidaridad" de Holanda, "DKA Graz" y "DKA" de Austria. Dentro de este marco surge, en el Área de Comunicación Audiovisual, a través de Ricardo Sandoval y Edy Castillo la idea de producir un programa de televisión propio de CEPSE, que reuniera la mirada institucional y de la juventud sobre la realidad nacional.

Es así como el Coordinador y el Técnico de Producciones del Área de Comunicación, proponen a uno de los facilitadores del Área de Educación y a dos colaboradoras del Área de Comunicación, la idea de producir colectivamente un programa de televisión para que pudieran aportar sus conocimientos, ideas e iniciativas. Nace entonces LA BANQUETA Y CALLEJEANDO, cuyo objetivo principal era rescatar las vivencias de las personas, desde un escenario cotidiano como las banquetas y aceras de las colonias para encontrarse con la realidad de las y los guatemaltecos.

En noviembre del 2000 se realizó el primer programa de la Banqueta y Callejeando, una tele revista compuesta por cuatro segmentos que abordaban diferentes temáticas, las cuales se fueron desarrollando por los siguientes siete meses con algunas personas más como: Guionistas, investigadores, locutoras/es, reporteras/os, camarógrafos, editores y conductoras/es del programa.

Cabe destacar que La Banqueta y Callejeando en sus inicios, fue promovida por dos jóvenes entre 20 y 24 años que comienzan a experimentar con primeras ideas desde el área de comunicación y con recursos económicos y tecnológicos propios de CEPSE. Esta nueva producción surge por la necesidad que existía de expresión, por generar cambios e intercambios, por canalizar de alguna forma propuestas, por mostrar realidades, por presentar a color y en vivo lo que incomoda y termina arrinconando en la costumbre a la sociedad en la victimización, la violencia, el silencio, la individualidad, entre otros antivalores, nublando así las alternativas de comunicación, de cambio y desarrollo.

La oportunidad de realizar una tele revista alternativa estremeció ideas socializadas en reuniones juveniles. La misma, se produjo desde, para y con juventud que abordaba y experimentaba temáticas ligadas a problemáticas personales y/o grupales y desde miradas políticas asumidas por el contexto o en rechazo al mismo.

La tele revista La Banqueta y Callejeando, muestra sus primeras voces e imágenes en noviembre de año 2000, y contaba con los siguientes segmentos:

El Cambio lo Empiezo Yo: un segmento para promover valores humanos y la sensibilización para la búsqueda de cambios personales y sociales, a través de reportajes sociales.

Y nos Hacemos los Locos: daba a conocer situaciones en las cuales las personas se vuelven indiferentes y apáticas, a través de reportajes cortos.

Nuestras Parroquias: este segmento buscaba rescatar las propuestas alternativas y progresistas de Parroquias de la Iglesia Católica, a nivel social y laicado, a través de reportajes en terreno.

Te lo Cuento: a través de un boletín informativo, daba a conocer actividades sociales y culturales que grupos, organizaciones, parroquias, ONG's, Escuelas y personas promovían.

En Julio de 2001, el equipo conformado por nueve personas, cuatro mujeres y cinco hombres deciden hacer un alto en el camino y revisar el trabajo realizado hasta el momento. Se inicia un diagnóstico del desarrollo de la producción en los últimos meses, y se conocen las debilidades y fortalezas del trabajo realizado.

Entre las conclusiones de dicho proceso se valora la necesidad de mejorar los aspectos técnicos de la producción, así como investigar y enfocar mejor los contenidos temáticos y conceptuales de los programas. Otros aspectos trataron la necesidad de asignar roles puntuales y capacitar para la profesionalización del equipo que producía los programas. Además, se renombró el programa, llamándole únicamente "La Banqueta".

El nombre de La Banqueta viene de la cotidianeidad urbana. Banquetas donde diariamente se moviliza la población, el espacio para diversas situaciones y condiciones, un lugar de sobrevivencia. Banqueta, acera, vereda, sidewalk o como se conozca, un espacio que muchos usamos, sobre todo en áreas urbanas.

Las banquetas son espacios urbanos de recreación juvenil, el punto para esperar el bus, un lugar de convergencia, un espacio de trabajo, una cama para la niñez que vive en la calle, una silla para quien pide limosna, el restaurante del pueblo, la casa del perro callejero, la letrina del indigente.

La banqueta es el escenario que se convierte en el ojo, la voz y el oído juvenil. Solo saliendo de casa es posible conocer la situación de las y los demás. Convencidas/os que solo saliendo de sí mismos se puede tocar a la puerta del otro y/u otra.

Alcanzar los retos descubiertos para producir "La Banqueta", implicaba mejorar las condiciones económicas para hacer la producción. Para lo cual, el equipo empieza a desarrollar un perfil de proyecto y se dedica a buscar financiamiento, en agencias de Cooperación Internacional.

Durante los meses de agosto 2001 a mayo 2002, el área de comunicación se encuentra sumergido en la búsqueda de financiamiento, además de tener problemas tecnológicos con el equipo de edición y falta de recursos económicos para resolverlos, por lo que la producción se detiene hasta que se consigue financiamiento. A finales de mayo de 2002, CEPSE consigue obtener el apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional holandesa CAF/SCO, para dos años.

Es así como, el 14 de agosto de 2002 inicia la segunda fase de La Banqueta. La experiencia acumulada y los aprendizajes obtenidos, generaban la confianza de empezar con mucho ánimo esta nueva etapa. Se contrató, al igual que en el primer período, nuevamente a jóvenes, formando un equipo de 5 integrantes entre los 21 y 27 años: dos jóvenes Técnicos en Video y Audio, una joven para Asistencia Técnica, una joven como Productora Ejecutiva y un joven como Productor General.

4.2 La nueva propuesta desde lo político cultural

En esta nueva etapa de La Banqueta, el objetivo general era "Propiciar y apoyar la Construcción de espacios de comunicación juvenil que promuevan valores democráticos, el desarrollo con equidad y la cultura de paz".

Con objetivos específicos de producción los cuales eran:

- A.** Potenciar la organización juvenil para articular sus esfuerzos a través del intercambio de experiencias.
- B.** Generar mensajes de análisis crítico de la realidad que motiven a una participación ciudadana responsable.

- C. Visibilizar y valorar la situación, condición y aportes de la juventud en los diversos ámbitos de la vida nacional.
- D. Promover en la juventud el ejercicio al derecho de la libertad de expresión, motivar la participación ciudadana, la equidad de género, la valorización y respeto de la diversidad.

Dentro de esta nueva etapa un grupo de voluntarias/os se involucraría en la producción de La Banqueta. Se promovería una Red de comunicación juvenil, para intercambiar experiencias y la unificación de esfuerzos en la producción de materiales educativos y formativos. Además, este equipo se encargaría de desarrollar una serie de talleres de capacitación para el voluntariado.

Durante los meses de agosto 2002 a febrero 2003, el equipo se concentra en crear un nuevo concepto de La Banqueta, una nueva imagen, mejorar la organización, definir los contenidos y la planificación. Teniendo en cuenta las dificultades que se habían experimentado en la primera fase.

De esta cuenta, se plantea llegar a grupos y organizaciones juveniles y sociales, de comunidades urbano marginadas del departamento de Guatemala, comprendidos entre 14 y 30 años. Grupos organizados a favor de la transformación social, se convierten así en los interlocutores principales de La Banqueta, con el aporte de diversas culturas y sub-culturas urbanas y de sectores vulnerables (empobrecidos, con diferentes capacidades, minorías sexuales, analfabetas, personas orientadas a una religiosidad liberadora, migrantes, mujeres, minorías étnicas e indígenas).

Estas ideas se concretaron en un diseño estratégico, que incluyó la producción de:

- Guiones, edición y difusión para una campaña de expectación
- Edición de jingles, característicos del programa
- Guiones, filmación y edición del programa de lanzamiento
- Validación del programa
- Difusión del programa

La Banqueta se convierte así en una tele revista juvenil con duración de treinta minutos, estructurada en tres segmentos "**Agarremos Onda**", "**Notición Pérez**" y "**Proyctómetro**".

4.2.1 Protagonistas

El equipo de producción: estaba integrado por jóvenes contratados por el proyecto y por jóvenes que aportaban al mismo desde un voluntariado, eran trece jóvenes, cinco mujeres y ocho hombres, entre 20 y 30 años con estudios universitarios en Ciencias de la Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad de San Carlos, vinculados a experiencias juveniles, comunitarias y culturales con el Movimiento Social. La mayoría de este equipo estaba integrado por juventud mestiza.

El equipo de voluntarias y voluntarios: eran siete jóvenes, tres mujeres y cinco hombres, que se suman en esta segunda etapa de La Banqueta. Realizando aportes puntuales como: Recolección de información, referencias de posibles entrevistados, guiones, investigación, selección de música, locución, movilización y sugerencias. Enriquecían el proceso y aprendían del mismo. En su mayoría eran estudiantes universitarios y algunas/os de diversificado; mestizos y una joven kaqchikel.

Las y los interlocutores directos: la mayoría de las personas entrevistadas fueron jóvenes, mujeres y hombres, representantes de diferentes grupos étnicos del país, vinculados principalmente a ONG's de desarrollo, derechos humanos, colectivos de artistas, organizaciones de mujeres y organizaciones de comunicación a nivel nacional y regional.

Desde La Banqueta, se buscó y trabajó por generar los espacios que permitieran a la juventud expresarse libremente, encontrarse con ellas y ellos mismos y con los demás, en tiempos de postmodernidad donde corresponde seguir abriendo caminos alternativos desde y para la juventud.

Para Sandoval La Banqueta "fue un espacio donde la juventud podía participar, expresarse e intercambiar ideas y opiniones. Fue un espacio alternativo, a lo que los medios de comunicación generalmente ofrecen a la juventud. Buscó generar mensajes de análisis crítico de la realidad, desde la mirada de las y los jóvenes. Y fue un espacio en donde la juventud pudo aprender sobre la comunicación", sin dejar fuera a la niñez y personas adultas. Prueba de ello es la diversidad de interlocutores, que van desde la cotidianidad por las banquetas, hasta la búsqueda de información en instituciones, tanto en el área urbana como rural.

También se dio la participación de la niñez, de acuerdo al tema de los programas en algunos segmentos. En algunas ocasiones se tuvo la oportunidad de entrevistar a personas expertas en temas específicos.

Todo material producido, pasó a formar parte de la videoteca del Centro de Educación Popular y Servicios para la Enseñanza –CEPSE–, generando así un archivo de consulta y apoyo para diversos proyectos y talleres de formación social.

El quehacer de la juventud, en el marco de la producción audiovisual alternativa, presenta espacios de variable creatividad. Permite el intercambio y discusión a diferentes niveles entre la juventud con diversidad cultural e ideológica, de sectores urbano-marginales y rurales. Además, las diferentes expresiones que impulsan la producción audiovisual juvenil, han sido una escuela alternativa en la socialización de prácticas de producción audiovisual, técnicas de comunicación y herramientas de investigación, así como manejo de nuevas tecnologías. Todos estos esfuerzos buscan valorizar y dar espacio a la expresión de las inquietudes juveniles.

El involucramiento de la juventud surgió desde: Invitaciones realizadas por el equipo de producción juvenil del programa; por convivencia en espacios laborales distintos al de CEPSE o por amistad: "Un amigo, me invitó a participar en el rollo y me pareció una muy buena oportunidad, no solo de aprender algo nuevo, sino de poner en marcha mi creatividad" Guzmán.

Se invitó a juventud con cierto liderazgo dentro de la sociedad: "Mi involucramiento fue por una entrevista que se me hizo sobre la propuesta poética joven, con lo que empecé a seguir la pista de la programación y me interesó la temática abordada" Urizar. "Yo fui invitado como artista para presentar material original e inédito y relacionarme con otros artistas y gente muy interesante" Divasi.

También hubo juventud que se involucró para compartir con personas de distintas culturas y hacer propuestas: "Me pareció un espacio interesante para compartir con mestizos, que se proponían un reto, dentro de una sociedad que había marcado los límites de quien se podía ser, y porque me pareció muy bueno como escuela. Estaba aprendiendo, ensayando y reflexionando. Creo que ayudó mucho a formar nuestras autoconcepciones y nuestra forma de pensar a los otros. Con ella, se abría la posibilidad de enseñar a las mujeres mayas, y los mayas en general, sobre quienes somos. No somos como nos construye la historia oficial de Guatemala" Xon.

Los diferentes momentos del proceso para la juventud que se involucró directamente o indirectamente en la producción, demandaron: compromiso, mística, organización, sacrificio, tiempo, conocimientos, entusiasmo, iniciativa y tolerancia, ya que no fue fácil la coordinación para materializar los objetivos planteados.

La producción de la tele revista La Banqueta ha sido percibida y descrita desde: "Una dislocación televisiva a los formatos convencionales de programas de televisión, en especial para público juvenil. Lo cual crea el debate sobre los distintos temas no tocados o prohibidos -pseudos tabus- que no se pueden llevar a la pantalla de televisión masiva comercial y convencional de Guatemala. Dicho programa es una buena propuesta televisiva, que lleva no solo entretenimiento a los jóvenes sino que muestra otra perspectiva sobre los temas que padece el país y la juventud, con un mensaje coloquial" Urizar. Como programa juvenil trata temas que no se ven en otros programas. Y de acuerdo a Divasi "un espacio que permite el encuentro de creadores".

El proceso de producción de la Banqueta ha sido "un espacio de expresión de nuestras opiniones sobre la realidad, pero también y más importante, un espacio de intercambio, afecto y amistad. Fortaleció muchas relaciones que ya se venían dando y otras nuevas que se daban en el camino a través de las capacitaciones, instituciones y personas particulares" de León.

La Banqueta activó ideas y desató sentimientos en la juventud involucrada: "Un programa que me provocaba emoción, porque me demostraba la capacidad de realizar producciones que valgan la pena holísticamente. También, sentía un poco de tristeza y frustración por la falta de difusión o cobertura de la misma, lo cual

privaba a muchas personas de recibirla. Me provocó la idea de realizar un programa de aprendizaje instrumental por medio de la televisión, que permita aprender la escuela básica e intermedia, que pueda llegar a personas que no tienen alcance a un maestro" Divasi.

La Banqueta ha sido un espacio idóneo para el aprendizaje comunicacional, tal como lo expresa Sandoval: "Una escuela y fuente de enseñanzas y aprendizajes en todo sentido, en la comunicación misma. Ha significado la oportunidad de poderme expresar y aportar a la comunicación alternativa, desde mis conocimientos".

Paralelamente a la producción de la Telerevista, se impulsó una campaña permanente sobre participación ciudadana juvenil desde La Banqueta y el Periódico Popular "El Candil", también producido en el Área de Comunicación de CEPSE, durante todo el año 2003.

4.3 La propuesta desde lo organizativo

Como todo proceso que requiere de un equipo de trabajo, en la telerevista juvenil La Banqueta, según explica su Productor General: "Existían niveles organizativos y jerárquicos, algunas decisiones se tomaban desde la oficina administrativa y de Coordinación General de CEPSE, otras desde la Dirección del Área de Comunicación y del Proyecto La Banqueta y otras desde el voluntariado juvenil. Todas las decisiones estaban abiertas al diálogo y discusión con las y los involucrados".

De acuerdo al perfil para el Área de Comunicación, socializado en julio de 2003, se estableció una nueva estructura organizativa.

En la práctica, el equipo de producción de La Banqueta se organizó bajo los siguientes roles y funciones:

- **Productor General:** responsable de la gestión de los recursos, de la coordinación, monitoreo y acompañamiento del equipo de trabajo, elaboración de informes, asistente de cámara y edición, locuciones, asesoría en la parte conceptual y metodológica del programa.
- **Productora Ejecutiva:** responsable de la definición de contenidos, gestión de entrevistados/as, recopilación de información, redacción de guiones, investigación, coordinación de grabación, ubicación de lugares de grabación, locuciones, realización de entrevistas y elaboración de planificaciones e informes.
- **Asistente de producción:** responsable de realizar entrevistas, presentadora del segmento Proyectómetro, diseño del set interno del segmento Notición Pérez y diseño de materiales impresos de promoción de la Telerevista Juvenil La Banqueta.
- **Técnico de audio:** responsable de hacer locuciones, grabar audio, efectos sonoros, musicalizar y editar.

- **Camarógrafo:** responsable de filmar, archivar y seleccionar imágenes, edición de los segmentos, locuciones y apoyo logístico.
- **Presentadora:** responsable de locuciones, apoyo a gestión de entrevistados/as y presentación de los segmentos del programa.

Para planificar el trabajo, que implicaba todo el proceso de producción de la telerevista La Banqueta, la juventud involucrada dentro del proceso de preproducción, se reunía semanalmente. Este dato es importante tomarlo en cuenta dentro de cualquier proceso de trabajo. El tema de la organización, es fundamental ya que de la buena coordinación y buen uso de tiempo y recurso depende el resultado.

Sin embargo, en varias oportunidades, la práctica no resultó de acuerdo a lo planificado, pero si facilitó en el equipo la búsqueda de otras alternativas de solución.

4.4 La propuesta desde lo comunicacional

Formato/ Estructura

La segunda fase de La Banqueta inició en agosto de 2002, con la preproducción de su nueva imagen, organización y formato, saliendo al aire esta nueva propuesta en marzo del 2003, bajo el formato de una telerevista de 30 minutos conformada por tres segmentos:

Agarremos Onda

Este segmento realizó minidocumentales sociales en profundidad sobre temas de actualidad y la realidad de la juventud, como se puede observar en el cuadro 2 y la gráfica 1 de éste documento, alternando las voces de jóvenes y adultos con diversas experiencias de vida y capacidades profesionales. Buscó generar mensajes de análisis crítico de la realidad, que motivaran a una participación ciudadana responsable. Promovió en la juventud el ejercicio al derecho de la libertad de expresión y puso sobre la mesa, temáticas para que se discutieran y ampliaran desde los espacios de participación y accionar juvenil.

Notición Pérez

Originalmente fue un espacio para anunciar celebraciones nacionales e internacionales vinculadas a la juventud, la comunicación y los derechos humanos. Se socializaron notas de foros, seminarios, talleres, caminatas, festivales, encuentros y cursos protagonizados por y para la juventud.

Dicha modalidad se modificó por atrasos en la transmisión del programa, lo que daba como resultado que el contenido ya no estuviera vigente. Al poco tiempo, este segmento quedó establecido como un espacio para presentar a las y los nuevos talentos artísticos juveniles. Un espacio idóneo para promover novedades juveniles dentro de la música, la pintura, el teatro, la poesía, el baile y todas las formas de expresión artísticas, con las cuales transmiten sus pensamientos, sentimientos y opciones de vida.

Un espacio creado especialmente para artistas, que no son tomados en cuenta por los medios comerciales, y a quienes se les dificulta obtener espacios para darse a conocer y expresarse.

Proyctómetro

El Proyctómetro realizó reportajes sobre experiencias de organizaciones juveniles que participan en diversos espacios organizados de la sociedad civil.

Buscó articular esfuerzos a través del intercambio de experiencias, como también visibilizar y valorar la situación, condición y aportes de la juventud en los diversos ámbitos de la vida nacional.

Según Monzón el formato era "interesante, necesario e innovador, muy fresco en medio de tantos programas enlatados con formatos rígidos y poco ajustados a la realidad guatemalteca".

Para Urizar "el formato en que se desarrolló La Banqueta, oxigenó los formatos convencionales, desde el guión hasta el proceso final de la edición. Lo cual es, a mi parecer, una producción muy jovial".

Cuadro 1
Estructura de la tele revista juvenil La Banqueta

Momento/s	Presentación	Segmento "Agarremos Onda"	Intervención Conductor/a	Spot "Expresiones de paz"	Segmento "Notición Pérez"	Spot "Promocional Cepse"	Segmento "Proyectómetro"	Cierre
Tiempo/s	2 minutos	8 minutos	2 minutos	30 segundos	8 minutos	30 segundos	8 minutos	1 min.
Modalidad/es	Identificación pregrabada del programa. Saludo de conductoras/es	Identificación del segmento documental social relacionado con alguna problemática social	Reflexión sobre el minidocument al transmitido	Sobre la participación de la juventud y la construcción de la paz	Identificación del segmento, socialización de actividades o artistas invitados. Reflexión y se anunciaba un corte	Promocional servicios Cepse	Identificación del segmento, presentación del conductor donde se discubren las propuestas juveniles a nivel nacional y regional	Despedida de conductora, cierre de programa y créditos.
Formato/s	Charla	Investigación y entrevistas para presentar la realidad a través del documental social	Charla	Entrevistas y presentación en vivo en estudio o en exteriores	Noticias en un principio, posteriorment e entrevistas y presentacione s en vivo	Video clip	Telereportaje sobre proyectos y actividades juveniles.	Charla, invitación a la reflexión y acción.
Tema/s	Relacionado al programa en general del día	Vinculantes a temas propuestos por equipo de producción y celebraciones nacionales e internacionales afines a la juventud	El abordado en el minidocument al	Vinculantes a ejes	Experiencias juveniles en música, teatro, danza, pintura, poesía, entre otros.	Promoción de servicios institucionales	Organización y participación juvenil en instituciones, parroquias y de forma independiente	Recorrido verbal de lo visto en el programa.
Fuente/s	De acuerdo a mapa del programa	Libros, internet, entrevistas a especialistas en el tema y juventud involucrada.	Contenido del segmento Agarremos Onda	Producción	Grupos culturales artísticos.	Producción	Organizaciones juveniles, populares y eclesiales.	Contenido de los segmentos.

Fuente: elaboración propia 2006 (formato conocido como escaleta)

4.4.1 Ejes temáticos transversales:

Dentro de los contenidos, el equipo de producción contempló 4 ejes transversales, considerando a sus interlocutoras/es principales, la opción institucional de comunicación y perspectivas vinculadas a superar la exclusión de grandes sectores de la sociedad guatemalteca.

- **La juventud:** como protagonista, conocer y socializar sus expresiones, problemáticas y propuestas, desde su contexto, fueron las características predominantes en cada producción de la telerevista.
- **La Comunicación Alternativa:** La forma de entrevistar a la juventud en su lenguaje, el uso de sus espacios públicos como escenario, los contenidos, los medios de difusión y la organización para producirla hizo de La Banqueta una propuesta de comunicación distinta a la predominante en los medios masivos de televisión.
- **Equidad de Género:** buscó la participación de la juventud, tanto de mujeres como de hombres, de diferentes culturas. Era uno de los hilos que no se debían perder en la producción del programa, tanto en las personas entrevistadas como en los contenidos y las imágenes.
- **Interculturalidad:** acercar micrófonos y pantallas para que diferentes grupos étnicos se expresaran, fue otra de las prioridades para el equipo de producción.

Con base a las celebraciones nacionales e internacionales vinculadas a la juventud y a los ejes temáticos, se realizó una planificación anual de contenidos a abordar, que fueron desglosados de manera específica mensualmente.

En la producción predominaron temas como: "Derechos Humanos", "Diversidad Cultural", "Desarrollo Humano", "Cultura de paz", "Participación Ciudadana" y Proyectos de "Comunicación alternativa".

Dentro de los aspectos a considerar en el proceso de producción se cuidó especialmente: lo artístico, la calidad de la imagen y de sonido, la creatividad, los contenidos, las fuentes y los enfoques que las y los protagonistas compartían.

En la temática de la telerevista juvenil La Banqueta, al respecto Ricardo Sandoval, del equipo de producción expresa que: "Los contenidos siempre apostaron a la posibilidad de discutir y profundizar. Se buscó reflexionar sobre la realidad y los problemas que se viven, pero al mismo tiempo se presentaron y propusieron acciones que se realizaban, desde la misma juventud". Además, "siempre se buscó reflexionar sobre la coherencia entre lo que se dice con lo que se hace, cuestionar y motivar contenidos cercanos a las formas de entenderse entre la juventud, con un lenguaje alegre y positivo frente a la vida".

Para Antonio Icuté, administrador de empresas y ex coordinador de CEPSE, en relación a la producción de la Banqueta expresa que: "Los contenidos no solo son útiles a los jóvenes, sino también a aquellos adultos que trabajan con jóvenes, por los jóvenes y para los jóvenes. Para aquellos que de forma especial tienen visión social". Para Divasi "son contenidos sociales que envuelven a su audiencia, por estar basado en su entorno real, son una pequeña muestra de como es nuestra cultura, de una manera que no se ha visto".

4.5 El Discurso

En este estudio se visualizaron las posibilidades de libertad de expresión, libre difusión de las ideas, que la juventud pudo ejercer en el proceso de producción de la tele revista juvenil La Banqueta. Por lo que, se identificaron los niveles de participación en el proceso de producción, en la definición de los contenidos, el discurso visual y el discurso oral .

En este proceso se analizó el 100% de la programación de la tele revista juvenil La Banqueta, producida entre los años 2000 y 2004, que responden a una transición estructural interna, donde se analizan los aspectos que puedan dar información de la participación juvenil en el proceso y las posibilidades de ejercer su derecho a la libertad de expresión. Analizando el contenido de las producciones y considerando las siguientes variables:

- Temas abordados
- Interlocutores (mujeres y hombres)
- Escenarios (en espacio abiertos y/o cerrados)
- Diversidad étnica
- Lenguaje (discurso utilizado)
- Contenido de los segmentos (investigación, intervención de especialistas)
- Connotaciones visuales

Los contenidos que se manejaban dentro del programa, particularmente en el segmento de Agarremos Onda, evidenciaban trabajo investigativo por la diversidad de fuentes consultadas, manejo de datos estadísticos, el aporte de especialistas en la materia y el manejo de temas de actualidad.

En el segmento de Notición Pérez el lenguaje fue más coloquial en materia de socialización, propuestas y logros en base a experiencias personales y grupales desde el mundo artístico.

En el segmento de El Proyectómetro, el equipo de producción se movilizaba para internarse en las limitantes y propuestas de grupos juveniles organizados. Se exponían los antecedentes de cada organización, sus áreas de intervención, retos y avances. También se hacían entrevistas a beneficiarios/as y colaboradores/as de las organizaciones.

Invitar y provocar a la reflexión desde los espacios juveniles creativos, fueron dos características del lenguaje juvenil en los tres segmentos de la tele revista.

Cuadro 2**Temática por segmentos Telerevista La Banqueta**

#	Agarremos Onda	Notición Pérez	Proyectómetro
1	La basura en las calles	Qué es CEPSE	Parroquia San Ignacio de Loyola
2	Niñez trabajadora	Cartelera informativa	Parroquia San Marcos
3	Higiene urbana	Teatro navideño	Grupo juvenil Aventura, Parroquia San Cayetano
4	Jóvenes ex pandilleros	Cartelera informativa	Institutos por cooperativas
5	Uso del agua	Comunidades mártires	Parroquia Señor de Esquipulas
6	Machismo	Mártires de Guatemala	Teatro Universitario
7	Derechos de la Mujer	Cartelera informativa	Mujeres de Canalitos
8	Pobreza, desastres naturales y migración	Cartelera informativa	Centro de Atención al Migrante – CAM-
9	Violencia y juventud	Cartelera informativa	Niñez de la comunidad La Culebra, Palencia, Guatemala
10	Desigualdades sociales	Cartelera informativa	JAL, que en Quiché significa "Mazorca"
11	Relaciones padres e hijos	Cartelera informativa	Comunidad El Amate al rescate del lago de Amatitlán
12	Educadores Populares	Cartelera informativa	Finca Maryland CPR
13	Martirio en Guatemala	Cartelera informativa	Asentamiento La Bendición
14	Sobrepoblación	Cartelera informativa	Cooperativa el Esfuerzo
15	Democracia	Cartelera informativa	Estufas Mejoradas ECOTEC
16	Militarización	Cartelera informativa	Jóvenes artistas en festival 3-60° al norte
17	Diversidad sexual	Cartelera informativa	Colectivo de Educación Popular
18	Jóvenes de la nueva generación	Cartelera informativa	Organización Nuestros derechos
19	Mujeres y comunicación	Cartelera informativa	Grupo teatral Iqui Balam
20	Expresiones de paz	Cartelera informativa	Proyecto Peronia Adolescente, el riesgo de ser mejor
21	Participación ciudadana "Exprésate y participa"	Cartelera informativa	Proyecto artístico Caja lúdica
22	Participación ciudadana	Cartelera informativa	Proyecto artístico Caja lúdica
23	Interculturalidad "Somos diferentes, valemos igual"	Erick Vásquez, cantautor nacional de música andina	Santa Maria T'zeja teatro de la esperanza
24	La basura en las calles PPP	Cartelera informativa	Asociación Ixquik de mujeres de Petén
25	Madres del nuevo siglo	Cartelera informativa	Centro de Atención al Migrante CAM
26	Ley de servicio cívico	Cartelera informativa	Casa san Benito, trabajadoras de casa particular
27	Problemas del trabajo, el ingenio en tiempo de crisis	Alejandro Arriaza, Cantautor nacional	Niño obrero, Escuela para la niñez trabajadora
28	Padres del nuevo siglo	Cartelera informativa	Instituto de Cooperación Social

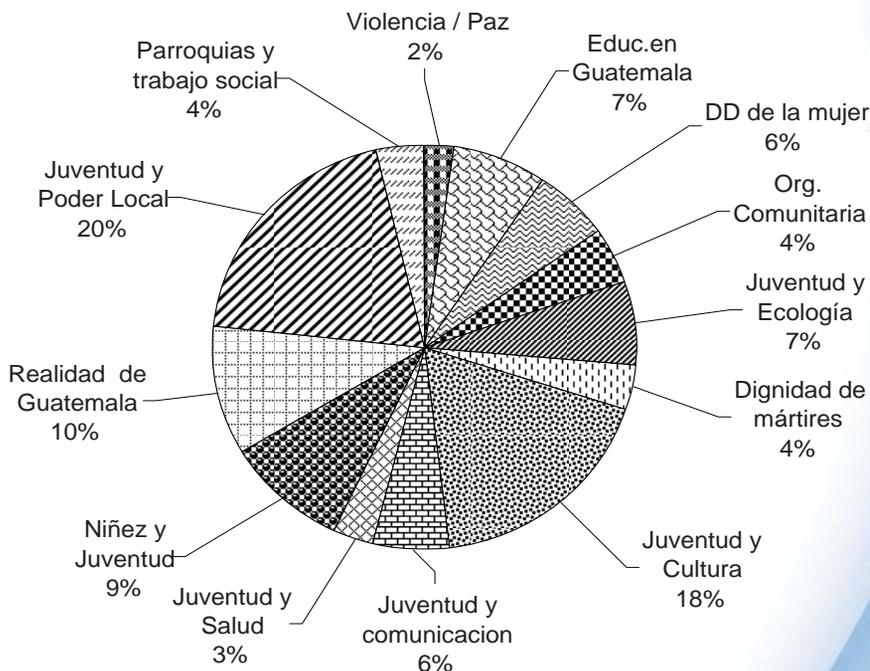
			ICOS
29	Educación popular	Cartelera informativa	Hospicio san José
30	Mártires, para ver, oír y no callar	Cartelera informativa	Juventud Obrera Cristiana JOC
31	Consejos de desarrollo, toma de decisión	Saúl Chicas, pintor en aerosol de arte urbano	Fundación para la Juventud FUNDAJU
32	Rock en Guatemala (recorrido histórico)	Bocanada, jóvenes cantautores	Revista Distorsión Zocial, expresión rockera guatemalteca
33	Ley de discapacidad	Francisco Polanco	Instituto Neurológico
34	Ley de niños de la calle	Voz del Viento, Grupo de percusión	Asoc. Guatemalteca de Educación Sexual AGES
35	Pobreza en Guatemala	Na'ik Madera, Grupo de cantautoras	Niña madre
36	Feria de Jocotenango	Pirulais y Pirulín payasitos y globoflexia	Programa Estudiantil Integral de Medicina por la Eterna Primavera PEIMEP
37	Código Internacional de Banderas	Grupo Utopía, Danza contemporánea	Asociación Cívica de Renovación Nacional ACRE
38	Realidad de áreas urbanas	Mauricio Ache, cantautor nacional	Asociación de Capacitación e investigación para la Salud Mental ACISAM
39	Solidaridad	Rubén Salay, cantautor nacional	Semana de la Juventud
40	Mesoamérica NO se vende 1era. Parte	Aldor Divasi, cantautor nacional	Radio Venceremos
41	Mesoamérica NO se vende 2da. Parte	Raúl Urizar, escritor nacional	Centroamérica en Sintonía CAESI
42	Mesoamérica NO se vende 3ra. Parte	Rosa María Chávez, escritora nacional	Federación Guatemalteca de Educación Radiofónica FGER
43	Mesoamérica NO se vende 4ta. Parte	Carlos Cardillo, Pintor nacional	Asociación de Mujeres Río Isquizal AMRIS
44	Mesoamérica NO se vende 5ta. Parte	Simón Pedroza, facilitador de cuaderoterapia	Colectivo de la Diversidad Sexual

Fuente: elaboración La Banqueta 2006

La gráfica a continuación representa la segmentación temática, la variedad de contextos sociales y los diferentes criterios que abarcó la programación de la televisión La Banqueta.

El objetivo de este tipo de instrumento es facilitar el proceso de análisis de contenido y participación de la juventud en la fase de producción, así como la relevancia y frecuencia de temáticas de especial interés, su desarrollo y seguimiento.

Gráfica No. 1
Porcentaje de Segmentos transmitidos por Eje Temático
Televisión Juvenil La Banqueta 2002-2004



Se puede observar que un 20% de la producción de la televisión juvenil La Banqueta, estuvo dedicada al tema juventud y poder local, ya que a través del segmento Notición Pérez se socializaron actividades de diferente interés, organizadas por y para la juventud. En dicho segmento, el empoderamiento y acción juveniles eran visibles a través de la diversidad de procesos y eventos que promovían.

A la temática del poder local le siguieron las actividades culturales (18%), la visualización de la realidad de Guatemala (10%) y la niñez y la juventud (9%). En porcentajes similares, también se plantearon los temas sobre la educación, la organización comunitaria, la comunicación de los derechos de la mujer y ecología.

Así mismo, destacan los temas relacionados a parroquias y trabajo social, dignidad de mártires, violencia, cultura de paz y salud.

La sociedad a través de sus instancias de socialización: la familia, la escuela, la iglesia, al igual que los medios de comunicación masiva, transfieren mediante imágenes, sonidos y prácticas lo que algunos estudiosos llaman "guiones culturales", los cuales se aprenden a través de la interacción social. Su adquisición empieza con el nacimiento y continúa durante el desarrollo de la persona, por medio de la interacción con los diferentes espacios sociales. Por esto, "la adquisición de guiones culturales, no requiere una enseñanza explícita, los guiones culturales se pueden aprender por medio de la observación o de la participación directa en la secuencia de eventos" Urizar.

El programa juvenil La Banqueta contribuyó a la construcción de imágenes diversas de la realidad, basadas en experiencias, intereses, acciones, sucesos y actitudes provenientes de distintos lugares y contextos, que lograron una conexión cercana con los interlocutores/as que es cada una de las personas que toman parte en un diálogo. Para la telerevista existen interlocutores/as directos, que son quienes participan en la producción del programa y los indirectos quienes están al otro lado de la pantalla. Además de promover la socialización de elementos tradicionales y una forma novedosa de comunicarlos.

Cuadro 3
Temas abordados por segmento
en la telerevista juvenil La Banqueta 2002 – 2004

<i>Eje Temático</i>	<i>Agarremos Onda</i>	<i>Notición Pérez</i>	<i>Proyectómetro</i>	<i>Totales por Eje Temático</i>
Violencia vrs. Paz	3	0	0	3
Educación en Guatemala	3	1	6	10
Derechos de la mujer	4	0	3	7
Ecología	4	0	2	6
Organización comunitaria	6	0	3	9
Dignidad a mártires	2	2	1	5
Cultura	4	17	4	25
Comunicación	2	0	5	7
Salud	1	0	3	4
Niñez y juventud	5	0	6	11
Realidad de Guatemala	10	0	3	13
Poder local	0	24	3	27
Parroquias y trabajo social	0	0	5	5
Total por segmento	44	44	44	132

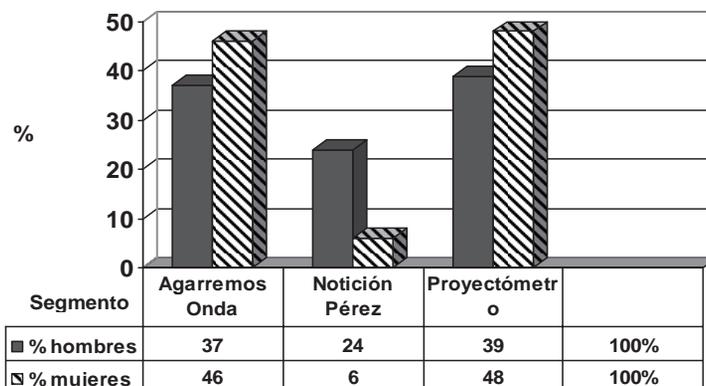
Fuente: Elaboración propia 2006

En este cuadro se observa el número de notas sobre cada tema de la telerevista juvenil La Banqueta en sus distintos segmentos Agarremos Onda y el Proyectómetro, mostraron el mayor nivel de variedad de temas.

Es notable la ausencia de otros temas que no sean poder local (donde la juventud activa y propone) y cultura (que es otro espacio de empoderamiento y conquista de espacios socioculturales a través del trabajo y la manifestación de habilidades específicas) abordados principalmente en el segmento de Notición Pérez.

Para Herrera (2006), uno de los voluntarios de la televisión juvenil La Banqueta, en sus segmentos reflejaba: "un programa audiovisual con contenido de interés social y cultural, sin interés comercial, ni ánimo de lucro, sino mejor dicho, divulgar y socializar temas, artistas y situaciones cotidianas del círculo urbano – rural que está dirigido al fomento de la cultura y el arte".

Gráfica No 2
Personas entrevistadas de acuerdo al sexo
en la televisión Juvenil La Banqueta 2002 - 2004



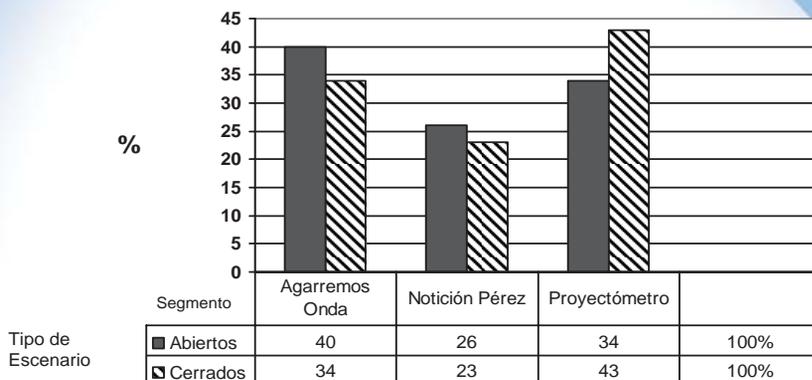
En la producción analizada de la televisión La Banqueta, con respecto a los segmentos Agarremos Onda y el Proyectómetro, la participación de la juventud (mujeres y hombres) logra visualizarse con un equilibrio considerable.

Es notable, que en el segmento de Notición Pérez, la presencia masculina es mayor (24%), es decir, en una proporción de 4 a 1, el número de mujeres en el ámbito artístico. De hecho, la ausencia de mujeres jóvenes en el espacio artístico responde a la ausencia que se percibe en los escenarios en general; pues además de los estudios básicos, en Guatemala no se logra aún privilegiar tiempo y recursos para el estudio de las artes y la cultura.

Las mujeres que han logrado ocupar y sobresalir en el ámbito artístico, es porque el esfuerzo invertido en ello es el triple en comparación al esfuerzo masculino, además de que las circunstancias culturales limitan o coartan el acceso a estos espacios de enriquecimiento.

Es importante aclarar que, en esta gráfica no se tomaron en cuenta a: Las personas que referían grupos o personas para entrevistar, ni a quienes apoyaban la logística o eran enlaces con las instituciones.

Gráfica No. 3
Características de escenarios utilizados en la producción
de la tele revista juvenil La Banqueta 2002 - 2004



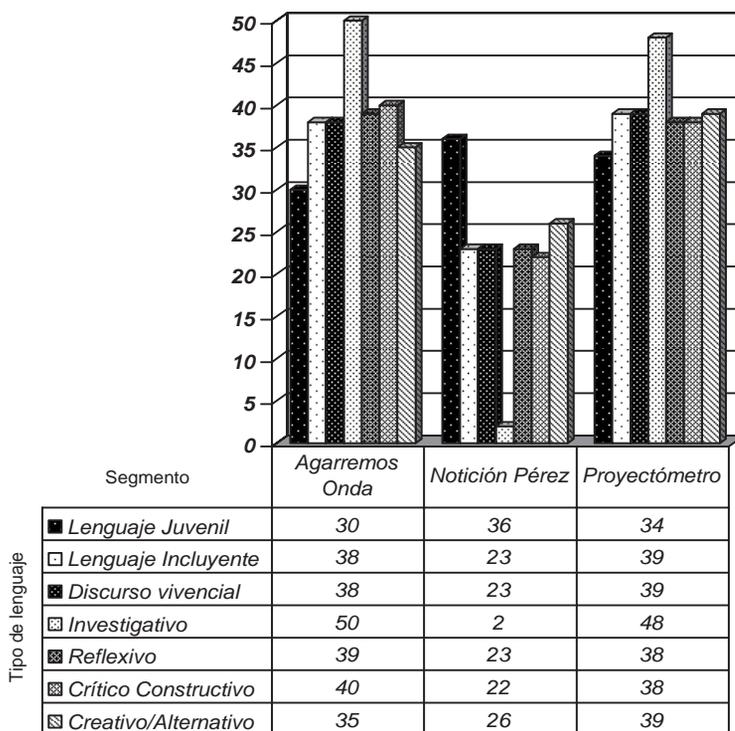
Como escenarios abiertos se consideraron las filmaciones realizadas en espacios públicos (banquetas, parques, calles, mercados, ríos, bosques en zonas marginales y rurales) y centros ceremoniales, etc. Como escenarios cerrados se consideraron el set de producción del programa, viviendas, sedes de Ong's y edificios públicos, privados y comunitarios.

El equipo de producción de la tele revista juvenil La Banqueta consideraba los espacios abiertos como: escenarios variopintos (multiformes, diversos) que en lugar de ensuciar una escena la enriquecían, contextualizando y logrando una conexión entre el interlocutor/a y el segmento.

De igual manera, en La Banqueta no se restó importancia en ningún momento al uso de espacios cerrados, que contextualizan la vida familiar, laboral, social o cultural. Logrando un equilibrio de escenarios del 90%, distribuido en los tres segmentos.

En estos contextos según Urizar: "los escenarios de filmación son corredores comunicacionales frecuentados por el público meta, lo cual vinculan al receptor como coprotagonista, logrando una identificación coloquial y familiar. Provocando la participación de un individuo o grupo de individuos, en un lugar y un momento determinados, en las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo o grupo de individuos. Situado en un lugar y momento determinados, utilizando los elementos de conocimiento que tienen en común".

Gráfica No. 4
Características de lenguaje en la producción
de la tele revista juvenil La Banqueta 2002 - 2004



En esta gráfica se revela el uso equilibrado del lenguaje juvenil, utilizado por las y los jóvenes, está matizado por modismos de época que varían con los años y la región geográfica; incluyente y creativo, con un discurso vivencial que provoca e invita a la reflexión, las prácticas alternativas de comunicación y la acción social transformadora.

Se detectó que el uso del lenguaje oral y visual se correspondía a los espacios sociales en los cuales interactúa la juventud, con códigos lingüísticos y externos que son utilizados en esta década. De acuerdo a De León "existe en los programas un lenguaje científico, mezclado con un análisis crítico, social, incluyente y testimonial. El lenguaje testimonial era una de las formas más usadas al plantear ejemplos de organización, en instituciones, ONG's, grupos, etc."

Como lenguaje incluyente se consideró el uso de expresiones que visibilizaban a hombres y mujeres, y que les nombraba de manera específica, según fuera el caso. La tele revista juvenil La Banqueta, como programa, planteó un discurso no discriminatorio, ya que existió ausencia de peyorativos que son palabras o modos de expresión que indican una idea desfavorable.

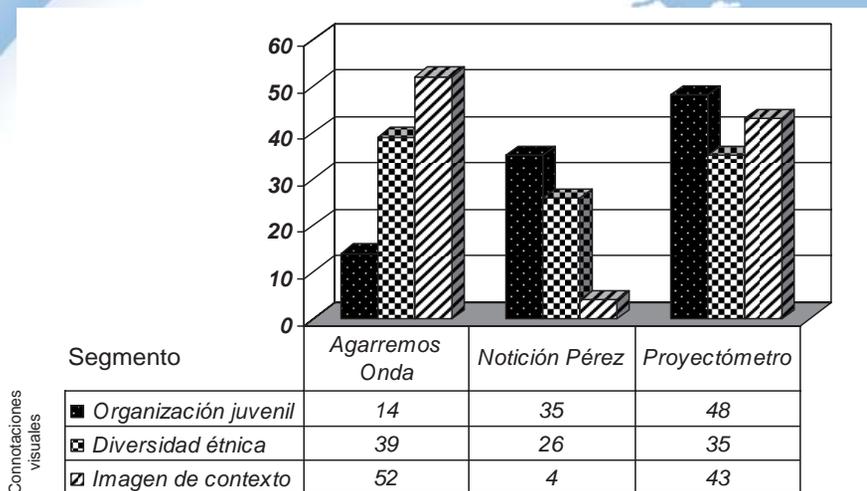
El lenguaje utilizado por conductoras/es no fue confrontativo. El tono fue siempre afable, expositivo, alegre y serio en algunos momentos. En otros casos, fue crítico constructivo ante alguna noticia o acontecimiento político de ese momento, buscando sensibilizar, contextualizar e involucrar a las personas en demandas específicas.

Provocar la reflexión estuvo implícito en el empleo de la semántica visual, tipo de tomas, y el contenido de los tres segmentos que, invariablemente, confrontaron y promovieron el análisis de la realidad, exhortando la participación del interlocutor/a al otro lado de la pantalla. También se fomentó la conjunción de esfuerzos y criterios desde los espacios culturales y proyectos que luchan para alcanzar cambios en la sociedad.

El uso del lenguaje reflexivo se dio en los tres segmentos, de diferentes maneras. En muchos de los casos por los interlocutoras/es directos, en otros por la o el conductor. Lo que se denota en el cierre del 95% de los programas es que se invitaba a la reflexión, participación, propuesta y acción.

El lenguaje creativo y alternativo se percibió en los tres segmentos del programa, ya que las locaciones, interlocutoras/es, conductoras/es, y la propuesta visual en general, no son las "clásicas". Se buscaron espacios naturales transitados por el común social de la población, desde calles a parques ecológicos. Se usaron banquetas, árboles y petates como sillas. La participación de interlocutoras/es jóvenes con ninguno y diferentes grados académicos, de diversos orígenes culturales permitió plasmar de forma novedosa y creativa la cotidianeidad visual.

Gráfica No. 5
Connotaciones visuales
de la tele revista juvenil La Banqueta 2002 -2004



Imágenes sobre la organización juvenil, de diversos grupos sociales, en la producción del programa fue fundamental. Visualizada con mayor notoriedad en el segmento de el Proyectómetro, ya que era el espacio en el que la juventud socializaba sus propuestas y esfuerzos organizados, desde su accionar en la convulsionada realidad, en algunos casos, en espacios geográficos denominados como "zonas rojas" (áreas urbano – marginadas, con altos índices de violencia).

La diversidad étnica estuvo presente en la producción de la tele revista en sus tres segmentos, las inquietudes de mujeres y hombres provenientes de diferentes espacios geográficos, sus propuestas y la contextualización socializada de sus demandas, enriqueció y fortaleció las bases del proceso comunicacional.

Si bien se utilizaban imágenes "impactantes" (impresionantes) del contexto social (por ejemplo pobreza extrema o violencia), éstas no se usaron de una manera sensacionalista o amarillista, al contrario, fueron para enmarcar la problemática que se abordó en el programa de forma veraz y honesta.

Las percepciones de Luís de León, uno de los voluntarios de la tele revista juvenil La Banqueta, resume la tendencia del programa: "Aunque el material manejaba un discurso político de izquierda, en la realidad su vinculación no era así, por lo tanto no reivindicaba problemáticas específicas que la lucha revolucionaria propone, por ejemplo: denuncias sobre corrupción, la ejecución de justicia etc. Pero sí se coincidía en otras: Tratados de Libre Comercio –TLC–, oposición a la globalización, etc. Lo que significó en algunos momentos del proceso, ver a fondo realidades presentes a través de la historia de la humanidad, como la violencia, la marginación, la pobreza, la división, etc."

De la totalidad de los programas analizados, se encontró que solo el 1.5% no iba con la línea de lo propuesto en el perfil del segmento Agarremos onda. Lo que es explicado por el Productor General, ya que en ese caso: "respondió a un descuido temático provocado por la dinámica de producción, que a veces se perdió de vista los ejes y enfoque por los tiempos de entrega para salir al aire", que se corrigió en las siguientes producciones.

4.6 La propuesta desde la planificación

4.6.1 Ruta de producción

El equipo juvenil que integró La Banqueta fue aprendiendo en el ir haciendo y auto evaluando su trabajo. Lo que les ayudó a construir, enriquecer y agilizar el proceso de producción. Es importante tener claro que, antes de la producción, hay un proceso de preproducción, que dentro de la práctica y concepto de la tele revista fue desarrollado de la siguiente manera:

4.6.2 Fase de planificación

La Banqueta contaba con un sistema desarrollado y definido que aportaba las orientaciones políticas y comunicacionales a seguir. Existía una idea base de donde empezar y objetivos claros, así como el formato de producción, los recursos y presupuestos disponibles, que permitían asignar roles y funciones específicas a cada responsable, antes de dar luz verde a un proyecto.

Una de las primeras acciones en la ejecución fue elaborar una planificación para alcanzar los objetivos trazados con el programa. Para esto, las actividades de cara a preparar la primera producción se agruparon de la siguiente manera:

- Lo conceptual
- Lo organizativo
- Lo visual
- Lo comunicacional
- Lo promocional
- Relaciones públicas
- Monitoreo y evaluación

En lo Conceptual: Al organizar los equipos de trabajo que desarrollarían la producción se definió claramente el objetivo general y los específicos de cada segmento de la tele revista. Fue necesario definir el perfil de interlocutoras/es directos e indirectos de la tele revista juvenil La Banqueta. Esto facilitó el acercamiento a los sectores y protagonistas del programa, así como la identificación de las realidades de la audiencia que se abordarían.

Según los resultados del programa piloto, se redefinió el formato y los segmentos del programa, con el fin de hacerlo más dinámico, atractivo y mejorar la calidad en su producción. Se estructuró en tres segmentos: Agarremos Onda, Notición Pérez y Proyectómetro.

Fue necesaria la implementación de los ejes transversales de Comunicación Alternativa, Juventud, Género e Interculturalidad. Se contempló que los contenidos, discursos, imágenes y prácticas reflejaran la perspectiva de dichos ejes.

En este proceso, el equipo se vio en la necesidad de conocer el marco jurídico que sería el amparo para las acciones comunicacionales. Esto les llevó necesariamente a estudiar y capacitarse en la normativa jurídica del ejercicio al derecho de la libertad de expresión, a nivel nacional e internacional, como lo son: El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y el artículo 35 de la Constitución Política de la República de Guatemala.

En lo organizativo: Se integró un equipo de trabajo de 5 personas para la ejecución del proyecto, y se definieron los roles y funciones del personal. Constituyéndose con un Productor General, una Productora Ejecutiva, una Diseñadora y dos Técnicos Audiovisuales. Fue necesario definir los espacios, modalidades de toma de decisiones y evaluación, elaborar un organigrama del equipo de producción, como también procedimientos administrativos. Además se contó con un equipo nueve jóvenes voluntarios/as que aportaron al proceso de producción del programa

En lo visual: Se trabajó previo a la producción, la propuesta del formato definido en la parte conceptual; fue necesario el diseño visual que reflejara el concepto del programa. Como resultado, se obtuvo la producción de las presentaciones y cortinas de los segmentos, los spots de expectación, presentación y cierre del programa, set de grabación, propuesta de vestuarios y escenarios de calle para grabar.

En lo comunicacional: Se trabajó en la creación de un slogan y jingle del programa, se elaboraron materiales escritos de divulgación, carné de prensa (*anexos*), papelería necesaria para relacionamiento interinstitucional, como el tratamiento del lenguaje y la imagen desde las diferentes conducciones y contenidos del programa.

En lo promocional: Se realizó la producción del diseño creativo de la campaña de expectación, que estuvo al aire tres semanas antes del lanzamiento. Así como los diseños gráficos para la campaña impresa: afiche, trifoliar, carátulas de casetes de video, etiquetas, tarjetas y materiales de presentación.

En las Relaciones Públicas: En esta parte se elaboraron herramientas de apoyo como directorios de: programas comunicacionales afines, organizaciones juveniles y de comunicación popular alternativa a nivel nacional e internacional.

Creación de herramientas de monitoreo y evaluación de preproducción, producción y postproducción: Para las actividades desarrolladas fue necesario elaborar una planificación anual de la producción general. Ésta se organizó de manera trimestral y mensual con el equipo de trabajo, personal de la Asociación y un grupo de jóvenes invitados. Para facilitar el monitoreo y ejecución de las actividades de preproducción, producción y postproducción, se generaron: cronogramas, rutas e instrumentos de trabajo. El monitoreo se realizó de forma semanal y mensual, con reuniones de equipo y con el voluntariado para evaluar y reorientar lo ya planificado.

Cuadro 4
Fase de Planificación
de la telerevista juvenil La Banqueta

Aspectos conceptuales	Aspectos organizativos	Aspectos visuales	Aspectos comunicacionales	Aspectos promocionales	Relaciones públicas	Monitoreo y evaluación
Redefinición del formato general y segmentos del programa así como el cambio de nombre de los mismos y la distribución del tiempo	Dosificación de contenidos y modalidad de participación de interlocutoras/es. Ruta de tareas, herramientas y tiempos de la pre, producción y edición. Revisión de presupuesto por rubros y autosostenibilidad	Lanzamiento, promoción, difusión y mercadeo de la telerevista. Diseño de materiales de presentación. Spots de expectación, propuesta de vestuario y escenarios.	Estudio de audiencia (metodología, instrumentos, responsables, recursos, etc.). Cotizaciones, adquisición y capacitación sobre equipo de producción.	Venta de publicidad y servicios (directorios, síntesis informativa, monitoreo escrito, publicaciones, etc.)	Definición de fuentes informativas y documentales. Posibles apoyos para la producción. Monitoreo de medios afines y aportes de interlocutores.	Se establecieron modalidades y diseñaron instrumentos para monitorear cada emisión y programas afines

Fuente: elaboración propia 2006

4.6.3 Preproducción

Ahora se describirá el proceso de preproducción de la telerevista juvenil La Banqueta:

- **Planificación de los contenidos del programa:** se redefinieron los contenidos a través de la coordinación en reuniones de trabajo semanales, así como la mecánica de seguimiento y los espacios de modificación.

El equipo de producción planificaba el contenido de los segmentos de acuerdo a las necesidades de expresión consensuadas, ya que apuntaba a ser "un programa juvenil, que trataba sobre temas sociales que no se ven en otros programas, aunque en el sentido de imagen y forma creo que faltaba un poco de modernismo y tecnificación" Guzmán.

- **Definición de fuentes informativas:** dependiendo de las temáticas a desarrollar en la producción se buscaban los contactos respectivos principalmente a través de la producción ejecutiva del programa, los demás miembros del equipo de producción y voluntariado aportaban contactos y fuentes de información.
- **Contactos y citas con fuentes informativas:** la producción ejecutiva contactó, por vía telefónica o personal, para coordinar y agendar los momentos en que se desarrollarían las entrevistas, cobertura y recopilación de imágenes e información adicional.
- **Plan de grabación:** El equipo de producción desarrollaba planificaciones semanales y mensuales, en donde calendarizaba las visitas de campo para la filmación en locaciones, entrevistas e información previamente acordado con los interlocutoras/es.
- **Investigación y búsqueda de información documentada sobre los contenidos del programa para la producción y post producción:** Para cada uno de los segmentos era necesaria la investigación para fundamentar los contenidos a desarrollar.

Existían segmentos que necesitaban mayor nivel de investigación en el proceso de pre-producción, como el segmento de Agarremos Onda, que posee un formato de documental social.

En otros, la investigación no se desarrollaba necesariamente en la pre-producción, sino que la información se obtenía directamente al momento de estar en el proceso de producción. Por ejemplo: el Proyectómetro, un segmento con un formato de reportaje que buscaba principalmente que los contenidos respondieran a los intereses de expresión de las entrevistadas/os, muchas veces aprovechaba la entrevista, para obtener información, a través de audio y video de los proyectos ya existentes, que se completarían posteriormente en la fase de post producción.

En el segmento de Notición Pérez se requería hacer una investigación previa a la filmación, sobre todo, cuando el formato respondía a ser una cartelera informativa de acciones y actividades de los sectores y espacios sociales juveniles, no así cuando el segmento desarrollaba entrevistas con personajes y artistas en que los niveles de investigación previa a la producción eran más sencillos.

- **Formulación de guiones preliminares para la producción:** Previo a recopilar las imágenes, existían de igual manera instrumentos destinados a ordenar las ideas y priorizar el trabajo de campo.

La formulación de guiones de tomas, la planificación estratégica en las locaciones, la proyección de pautas temporales y la efectiva organización y distribución de recursos técnicos y humanos se transformaban en las guías para realizar un proceso de producción eficiente. La generación de estas herramientas indispensables, así como su correcta utilización eran responsabilidad conjunta de los encargados de producción general, ejecutiva y asistencia técnica (*anexos*).

Según el segmento se seleccionaban los instrumentos apropiados, desde un listado de preguntas básicas y bien estructuradas hasta un patrón de tomas determinadas en la locación. Para el segmento del Proyectómetro se recurría a tarjetas con información de actividades y/o listado de preguntas formuladas previamente para los personajes a entrevistar y artistas invitados. Herramientas similares se utilizaban en el segmento Notición Pérez. La investigación desarrollada con anterioridad sobre las temáticas en el segmento de Agarremos Onda eran más amplias y requerían de la elaboración previa de las preguntas para con los entrevistados/as, así como para los especialistas en el tema.

Para Urizar es “a través de estos guiones que la comunicación aporta tanto a la reproducción como a la transformación de pautas de comportamiento. Este potencial hace de la comunicación una herramienta privilegiada para la generación de cambios culturales, es decir, cambios en los conocimientos, las creencias, las actividades y las prácticas de grupos sociales”.

- **Plan de gastos:** Fue necesario realizar proyecciones de los gastos a efectuar en cada producción. Aunque los recursos fueron limitados, existieron aspectos que desde su inicio se plantearon y se hicieron efectivos como por ejemplo: la compra de algunos equipos, materia prima, papelería y útiles. Sin embargo, el plan de gastos no fue una herramienta actualizada y/o utilizada de manera constante, en ocasiones extraordinarias (movilización al interior del país o fuera del mismo) se hacían solicitudes económicas a la Administración del proyecto.

4.6.4 Producción

En esta etapa del proceso, se tomaron en cuenta múltiples referencias técnicas y se aplicaron conocimientos de estructura y desarrollo de la sintaxis visual. Muchas veces el orden de grabación de las escenas no se corresponde con el de la progresión de la historia, sino que se organiza según su conveniencia, para hacer la producción más eficiente. En este proceso la o el responsable se aseguraba de que las tomas quedaran grabadas en una cinta máster. El resultado es un programa completo, que ya sólo necesita efectos de sonido, visuales, banda sonora, insertos, foto fija, subtítulos según el tipo de producción y créditos finales.

En la producción de la telerevista La Banqueta generalmente se encuentran diversos procesos, prácticos y complejos a la vez, pero realizables en la medida de avanzar y experimentar, según Ricardo Sandoval: "La producción de La Banqueta es alternativa porque, más que por su formato, lo es por sus contenidos, su proceso interno y externo de participación juvenil en la elaboración de la producción y por sus procesos de articulación con los interlocutores".

La telerevista juvenil La Banqueta realizó 44 programas entre el año 2002 y el 2004, para lo que se necesitó de 132 producciones entre reportajes, socialización de actividades, entrevistas artístico-culturales y documentales sociales, recopilando más de 290 entrevistas a interlocutoras/es y personalidades, niñez y juventud, mujeres y hombres de diversas edades y etnias. Para lograr dicho producto se desarrolló la siguiente ruta:

- **Trabajo de visita a las comunidades, grupos organizados o personas, planificado con anterioridad para la recopilación de datos y filmación de imágenes y entrevistas:** En esta fase, el conductor/a, que es quien da una dinámica particular al segmento, invitando a la acción general o específica al interlocutor/a directo o indirecto; camarógrafo y productor/a se movilizaban a los espacios convenidos previamente con los interlocutores para llevar a cabo el trabajo de producción.
- **Afinación y finalización de guiones:** En este proceso los insumos que sirvieron en la preproducción, para organizar la recopilación de información, se profundizaron y se desarrollaron las herramientas como: el Guión de Tomas (*anexos*), que se trabaja para la pre selección de las secuencias de imágenes que se quieren mostrar en el programa, así como el Guión final (*anexos*) que incluye las imágenes y textos, efectos de sonido y banda sonora que terminan de integrar el contenido del material visual que finalmente saldrá al aire.
- **Grabación de voces y efectos:** La afinación y detalle de los guiones finales, demandaron realizar procesos de producción adicionales, como por ejemplo la grabación de la voz en Off, si el guión lo demandaba. Por otro lado, se incorporaban sonidos o efectos necesarios para la post-producción.

- **Búsqueda de información adicional para la Postproducción:** En la fase de producción se encontró, en algunos casos, la necesidad de un proceso de rectificación de la investigación, aspectos de la información recabada tales como: nombres y apellidos completos de los entrevistados, que se hubieran omitido por error, nombre y ubicación geográfica del lugar visitado o datos complementarios sobre la experiencia o proyecto.

4.6.5 Postproducción

La posproducción empieza cuando se completa la grabación y continúa hasta que el programa está listo para la difusión. Las dos partes fundamentales de la posproducción son la edición, o montaje, de la grabación en vídeo y la creación de una banda sonora completa.

En este proceso la telerevista trabajó con el siguiente esquema:

- **Selección y digitalización del material recopilado:** El editor, que es la persona que cuida de la preparación de lo recopilado: imagen, locuciones, efectos y banda sonora, haciendo de ello una secuencia armónica, trabajaba en base al guión de tomas para buscarlas en los videocasetes, los digitalizaba para efectos de la edición, así también realizaba la digitalización de audios y efectos especiales.
- **Edición de audios y locuciones:** Los audios y locuciones utilizados en la fase de producción se editaban de manera individual para cada segmento.
- **Edición del material elaborado y recopilado:** El editor se apoyaba en un guión final de cada segmento, así como de los insumos recopilados para la edición, tales como tomas, audios, fotos, etc.
- **Asignación de Créditos:** Este proceso en la edición es necesario ya que el programa debía reconocer, agradecer y mencionar a todas las personas o grupos que colaboraron con la pre-producción y producción de La Banqueta.
- **Revisión o validación del programa:** El equipo de producción, una vez terminada la edición, se reunía a ver la propuesta final del material, antes de realizar la transferencia al soporte final que se utilizaría para la difusión. Es en esta etapa que se hacían los cambios y correcciones finales.
- **Reproducción del programa:** El editor, una vez terminados los cambios sugeridos por el equipo de producción, elaboraba una grabación del programa para cada uno de los canales en donde se transmitiría La Banqueta.

La telerevista juvenil La Banqueta constituía un esfuerzo de productores juveniles nacionales con un corte propositivo que apostaba por: "Un proyecto innovador, sumamente guatemalteco, que logró una producción de alta calidad con magros recursos" Smith.

La concepción estética y los criterios visuales empleados durante la producción para la selección de tomas, así como el ritmo general de filmación de los componentes de cada segmento, las bandas sonoras y la textura final del producto, era el resultado de una planificación concensuada desde la etapa de preproducción por el equipo, o bien, la sugerencia de una o uno de los miembros que concluía en la postproducción.

4.7 Difusión

La televidista juvenil La Banqueta logró hacer convenios de intercambio para difundir los programas producidos en canales de televisión por cable. Al principio treinta minutos por semana, sin embargo con el transcurrir del tiempo, los canales fueron dando más espacio para transmitir el programa. Estos cambios se debieron a que: Algunos de los equipos responsables de programación veían la necesidad de rellenar sus espacios al aire disponibles. Por otro lado, la preferencia del público por La Banqueta y la calidad del programa, según lo expresaban a través de reportes y llamadas telefónicas a los canales de cable.

Los programas de la televidista juvenil La Banqueta, se difundieron en los canales 19, 33, 63 frecuencia UHF; 97 cable Intercentro (repetidora 33 de UHF) y 7 Home Cinema en Cobán, Alta Verapaz, alcanzando cobertura en la región Norte, centro y sur oriental del país.

Cabe destacar que los canales donde se transmitió La Banqueta, representaban una opción al monopolio mediático, aunque de escasos recursos y con niveles de audiencia limitados, ofrecían una alternativa de beneficio mutuo. En el caso específico del canal 68 de Intercentro, una de las empresas de cable de mayor cobertura en el país, la televidista se transmitió de forma paralela por el canal 97, duplicando así la posibilidad de aumentar el índice de audiencia local.

También se transmitió en el canal 31 UHF, en espacios que administraba el Arzobispado de Guatemala. A finales del año 2002, se trasladó la programación completa a la frecuencia del canal 63 UHF y el canal 19 UHF como enlace. Este cambio de frecuencia no afectó la relación con el Arzobispado, quienes continuaron solicitando el flujo de material producido por la televidista.

Por otro lado, el canal 20 de cable, en Cuilapa, Santa Rosa, dejó de existir en el mes de octubre del 2002, lo que provocó que La Banqueta buscara otro medio en el interior del país, encontrando respuesta en canal 7 de Home Cinema Zea Visión, en Cobán, Alta Verapaz, un departamento en el norte del país.

Según el informe del proyecto, en el 2005 La Banqueta se transmitió en 5 canales locales. Pero, se tiene conocimiento de que otras señales de cable de la ciudad capital la retransmitieron posteriormente, entre ellas: Cable Red, Cable Sur, Cable Star, Interpunto y Cable Electrónica Chilena.

Cuadro 5
Difusión de la Telerevista Juvenil La Banqueta

Canales	Nombre	Frecuencia	Día de transmisión	Horario de transmisión	Cobertura
7	Home Cinema Zea Visión	cable	Lunes Miércoles Viernes	9:00 a.m. 9:00 p.m. 9:00 a.m.	Cobán
19	Repetidora Televisión	UHF	Martes Sábado	8:00 p.m. 8:00 p.m.	Sin datos
20	Canal de Cuilapa	Cable	Sin datos	Sin datos	Cuilapa, Santa Rosa
33	Repetidora	UHF	Martes Sábado Domingo	5:00 p.m. 2:00 p.m. 11:00 a.m.	Sin datos
31	TV USAC	UHF	Martes Sábado	8:00 p.m. 8:00 p.m.	Centro ciudad y lugares aledaños
63	Televisión	UHF			Sin datos
68	Intercentro, TV USAC	Cable	Martes Sábado Domingo	5:00 p.m. 2:00 p.m. 11:00 a.m.	Sin datos
97	Intercentro, TV USAC	Cable	Martes Sábado Domingo	5:00 p.m. 2:00 p.m. 11:00 a.m.	Sin datos

Fuente: elaboración propia 2006

El impacto de la telerevista la Banqueta en la juventud, según Alan Herrera, voluntario en el proceso, ha sido: "Una realidad esperanzadora de quienes aún en situaciones precarias, buscan un aliento para salir adelante y, encuentran en este programa un espacio para darse a conocer. La juventud puede encontrar en este espacio muchos buenos ejemplos e información cultural para variar sus actividades".

En Guatemala, producciones como la Banqueta, según Julio Dávila, director de TV USAC "renuevan, fortalecen y crean nuevas posibilidades de comunicación... es esperanzador".

"Este tipo de proyecto, puede animar la gestión de identidades propias, una ciudadanía creativa y fiscalizadora" según Smith. Hasta generar "espacios de expresión, ser fuente de trabajo, espacio para desplegar la creatividad y desarrollar talentos en la producción audiovisual que es un área escasamente desarrollada en nuestro país" apunta Monzón.

Hay valiosos aportes, que pueden estimular este tipo de propuestas comunicacionales alternativas, como lo plantea Jacinta Xon, voluntaria de La Banqueta: "Podría ser un espacio que lograra integrar en el equipo jóvenes de procedencias sociales y culturales diferentes: desde las zonas marginadas al interior de las ciudades, indígenas, mujeres, hombres, etc. donde la juventud siga exponiendo sus preocupaciones, inquietudes y su creatividad". Por su lado Divasi apuesta a que: "Puede ser un medio que ayude a jóvenes a descubrir nuevas fronteras, más allá de su barrio. El enlace entre personas que aún no se conocen, pero que están en el mismo equipo en la vida y, sobre todo, puede demostrar que hay buenas formas de aprovechar los medios de comunicación".

A partir de enero del 2006 la tele revista juvenil La Banqueta dejó de producirse, y por lo tanto su difusión está ausente de la programación de los canales de cable o de comunicación alternativa.

Para Vidal, uno de los interlocutores indirectos, La Banqueta fue: "Una producción buena, con sus deficiencias e inconvenientes. ¡Se que volverá! Espero que no pierda su lado humano, alternativo, profundo, responsable, profesional, innovador, creativo. ¡ojalá! no aparezcan cuadros, sí no más bien círculos y espirales".

La ausencia de La Banqueta en los canales de cable no ha pasado desapercibida. "...la calle, el lugar donde todas/os pasamos alguna vez, donde se pide limosna, donde me siento para charlar con los amigos del barrio, donde otros solo la ven desde sus autos o nunca la ven, donde esta sujeta al tragante, la urbanidad marginal de mis días. Pero ¡lástima! ahora mis días no tienen banqueta ¿Qué hacer ahora con todos mis pensamientos, qué hacer conmigo mismo, sin banqueta..." Urizar.

Los motivos que han generado la suspensión de la tele revista juvenil La Banqueta son:

- Razones económicas: La ausencia de recursos económicos mínimos para solventar la producción.
- Personal y voluntarias/os: La difícil situación económica ha provocado que tanto el personal de planta, como los voluntarias/os, incursionen en nuevos trabajos o tengan otras responsabilidades que absorben su tiempo.

Los motivos anteriores han generado en las y los involucrados en la producción de la tele revista un proceso de redefinición y replanteamiento crítico.

La dependencia económica de este tipo de proyectos de la cooperación internacional, sumado a la carencia de alternativas de un medio autosostenible dificulta el relevo de los actores involucrados en la producción.

La conjunción de intereses y filosofías de los integrantes del proyecto original busca eco generacional en el reclutamiento de mujeres y hombres jóvenes voluntarios que busquen conquistar y desarrollar espacios de libre expresión en el medio audiovisual alternativo.

Hoy por hoy, La Banqueta afronta un futuro incierto. Relanzarla implicaría grandes retos, pero es un desafío que bien vale la pena enfrentar. El éxito abrirá las puertas a mujeres y hombres que sueñan con producir en un medio audiovisual abierto y democrático, un ámbito de crecimiento donde se integren criterios y prevalezca la libertad creativa de la juventud. El éxito de este esfuerzo no estriba en el intento primigenio en sí, como, en el eventual relevo y la emancipación de la visión, por nuevas generaciones de realizadoras y realizadores dispuestos a la aventura.

Capítulo 5

Propuesta para producir Telerevistas Juveniles



*No queremos oyentes.
No queremos un lenguaje.
Ni un único código.
No queremos hacer de la Comunicación una Mercancía.
No queremos sonidos oficiales.
No queremos seguridades acústicas.
Queremos interlocutores.
Queremos prácticas comunicacionales.
Que son siempre prácticas políticas.
La Tribu
Buenos Aires, Argentina*

5. Propuesta para Producir Telerevistas Juveniles

La juventud tiene mucho que decir, expresar y mostrar, es una fuente desbordada de creatividad, ideas y soluciones. El hacer uso de su derecho a expresarse es fundamental, la necesidad de ser escuchado y de que se valoren sus opiniones es sumamente importante. Poder mostrar sus aportes, sus ideas y sus acciones a favor de los demás, suele también estar dentro de algunas de sus ilusiones y deseos.

Desde el espacio de la telerevista juvenil La Banqueta, la juventud pudo expresarse y le permitió constatar que a un buen porcentaje le ha llamado la atención y gustado la idea de poder, en algún momento, vincularse al mundo de la televisión. Les genera mucha curiosidad el saber cómo logran productoras/es hacer cosas tan interesantes, tanto en forma como en contenido: desde los efectos especiales de los programas que comúnmente se ven en la televisión hasta las tramas interesantes elaboradas en las películas, documentales y series por mencionar algunos géneros audiovisuales.

Generalmente, las personas tienden a pensar que es imposible poder llegar algún día a producir un programa en la televisión, por múltiples factores que van desde el desconocimiento de cómo se hace, hasta cómo conseguir la oportunidad política, administrativa y económica para llegar a realizar producciones para la televisión.

La juventud suele ser más positiva que los adultos en esta situación, la iniciativa y el deseo insaciable por hacer posible lo imposible les lleva a fronteras y lugares jamás imaginados. Y es para esa juventud que se socializa este capítulo. Como lo expresaron Mattelart y Piemme: "Así, pues, una práctica alternativa de comunicación tienen la tarea de realizar la dialéctica de lo particular y de lo universal garantizando" buscando "al mismo tiempo la presencia y el debate de los diferentes grupos o movimientos" para realmente comprender que afecta a cada mujer y hombre, no importa su edad, desde lo individual y/o grupal. (1981:p. 120).

Ahora, para todas y todos aquellos que en algún momento se les ha atravesado la idea loca, inaudita e ilusa, según los adultos, de poder llegar a realizar su propia propuesta audiovisual en la televisión, con el objetivo de llevar un mensaje positivo a la sociedad, de cambios para construir un mundo mejor, se socializan algunas ideas a partir de la experiencia de producción que telerevista juvenil La Banqueta desarrolló en sus cinco años de trabajo.

Para hacer una telerevista juvenil como La Banqueta no se requiere de grandes oportunidades y grandes presupuestos, pero si de mucha entrega, convicción, sacrificio, algunos apoyos, creatividad, entusiasmo y deseos de hacer las cosas bien. La Banqueta nació desde las posibilidades y recursos mínimos, pero con grandes deseos de llegar algún día a ser una propuesta interesante para las y los demás.

Según un estudio sobre medios de comunicación y libertad de expresión en El Salvador – UNDP citado por Antón Luger en el Manual de producción de Televisión Comunitaria: **“Los grandes medios están orientados a producir ganancias; los alternativos a producir valores”** ACISAM (2000: p. 6).

Alguna parte de la juventud habrá experimentado que dentro del mundo técnico de la producción audiovisual, muchos productores/as coinciden en que hacer cualquier producción sea cual sea su formato, pasa por una serie de pasos definidos y necesarios para llegar a un producto final.

Quienes buscan plantear propuestas que rompan estructuras y paradigmas, ven este proceso o experimentan con nuevos, no para llegar a un producto audiovisual final, sino como proceso necesario para la construcción de prácticas y procesos comunicacionales para el cambio.

La propuesta que se presenta en este apartado, es resultado del enriquecimiento que se obtuvo en el proceso de producción de La Banqueta, no es exactamente como la misma se desarrolló, de hecho acá se trata de enriquecer con aspectos, que por diversas circunstancias y el constante ir experimentando se consideran valiosos.

Dichos pasos se pueden ordenar en los ya clasificados por muchos en el mundo de la producción como **Preproducción, Producción y Postproducción**. Sin embargo, se tratará de describir y desarrollarlos desde la comprensión y entendimiento que la telerevista juvenil La Banqueta hizo de ellos dentro de sus procesos comunicacionales.

5.1 Pasos previos

En el mundo existen grupos de jóvenes que se han organizado y se han propuesto volver posible lo imposible. La juventud está haciendo televisión, está siendo protagonistas en sus localidades y está proponiendo nuevas miradas para entender el mundo de hoy. Hay distintos formatos audiovisuales donde la juventud se expresa, alza la voz para hacer oír sus ideas y opiniones de lo que siente, piensa y hace.

Cuando se trabaja en la producción de un formato audiovisual como la telerevista, es importante tener claridad del lo que se quiere, en este caso concreto lo enfocaremos a la producción de una telerevista desde, con y para la juventud.

Ayudará mucho si en todos los niveles, desde lo administrativo hasta las funciones esporádicas se hace uso de un lenguaje cercano y propio de la juventud. Si se abren espacios a miradas y postura transversal sobre la comunicación alternativa, ya que generará un cúmulo de riquezas y oportunidades al proceso, se sugiere: la equidad de género y la interculturalidad. Para producir una telerevista se dan diversos pasos previos a la preproducción que a continuación se socializan:

5.1.2 La gestión participativa en una producción audiovisual

➤ La idea inicial

La producción de una telerevista nace a partir de una idea individual o colectiva. Normalmente, cuando se hace producción audiovisual alternativa, se da por la necesidad que una persona o un grupo tienen de promover cambios en las situaciones reales que en su comunidad, barrio, colonia o zona están viviendo, a través de hacer reflexiones en video que puedan socializar la situación a otra población juvenil y pueda despertar en ella el interés de hablar y solucionar dicha situación.

La idea inicial normalmente también se encuentra relacionada con un alto entusiasmo por la juventud que la promueve. Es el momento de enamoramiento y de soñar mucho con la idea. Es el momento especial para ver que es posible alcanzar lo imposible.

➤ La planificación del proyecto:

Todo proyecto pretende ordenar lógicamente la idea inicial y los pasos a dar para poder materializarla. La producción de una telerevista no es la excepción.

Es en este paso que el grupo juvenil está convencido de que desea realizar una o varias producciones en video. Aún no tiene claro cómo hacer dichas producciones. Entonces necesita sentarse para aterrizar la idea y proyectarla con una visión de futuro, pero con los pies bien puestos en la tierra. Para esto el grupo o equipo juvenil necesita definir una planificación adecuada que dará respuesta a lo que se quiere lograr con la idea inicial.

En general, la gestión participativa de una telerevista contempla: La elaboración de un diagnóstico, la formulación de objetivos y metas, la definición de un cronograma que describa los momentos y tiempos de ejecución del proyecto de producción de la telerevista, hacer un inventario de los recursos disponibles y faltantes.

En el presupuesto deben contemplarse todos los recursos que serán necesarios para desarrollar la idea, establecer los tiempos en que se irán haciendo las actividades diseñadas y planificadas, es muy importante, así como dejar bien definidas a las personas responsables de realizar dichas actividades para el proyecto.

Por último, monitorear y evaluar permanentemente lo que se hace en el proceso, es necesario, para enderezar el rumbo de las cosas cuando estas no estén conduciéndose por la ruta planificada, o para corregir la ruta, si esta así lo amerita.

5.2 Definición del proyecto de producción

Primero: Es necesario diseñar y desarrollar un **diagnóstico** o estudio en una comunidad específica para determinar que la idea de elaborar una producción audiovisual alternativa juvenil responde a necesidades reales. Este diagnóstico o estudio entre más representativo de la comunidad sea, será una verdadera alternativa a los procesos comunicacionales que la localidad necesita que se desarrollen.

Investigar es sumamente importante, de esto dependerá que se pueda orientar bien la o las producciones juveniles a realizar y que la comunidad o la juventud a quien se dirijan, se sientan identificadas y representadas en los contenidos de la producción. Además, apoyadas por la juventud que está llevando sus problemas y dificultades y/ o propuestas a espacios en donde se puedan encontrar soluciones, así como para descentralizar la información pública y fiscalizar a las autoridades tanto locales, municipales, departamentales y nacionales. Tengamos presente que la producción juvenil o comunitaria en televisión de acuerdo a Darío Pérez, sirve para: "*la democratización de la información pública*" ACISAM (2000: p. 6).

Segundo: Es necesario definir uno o varios **objetivos** con el grupo juvenil sobre la producción que se necesita realizar. Los objetivos deben dar respuesta a qué se quiere hacer, para qué se quiere hacer y cómo o a través de qué se logrará realizar. Este es un buen momento para pensar cómo deberá ser la estructura del formato audiovisual elegido para alcanzar dicho objetivo. En este caso, se sugiere el formato de la televidista.

Tercero: Definir un **formato y la estructura**. El equipo deberá pensar cual será el formato audiovisual más adecuado para alcanzar los objetivos que se plantearon para la producción de la televidista o como Pérez le nombra "Revista Televisiva".

La televidista es un programa amplio que puede englobar diferentes formatos:

- Informativos
- Reportajes
- Debate
- Documentales
- Concurso
- Reality show, que es un programa que realiza un seguimiento exhaustivo de cotidianidades de una o varias personas.
- Transmisión deportiva
- Video clips
- Filmes de ficción
- Telenovela
- Publicidad

Estructura

Hablar de la estructura de una televidista es un poco difícil. No se puede dar una receta única de cómo tiene que ser una televidista, pero se pueden ofrecer

algunas sugerencias e indicaciones que servirán para poder estructurar una, entonces:

- Cada telerevista necesita su presentación (el título, posiblemente el tema, presentación de conductoras/res y / o presentadoras/es entre otros) y su cierre (despedida).
- La telerevista debe estructurarse en bloques, que aunque aparentemente están diferenciados por la temática, siempre deberán tener una lógica y una unidad articulada.
- Es importante distribuir bien los diferentes bloques - no conviene juntar dos bloques con temáticas fuertes e impactantes, mejor intercalar un bloque con contenido más suave o una dinámica diferente. Esto hace que el programa sea más "digerible".
- Hay ventajas de aceptación si una telerevista es divertida e interesante. Se recomienda no sobrecargar el programa con temáticas difíciles, las/os interlocutores podrían aburrirse y se corre el riesgo de perder su atención.

Ahora la gran pregunta es ¿cómo hacer la transición de un bloque al otro?, o en otras palabras ¿cómo enlazar estos bloques para que exista una unidad? Se presentan dos posibilidades para lograr esta unificación:

- **Con conductoras/res:** Estas personas son las caras y voces amigas que presentan el programa, saludan al interlocutor, van dando entrada a cada una de las secciones, las comentan y por último despiden el espacio.

Si existen conductoras/es en el programa, estas personas son la pieza clave, el alma de una buena telerevista. Se dan a conocer a las y los interlocutores y se llaman entre sí por su nombre. Las/os conductores que ven el programa, se familiarizan con ellas o ellos. Por esto, no conviene andar cambiando de presentadoras/es de un programa a otro - mientras más estables sean, mejor. La mejor opción para una buena telerevista es una pareja de animadores, una mujer y un hombre.

Pero además hay otras posibilidades, por ejemplo: un títere, un cómico, un grupo de jóvenes, etc. Lo importante es que haya una correspondencia entre las personas conductoras y la naturaleza del programa. No es conveniente hacer una telerevista juvenil con una persona adulta como conductor/a, aunque no quiere decir que no se pueda intentar.

Además, pueden existir conductoras/es principales del programa y de cada uno de los segmentos, para involucrar a otras personas dentro de la producción y para generar participación y retroalimentación entre las conductoras/es de la telerevista.

- **Sin Conductoras/es:** existen telerevistas sin conductoras/es, o sea, no se necesita a nadie que explique al público que bloque sigue, se entiende por sí solo. Este tipo de telerevista necesita una estructuración muy clara y un ritmo del programa adecuado para que las interlocutoras/es no se pierdan.

Para separar, y al mismo tiempo unir, los diferentes bloques, se usa normalmente una cortina, que puede ser: un rótulo con el tema del próximo bloque, un spot con el nombre del programa y un poco de música, un rótulo con el nombre del programa, o algo muy propio que el equipo de producción invente.

Si se hace una telerevista sin conductoras/es, los diferentes bloques tienen que ser muy completos, o sea, no se puede dejar nada sin explicación, ya que no hay nadie para dar una información adicional.

Cuarto: Una vez definidos los objetivos con el grupo juvenil y el formato audiovisual a realizar es necesario fijar las **metas**: que no son más que las finalidades que se persiguen a corto o mediano plazo (lo que se quiere lograr con la producción), estas se trazarán a lo largo del proyecto hasta alcanzar los objetivos. Las metas deben ser específicas, alcanzables, concensuadas y cuantificables.

Las metas pueden ser variables e ir en distintos sentidos, depende del tamaño del equipo y la disponibilidad de tiempo para trabajar en ellas: metas organizativas, políticas, económicas y metas comunicacionales. Pero ojo, lo importante es que alcanzando cada una de las metas, se alcance cada uno de los objetivos de la producción.

Quinto: Tener metas claras y definidas ayudará al equipo juvenil de producción a encontrar las acciones y **actividades** justas, puntuales y concretas para alcanzar lo que se ha propuesto. Estas actividades pueden aún no ser parte de las acciones de producción propiamente. Hay que recordar que, en este momento se están desarrollando las condiciones previas que deben existir para desarrollar la producción de una telerevista.

Elaborar el plan de investigación, realizar el estudio, hacer talleres con el equipo o con miembros de la comunidad para definir participativamente los objetivos y metas del programa, definir el concepto, formato, estructura y nombre del programa, hacer rifas o colectas o gestión de fondos con organismos internacionales, pueden ser algunas ideas de actividades dentro de esta etapa previa a la producción propiamente.

Sexto: Es importante definir un **cronograma** de trabajo. Este cronograma debe reflejar las etapas del proyecto y de la producción.

Es importante entender que, muchos aspectos deben definirse antes de iniciar la preproducción, en este punto, el cronograma deberá establecer en plazos y tiempos el alcance de las metas. Si se contempla desarrollar la producción de una telerevista, pueden haber muchos aspectos a resolver antes de iniciar la preproducción y dejarlas establecidas en un cronograma de trabajo.

Como por ejemplo:

- Cuándo y en cuánto tiempo se va a estructurar y desarrollar el diagnóstico para contar con la información necesaria de la o las comunidades a quienes se dirigirá el programa.
- Cuándo se contará con la definición de los objetivos, concepto, formato, estructura y nombre de la producción.
- Cuándo se irán alcanzando las metas establecidas.
- En cuánto tiempo se contará con los recursos económicos, tecnológicos y humanos necesarios para la producción.

El cronograma ayudará al equipo de producción juvenil a medir los plazos y tiempos en que desarrollarán las actividades necesarias para alcanzar las metas y objetivos trazados.

Séptimo: Seguramente este aspecto es uno de los primeros que hacen aterrizar a cualquier equipo de producción juvenil: la factibilidad económica actual del proyecto. A partir de definir este paso se está en condiciones de poder decir que tan cerca se encuentran o no de arrancar con el proceso de producción de una telerevista.

Es necesario elaborar un **presupuesto** que enliste todos los recursos materiales, económicos, tecnológicos y humanos que se necesitan para llevar a cabo el proyecto. Posteriormente, la preproducción establecerá de forma puntual y en detalle los recursos para elaborar la producción de la telerevista. En esta etapa se necesita garantizar que el proyecto contemple lo necesario para organizar y articular el proceso de producción de la telerevista a realizar.

En esta etapa se está hablando de poder estimar los recursos para el estudio o investigación, talleres de definición de objetivos, metas y actividades a desarrollar, redacción del propio proyecto, viáticos, uso de computadoras, impresión, materiales didácticos, entre otros.

Es en este momento, deberá hacerse un listado de posibles instituciones o personas que puedan patrocinar el programa en general o los segmentos de la telerevista juvenil según sea estructurada; dichos patrocinadores o la decisión de por quien o cual será conveniente o posible, se concretarán en el momento de la preproducción.

Octavo: "Todos es ninguno" dice un refrán anónimo, por eso es muy importante que en el cronograma de actividades estén definidas, quiénes de las personas del grupo juvenil serán las/os **responsables** de llevar a cabo cada una de las acciones planificadas. Esto ayudará a que el trabajo se distribuya mejor y de forma equitativa. Que no se corra el riesgo de no cumplir con el cronograma por mala delegación de actividades y que todas y todos participen del quehacer del proyecto de producción planificado para la telerevista.

Noveno: Una vez planificado todo lo anterior se puede dar luz verde y el banderazo de salida a la planificación del proyecto. Es el momento para empezar la **ejecución** de las actividades en el cronograma, anteriormente diseñado.

Décimo: Es necesario que la ejecución de la planificación se monitoree cada cierto tiempo y se pueda hacer una **evaluación**, es decir se revise y se verifique si los resultados se están alcanzando. El equipo de producción juvenil no se debe arriesgar a que los plazos de finalización del cronograma se concluyan y darse cuenta hasta ese momento, si se lograron o no los objetivos planificados.

Durante el proceso, es necesario que con cierta periodicidad se revisen fortalezas y debilidades, así como investigar las causas, consecuencias y tendencias a las que se está dirigiendo el camino planificado. Al mismo tiempo ir haciendo las correcciones necesarias para enderezar el rumbo. Este monitoreo pretende ser un nivel de evaluación del trabajo realizado, pero sumamente flexible para modificar lo planificado, con el fin de que los resultados efectivamente se alcancen.

Al finalizar la ejecución de lo planificado, es el momento para llevar la evaluación a un nivel mucho más alto. Aquí, es necesario evaluar los resultados obtenidos en relación a los esperados, analizar los aspectos que influyeron en los resultados y recoger las enseñanzas para planificar nuevamente.

5.3 Preproducción

Cuando el proyecto ha alcanzado un nivel mínimo de organización dentro del grupo juvenil que se hará cargo de hacer la producción, cuando se tiene claridad en lo que el programa puede ofrecer a quienes será dirigido y se tienen objetivos definidos para dicho programa, cuando se ha definido el formato adecuado, y desarrollado el concepto, estructura y nombre del programa, se está en condiciones mínimas para poder planificar la preproducción.

Una vez se establece el concepto, formato, estructura y nombre de la producción se hace indispensable una preproducción que debe tomar en cuenta muchos aspectos, dependiendo de la envergadura del proyecto.

Durante la preproducción no solamente se decide quién será el personal de producción, también todos los elementos principales son planificados. Debido a que asuntos como el diseño escenográfico, la iluminación y el sonido están interrelacionados, éstos deben ser coordinados en una serie de juntas o reuniones del equipo de producción juvenil.

Sin embargo, en forma general se deben contemplar aspectos como:

➤ **Presupuesto**

El proyecto de una tele revista no se puede llevar a cabo si no cuenta con un desglose detallado de todos los gastos en los que se debe incurrir a la hora de hacer una grabación o filmación.

En esta etapa se desarrolla el presupuesto que la producción propiamente requerirá, para esto se debe tener en cuenta que un presupuesto de producción de una telerevista juvenil requiere de rubros específicos, entre ellos se pueden mencionar:

- Oficina
- Personal juvenil
- Mobiliario
- Equipos tecnológicos
- Publicaciones
- Eventos
- Formación y capacitación
- Viáticos
- Movilización
- Imprevistos

La mayoría de estos grandes rubros se subdividen en muchos más, dependiendo de la magnitud del proyecto, así será el volumen de rubros y cantidades desarrolladas en el presupuesto. Lo ideal, es que se pueda tener todo lo necesario contemplado en el presupuesto general del proyecto, para que a la hora de estar realizando la producción no se tengan problemas presupuestarios.

➤ **Recurso monetario del proyecto**

Los proyectos comerciales de producción audiovisual para cine o televisión normalmente tienen formas de llevar a cabo su realización a través de la inserción de productos patrocinadores dentro de la serie de TV, el programa de concursos o incluso la película para cine. El pago por tiempo de presencia en estos medios les garantizan los recursos económicos necesarios para cubrir los gastos presupuestados y garantizan una ganancia, que deja un fondo para la realización de otro u otros proyectos. La negociación se hace en forma directa con la casa comercial o por medio de una agencia publicitaria, ya que ellos manejan ciertas marcas y tienen un presupuesto para invertir en los diferentes medios. Algunos proyectos, desde el guión mismo incluyen algún producto, lo que hace atractiva la venta para las agencias o compañías.

Sin embargo, los proyectos, vistos como construcción de prácticas y procesos comunicacionales para el cambio social, contemplan otro tipo de apoyos más coherentes con la ideología y filosofía que practican. Además, cuentan con la oportunidad de obtener algunos apoyos de organizaciones financiadoras y donantes nacionales e internacionales a quienes les interesan este tipo de proyectos y propuestas.

La gestión económica de un proyecto de producción audiovisual alternativo juvenil puede generar algún interés de apoyo por parte de casas comerciales, aunque directamente no buscan anunciar y comercializar un producto o servicio. Siempre buscan crear y fortalecer la imagen institucional y corporativa, bajo el concepto de publicidad social o mercadeo social. Dependerá de los valores que el grupo juvenil maneje y los objetivos que se haya planteado para aceptar o promover un tipo de patrocinio específico.

Sería importante que una persona del grupo o del equipo se dedicara en forma exclusiva a gestionar recursos y/o patrocinios. De esta forma quien lo haga, debe reunir condiciones especiales: formación al respecto, ser una persona extrovertida, dinámica, líder, creativa, optimista y de muy buen carácter, por ejemplo.

➤ **Campaña de lanzamiento**

El contar con uno o más medios de comunicación que apoyen el lanzamiento del proyecto dará, sin duda, algún valioso aporte para conseguir la atención del interlocutor al que se quiere llegar con la creación audiovisual.

Si no se tienen contactos directos con jefes de prensa, bien vale acercarse a programas informativos y a periodistas sensibles a la temática de juventud, para dar toda la información necesaria y buscar la posibilidad de que brinden un espacio para dar a conocer el trabajo que se está realizando.

Una estrategia de lanzamiento, debe de estar planificada en la pre-producción, puede contemplar: convocar a conferencias de prensa, hacer comunicados y distribuir publicidad. Cuando no existen muchos recursos debe recurrirse a las posibilidades inmensas que la creatividad permite.

➤ **Medio de difusión**

A la vez que nace una idea, se debe tener claridad si el proyecto y el trabajo va destinado a una proyección para televisión por cable, en cine, video, televisión abierta, multimedia, etc. Desde sus inicios debe trabajarse en este campo para ir canalizando los esfuerzos de producción al respecto e ir buscando personas que brinden su soporte logístico.

En Guatemala existe un auge fuerte de canales locales a través de empresas de cable. Generalmente en estos canales, así como en algunos de los canales que operan y transmiten en señal UHF, suceden tres aspectos importantes:

Primero: No cuentan con mucho presupuesto y recursos para hacer sus propias producciones o comprar producciones nacionales y/o extranjeras.

Segundo: No cuentan con muchos recursos audiovisuales, de archivo propios, que les permita armar una programación completa y variada

Tercero: Tienen la disponibilidad de hacer intercambios de tiempo al aire con productores a cambio de producciones para sus canales.

Es importante, recordar que las producciones alternativas juveniles casi siempre no cuentan con mucho presupuesto y con los recursos para la difusión en canales VHF o de mayor audiencia. Por lo que, una alternativa en Guatemala es acercarse a los canales locales de cable y de UHF para tener acceso a espacios al aire y que no requieren de pago por la difusión. Aunque muchas veces, estos canales no tienen grandes audiencias, la estrategia es poder articularse y vincularse con la mayoría de estas oportunidades para poder tener una difusión lo bastante grande.

Es importante hacer la producción lo mejor posible. El diagnóstico ayudará a definir el quehacer del programa y también a ubicar el programa dentro de la programación del canal, para que responda a lo que la gente quiere ver.

➤ **Conductoras/es**

Dependiendo el tipo de proyecto audiovisual de telerevista que se tenga en mente, las conductoras/es deben ser parte del equipo de producción. Deben involucrarse en todo, una vez se tenga un concepto y guión definitivo. Muchas veces habrá necesidad de modificar elementos, dependiendo de las conductoras/es que acompañen la aventura audiovisual. Por lo que, es de vital importancia, definir y conocer a este grupo juvenil, que será la cara del proyecto ante las cámaras y las voces delante del micrófono.

➤ **Audición (casting)**

Es una pequeña prueba de aptitud y desenvolvimiento, que el director/a y los productores realizan, a quienes deseen participar como actoras/es, conductoras/es en un programa o proyecto audiovisual propuesto, como la telerevista.

Regularmente en una audición o casting, palabra del idioma inglés, que es como se le nombra al proceso de selección, de uno o más aspirantes a un puesto dentro del equipo artístico en una producción, se consideran los siguientes aspectos:

- Convocatoria a través de algún medio de comunicación, directamente en universidades, círculos juveniles de amistad o lugares en los que sea posible encontrar a las personas que se necesitan de acuerdo a los espacios con quienes el equipo de producción juvenil se interrelaciona.
- Lo ideal es solicitar que se presenten con al menos una fotografía de cuerpo entero, una hoja que detalle donde puedan brindar datos personales y hacer una pequeña prueba de talento (dependiendo el perfil ya establecido), lo que dará una clasificación y se podrá elaborar un archivo por categorías.
- Para la selección de las personas que se estén buscando es importante que sean afines al proyecto, ya que esa afinidad y compromiso lo reflejarán en su desenvolvimiento frente a las cámaras. Será mucho más fácil generar una empatía con las y los interlocutores a quienes se dirige la producción.

➤ **Salarios, incentivos o reconocimientos**

En condiciones ideales este aspecto, tiene sus propios procedimientos administrativos. La negociación con cada integrante del proyecto es individual.

El salario del equipo de producción se convendrá con la Producción Ejecutiva. El equipo humano de soporte al proyecto lo hará con la Coordinación de la Producción.

Para todas/os, sin embargo, debe confeccionarse un contrato que establezca claramente la cantidad y forma de pago que recibirán. Claro que, dependiendo de cada proyecto y los recursos que existan, muchas veces no se tiene dentro de los presupuestos para salarios, a veces también el equipo es más pequeño en cantidad de integrantes que lo ideal, es posible que no se tengan cargos para la producción ejecutiva o para la coordinación de la producción.

Es necesario que, este equipo de producción esté organizado con roles específicos para poder encargarse de los aspectos administrativos que el proyecto requerirá: desde quien lidera el proyecto y la producción, quien se encarga de lo logístico, quien se encarga de lo técnico, quien se encarga de las relaciones públicas, quien del mercadeo y la difusión, entre muchas cosas más.

Una alternativa que se encuentra en proyectos alternativos y de pocos recursos es el voluntariado.

Existen muchas personas en especial jóvenes y/o estudiantes (mujeres y hombres) interesados en vincularse a proyectos de este tipo, que en calidad de voluntarios están dispuestos a colaborar con el equipo de producción a cambio de adquirir experiencia y encontrar espacios de enriquecimiento personal. Para esto deben crearse formas de incentivar a las/os voluntarios.

La filosofía del voluntariado no radica en apoyar por dinero. Se puede brindar al voluntariado: capacitación, formación, reconocimientos que avalen experiencia adquirida, participación en espacios relacionados con el mundo de la producción y acceso a información, entre otras cosas más. Lo importante es que el voluntariado sienta que realmente está participando del proceso y que su participación es muy importante.

También se podría pensar en una cooperativa, el ingreso se reparte de manera equitativa entre todas y todos los participantes del proyecto, esto puede motivar al equipo.

➤ **Locaciones o sets**

Para la grabación o rodaje deben definirse claramente las locaciones o sets: Si se habla del estudio, allí debe contemplarse todo lo referente a materiales, personal y tiempo de construcción.

En cuanto a locaciones o lugares fuera del estudio, ya sea para uso interno o externo, deben realizarse visitas previas para determinar necesidades, hacer fotos o video de esos lugares. Las visitas y toma de decisiones sobre el lugar deben ser hechas por: el productor, el director, el director de fotografía y el director de arte; esto idealmente si se cuenta con el personal mencionado y si se tienen los recursos, en caso contrario, por el equipo conformado para la producción.

Para una tele revista, dependiendo de las necesidades y estructuración, así también serán los escenarios. Pueden considerarse sets: el lugar donde esté ubicado el equipo de producción juvenil, desde un corral, garage o salón, hasta escenarios externos como banquetas, parques, calles, techos, bosques, entre otros. Todo depende del tipo de proyecto que se tenga. Es importante que, los escenarios no contradigan la propuesta que se quiere realizar.

➤ Transporte

Es Indispensable, y sería ideal, que quien coordina la producción o quien sea responsable de la producción de campo cuente con un vehículo para su desplazamiento y/o pueda conseguir todo lo necesario para trasladar a las personas que requiera la producción. A la vez se debe garantizar transporte al equipo técnico, al equipo humano, actores y demás personas en caso de hacer grabaciones y/o filmaciones en exteriores.

Si por alguna, o muchas razones, no se cuenta con el o los vehículos necesarios, que es lo más común en nuestros contextos cuando se tiene proyectos de poco presupuesto, debe garantizarse el pago de viáticos a los involucrados en el proyecto, o buscar alternativas de coordinación y apoyo para optimizar los recursos disponibles.

En Guatemala es complicado hacer producciones en lugares externos debido al nivel de violencia e inseguridad que existe. Por lo que debe considerarse que trasladarse sin vehículo a zonas de peligro, no debe implicar poner en riesgo la integridad de las personas colaboradoras de la producción.

Si la producción juvenil requiere movilizarse a espacios abiertos será necesario, y aconsejable, tomar precauciones mínimas como las que a continuación se detallan:

- Evitar llegar al lugar de filmación de manera individual.
- Trasladarse a zonas peligrosas, aunque no estén catalogadas como tales, siempre en grupo. Nunca acordar reunirse por separado en el lugar de filmación.
- Trasladar el equipo técnico necesario, nunca llevar más de lo que se fuera a utilizar y trasladarlo discretamente en mochilas o contenedores que no llamen la atención. Hoy en día las cámaras son tan compactas que pueden trasladarse en bolsas discretas, que disimulen se lleva equipos de valor.
- Es recomendable contar con contactos claves en el lugar de filmación, gente de la misma comunidad que cuide del equipo de personas desplegadas en el lugar de filmación.
- Conocer las horas de mayor peligrosidad en los lugares a desarrollar el trabajo, para no asumir riesgos innecesarios si la producción y sus requerimientos no lo ameritan.
- Si el trabajo tiende a terminar muy tarde o noche prever el regreso en servicio de taxi de confianza o conseguir apoyos de amistades que lleguen a recoger a las personas del equipo de producción al lugar.
- Si es posible, identificarse e informar a las autoridades del lugar la permanencia y despliegue del equipo de producción en la zona, para que les presten la seguridad necesaria.

➤ **Alimentación**

Sin duda alguna es necesario prever la alimentación del equipo de producción juvenil (técnicos de cámaras, sonido, luces, utilería etc.), quienes, sin duda alguna, estarán hora a hora, día a día al lado de los productores haciendo la grabación o filmación. Pero, claro que también voluntarias/os y demás personal tendrán que contar con un horario preciso para sus comidas. Esto sin dejar de lado un café a disposición general, agua o refrescos acompañados por unas galletas idealmente.

Si el trabajo se realiza en exteriores debe ser aún más vigilante este aspecto de la producción; ya que el cansancio del traslado de equipos, el sol o la lluvia, el frío o el calor son factores a tomar en cuenta, para brindar una adecuada alimentación o para que cada persona llegue preparada.

➤ **Gastos administrativos**

En este rubro deben contemplarse los gastos básicos en la producción de la tele revista juvenil: Si bien una persona a cargo de atender llamadas, hacer cartas y otras actividades de oficina sería de gran ayuda, no es del todo indispensable, Alguien del equipo de producción, y en ese caso puede ser el/la asistente quien asuma estas funciones.

Entre los gastos, además del salario de oficinista, en caso de que exista, están: electricidad, teléfono, Internet, agua, fax, etc. Contar con una computadora en la que se lleve el registro de toda la información de cada uno de los proyectos y producciones que se hagan.

➤ **Tiempo de grabación**

Días, semanas o meses, este desglose nos lo dará el plan de grabación que la Preproducción diseñe.

Se debe tomar en cuenta que, mientras menos tiempo demore la grabación, más ahorro de todo tipo existirá. Pero la calidad no debe sacrificarse por la carrera contra el tiempo. En este aspecto se deberán considerar las condiciones climatológicas para que no les tomen de sorpresa, por lo que siempre deben existir los "cover sets", es decir, en caso de que no se pueda filmar o grabar según lo planeado, entonces contar con otra alternativa, ya sea en estudio, set interior o trabajar en cualquier otra actividad propia del proyecto que pueda llevarse si el clima no les permite trabajar fuera.

➤ **Permisos**

En cualquier parte, si el equipo de producción está grabando en una vía pública, deberá contar con los permisos necesarios. Quien coordina la producción, deberá conversar con las autoridades correspondientes. De ser necesario el/la productor/a ejecutivo/a mantendrá comunicación e irá a las reuniones convocadas por las autoridades para garantizar las condiciones del rodaje o grabación.

Es importante el buen trato y negociación satisfactoria con el vecindario del lugar de grabación, para que gocemos de su apoyo en todo momento. El mantener una copia de las cartas de solicitud, permisos y nombres, así como números telefónicos de las autoridades será de gran ayuda.

➤ **Equipo técnico**

Si la producción juvenil no cuenta con el equipo para realizar la grabación, se deberán buscar lugares y personas que brinden en alquiler o préstamo los mismos. Quizá a esta empresa o persona también le interese una co-producción, lo que implicaría gozar de los créditos correspondientes por prestar el equipo, sin el cual, no se podría llevar a cabo el proyecto.

Esa co-producción será negociable, según el equipo que facilite la compañía o la persona, o bien según su compromiso de buscar lo que no tengan a su alcance y suministrarlo.

En caso de alquiler o préstamo, tomar en cuenta la lista de equipo necesario que ha solicitado el personal técnico y debidamente en forma detallada proceder a su alquiler por al menos una semana más después de la fecha que se determine como posible para dar por finalizada la grabación. Esto debido a que se pueden dar atrasos por situaciones climatológicas, por enfermedad de responsables, accidentes laborales o cualquier otra situación.

➤ **Equipo humano**

El equipo técnico, está conformado normalmente por quienes operan las cámaras, sonido, luces, escenografías etc. Este equipo debe conformarse con debida antelación. Es preferible que en los puestos más importantes se cuente con personas de confianza y acostumbradas a trabajar bajo presión, ya que el tiempo y las condiciones de trabajo, por lo regular generan estrés y no es sano hacer conflicto de situaciones que pueden resolverse y en las que la producción deberá estar atenta.

La siguiente es una lista del equipo humano con el que idealmente se debe contar en una grabación (haciendo la salvedad de que cada producción pondrá el número de personas que considere necesarias en cada puesto). Cada cargo podrá ser asumido por mujeres y hombres de acuerdo a las habilidades y características que los diversas responsabilidades requieren:

- Director/a
- Asistente de dirección
- Coordinador/a de Producción
- Asistente de producción
- Conductoras/es
- Supervisor/a de guión
- Director/a de arte o ambientador
- Director/a de fotografía
- Camarógrafo/a
- Asistente de cámara
- Sonidista
- Luminotécnicos/as
- Responsable de vestuario
- Utilero/a
- Maquillista
- Estilista
- Voluntarias/os

Si no se cuenta con muchos recursos económicos para un equipo amplio como el anterior, puede funcionar un equipo mínimo que lleve a cabo la producción, entre ellos:

- Productor/a general
- Productor/a ejecutivo/a
- Asistente ejecutivo/a
- Técnico/a de audio
- Técnico/a de video
- Conductoras/es
- Voluntarias/os

Un equipo más pequeño, implica recarga de trabajo, y para ello una distribución de funciones diversa y equitativa que logre cubrir todas las necesidades de la producción en general.

➤ **Contratos**

Una vez se ha seleccionado al equipo humano de trabajo, la elaboración de un contrato legal es de gran importancia para el bienestar de las partes, tanto de la productora juvenil como de quienes van a trabajar en el proyecto.

En el contrato debe incluirse el puesto y el salario, las jornadas de trabajo, el tiempo por el cual se requiere de su disposición, regalías u otro tipo de acuerdo económico y todo lo que se considere importante para evitar malos entendidos una vez iniciado el rodaje o grabación.

Es importante contar también con un convenio formal para voluntarias/os, ya que eso garantiza el compromiso asumido tanto por los voluntarias/os como por la productora en el proyecto juvenil.

Ah! Existen muchas alternativas si de emprender proyectos audiovisuales se trata, y ellas serán descubiertas en base a la buena comunicación y la retroalimentación de propuestas dentro del equipo que se conforme, como experimentarán, el contrato no es la única vía.

➤ **Diseño del guión**

Puede ser elaborado por una persona o un equipo de guionistas. Es necesario definir el tipo de estructura, tomando en cuenta que existen diferentes alternativas, dependiendo del factor temporal (teleserie, telenovela, episodio, temporada, etc.), exigencia narrativa (temática y pauta de público objetivo), factor humano (artistas en general y equipo de planta) y recursos técnicos (presupuesto, locación y equipo).

➤ **Desglose del guión y plan de grabación**

Una vez se tiene la versión final del guión se procede a su desglose (breakdown), este consiste en detallar todas y cada una de las necesidades en cada una de las escenas del guión. Una vez completada esta primera parte se procede a elaborar el plan de grabación, es decir el detalle de las secuencias en el orden en el que serán grabadas, así como las personas y grupos a entrevistar, los lugares donde se grabará, los equipos a utilizar, los recursos económicos para la logística necesaria, los permisos a conseguir, entre muchas más cosas que el desglose del guión y el plan de grabación contemplan.

Este plan se distribuye a las coordinaciones de áreas para su debida atención y preparación.

5.4 Producción

Consiste en desarrollar el proyecto que ha pasado por una exhaustiva preproducción. Es la grabación o filmación del guión. En este momento todo un equipo técnico y humano se moviliza, según las necesidades inmediatas de la grabación.

Todo lo necesario, señalado en la preproducción se encuentra dispuesto en el set o locación. Se moviliza el equipo humano técnico según señalizaciones y coordinación previa. La/el o los asistentes de producción están enterados de sus respectivas funciones y alertas a cualquier necesidad o urgencia de último minuto que se presente, no por falta de previsión, sino por pedido especial, de parte de quienes son responsables de la producción.

Es indispensable a la hora de realizar la producción, tener a la mano en las locaciones o sets internos o externos lo siguiente:

- Guión
- Plan de grabación al día y hoja de llamado de presentadoras/es e invitados
- Toda la utilería necesaria
- Números telefónicos de todas las personas involucradas en la producción
- Copias de permisos
- Energía eléctrica (exteriores)
- Señalamiento de las áreas a utilizar
- Megáfonos e intercomunicadores
- Atención médica o números de emergencia
- Transporte
- Otros

Habrá muchas necesidades y las/os responsables de las diferentes unidades involucradas en la producción, posiblemente hagan constantes solicitudes desde filtros para café hasta cables.

Por lo tanto no se debe olvidar buscar en cada locación un lugar para tener:

- Suministros para alimentación
- Botiquín
- Focos
- Baterías de todo tamaño
- Tape eléctrico y corriente
- Periódicos (para lectura diaria buscando noticias que puedan afectar o beneficiar la grabación o rodaje)
- Acceso a los noticieros para contar con información de cualquier cosa que pueda significar un atraso para el trabajo, por ejemplo: el cierre de alguna vía, alguna marcha o huelga, alguna epidemia, fallo en suministro de electricidad o agua potable, etc.

5.5 Postproducción

Aquí la producción general da el seguimiento indispensable y necesario por medio del productor/a ejecutivo/a a la edición, musicalización, efectos, doblajes y otros para dar por concluido el proyecto que se generó a partir de una idea. Aquí el editor/a juega especial importancia, pues junto al director/a y productor dan por finalizada la tarea.

El director ve el primer montaje completo y lo modifica a su gusto; en el montaje final intervienen el productor y la institución productora.

El montaje definitivo se entrega al departamento de sonido, que se encarga de preparar las pistas de sonido, efectos sonoros, diálogos y mezclas especiales en varios canales para obtener la mezcla final. El paso final de la postproducción es la adición de efectos ópticos, fundidos o transiciones (cambio de una imagen por otra) por ejemplo, títulos de crédito y efectos especiales, como las animaciones, y la corrección del color.

Es importante que el equipo de producción juvenil de la telerevista tome en cuenta los siguientes aspectos en la postproducción:

➤ Lugar de edición

Es preferible contar, desde el inicio, con un lugar determinado en el que se sabe, se hará la edición de todo el material. Debe reservarse con tiempo el lugar y tener a una persona de confianza y profesional en este campo tan delicado, pues sin duda alguna, la edición brinda el 50% de la calidad al trabajo. El primer 50% está, por supuesto, en la grabación o rodaje.

➤ Editor/a

Esta persona es la responsable de velar por la fidelidad a la idea y al guión que debe conocer muy bien. Observa y sigue toda directriz con el fin de lograr un trabajo que esté en tiempo, forma y calidad. Algunas veces es el mismo editor/a quien realiza las mezclas, insertando la música y efectos de sonido previamente seleccionados. En otros casos, es el sonidista quien asume esta tarea una vez está debidamente editado el trabajo final.

➤ **Musicalización**

Es recomendable contar con una persona quien musicalice el trabajo de producción con piezas de su propia autoría, pero de no ser así debe contarse con los permisos correspondientes para el uso de bandas sonoras o canciones de corte popular y/o comercial.

En Guatemala existen entidades que atienden dichos trámites y solicitudes. Sin embargo, hacer trámites para utilizar materiales con derechos de autor son sumamente caros. Ante esta situación, existe la posibilidad de tener acceso a galerías musicales y de efectos de sonido totalmente libres de autoría o que se han realizado con el fin de posibilitar su acceso a producciones de bajo presupuesto.

Algunas de estas galerías son gratuitas y se consiguen en Internet. Otras mucho más profesionales tienen un costo. Sin embargo, el costo para acceder a estas galerías es mucho más económico y posible de pagar, que el derecho para utilizar una sola canción con derechos de autor. Ahora bien, si se tienen los datos y el acceso para comunicarse con el grupo o solista cantautor de una melodía ¡mucho mejor!..

➤ **Créditos**

La inserción de los respectivos créditos al inicio y final del trabajo audiovisual debe ser de minuciosa atención, ya que no pueden quedar por fuera: interlocutores/as, conductoras/es, invitadas/os, entrevistadas/os, técnicas/os, empresas patrocinadoras, grupos musicales, colaboradoras/es, autores/as de dibujos y propietarios de imágenes fotográficas o audiovisuales (todo lo necesario, según pactado con empresas o personas físicas).

➤ **Calidad del producto final**

Es necesario tomar en cuenta que, se deberá invertir tiempo para que el producto terminado sea sometido a la revisión de personas involucradas en la producción y patrocinio del proyecto antes de dar por concluido el trabajo de edición; ya que pueden sugerirse cambios que beneficien el resultado final. De ser así, se volverá a edición con el material para proceder a las correcciones necesarias.

➤ **Master y copias**

El master u original del trabajo quedará en poder del equipo productor juvenil y se harán copias de protección para su distribución. Hoy en día, es recomendable poder dejar copias en extensiones .AVI o .MOV quemadas en formatos DVD.

También es recomendable hacer copias en casetes mini-DV, para que en futuras ocasiones se pueda volver a reeditar el material con la mejor calidad posible. Además, no se debe olvidar la importancia de dejar archivado todo casete o cinta grabada para los programas, debidamente identificada y ordenada para futuras reediciones con el material original. No es recomendable borrar el casete para grabar otra cosa, ya que posiblemente las tomas que se borren se puedan necesitar en el futuro. Es recomendable utilizar casetes nuevos para cada grabación.

➤ **Distribución y proyección**

Según lo establecido, al concebir la idea original y lo negociado con empresas patrocinadoras, canales de TV o Instituciones, se hará la distribución de las copias del material para su proyección, venta, archivo o envíos. El/la productor/a ejecutivo/a de la tele revista, por medio de la administración, dará un seguimiento a este proceso y entregará la copia del producto final y/o materiales fílmicos con alguna nota (para tal fin) que cuenta con una copia de recibido y aceptación de la persona o instancia que lo solicite.

➤ **Difusión y monitoreo de transmisión**

Si la tele revista se transmitiera en algún canal de televisión, institución, sala de cine, parques, eventos u otras actividades públicas, es conveniente delegar en personas de confianza el seguimiento a esa transmisión para verificar que el trabajo audiovisual se transmita sin alteraciones o inserciones que desvirtúen la idea y mensaje original.

En todo el proceso es importante que exista una evaluación permanente, a través de monitoreos y evaluaciones periódicas, para lo cual es adecuado crear herramientas de acuerdo a las necesidades que el equipo de producción juvenil convenga.

...sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente hacer oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él... Bertolt Brecht refiriéndose a la radio en 1932

Conclusiones

Dentro del proceso de producción de la telerevista juvenil La Banqueta, se identificaron diferentes niveles de participación de la juventud. Ejercieron su derecho a la libertad de expresión, a través de involucrarse, proponer, elaborar, dirigir y conducir la producción de la telerevista.

En la telerevista juvenil La Banqueta, la juventud se empoderó y de forma práctica asumió que la comunicación y el acceso a los medios no es un privilegio, sino un derecho humano por el cual se debe trabajar.

En el proceso, tanto visual, sonoro como artístico del proceso producción de la telerevista, los contenidos y el discurso conforman el enlace directo con la/el interlocutor juvenil, porque lograron la identificación con sus realidades a través de un lenguaje incluyente, coloquial, testimonial y crítico. Además refleja la diversidad de escenarios, protagonismos, percepciones, creatividades y temas vinculados a la juventud guatemalteca del siglo XXI, que confronta la realidad del día a día.

En el proceso de producción de la telerevista La Banqueta, la juventud participante expresó y compartió sus propios conocimientos y vivencias, con una actitud positiva de propuestas para el cambio social.

Sin perder vigencia, se evidencia que entre los grandes retos que la juventud debe enfrentar, está el dejar de ser consumidores pasivos de la información, ya sea escrita, auditiva o audiovisual. Es posible y necesario, ser protagonistas en el ejercicio de la libertad de expresión, por medio de la participación activa en proyectos de comunicación alternativa.

Esta iniciativa, su propuesta y realización, constituyen un ejemplo del ejercicio del derecho a la comunicación, en una sociedad que propicia escasos espacios para la expresión sociocultural y política.

El proceso de producción de La Banqueta vinculó a juventud de áreas urbanas, con zonas rurales del país, visibilizó problemáticas urbanas, permitió mostrar otros rostros, voces, imágenes que rompen con los estereotipos que reproducen los medios masivos y a la vez permitió afirmar que no existe un tipo de joven, sino varios en función del grupo, etnia, clase o lugar de residencia.

Es responsabilidad de todas y todos, como sociedad ayudar en el avance de la lucha por dignificar y validar los derechos de la juventud, particularmente en su derecho a la comunicación.

Y por último, "para algunas/os este trabajo podrá ser solo una tesis más", para la investigadora es una oportunidad que aprovecha, una necesidad de socializar que este tipo de procesos ayuda a diferentes sectores sociales, que van desde la salud mental, espiritual y física a la revalorización de su dignidad como ser humano.

***La juventud siempre tendrá mucho por decir,
pero sobre todo, mucho por hacer en la medida que la sociedad
les reconozca como sujetos sociales con voz propia.***

“...es alternativo todo medio que implica una opción frente al discurso dominante en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detentan el poder político económico y cultural”.
Máximo Simpson

Recomendaciones

La formación integral, y no solo la académica, debe incluir la visión de la comunicación, como un derecho humano inalienable, base vital para un desarrollo positivo y generador de cambios que forjen una sociedad más humana.

Es necesaria la formación responsable de comunicadoras y comunicadores sociales para el desarrollo humano, desde los niveles primarios de escolaridad, y a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, para propiciar nuevos espacios alternativos de comunicación.

A los/as especialistas en temas de comunicación audiovisual, se les recomienda buscar espacios en los diferentes medios para socializar la información sobre procesos alternativos que facilitan y apoyan, de forma creativa, la libertad de expresión juvenil.

A las instituciones autónomas y del Estado se les recomienda socializar o crear espacios para una comunicación solidaria, a través de la generación de contenidos sensibilizadores y actividades de capacitación que promuevan la libertad de expresión para la juventud.

A los medios de comunicación masivos se les recomienda apoyar y fomentar los proyectos en los que la juventud sea creadora, ejecutora y protagonista en todos los niveles del proceso de producción alternativa.

Es importante que quienes toman decisiones en los diferentes espacios comunicacionales, sean estos institucionales o independientes, valoren y consuman la producción nacional audiovisual realizada por jóvenes.

A la juventud se le recomienda canalizar, compartir, enriquecer y valorar los conocimientos adquiridos, generar creativamente demandas, propuestas y aportes, que por medio de proyectos comunicacionales, representen una constante alternativa para visualizarse como ciudadanos y ciudadanas responsables.

Los medios de comunicación alternativos desde ya pueden y deben jugar un papel preponderante en el desarrollo social de sus comunidades y del país.

*El arte no es un espejo para reflejar el mundo,
sino un martillo con el que golpearlo.
Vladimir Maiakovski*

Referencias Bibliográficas

A. Dorfman. V. Erhart. T. Adorno. Amattelart. L. Acosta. Imperialismo y Medios de Comunicación. México: Quinto Sol D. F., 1979.

Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana –WACC-, Comunicación, cultura y cambio social. Buenos Aires, Argentina: WACC, 1994.

Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana WACC. Declaraciones sobre Comunicación. England: WACC, 1997.

Balestrini. M. Cómo se elabora el proyecto de investigación. 5ta. Edición. Caracas-Venezuela. 2001.

Brecht, Bertolt "Teoría de la radio 1927-1932". Citado por BASSETS, Lluís. De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio. Barcelona. 1981.

Cees, Hamelink. Foro Mundial sobre los derechos a la Comunicación. Ginebra. 2003.

Centro de Acción Legal en Derechos Humanos –CALDH-. Informe de violaciones a derechos humanos de la juventud, limpieza social. 2005.

Centro de Educación Popular y Servicios para la Enseñanza -CEPSE-. Informe de ejecución de la televisión juvenil La Banqueta período 2003-2005. Guatemala.

Chávez Zepeda, Juan José. Elaboración de proyectos de investigación. Guatemala. 1994

Comisión de Comunicación Social de la Conferencia Episcopal de Guatemala - COSCEG-. Comunicación y evangelización para una sociedad nueva. Guatemala. 2001.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ). Informe La juventud en Iberoamérica/Tendencias y urgencias. 2004.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Informe Anual de la Relatoría para la Libertad de Expresión. Vol. II. 2000.

Comisión Presidencial de Derechos Humano. La Libertad de Expresión en la Legislación Nacional e Internacional. Guatemala. 2001.

Constitución Política de la República de Guatemala. Asamblea Nacional Constituyente. Guatemala. 1985.

Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. Vigésima primera edición. Madrid. 1992.

D'Arcy, J. Direct to roadcasting satellites and the right to communicate in EBY Review. 1969.

Díaz Bordenave, J. Aspectos políticos e implicaciones políticas de la comunicación participatoria. Primer seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria CIESPAL. Quito. 1978.

Field, Syd. El Manual del Guionista. Plot ediciones, S.L. Madrid, España. 2005.

Gobierno de Guatemala. Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas. México. 1995.

Gumucio Dragon, Alfonso. Haciendo Olas / comunicación participativa para el cambio social, informe para la Fundación Rockefeller. Estados Unidos. 2001.

Gumucio Dragón, Alfonso. Comunicación alternativa y educación en Bolivia. CENDES. La Paz.. 1989.

Gutiérrez F. y Prieto D. La Mediación Pedagógica: apuntes para una educación a distancia alternativa. Primera Edición. Radio Nederland Training Centre. Costa Rica. 1991.

Horngren, Miryam. El derecho a comunicarse como derecho humano. Abogacía Campaña CRISS-WACC. Guatemala. 2004.

Instituto Nacional de Estadística -INE-. Censo Poblacional. Guatemala. 2002.

Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Libertad de expresión en las Américas. Costa Rica: IIDH, 2003.

Kaplún, M. El comunicador Popular. CIESPAL .Quito. 1985.

Lugar, Antón. Manual de producción de televisión comunitaria. Asociación de Capacitación e Investigación para la Salud Mental. El Salvador. 2000.

MacBride, Seán y otros. Un solo mundo, voces múltiples, comunicación e información en nuestro tiempo. México. Fondo de Cultura Económica 1987.

Martín Serrano, Manuel; Martín Serrano, Esperanza y Baca Lagos, Vicente. Las Mujeres y la Publicidad, Nosotras y Vosotros según nos ve la Televisión. Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer. España. 1995.

Mattelart, Armand. La comunicación masiva en el proceso de liberación. México: Siglo Veintiuno, 1998.

Mattelart, A. y Piemme, J. La televisión alternativa. Anagrama, Barcelona. 1981.

Microsoft ® Encarta ® 2006. © 1993-2005 Microsoft Corporation.

Monzón, Ana Silvia. El Mundo todavía se nombra en masculino/Mujeres y medios de comunicación. COSCEG. Guatemala. 2001.

Monzón, Marielos. Por qué las y los jóvenes son invisibilizados en los medios de comunicación. – p. 87-97. En Jóvenes aquí y ahora – Innovaciones en el trabajo con juventud, Conferencia Nacional. Guatemala, Projovent – Digeex - GTZ. 2002.

Morales, Sergio. Censura y derechos humanos/Reflexión histórico – jurídica sobre el derecho a la comunicación en Guatemala. 2ª ed. Guatemala, Print color, 2004.

Nawal Wuj. Yo, tu, nosotros. Un directorio de comunicación popular. Guatemala 1994.

Organización Católica Latinoamericana y Caribeña. Redes, Gestión y Ciudadanía: un análisis crítico desde la comunicación. Ecuador. 2002.

Peppino, Ana María. Radio Educativa, Popular y Comunitaria en América Latina. UAM. México. 1999.

Pérez, Ángel Darío. Manual de producción de Televisión Comunitaria. Equipo de Producción Participativa ACISAM. El Salvador. 2000.

Portenier, Giselle. Documental "Paraíso de Asesinos". Cadena de televisión BBC. 2006.

Prieto, Daniel. Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. EDICOL, S.A. México. 1991.

Prieto, Daniel. La pasión por el discurso. Editorial Coyoacán. México. 1994.

Programa Nacional de ITS/VIH/SIDA, Ministerio de Salud Pública. 2005.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. Informe Nacional de Desarrollo Humano. Guatemala: Desarrollo humano, Mujeres y Salud. 2002

Programa de Naciones Unidas. Informe sobre Desarrollo Humano, Capítulo 4, Derechos que facultan a las personas para combatir la pobreza. 2000.

Simpson, Máximo. Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades en comunicación alternativa y cambio social. Universidad Nacional Autónoma de México. 1ª edición. D. F. México. 1981.

Periódicos

De Villa, Gonzalo. Sección Opinión, Prensa Libre. Guatemala, 12 de agosto de 2004.

Albizures, Miguel Ángel. Sección Opinión, El Periódico. Guatemala, 29 de mayo de 2003.

Revistas

Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe AMARC, Publicaciones Cara y Señal No. 2 –2004 y No. 3-2005. Buenos Aires, Argentina.

Mendizábal García, Julio. Sala de Redacción, Secciones de Sociales, un espacio copado por la parranda juvenil. Número 24, Guatemala, 2005

Consultas en Internet

Abad, José Miguel. Ensayo sobre "La situación de la juventud en América Latina": las realidades del capitalismo contra las falsas paradojas del análisis burgués". www.ymd.yuthlink.org/img_do_evento/abad.doc

Centro de Estudios de Guatemala <http://www.c.net.gt/ceg>

Centro de Mujeres Comunicadoras Mayas -NUTZIJ- www.rds.org.gt/cmcm

CIMAC/Cerigua. Presas fáciles de violencia en Guatemala, la niñez y la juventud Criterios, periodismo independiente. Guatemala, 6 abril 2006 www.criterios.com / <http://www.cimacnoticias.com/noticias/06abr/06040708.html>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL-. Anuario estadístico www.eclac.cl

Comisión para el Esclarecimiento Histórico, Guatemala Memoria del Silencio. Guatemala. 1999. <http://shr.aaas.org/guatemala/ceh/mds/spanish/cap2/vol3/expres.html>

D`Aniello, Ciro. Teletstreet, la televisión desde abajo. http://suburbia.sindominio.net/article.php3?id_article=145

Descripción de sensacionalismo <http://es.wikipedia.org/wiki/>

Ferguson, Ann. Puede el desarrollo propiciar el empoderamiento y la liberación de las mujeres? (resumen) http://www.globaljusticecenter.org/ponencias/ferguson_esp.html

Global TV www.tvglobal.org

Dueñas Guzmán, Maximiliano. Globalización y comunicación alternativa <http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/lasth/lasld-806.html>

<http://www.c.net.gt/ceg/diario/2006/jul2006/dims0704.html> /

<http://periodismomundial.grilk.com/amarillismo.html>

<http://www.rae.es/>

Weiers, Ronald M. Introducción a la Estadística para negocios. México. 2005
<http://books.google.com.gt/books?id=5Xwmc55iXoQC&printsec=frontcover#PPA3,M1>

Tesis:

Bracamonte Cerón, Gustavo Adolfo. La Comunicación para el Cambio Social. Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos. Guatemala. 1996.

Búcaro Chinchilla, Silvia Adelina. La técnica del cine forum como medio de desarrollo de la capacidad crítica de los adolescentes. Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos. Guatemala. 1986.

Choy Echeverría, Lucrecia. Cátedra para el curso teoría de la comunicación Alternativa. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 2000.

Escobar Sandoval, Graciela Mively. Importancia de los medios de comunicación alternativa para la conservación del medio ambiente. Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos. Guatemala. 1997.

Galicia Núñez, Elena Patricia. Tesina Al aire con los pies en la tierra: "Comunicadoras alternativas constructoras de ciudadanía" FUNGUA, UNAM, CEICH. Guatemala. 2006.

Gómez Noriega, Alma Lilly. Producción televisiva de programas culturales con enfoque a una cultura de paz en Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos. Guatemala. 2000.

Hernández, Favio. La libertad de expresión en Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos. Guatemala. 1981.

León López, Gloria Raquel, Manual Comunicación Alternativa, manual didáctico. Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos. Guatemala. 2005.

Ordoñez Ajsivinac, Marta Alicia. La producción del video indígena en Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos. Guatemala. 2000.

*Una comunicación diferente (a la autoritaria)
se orienta hacia una lectura, una apropiación distintas,
a una capacidad de enfrentar el mensaje y
poder evaluarlo en su contenido y en su forma.*

Prieto

Personas Entrevistadas: Este listado responde a entrevistas que se realizaron de forma escrita en los meses de junio y julio del 2006 (*), y audiovisual documental entre los meses de marzo a julio de 2008(**).

- Albizures, Arturo. Perito en Administración Pública, camarógrafo e integrante activo de la Asociación Comunicarte (*).
- Carpio, Ana. Productora de la tele revista "De Cerca", Corresponsal de la cadena Telemando (**).
- Carlos, Ana. Pintora, Productora y Directora "Caminos del Asombro", Fundadora de Ana Carlos Producciones. Actualmente Productora y Realizadora de "Entrémosle a Guate" (**).
- Chiyal Jiatz, Fermina Productora del Área de Comunicación. Presidenta y representante legal de la Asociación Nutzij, Sololá.
- Dávila Herrera, Julio Roberto. Especialista en televisión y cine. Actual Director de TV USAC (*).
- Divasi, Aldor. Comunicador social y Músico. Actualmente maestro y coordinador del Centro para las Artes (*).
- De León Tobar, Luis Alberto. Antropólogo Social. Actualmente investigador y Mediador pedagógico independiente (*).
- Gularte Cosenza, Eduardo. Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Master en Tecnología Educativa e Ilustrador. Actualmente Consultor en Comunicación para el Desarrollo y Presidente de la Junta Directiva del Centro de Comunicación para el Desarrollo.
- Gumucio Dagron, Alfonso. Escritor, cineasta, fotógrafo y ejerce como especialista en comunicación para el desarrollo (**).
- Guzmán Santizo, Luis Manolo. Publicista Profesional Diseñador gráfico / web (*).
- Hernández, Boris. Historiador, guionista y productor actualmente integrante activo de la Asociación Comunicarte (**).
- Herrera, Alan Humberto. Técnico Universitario en Acuicultura, estudiante en la Universidad de San Carlos de Guatemala (*).
- Icuté Mejía, Antonio Vidal. Administrador de Empresas, ex Coordinador General de CEPSE. Actualmente educador popular y consultor regional para la micro-empresa con especialidad en Finanzas, facilitador CEFista (*).
- Jiménez, Amalia. Licenciada en Ciencias de la Información y Diplomada en Gestión Participativa de Procesos de Gestión y Comunicación. Integrante de Equipo de Facilitadores del Programa de Gestión y Fortalecimiento Institucional de AMARC-ALC y Guatemala. Actualmente Directora del Proyecto de Fortalecimiento y Gestión integral de las Radios Indígenas y comunitarias de Guatemala de AMARC-Guatemala (**).
- Lassalle, Grégory. Licenciado en Desarrollo Internacional y Humanitario. Periodista. Actualmente representante en Guatemala de la Asociación "Colectivo Guatemala" (Francia).
- Monzón, Ana Silvia. Socióloga con Especialización en Estudios de Género. Actualmente Consultora independiente y cofundadora del programa radial feminista "Voces de mujeres" (*).

- Ordoñez, Marta. Comunicadora Social con una Maestría en Comunicación para el Desarrollo. Actualmente Consultora Independiente(**).
- Porres, Alfonso. Productor, camarógrafo, escritor e investigador. Actualmente director general de Luciérnaga (**).
- Sandoval, Esdenka. Licenciada en Comunicación Social. Actualmente Docente e investigadora de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de la Plata. Docente de la Tecnicatura en Comunicación en las organizaciones del Instituto Superior de la Salle, El Centro de Comunicación Educativa la Crujía, Instituto Pastoral de la Adolescencia Seam Pei e integrante del Programa de Gestión y Formación de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC-ALC.
- Sandoval, Ricardo. Perito en Mercadotecnia y Publicidad. Actualmente comunicador Coordinador General del Centro de Educación Popular y Servicios para la Enseñanza Cepse y Representante Nacional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC-Guatemala (**).
- Smith, Dennis. Comunicador Social. Actualmente profesor y misionero evangélico, Presidente de la Asociación Mundial de Comunicación Cristiana - WACC-, región América Latina (**).
- Tejaxún, Victorino. Periodista y Productor. Actualmente encargado del área de Comunicación de Convergencia Waqib'Kej(*).
- Urizar, Raúl. Especialista en Estrategias de Comunicación, Universidad Nacional de Bogotá Colombia -GTZ-. Actualmente comunicador social de la Defensoría Maya (*).
- Xón Riquiac, María Jacinta. Antropóloga Kaqchikel. Actualmente estudiante de la Maestría en Historia de las Ciencias en Brasil (*).



() La presente tesis incluye material audiovisual documental de las entrevistas realizadas en su totalidad, si desea una copia en formato dvd favor solicitarla a: uunicornio@gmail.com**

He renunciado a la necesidad de querer comprender a la humanidad,
habiendo tanto que construir;
se gasta tiempo e inmensidad de recursos en destruir.
Por hoy, simplemente quiero aportar en el o los espacios que tenga...
El ¿cuánto? no importa, mientras no me suicide con la ausencia,
solo sé que para todas y todos siempre hay un lugar... si nos lo permitimos.
 Jedioco

Anexos

1. Glosario

Decir joven es decir problema: Afirmaciones que se escuchan a diario como parte del imaginario de las personas adultas.

Percepción juvenil de los medios: Síntesis de opiniones de la juventud entrevistada de la Telerevista Juvenil "La Banqueta", en relación a como se sienten vistos por los macro medios de información, que invisibilizan sus aportes.

Opiniones juveniles sobre proyección de los medios: De acuerdo a conversaciones del equipo de producción de La Banqueta con juventud maya y mestiza de la ciudad.

Adultos responsables: Concepto utilizado popularmente para referirse a personas mayores de edad, que tienen a su cargo una familia o en su defecto adultos solteros/as que cubren sus propios gastos y que no dependen de madre, padre o terceras personas para sobrevivir.

Política de grandes empresas de comunicación masiva: Referencia de experiencia de grupos productores de comunicación alternativa en Guatemala, recabadas en diversas entrevistas (2006).

Espectacularidad: exageraciones de la realidad que se presentan muchas veces para captar la atención del público.

Sensacionalismo: es la forma de ser extremadamente polémico y querer llamar mucho la atención. Quienes critican los sesgos mediáticos de cualquier signo político, suelen acusar a los medios de adoptar posturas sensacionalistas en su forma de ofrecer las noticias. Es decir, que acusan a los medios de informar a menudo sobre asuntos chocantes o que llaman la atención en lugar de asuntos relevantes o importantes.

Amarillismo: se refiere a un periodismo inescrupuloso, que carece de ética, de responsabilidad social. Pero, sobre todo, que se aprovecha del dolor o de los malos momentos de otros para lograr una mayor audiencia y obtener más beneficios económicos.

Telerevista: Es un formato audiovisual estructurado con varios segmentos, (como las revistas impresas); que puede tratar varios temas en el proceso o concentrarse en uno. El género o formato dentro de la misma puede ser tan variable como el equipo de producción lo decida.

Productor General: Por lo general la persona en este cargo debe saber de asuntos técnicos ya que en cualquier momento puede surgir la necesidad de requerir su apoyo.

Socialización: Promover las condiciones sociales que, independientemente de las relaciones con el Estado, favorezcan en los seres humanos el desarrollo integral de su persona (*Diccionario de la Lengua Española Madrid, 1992*).

Voluntario/a: Son las personas, que según acuerdos con el equipo de producción o dirección de CEPSE (institución responsable de producir la tele revista juvenil La Banqueta), realizaban tareas puntuales de manera no voluntaria para aportar desde sus posibilidades.

Código: Con ello se hace referencia al código de palabras más comunes que utiliza la juventud, entre ellas la informalidad del lenguaje, el trato de "vos", los rasgos físicos como el pelo largo en los hombres, la ropa floja, tatuajes, piercings (perforaciones corporales), entre otros.

Tipo de tomas: Técnicamente se hace referencia a las imágenes captadas por la cámara de video. Las tomas se clasifican como: extreme close up (primerísimo plano), close up (primer plano), paneos (movimiento lateral), etc.

Locaciones clásicas: Las acostumbradas a ver en los medios masivos, como la formalidad de vestuario de presentadoras/es o el extremo de "poco vestuario" en los programas de entretenimiento. Las tomas "close up" eran una herramienta enriquecida con tomas abiertas y paneos. Muchas veces se vio en el set de grabación la ausencia de sillas, sillones o escenografía rígida.

Slogan: De acuerdo a profesionales del medio publicitario, "es una frase que contiene información que identifica al emisor con el receptor en un contexto determinado".

Jingle: Según expertos comunicólogos "es una herramienta publicitaria que busca asociar y fijar en el inconsciente determinados elementos con un concepto determinado, valiéndose de una musicalidad subjetiva".

Formación de Guiones: Syd Field en el Manual del Guionista expresa, "...es el proceso creativo que da cuerpo a una idea, cambia su forma al transcribir en líneas generales el esbozo de una circunstancia, historia, evento, imagen, acción o personaje..."

2. Distribución de funciones dentro de la Telerevista Juvenil La Banqueta

Cargo	Productor/a General	Productor/a Ejecutivo/a	Editor/a y diseñador/a	Técnico/a en video y Audio
Nivel jerárquico	Depende directamente de Coordinación General y tiene bajo su cargo al equipo de trabajo del área.	Depende de la Coordinación del Área.	Depende de la coordinación del área	Depende de la coordinación del área
Características	Coordinar el Área de Comunicación. Interlocutor con coordinación general, otras áreas y actores externos. Articular el trabajo en equipo del área. Garantizar los recursos y herramientas metodológicas indispensables para el funcionamiento del área. Diseñar las estrategias del voluntariado y red juvenil de comunicación.	Coordinación y ejecución del trabajo de producción Coordinación del trabajo voluntario.	Responsable de la sección de impresos. Generar, ejecutar y asesorar procesos de producción de materiales impresos educativos y promocionales. Brindar soporte logístico al voluntariado y red juvenil de comunicación	Brindar servicios y asesorías técnicas en materia de audiovisuales. Brindar servicios y asesorías técnicas en materia de audio. Generar propuestas de comercialización de productos y servicios audiovisuales del área.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Orientar el proceso de comunicación y producción - Elaborar planes e informes integrados trimestrales, semestrales y anuales. - Convocar y coordinar reuniones periódicas con el equipo del área. - Distribuir tareas, delegar funciones, definir plazos y presupuestos. - Orientar, monitorear y evaluar el desempeño de funciones del personal bajo su cargo y proponer medidas correctivas. - Mediar en los conflictos internos del área. - Formular estrategias de funcionamiento, sostenibilidad, lineamientos conceptuales y criterios de producción. - Verificar la calidad de los procesos y productos comunicacionales, según lo planificado, y proponer medidas correctivas. - Proponer, formular, gestionar y monitorear proyectos. - Administrar recursos. - Revisar informes específicos/personales. - Conocer y socializar regulaciones y acuerdos institucionales. - Brindar las condiciones económicas, de 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de planes e informes trimestrales, semestrales y anuales. - Atención a medios de comunicación - Relaciones públicas - Coordinación y realización de entrevistas - Monitoreo de medios - Realizar convocatorias, correspondencia y logística de las actividades del Voluntariado y Red Juvenil de Comunicación - Recopilar y archivar material bibliográfico sobre los temas afines al área - Monitoreo de emisiones y publicaciones institucionales - Calendarización de reprises, campañas y promociones en los medios de comunicación - Creación y archivo de instrumentos e insumos para la sistematización. - Revisión de créditos y 	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilar información, redactarla, mediarla pedagógicamente, diseñarla y editar materiales informativos, promocionales y educativos del área, institucionales y externos. - Dar acompañamiento al voluntariado de su sección. - Formular propuestas para el mercadeo y comercialización y promoción de los materiales propios de la sección. - Organizar un archivo de fotos e ilustraciones - Participar en capacitaciones y reuniones del área y la institución y - Elaborar planes e informes mensuales, trimestrales, semestrales y anuales. 	<ul style="list-style-type: none"> - formular propuestas para mejorar e innovar productos y servicios audiovisuales - realizar investigaciones de mercado en materia de audiovisuales - filmar, editar y reproducir materiales audiovisuales del área, institucionales y externos. - archivar y clasificar imágenes y videos de producciones propias y material para sala de ventas - administrar materia prima - manejar equipo de filmación, edición y reproducción de videos - dar mantenimiento a equipo técnico y de computo de video - abastecer y actualizar videoteca - elaborar materiales para difundir banco de materiales de video - Musicalizar,

	<p>seguridad, técnicas, políticas de trabajo y salud al equipo humano.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisión de material comunicacional de pre-producción. - Calendarización de trabajo de campo (entrevistas, filmación y grabación) - Coordinación y supervisión post-producción 	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar el proceso de ubicación, orientación general y monitoreo del voluntariado 		<ul style="list-style-type: none"> - gradar, editar y reproducir materiales sonoros del área, institucionales y externos. - archivar y clasificar material sonoro de producciones propias y material para sala de ventas - manejar equipo de edición y reproducción de audio y video - operar y dar mantenimiento al estudio de grabación - abastecer y actualizar audioteca - elaborar materiales para difundir banco de materiales de audio - elaborar planes e informes trimestrales, semestrales y anuales - participar en reuniones y capacitaciones del área y la institución - Coordinar, dar acompañamiento y evaluar al voluntariado de su sección. - Elaborar planes e informes trimestrales, semestrales y anuales
--	---	---	--	---

Fuente: elaboración CEPSE 2003

*Hay
una fuerza motriz
más poderosa que el vapor,
la electricidad y la energía atómica:
la voluntad.
Albert Einstein*

3. Protagonistas de la tele revista La Banqueta

Primera fase, 1999 al 2001

- Carlos Andrade
- Edy Castillo
- Irma Carrera
- Luis De León
- Marisol Rodas
- Paty Galicia
- Pablo del Cid
- Ricardo Sandoval
- Jéssica Ocampo

Segunda fase, 2002 al 2004

Equipo responsable

- Edy Castillo
- Gerardo Dávila
- Irma Carrera
- Paty Galicia
- Ricardo Sandoval

Voluntarias y voluntarios

- Allan García
- Aura Marina Pérez
- Luis De León
- Manolo Guzmán
- Marlon Valenzuela
- María Jacinta Xon
- Mario Castañeda
- Milvia Ac
- Jéssica Ocampo

Para la edición especial de La Banqueta 2008

- Nahuel Vazquez
- Nancy Sandoval
- Ricardo Sandoval
- Estuardo Escobedo
- Lancerio López
- Claudita y Juan Pe

4. Herramientas de producción de la tele revista juvenil La Banqueta



4.1 Planificador Mensual

CEPSE

Área de Comunicación/ Sección Audiovisual/ Proyecto juvenil La Banqueta

Planificación mes de: _____

No. Programa/ fecha	Tema	Fuente								
Segmento 1 Agarremos onda!										
<i>Corte institucional</i>										
Segmento 2 Notición Pérez	Contenido	Promoción	Contenido	Promoción	Contenido	Promoción	Contenido	Promoción	Contenido	Edición especial Artista/ grupo
<i>Corte campaña</i>										
Segmento 3 Proyctómetro	Fuente/ título	Fuente/ título								

4.2 Guión de tomas

Cepse

Área de comunicación/ Sección de audiovisuales

Programa No. 17 La Banqueta

Segmento ¡Agarremos Onda! Ley de protección a niñez y juventud

Tiempo: 9:30" Julio 28 del 2003

**GUIÓN TOMAS**

NO	TIEMPO	SONIDO	IMAGEN
1.	0:15 min.	Consideramos que es importante que lo conozcan y que sea analizado y que se... ... a través de algunas instancias gubernamentales.	1:30 al 01:45 min. Vivian Chacón INCEP
2.	0:59 min.	La propuesta del Estado se basa en tres ejes fundamentales... ...o la situación actual en la que está el país.	01:49 al 2:48 min. Vivian Chacón INCEP
3.	0:42 min.	El sector de la mujer es uno de los sectores vulnerables que dentro del estudio se...a este factor como lo es la pobreza.	3:34 al 04:16 min. Vivian Chacón INCEP
4.		TOMAS VARIAS casete INCIDENCIA JOVEN	15:04 al 15:18 min. 15:20 al 15:33 min. 17:09 al 17:18 min.
5.	0:58 min.	Lo que luego es terrible e inconcebible es que jóvenes de 17 y 18 años sean una... ...habría que rescatar esa utilidad esa experiencia que ellos tienen.	35:52 al 36:50 min. Jaime Muñoz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
6.	0:39 min.	Los jóvenes buscan la autenticidad de las relaciones, los jóvenes auténticos... ...crear espacio de encuentro, de diversión.	36:54 al 37:33 min. Jaime Muñoz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
7.	0:40 min.	Las instituciones deberían tomar en serio, todas las instituciones que se... No utilizar a estos jóvenes para nuestras ideas de lo que tienen que hacer.	38:54 al 39:26 min. Jaime Muñoz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
8.	0:33 min.	A los jóvenes que viven en la extrema pobreza que tal vez ni tan siquiera van... ...que pueden recuperar la dignidad de sus familias destruidas por la miseria.	46:41 al 47:14 min. Jaime Muñoz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
16.	0:25 min.	Los jóvenes que viven en pobreza hoy en día, son jóvenes que vienen heredando... Y que desde niños hay muchas responsabilidades	47:59 al 48:24 min. Rolando Díaz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
17.	0:36 min.	Muchas personas criticamos eso, ha ese pobre no sabe hacer nada, ese joven... ...y ese trabajo le quita el deseo de ir a estudiar o de otra cosa.	49:33 al 50:09 min. Rolando Díaz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
18.	0:28 min.	Te voy a dar el ejemplo del basurero, hay muchos jóvenes que trabajan en lo que...tienen la necesidad de un carne, para tener derecho a entrar a buscar la basura.	52:40 al 53:08 min. Rolando Díaz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
19.	0:31 min.	Abrir un espacio, en lo que ellos puedan tener el tiempo suficiente para cualquier... Ponerlos más descentralizados, ir a los lugares más necesitados.	54:59 al 55:30 min. Rolando Díaz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
20.	0:22 min.	Estos jóvenes tienen muchos sueños, pero con día a día hacen lo posible...día con día están luchando porque su vida sea más digna, más respetada.	55:51 al 56:13 min. Rolando Díaz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
21.	0:25 min.	Muchos pensamos que la pobreza se va a erradicar económicamente, no, hay que... ...Existen familias también que tienen que ser reconocidas por nosotros.	58:19 al 58:44 min. Rolando Díaz Voluntario permanente Asociación Cuarto Mundo
22.	0:31 min.	Yo me dedique a este trabajo por la invalidez que tuve de mi oficio que mepara tener el sostén de mi alimentación de mi situación económica	2:04 al 2:35 min. Casete: Temas de sobrepoblación.
25.	0:10 min.	Aproximadamente como un mes por el parque colón no aquí en la colonia nos...La verdad que está fregado, aquí y en todos lados, está malísimo.	01:59 al 02:09 min.
26.	0:44 min.	Lo que hice, lo que llegue fue a ser encargado de un empleo, no tenía nada que...Que incluso no es nada que ver con lo que me gradué.	1:00:00 al 1:00:44 min. Casete desempleo

4.3 Guión Final

Cepse

Área de comunicación/ Sección de audiovisuales

Programa No. 17 La Banqueta

Segmento ¡Agarremos Onda! Ley de protección a niñez y juventud

Tiempo: 8:00'' Junio 28 del 2003



GUIÓN FINAL

NO	TIEMPO	SONIDO	IMAGEN
	0:32 min	LOC.1: En Guatemala tanto la pobreza como la extrema pobreza son alarmantemente elevadas, ya que 27 cada 100 personas forma parte de familias con un ingreso inferior a 6 quetzales por día, es decir, que casi 3 millones de personas son extremadamente pobres; y son aquellos que no disponen de los alimentos necesarios, acceso a la educación y a la salud. Mientras que 67 de cada 100 personas cuenta con un ingreso inferior a 12 quetzales diarios. Lo que significa que en Guatemala se encuentran en condiciones de pobreza y extrema pobreza, más de la mitad de sus habitantes.	Seleccionar tomas sugeridas en los listados del Guión de tomas.
16.	0:25 min.	Los jóvenes que viven en pobreza hoy en día, son jóvenes que vienen heredando... Y que desde niños hay muchas responsabilidades	47:59 al 48:24 min. Rolando Díaz Voluntario permanente Asociación Cuartito Mundo
7.	0:33 min.	Es importante decir que los jóvenes que hoy viven en la extrema pobreza o en...pero también de lo que ha costado ganar estas esperanzas.	24:23 al 24:56 min. Jaime Muñoz Voluntario permanente Asociación Cuartito Mundo
5.	0:20 min.	Pobreza es la permanente no acceso a recursos que no te permiten una...arrancar para poder hacer un análisis crítico pero sobre todo una propuesta.	13:32 al 14:01 min. Vivian Chacón INCEP
	0:26 min	LOC.5 En Guatemala casi la mitad de los habitantes está desempleado o sub empleado, o bien realiza actividades informales como resultado de la falta de fuentes de trabajo, el 83 de cada 100 de los 5.4 millones de niños y jóvenes del total de la población crecen en pobreza, y cerca de medio millón de niños y jóvenes entre 10 y 17 años trabajan, esto significa que de 100 personas que trabajan en Guatemala 16 son menores de edad.	Seleccionar tomas sugeridas en los listados del Guión de tomas.
26.	0:44 min.	Lo que hice, lo que llegue fue a ser encargado de un empleo, no tenía nada que... Que incluso no es nada que ver con lo que me gradué.	1:00:00 al 1:00:44 min. Casete desempleo
	0:33 min	LOC. 6 Las mujeres especialmente, son las más afectadas por el desempleo, ya que, en la mayoría de los casos, se les relega a trabajos domésticos tradicionales; obligándolas con ello a desligarse de toda oportunidad en la educación. <<Espacio de 5 segundos>> casi cien mil niñas trabajan como domésticas, 33 mil de éstas niñas se encuentran entre los 10 y 14 años de edad, además más de 15 mil niñas y niños comprendidos entre 8 y 17 años son explotados sexualmente en el país.	Seleccionar tomas sugeridas en los listados del Guión de tomas.
3.	0:42 min.	El sector de la mujer es uno de los sectores vulnerables que dentro del estudio se... a este factor como lo es la pobreza.	3:34 al 04:16 min. Vivian Chacón INCEP
	0:10 min	LOC. 4 La falta de oportunidades educativas es una clara fuente de pobreza, ya que una formación insuficiente conlleva a menos oportunidades de empleo formal.	Seleccionar tomas sugeridas en los listados del Guión de tomas.
22.	0:31 min.	Yo me dedique a este trabajo por la invalides que tuve de mi oficio que mepara tener el sostén de mi alimentación de mi situación económica	2:04 al 2:35 min. Cassette: Temas de sobrepoblación.
2.	0:59 min.	La propuesta del Estado se basa en tres ejes fundamentales... ...o la situación actual en la que está el país.	01:49 al 2:48 min. Vivian Chacón INCEP

5. Material promocional

5.1 Afiche promocional

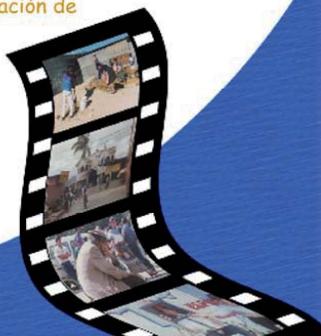


Te invitamos a conocer este programa de televisión que esta lleno de sorpresas.

Aquí encontrarás temas para conocer nuestra realidad, para reflexionar, temas ecológicos, noticias importantes, opiniones, actividades sociales y culturales, conciertos, entrevistas y mucho más.



"LA BANQUETA" es un programa de televisión que busca contribuir a la democratización de la sociedad Guatemalteca.



5.2 Volante

comentarios,
curiosidades,
novedades,
experiencias,
conciertos,
entrevistas, música, noticias, reportajes, diversión

¡Venite a la banqueta ya!!

Una producción de
CEPSE
Centro de Educación Popular
y Servicios para la Enseñanza

con el apoyo de
CAE 3000

CANAL 63 UHF
CANAL 63 UHF

5.3 Etiqueta para identificar VHS

...seguimos tu pista.

Programa: _____
Número: _____
Duración: _____
Fecha: _____

CEPSE
Centro de Educación Popular
y Servicios para la Enseñanza

5.4 Carné de prensa

PRENSA

Nombre: **Edy Saul Castillo**
No. de Cédula: **A-1 1046124**
Profesión: **Periodista y Reportero**
Medio: **LA BANQUETA TV-CEPSE**

F. _____
Portadora

Solicitamos a las Autoridades Civiles y Militares:

Apoyo y respeto al portador o portadora del presente en su ejercicio del derecho a la libertad de expresión del pensamiento garantizada en el Artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, Artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, el Artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y el Artículo 35 de la Constitución Política de la República de Guatemala.

Antonio Vidal Icuté
Coordinador General
CEPSE

Ricardo Sandoval
Productor General
de Constitución
CEPSE

Carné válido del 01/01/04 al 31/12/05

Asociación CEPSE 9a. Ave. 2-28 z.1 Guatemala, C.A. Tel. 00 (502) 2238-4831 E-mail: cepse@intelnet.net.gt

Asociación CEPSE 9a. Ave. 2-28 z.1 Guatemala, C.A. Tel. 00 (502) 2238-4831 E-mail: cepse@intelnet.net.gt

6. Instrumentos de investigación

6.1 Guía de preguntas a comunicadores que han visto la Telerevista



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Estudio sobre la Telerevista "La Banqueta"
una producción de comunicación alternativa juvenil

Fecha:

Nombre:

Nacionalidad:

Especialidad Académica:

Ocupación:

1. ¿Qué repercusiones tiene en la sociedad, el limitar la expresión de la juventud en el caso de países como Latinoamérica o en sociedades como la guatemalteca?
2. ¿Puede compartirme experiencias significativas de producción juvenil audiovisual alternativa en América Latina y en Guatemala?
3. ¿Qué opinión le merece el proyecto juvenil "La Banqueta"?
4. ¿Qué impacto puede tener en la juventud guatemalteca la existencia de este tipo de proyectos comunicacionales?
5. ¿Qué impacto puede tener en el imaginario social este tipo de proyectos comunicacionales protagonizados por la juventud?



6.2 Guía de preguntas a voluntarias/os de la Telerevista



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Estudio sobre la Telerevista "La Banqueta"
una producción de comunicación alternativa juvenil

Fecha:

Nombre:

Nacionalidad:

Especialidad Académica:

Ocupación:

1. ¿Cómo te involucraste en la telerevista juvenil "La Banqueta"?
2. ¿Por qué te involucraste en la telerevista "La Banqueta"?
3. ¿Cómo describes la telerevista "La Banqueta"?
4. ¿Cómo te involucraste o conociste la telerevista "La Banqueta"?
5. ¿Qué sentimientos o ideas provocaba en ti "La Banqueta"?
6. ¿Crees que en los espacios de "La Banqueta" las personas comparten sus ideas o se las imponen, por qué?
7. ¿Cómo describes la producción de la telerevista "La Banqueta"?
8. ¿A quiénes consideras que la telerevista "La Banqueta", es útil?
9. ¿Qué opinión puedes dar de los contenidos y discursos utilizados en la terevista "La Banqueta"?
10. ¿Qué te gusta de la telerevista "La Banqueta"?
11. ¿Qué impacto puede tener en la juventud la telerevista "La Banqueta"?



6.3 Guía de preguntas a equipo de producción de la Telerevista



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Estudio sobre la Telerevista "La Banqueta"
una producción de comunicación alternativa juvenil

Fecha:

Nombre:

Nacionalidad:

Especialidad Académica:

Ocupación:

1. ¿Cómo te involucraste en la telerevista "La Banqueta"?
2. ¿Por qué te involucraste en la telerevista "La Banqueta"?
3. ¿Cuánto tiempo te involucraste en la telerevista "La Banqueta"?
4. ¿Qué recursos fueron necesarios en orden de prioridad en la producción de la telerevista "La Banqueta"?
5. ¿De qué manera se definían los contenidos de la telerevista "La Banqueta"?
6. ¿Cómo describes la producción de la telerevista "La Banqueta"?
7. ¿Qué tipo de mensajes, valores y prácticas sociales impulsaba la telerevista "La Banqueta"?
8. ¿De qué manera y con qué criterios se elegía a los interlocutores del programa?
9. ¿Qué significó para ti ser parte de la telerevista "La Banqueta"?
10. ¿Qué limitantes tuvo la producción de la telerevista "La Banqueta"?
11. ¿Qué limitantes encontraste vos, como parte del equipo de producción de la telerevista "La Banqueta"?
12. ¿Qué requirió de vos la producción de la telerevista "La Banqueta"?
13. ¿Cómo se tomaban las decisiones en el equipo de producción de la telerevista "La Banqueta"?





Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala



Una producción de comunicación
alternativa juvenil

6.4 Guía de entrevista a especialistas en comunicación alternativa

1. Actualmente en ¿qué trabaja? (opcional)
2. Por qué hace lo que hace (opcional)
3. ¿Qué es para usted la Comunicación Alternativa?
4. ¿Cómo surge la Comunicación Alternativa? y ¿En qué contexto social y político?
5. ¿Quiénes fueron las personas o instituciones pioneras en plantear una nueva manera de hacer comunicación?
6. ¿Qué experiencias existen en Latinoamérica que hayan impulsado la Comunicación Alternativa audiovisual para transformar su realidad?
7. ¿Cuál es el propósito de hacer producciones audiovisuales de comunicación alternativa (particularmente durante y después de los conflictos armados internos)?
8. ¿Quiénes han hecho producción audiovisual de Comunicación Alternativa durante y después del conflicto armado en Guatemala?
9. ¿Por qué nace el programa "La Banqueta"?
10. ¿Qué formato utilizaba "La Banqueta"?
11. ¿Cuál es la situación actual de La Banqueta?
12. ¿Qué recomendación daría usted a los jóvenes (mujeres y hombres) que se dedican o quieren dedicar a la comunicación alternativa?

1. Ficha de observación audiovisual



Una producción de comunicación alternativa juvenil

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela Ciencias de la Comunicación
CEPSE Área de comunicación/ Sección de Audiovisuales
Programas de la televisión juvenil "La Banqueta"

Segmento:

Agarremos Onda **Notición Pérez** **Proyctómetro**

Tiempo: _____ **fecha:** _____

Tema que se aborda: _____

Tema/s que se investigan: _____

Escenario/s donde se filma: **Abierto** **Cerrado**

Participación de mujeres **Participación de hombres**

Entrevistas a mujeres **Entrevistas a hombres**

Edades entre:

12 a 28 años **29 a 50 años** **51 años en adelante**

Grupo étnico:

Garífuna **Maya** **Xinca** **Mestizo**

Ubicación geográfica:

ciudad **interior del país** **Otro país**

Locuciones en off de mujeres **Locuciones en off de hombres**

Elementos de producción:

1. Dibujos
2. Fotos
3. Música
4. Tomas exteriores
5. Tomas interiores
6. Murales
7. Cuenta con un listado de créditos : espacios: personas:

Características del lenguaje utilizado en el programa:

1. Juvenil
2. Incluyente
3. Vivencial
4. Investigativo
5. Reflexivo
6. Crítico constructivo
7. Creativo / alternativo

Las y los jóvenes que participan en el programa pertenecen a:

- Grupo u organización varios grupos ninguno

...Y me dejo llevar, tantos rostros, manos, pasos y miseria como fe hay en el cielo antes de llover, parpalientos después, otra corriente me lleva río adentro y baja, donde la tierra aprieta y no suelta, dos sonrisas, abrazo mediante, me dejan desnudo frente al delgado principio de lo imposible, sus canas sin fin, su mirada pausada y curiosa, sus manos firmes y arrugadas, el tacto surcado, días, sudor, palos y maíz, el corazón como braza, el café un volcán, el pensamiento humeante colibrí... ya vienen ya... las historias como abejas, nublan el horizonte... ya vienen ya... la lengua se apresta inquieta... truenan los recuerdos enaguacero y nos empapan el alma... el silencio crujiendo se fuga cuesta arriba, entre risas y abrazos... y es una fogata de dos... afuera el cielo cascabeleando fino, aquí dentro entre lágrimas y otras hierbas, se nos llenan los pulmones de luciérnagas... que rico germinar!

Dadayun



¡Por esa paciencia de caminar
cada instante dando más de 100!