

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA:**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**TEMA:**

**VIDEO DOCUMENTAL "MEMORIA SOCIAL DEL PROYECTO  
COMUNICADORES POPULARES DEL PROGRAMA EMBLEMÁTICO  
JÓVENES Q DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO"**

**AUTOR:**

**MIGUEL ANGEL CHÁVEZ FLOR**

**DIRECTOR:**

**ARMANDO DISRAELI CUICHÁN ARIAS**

**Quito, octubre del 2014**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.**

**Además declaro que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.**

**Quito, octubre del 2014**

---

**Miguel Ángel Chávez Flor**

**C.I. 171196999-6**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero conferir mis sinceros agradecimientos a la Universidad Politécnica Salesiana por darme la oportunidad de estudiar y por ser uno de los principales espacios de aprendizaje para mi formación profesional.

A mi director de tesis, Armando Cuichán Arias, por su esfuerzo y dedicación, pues con sus conocimientos y experiencia me motivó y acompañó en el proceso de titulación, para de esta manera conseguir culminarlo con éxito.

De igual manera, agradezco a todas las personas que aportaron con su conocimiento y experiencia y me permitieron recabar información indispensable para el estudio; a los Jóvenes Q, a los facilitadores del proceso de formación de comunicadores populares Jóvenes Q. Para todos y todas, muchas gracias.

## **RESUMEN**

Las organizaciones sociales del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) han buscado desde el año 2011 generar espacios de participación entre distintos grupos caracterizados por sus identidades propias, intereses comunes y prácticas cotidianas.

En ese sentido, desde el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), el programa Emblemático Jóvenes Q tiene como objetivo principal el empoderamiento y participación de los y las jóvenes del DMQ, enfocándose en el ejercicio de derechos, mediante un proceso de formación de comunicadores populares.

Desde una perspectiva académica, una de las herramientas más importantes para promover la participación, la interacción y abrir espacios de encuentro es la *Comunicación* como una disciplina y un proceso que permite contar con herramientas, instrumentos y productos que, empleados adecuada y estratégicamente, promueven y motivan procesos que involucran a diversos actores.

El presente trabajo visibiliza y comparte experiencias en torno a expectativas y experiencia comunes, que tiene como base a la Comunicación como eje articulador y transversal que atraviesa tanto las programaciones como las estrategias y actividades generales procesos sociales, políticos, económicos, culturales, etc.

## **ABSTRACT**

Currently the social organizations of the Metropolitan District of Quito, determine an action from the autonomous and decentralized government, that allows generate participation spaces between different groups that have their own identities, common interests , and daily activities.

The emblematic program Jóvenes Q, is a proffer that posed the participation and empowerment as it's principal target, of the youth of the DMQ, focusing in the practices of their rights.

In the present time one of the most important tolls to promote te participation and open new community meeting spaces is of corse the communication, as a discipline and a process that countians tools, instruments and products that used properly and strategically can motivate process that involves all kind of participants around uncountable expectations that could have in common. In addition, the communication is a linchpin that goes trough schedules and strategies, besides other activities such as cultural, social, economics and politics of the other process.

## CONTENIDO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>CAPÍTULO 1. LA COMUNICACIÓN.....</b>   | <b>4</b>  |
| 1.1 La comunicación y el desarrollo humano.....   | 4         |
| 1.2 Comunicación audiovisual .....  | 10        |
| 1.3 Usos y beneficios de la comunicación audiovisual .....  | 12        |
| <b>CAPÍTULO 2. EL DOCUMENTAL AUDIOVISUAL .....</b>  | <b>16</b> |
| 2.1 El documental y la memoria social .....   | 17        |
| 2.2 Narrativa audiovisual .....   | 21        |
| <b>CAPÍTULO 3. PROGRAMA EMBLEMÁTICO JÓVENES Q.....</b>  | <b>24</b> |
| 3.1 Marco legal y constitucional del Programa Emblemático Jóvenes Q.....  | 24        |
| 3.2. El programa emblemático Jóvenes Q.....   | 26        |
| 3.3 Comunicación popular participativa desde la educomunicación, la base formativa de Jóvenes Q.....  | 30        |
| 3.4. Producción audiovisual desde Jóvenes Q.....  | 38        |
| <b>CAPÍTULO 4. REALIZACIÓN AUDIOVISUAL DEL DOCUMENTAL: MEMORIA SOCIAL DEL PROYECTO COMUNICADORES POPULARES DEL PROGRAMA EMBLEMÁTICO JÓVENES Q DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO .....</b> | <b>42</b> |
| 4.1 Registrar el proceso formativo de los comunicadores populares de Jóvenes Q....  | 42        |
| 4.2 Metodología, de la intervención a la memoria .....  | 45        |
| 4.3 Fases de producción documental.....   | 48        |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>  | <b>57</b> |
| <b>LISTA DE REFERENCIAS .....</b>   | <b>59</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Tabla 1 Componentes Jóvenes Q ..... | 28 |
| Tabla 2 Formas de comunicar .....   | 37 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Figura 1 Fuente Jóvenes Q ..... | 43 |
| Figura 2 Fuente Jóvenes Q ..... | 44 |
| Figura 3 Fuente Jóvenes Q ..... | 47 |
| Figura 4 Fuente Jóvenes Q ..... | 48 |
| Figura 5 Fuente Jóvenes Q ..... | 49 |
| Figura 6 Fuente Jóvenes Q ..... | 50 |
| Figura 7 Fuente Jóvenes Q ..... | 51 |
| Figura 8 Fuente Jóvenes Q ..... | 53 |
| Figura 9 Fuente Jóvenes Q ..... | 54 |

## INTRODUCCIÓN

Desde el año 2011, en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) se evidenció un proceso de cambio en el modelo de gestión pública que contemplaba la posibilidad de ofrecer a la ciudad un sistema de planificación y ejecución en la gestión, intentando dejar de lado sistemas que limitaban la participación del Estado y encargaban la administración de la ciudad a entidades privadas.

El marco constitucional del Ecuador, reconoce a los y las jóvenes como grupos de atención prioritaria y fundamentalmente como actores estratégicos del desarrollo. La Constituyente de 2008 en el Art. 39 señala que “el Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento (Constituyente A. N., 2008:10).

En este sentido, el programa emblemático Jóvenes Q fue creado en el mes de marzo del año 2012, con el objetivo de fortalecer la capacidad de ejecución de las y los jóvenes como actores estratégicos de desarrollo, desde la diversidad de género, cultura, estética, prácticas e imaginarios; enfatizando en las acciones encaminadas a lograr las mismas oportunidades de aquellos jóvenes que se encuentran en situación de vulnerabilidad, busca además apoyar los emprendimientos juveniles y las iniciativas artísticas y culturales que se generan en el DMQ, concibiendo una cultura de respeto a la diversidad.

El presente trabajo contempla la realización de un producto audiovisual con carácter documental que recopila las experiencias, vivencias y testimonios de los y las jóvenes que participan del proceso de Formación en Comunicación Popular.

Este producto, muestra espacios de formación en comunicación popular por los y las jóvenes y se realiza de manera participativa, integrando las categorías y contenidos desarrollados. La duración del material a proyectar es de 12 minutos, pues es una aspiración que este producto se consolide como un material de apoyo que permita socializar y reforzar los procesos inclusivos con la finalidad de posicionar el programa Emblemático Jóvenes Q.

Antes de la elaboración del producto se definieron los siguientes mecanismos:

- Determinar los escenarios para el trabajo y avance de este proyecto a los Centros de Desarrollo Comunitario (CDC), ubicados en las diferentes Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito. Hasta el momento, existen treinta y dos CDC. Se buscará desarrollar un trabajo en algunos de estos Centros, escogiendo los de mayor trascendencia, nivel organizativo e impacto, a manera de experiencias piloto, para luego extender la acción a la totalidad de los Centros de Desarrollo Comunitario del DMQ.
- El siguiente mecanismo fue la identificación en el territorio de los diferentes actores; para lo cual, se desarrollaron temáticas inherentes a sus propias dinámicas, tomando en cuenta que dichos actores son diversos. En esta instancia se pueden emplear estrategias como la creatividad social, es decir, generar discursos, productos y activaciones a partir de las conversaciones y la convivencia cotidiana con la gente.
- En cuanto a la determinación técnica, este trabajo se presentará en un formato de DVD. Se optó por la realización de un video, pues este formato permite una mejor difusión en los CDCs y más espacios juveniles donde se pueda proyectar, y así también podrá ser compartido en redes sociales.

El impacto comunicacional de este video está orientado a poner en común prácticas de inclusión para los y las jóvenes de la ciudad.

Como comunicador social, considero que los procesos de comunicación popular formulados desde los colectivos y organizaciones sociales son fundamentales para la

construcción democrática y diversa de políticas públicas, normas de convivencias y acuerdos sociales más cercanos y sensibles a la realidad de los y las jóvenes, pues son ellos mismos quienes estarán evidenciando sus demandas y necesidades.

## **CAPÍTULO 1. LA COMUNICACIÓN**

### **1.1 La comunicación y el desarrollo humano**

La comunicación es esencial en el desarrollo humano y sus procesos son fundamentales en la implementación de las prácticas de empoderamiento; a través de éstos, las personas consiguen entender por sí mismas asuntos que les conciernen, considerar y debatir ideas, negociar y participar en debates públicos, de ámbito local y nacional.

El papel de la comunicación para el desarrollo en los procesos de empoderamiento, contribuye a distinguirla de otras formas de comunicación. Su papel en el empoderamiento la convierte en un elemento vital para planificar esfuerzos dirigidos a alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y otras prioridades de desarrollo (McCall, 2011:16).

Esta temática se consolida como una disciplina viva, dialéctica, lo que determina su discusión permanente para la construcción desde una perspectiva pluridisciplinar, cuyo enfoque se encontrará con la dicotomía de si el objeto de estudio será la comunicación de masas o si se deben analizar otras formas de comunicación; por esto es indispensable contemplar todas las formas de comunicación.

Como se señaló, la construcción de objeto de estudio es uno de los puntos esenciales y en el caso de la comunicación, determinarlo genera un complejo debate, en vista de que existe una crisis conceptual, porque la sociedad de la información nos obliga a repensar las características del ecosistema comunicativo.

Así, uno de los primeros conflictos es la delimitación de su objeto de estudio, el mismo que se plantea como un espectro que sufre un proceso de mutación, son los cambios sociales que aumentan la dificultad de aprehender una realidad social para ser estudiada.

En el caso de la comunicación social, la complejidad no solo radica en los cambios sociales que se producen, sino también, por los cambios tecnológicos y las diferencias que estos generan en los diversos estratos sociales, que por capacidad de adquisición forman abismos entre quienes pueden acceder a los insumos tecnológicos y quienes no pueden adquirir insumos para la producción, difusión y ejercicio de la comunicación.

Por tanto, se debe tomar en cuenta que desde el inicio, la comunicación y los medios de comunicación influyen en la imposición y formación de ideologías y pensamientos. El poder de éstos se dimensiona con la capacidad que tienen de afectar a las sociedades.

Más allá de la comunicación de masas, existe una comunicación diferente, alternativa que pretende ser una opción como canal de expresión y de contenido informativo, frente a los grandes medios de comunicación comerciales y los medios de comunicación públicos de tendencia conservadora.

A esta comunicación se la conoce como *comunicación popular* propone un modelo integral que derive en un centro de encuentro y enseñanza, donde se compartan las experiencias y saberes de este tipo de comunicación, generándose conocimiento bajo la investigación-acción “aprender haciendo”, para que los medios alternativos dejen de ser consumidores pasivos de información, para convertirse en protagonistas, generadores y portadores de sus culturas (Useche,2010:5)

Sustentada en un enfoque de ejercicio de derechos, la comunicación para el desarrollo busca el pleno ejercicio del derecho de acceso a la información y la construcción de la comunicación, todo esto desde una práctica de los derechos humanos. Fortaleciendo así la escuela latinoamericana en su afán de generar procesos comunicacionales locales que obedezcan a las necesidades de las minorías, las mismas que se han visto relegadas de los procesos *massmediáticos*, pues ciertas omisiones salvaguardan el poder y su ejercicio de dominación.

Durante la década de los 60, se consolidó la Escuela Latinoamericana, que se desprende de los preceptos de las escuelas estadounidenses y cuestiona los modelos de comunicación impuestos en la región y al servicio de grupos de poder económico. De esta manera, la teoría de la comunicación latinoamericana cuestiona el orden mundial dominado por la información estadounidense, rechaza modelos foráneos a la cultura latinoamericana y plantea un modelo de comunicación horizontal.

En este sentido, se denomina como *Escuela Latinoamericana de la Comunicación*, al desarrollo que la teoría de la comunicación tuvo en los países latinoamericanos, especialmente durante la segunda mitad del siglo XX. En América Latina, dicha Escuela se desarrolla simultáneamente con el periodismo y, posteriormente, el flujo y el aporte de las teorías de la comunicación social aportados por la Iglesia Católica y en el caso específico de la teología de la liberación y algunas influencias teóricas de la Escuela de Frankfurt.

El modelo alternativo tiene como base la concepción de comunicación aportada por autores latinoamericanos como Paulo Freire, quien aportó una perspectiva teórica opuesta a la idea de que los medios de comunicación masiva son la auténtica comunicación. Freire, vincula la educación con la comunicación y abre un camino para entender la comunicación como una herramienta para la liberación del educando desde la lógica de socializar o compartir el saber común, orientando la comunicación a la liberación ideológica y cultural.

Las experiencias y las formulaciones teóricas de la comunicación popular en nuestros países, se han venido comprometiendo de manera creciente con la participación de los receptores o destinatarios y de los profesionales trabajadores de los medios en las acciones y en los diseños de alternativas comunicacionales. Tanto así que cuando pensamos en ella, inmediatamente nos surgen imágenes del pueblo o de los periodistas hablando y decidiendo por sus micros, manejando consolas y cámaras de video, redactando o tomando fotografías, discutiendo las orientaciones en

asambleas, vendiendo sus periódicos, es decir... pura participación  
(Alfaro, 1988:2)

Por otro lado, el término de comunicación para el desarrollo, surge en el contexto de transmisión de conocimientos y aporte de la comunicación al desarrollo de los países denominados, desde el discurso dominante, como países tercermundistas, categoría con la que se subestimaron los procesos que en estos países históricamente vivieron.

Es preferible contextualizar diciendo que la comunicación para el desarrollo no ha modificado sus estructuras ostensiblemente, se ha estancado a partir de los 80 por toda América Latina.

Se están multiplicando los periódicos populares y más plataformas de difusión desde el uso de Internet y redes sociales. Grupos de barrios, de pueblos, de aldeas, sacan esos pequeños periódicos, modestos y sencillos, que buscan informar a la comunidad, movilizarla, organizarla [...] Las organizaciones populares -cooperativas, sindicatos, juntas vecinales, movimientos juveniles, de mujeres, de trabajadores, culturales, ecológicos, comunidades cristianas de base, etc.- editan sus periódicos, sus boletines [...] También surgen núcleos de teatro popular, que tratan de expresar en sus obras los problemas, los derechos, las luchas, las aspiraciones y las alegrías del pueblo para que éste piense, discuta, actúe [...] Hay grupos que consiguen un espacio en una emisora y lanzan su programa popular de radio [...] Otros usan sencillamente altoparlantes y emiten su mensaje en la plaza, la feria, el mercado. (Kaplún, 1985:1).

Construida bajo los fundamentos del humanismo democrático, más específicamente desde los planteamientos de Freire se propone la utilización de una metodología descriptiva, que busca consolidar el poder popular en la formulación de discursos y desarrollar una serie de acciones orientadas a la formación y capacitación sobre la comunicación popular, alternativa y comunitaria.

¿Qué significa educar, en medio de las agudas y dolorosas transformaciones que están viviendo nuestras sociedades latinoamericanas, en esta segunda mitad del siglo xx? Cuando nuestro continente tiene la tasa de natalidad más alta del mundo y la mitad de su

población total es menor de 19 años de edad y cuando, a la vez, se cuentan por millones sus analfabetos adultos, ¿qué entendemos por educación? Paulo Freire nos contesta diciendo que la educación verdadera es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo. (Freire, 1969:3).

En la constitución de la Escuela Latinoamericana de Comunicación, dice José Marques De Melo, se deben considerar dos contextos: uno internacional y otro regional” (Arroyo, 2013: 3). En el ámbito internacional, el tema que marcó el campo económico, social, político y académico fue el desarrollo de los países tercermundistas – rango en el que entraban los países latinoamericanos. Este tema movilizó recursos y organismos internacionales, que desde perspectivas particulares buscaban una salida al problema del subdesarrollo<sup>1</sup>.

Una de estas instituciones fue la Unesco, que apostó por la comunicación como el mecanismo para generar procesos de desarrollo -educación, salud, etc.- con esta finalidad, dicho organismo facilitó la integración entre los medios productivos y la Universidad, para potenciar la capacitación y la investigación en este campo. La prueba palpable de esta situación fue el decisivo apoyo que brindó para la constitución de la *International Association of Mass Communication Research* (IAMCR) y la creación del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) (Arroyo, 2013:24).

Según Sala (2009), la comunicación ha llegado a la Educación para el Desarrollo arrastrada, fundamentalmente por tres hechos. (P. 18).

- El descubrimiento de la complejidad de los procesos educativos y comunicacionales, con la irrupción de la educación informal y no formal y la

---

<sup>1</sup> Según la Real Academia Española, subdesarrollo es el atraso, situación de un país o región que no alcanza determinados niveles económicos, sociales, culturales, etc.

puesta en crisis de la educación formal

- El encontronazo con los medios, pues estos no obedecen a sus necesidades.
- La evolución hacia una Educación para el Desarrollo para la ciudadanía, de mayor complejidad y asentada en la incidencia política y la movilización.

Desde esta lógica, se esquematiza un modelo alternativo de comunicación que hace frente a los paradigmas clásicos, propiciando un cambio de perspectiva que rescata la dimensión humana del fenómeno comunicacional, implementa interrogantes en torno a las relaciones que construyen el proceso comunicativo y descentraliza la discusión y el interés sobre los medios masivos de comunicación.

## 1.2 Comunicación audiovisual

La nueva cultura audiovisual –desde un punto de vista fenomenológico– se caracteriza por la potenciación de lo sensorial, de lo narrativo, de lo dinámico, de lo emotivo y de lo sensacional. Lo que estaríamos viviendo sería el ensanchamiento de los modos de sentir y de pensar, así como la articulación entre lógica e intuición, algo que nos cambia de raíz nuestra cultura educativa, (Sala, 2009: 22).

El acceso a internet y la creciente ola de tecnología que sobrepasa las expectativas en la experiencia audiovisual son potencialmente un elemento que aporta al lenguaje audiovisual, que capta la atención por la experiencia sensorial que implica decodificar la información contenida en las imágenes contempladas

La imagen digital puede entenderse como un campo de posibilidades dialógicas porque no se presenta con pretensiones de totalidad absoluta, sino como una imagen-diálogo que el usuario puede cambiar, modelar, almacenar y visualizar, multiplicando al infinito sus puntos de vista internos y externos. El mensaje se convierte entonces en lugar del diálogo, de sensibilidad y de intervención, y supera la condición de producto final para convertirse sobre todo en proceso (Sala, 2009: 22).

Por tanto, la narrativa audiovisual se constituye en un instrumento de interpretación de la vida del ser humano en cada una de sus épocas. Sería igualmente interesante analizar a través del lenguaje audiovisual cada una de las diferentes etapas históricas que atraviesa la sociedad contemporánea y cómo esto se refleja en su producción artística, audiovisual y de investigación.

Entender esta dinámica no es complicado, porque en la construcción de este proceso comunicacional, claramente se identifica cómo el producto audiovisual, no distingue entre la diversidad de sus receptores; cuenta, narra o relata una realidad bajo la

concepción de su realizador, pero esta queda plasmada en la conciencia de los receptores, quienes someterán a reflexión los conceptos y contenidos vertidos en el audiovisual, decodificando su lenguaje en torno a las experiencias particulares de cada receptor.

En definitiva, la comunicación y cultura audiovisual viene a transformar radicalmente la misma idea de educación, imponiendo un cambio de estilo comunicativo en los procesos de enseñanza, un planteamiento multimedia<sup>2</sup> de la enseñanza que parte del concurso de una multiplicidad de dispositivos, de formas de expresión y de participación. Esto exige que el educador se revise como comunicador, modificar el modelo comunicativo que sería hoy el primer reto de la educación (Sala, 2009: 24).

De esta manera, la relación de la comunicación audiovisual y la educación es innegable, pues el fin mismo de una narrativa audiovisual, se manifiesta en la acción crítica de entender lo que percibimos, decodificarlo y clasificarlo según nuestra ideología en base al contexto y la experiencia.

Será indispensable exponer la irrupción de la cultura audiovisual - con la misma importancia que la cultura letrada o la oral, destacando ciertas características diferenciadoras, como su novedosa sensibilidad capaz de dar cuenta de la complejidad de la sociedad actual; así como la presencia de un nuevo paradigma educativo, de vocación comunicativa, que rechaza los mensajes de una sola dirección, más instructivos que narrativos, verticales y con ambiciones absolutas. Un nuevo paradigma que pone el énfasis en la participación, la interactividad, el encuentro y el espectáculo, elementos que confluyen en el audiovisual y en internet<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Según la RAE multimedia significa que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información.

<sup>3</sup> Internet representa una plataforma de difusión para los materiales audiovisuales que se produzcan en el ámbito de la comunicación alternativa y popular.

“Con el cine podemos educar en valores y educar en actitudes, en conductas: que el cine no sea una ventana más de entretenimiento entre toda la oferta audiovisual, sino que podamos asignarle una función superior, que nos ofrezca una mirada educada” (García, 2009: 5).

Una vez superado el paradigma de la comunicación audiovisual para el mero entretenimiento, podemos dilucidar claramente los resultados de esta interacción comunicacional, que se produce en el momento mismo que la percepción sensorial sucede frente a un audiovisual y permite al receptor captar los mensajes que le resultan relevantes, descartando los que le parecen poco importantes en base a su experiencia.

Por otro lado el audiovisual, tiene la capacidad de narrar historias paralelas contenidas en los contextos de la filmación, es decir las locaciones, los elementos secundarios de una narración, la gesticulación que no puede ser captada en el texto escrito, entre otros elementos que contribuyen a la narrativa audiovisual.

### **1.3 Usos y beneficios de la comunicación audiovisual**

Los avances tecnológicos provocan el desarrollo de un soporte específico y creciente en torno a la producción audiovisual; los formatos mejoran gradualmente en cuanto a la técnica y la calidad de imagen y rompen la idea tradicional de la necesidad de grandes sets de filmación. El costo de los equipos disminuyó sustancialmente en la última década, pues, cada vez, es más fácil alcanzar insumos comunicacionales y tecnológicos indispensables para la producción de productos audiovisuales.

La revolución de la ciencia y la tecnología, específicamente, las tecnologías de la comunicación, constituyen un fenómeno relevante para el análisis de estas culturas; la irrupción de los *mass media* afecta a la tradicional concepción espacial/temporal y en definitiva establece nuevos elementos para el análisis del intercambio social y la estructuración de procesos identitarios. El consumo mediático que se produce a raíz de la

masificación de los medios de comunicación genera una proliferación de referentes y contenidos que proveen nuevos elementos interpretativos. De esta forma, se produce una creciente influencia mediática en el proceso de subjetivación y conformación de imaginarios en las y los jóvenes” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013:15).

Combatir la indiferencia del receptor, contribuir a formar ciudadanos más críticos y reflexivos, preocupados por conocer, más allá de su profesión, conducirá a una mejor identificación del individuo en la sociedad actual, a través de un modelo diferente, cuyo interés no reside principalmente en la construcción de imágenes bellas sino en la búsqueda de ciertas verdades en torno a la conducta humana mediante el proceso de aniquilación del peso del dispositivo de captación.

El cine ha sido y es un instrumento de insuperable valor educativo. Parece recurrente repetir aquí la ya manida frase de que una imagen vale más que mil palabras. Aunque considero que en no pocas ocasiones, una palabra puede valer mucho más que mil imágenes, de lo que no cabe duda es que hoy en día, es a través del cine como más fácilmente podemos llegar a transmitir esos valores auténticamente humanos que están presentes en toda verdadera obra de arte (De la Llave Cuevas, 2009: 2)

Por otro lado es evidente, que los espacios de difusión de la producción audiovisual ya no están supeditados a la gran pantalla o a los medios masivos de televisión. Las redes sociales y soportes virtuales como *Youtube*, permiten a los realizadores encontrar espacios para difundir sus materiales de manera gratuita y masiva alrededor del mundo. Entonces, se puede afirmar que la acción decisiva de las TIC concebidas desde la cultura abren la posibilidad de reinventarnos como espacios de educación.

En síntesis, la comunicación ha penetrado en terrenos de la Educación para el Desarrollo pero no como consecuencia del inicio de una reflexión clara y sistemática sobre las relaciones entre comunicar y educar, sino como reacción ante el poder de los medios, desde la visión instrumental que reduce la comunicación al uso de los medios. No podemos afirmar todavía que se haya percatado de que comunicar y educar tienen una raíz común y están llamadas a construir la convivencia: una vivencia compartida (Sala, 2009:19).

En este sentido, es recurrente la idea de que el material audiovisual es una herramienta capaz de generar emociones apoyadas en las estructuras narrativas clásicas, buscando generar en el espectador reacciones psico-emocionales ante situaciones que ocurren en el mundo que nos rodea y que somos capaces de identificar.

A la hora de dar a conocer realidades sociales con las que posicionar al espectador, la emoción puede ser determinante, así, si se busca generar un efecto motivador, la emoción puede afectar a la percepción de la realidad (nos lo creemos más cuanto más emocionante es).

No hay generación ni época en la que como individuos no nos planteemos las imperfecciones del sistema de convivencia que nos toca vivir en cada momento. Nuestro inconformismo, el aspirar a más, formula constantemente preguntas, y proponemos soluciones teóricas. Históricamente, el individuo ha tenido necesidad de denunciar lo que considera lesivo a la convivencia entre los humanos, y esto lo podemos considerar natural. Lo que nos llama la atención en la época actual no es en sí la magnitud de los problemas, sino quizás lo más alarmante, la indiferencia del receptor. (Jorge Sebastián Lozano, 2009, pág. 50).

Es por esto que, es necesario plantear la necesidad de mejorar los canales y soportes en torno a la producción audiovisual, convirtiendo nuestros materiales en herramientas que

se acerquen más a la realidad y por ende a la sensibilidad de los receptores, pues uno de los motivos por los que no se genera una apropiación con los contenidos es porque la producción audiovisual masiva refuerzan categorías estéticas ajenas a las realidades de los países latinoamericanos, más aun cuando hablamos de realidades tan diversas como la ecuatoriana.

La escasa comprensión de las estéticas y culturas juveniles y la brecha intergeneracional, requiere una fuerte estrategia fundamentada en una política de comunicación como dispositivo que posibilita el encuentro y entendimiento intersubjetivo, y en este caso con énfasis en las diferencias generacionales, para modificar la imagen estereotipada del joven reconociendo la existencia de diversidad cultural y especialmente su rol como actor en la sociedad. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013: 30).

Podríamos concluir diciendo que el audiovisual posee ese gran poder configurador de actitudes y valores sociales; se observa su poder transformador sirviendo de contrapunto y de crítica eficaz a una sociedad individualista, competitiva, egocéntrica y narcisista. El material audiovisual se convierte en una herramienta de apoyo para ir fraguando una sociedad cada vez más humana y haciendo que el mensaje llegue a sus destinatarios enseñando a interpretar correctamente el lenguaje audiovisual.

## **CAPÍTULO 2. EL DOCUMENTAL AUDIOVISUAL**

Lo audiovisual es un discurso en términos de luz y sonido que, además, siempre está referido a la realidad. Esto no significa obviamente que sea real o que represente exacta o adecuadamente esa realidad que siempre es su referente. Este aspecto es importante porque el primer engaño de lo audiovisual es presentarse como una ventana abierta a la realidad: la ilusión de hacerse invisible para poder ver sin ser visto y, más aún, ver a su través. Y una primera advertencia por si fuera necesaria: un medio nunca es absolutamente transparente. No puede serlo (Montero Díaz, 2009: 7).

Desde esta óptica se precisa que la construcción del audiovisual, sea cual fuere su índole está cruzada por la subjetividad de su autor, en mayor o menor medida según el género audiovisual sobre el que se trabaja. En el caso del documental, la subjetividad se da en función de la narración o descripción de una realidad a partir de una óptica personal, marcada por tendencias políticas, ideológicas, económicas, sociales y culturales.

El mundo de la comunicación también se configura como un espacio de tres dimensiones: la información, la persuasión y el entretenimiento. Podemos atender a cualquiera de ellas de manera independiente, pero es preciso saber que se está prescindiendo de una parte (normalmente de dos) de la realidad de los procesos comunicativos. Y prescindir de aspectos es deformar la realidad, alejarse de ella. (Montero Díaz, 2009, pág. 8)

Resulta indispensable tomar en cuenta estos factores para comprender las relaciones entre el audiovisual y la comunicación para el desarrollo<sup>4</sup>, pues esta, no puede limitarse a explorar factores de carácter sentimental, sin querer decir que deben excluirse elementos de dicho carácter del discurso audiovisual que representa acciones o resultados sobre la realidad descrita y representada; el elemento dramático puede constituirse en la esencia del relato audiovisual.

Por otro lado, la dimensión informativa no puede ser excluida en los productos audiovisuales, tomando en cuenta que en la construcción del propio relato, habrá datos informativos explícitos o implícitos, desde la inserción de cifras o textos en la pantalla hasta los comentarios emitidos por los entrevistados que en la realización documental aportan datos informativos. En este sentido la persuasión es inevitable en la acción comunicativa, más aun cuando esta tiene una índole pedagógica o educativa.

No es malo, pero es importante tener en cuenta que la información y la persuasión se encuentran siempre en un contexto de entretenimiento que es especialmente intenso en el mundo audiovisual. Ya Capra mencionó que el único pecado de una película era el aburrimiento. Este aspecto, la necesidad de entretener, al menos, de no ser pesado -y la presentación continuada de emociones fuertes puede ser muy aburrida- exige atender tanto a la estructura dramática de los relatos audiovisuales, como al formato en el que se van a presentar al espectador. (Montero Díaz, 2009: 10.)

## **2.1 El documental y la memoria social**

Una parte fundamental de cualquier proceso es su documentación, la relación con la historia, es indispensable conformar a los gestores de los procesos como los propios

---

<sup>4</sup> Comunicación para el desarrollo: El concepto Comunicación para el desarrollo aparece en el siglo xx y se refiere a toda una serie de estrategias comunicativas que se aplican a los llamados países del tercer mundo

narradores de sus historias.

En este sentido, la historia y la memoria son preocupación central en el campo de las ciencias sociales. Es importante comprender que el papel de la memoria no es la reconstrucción o recreación de lo ocurrido, más bien, está cruzada por dimensiones subjetivas de los agentes sociales, e incluye procesos interpretativos, construcción y selección de datos y elección de estrategias narrativas.

Tradicionalmente, este proceso de recordar y la mediación de subjetividades humanas plantean algunas cuestiones técnicas y metodológicas, centradas en la fiabilidad o confianza que la información recogida de esa manera merece. El problema está en que se pueden cometer “errores” en el recuerdo y en la transmisión, sea voluntaria o involuntariamente –incluyendo los lapsus y “malas jugadas” del inconsciente.(Jelin, 2010:2).

Desde esta lógica, el propio proceso narrativo y sus subjetividades, podría constituirse en una posibilidad de alterar la información vertida, por lo que la diversidad de locutores apoyará a sostener el apego a la realidad en la medida de que los narradores son los vigilantes de su propia verdad.

La preocupación por la autenticidad y la sinceridad de los relatos, lo que lleva a poner mucho énfasis en los recaudos metodológicos, introduciendo controles y pruebas diversas para acercar el recuerdo a “la verdad” de los hechos ocurridos. En el extremo, este abordaje puede llevar a una oposición entre historia y memoria.(Jelin, 2010, pág. 2).

Por otro lado, será importante clarificar en la construcción de una narrativa sobre la memoria y la diferencia entre lo masivo y lo popular, pues según Rosa María Alfaro respecto a la idea de pensar y practicar en la realidad social utilizando para ello categorías opuestas e irreconciliables que batallan entre sí, perjudican nuestro modo de

acercarnos al actor popular, e impiden que lo asumamos en sus procesos sociales y educativos. Pues cambiar no significa siempre pasar de un estado a otro, tachando lo anterior.

Le negaríamos su sustancia histórica evolutiva. Como también estaríamos impidiendo que lo bueno, lo conquistado, lo transformado en la lucha por convivir en lo negado, se recupere y signifique avance y transformación, útil a la nueva sociedad a fundar. Y no es que estemos contra las rupturas sociales, sino que éstas deben formar parte del proceso decrecimiento de los sujetos, sin fomentar su destrucción, aunque a nivel estructural y macro social estas rupturas o subversiones sean necesarias. (Alfaro, 1988: 21).

Por este factor es indispensable la construcción de la memoria desde una perspectiva popular, que reconozca la diversidad como una premisa fundamental en la construcción de su discurso y su memoria.

El testimonio, como discurso de la memoria, tiene como una de sus potencialidades transmitir lo humano (en tanto personal, individual) frente a lo abstracto (masificado, generalizado) del discurso histórico, la concreción de la experiencia por medio de nombres propios, pero en tensión con la representatividad y la credibilidad del discurso histórico como plasmación de la experiencia colectiva. (Aldáz, 2009: 39).

Es así que, con el manejo adecuado de la información en la construcción de la memoria se puede trabajar desde la experiencia del sujeto-testigo, pues es este quien a partir de su experiencia, genera la descripción y por ende la memoria de su realidad.

La conformación de las identidades es un proceso imaginario simbólico de constitución intersubjetividades, que marcan la diferencia con *unos* y provocan adhesiones de *otros*. Es decir, es un juego imaginario de doble vía: por un lado se generan elementos de alteridad o diferenciación de *los*

*otros*, pero al mismo tiempo marcan una dinámica de identificación entre *similares* (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013:14)

Por otro lado, los discursos testimoniales pretenden incidir en algo importante (la historia), pero a su vez cotidiano, personal, característico y representativo de la experiencia. Por este motivo, las narraciones testimoniales van unidas a las historias de vida: es decir, se apoyan en la trayectoria vital de personas anónimas que son representativas de determinadas circunstancias históricas y ayudan al receptor a identificarse con ellas y a comprenderlas, pues se genera una relación al sentirse equiparado con el personaje que vive la historia.

En este sentido, algunos enfoques y géneros discursivos reflejan las estrategias del lenguaje de la memoria; cómo elabora y recupera las ideas, los recuerdos. Por ejemplo, los diarios o las cartas acercan las experiencias al receptor porque transmiten su significado de forma inmediata y simultánea al desarrollo de los acontecimientos, al tiempo que las individualizan en la voz de quien las cuenta, de quien las ha vivido: un diario escrito por un testigo en el momento en que ocurren los hechos, desde su cotidianeidad y de manera continuada, o una carta que trata de explicar a quienes están lejos el sentido de lo que le está ocurriendo a quien la escribe. (Aldáz, 2009: 10)

Por tanto, en la construcción de la memoria, la representación de la cotidianeidad es indispensable; sin embargo, es importante no caer en generalizaciones sobre problemáticas, por el contrario, se busca la representación de la esfera privada de las personas implicadas, su día a día, pues en estos espacios se pueden encontrar mayores puntos en común entre las diferentes culturas y en el que más empatía.

Los rasgos de la oralidad en la enunciación aportan cercanía respecto a los hechos. La comunicación para la memoria precisa ser abierta, transparente y usar un lenguaje cotidiano que facilite la comprensión.

La oralidad y los mecanismos de la expresión oral, la conversación, la espontaneidad, las expresiones dubitativas, los silencios, las rectificaciones, las apelaciones al interlocutor, las elipsis o las interrupciones, pueden revelar el grado de honestidad y de sinceridad de un discurso. En este sentido, la oralidad permite el acercamiento a la complejidad de determinadas situaciones al facilitar explicarlas de diferentes formas.

La comparación entre lo presente y lo ausente, entre lo nuevo y lo viejo, lo conocido y lo desconocido, son estrategias que acercan a los públicos aquello que desconocen. Se relacionan la nueva información y propuestas con lo que los receptores conocen y sienten como propio para que así lo comprendan mejor y se sensibilicen. Específicamente, destaca entre estas figuras discursivas la analogía, el buscar formas de acercar los problemas de otras culturas a los de los públicos, para que sientan su importancia, la comprendan, y no que los perciban con una lejana asepsia. (Aldáz, 2009: 41)

Se pretende entonces, desde la pedagogía, ponerse en los zapatos del otro, de vernos a través de sus ojos.

## **2.2 Narrativa audiovisual**

En el contexto de la formulación de una propuesta de educación popular, es pertinente analizar la relación entre la producción audiovisual y la educación para el desarrollo. Tomando en cuenta la importancia que cobra en las últimas décadas la producción audiovisual, en vista de que, cada vez más se democratiza el acceso a diferentes espacios de visibilización para dichos productos.

El audiovisual es un discurso en términos de luz y sonido, que alude a la realidad, por su carácter de producción documental. Desde esta lógica, es indispensable construir este producto desde una lógica participativa, la idea no es que los realizadores se conviertan

en seres invisibles que capturan la realidad, sino en actores que narran sus realidades desde las particularidades y diversidades.

Se habla de transformaciones de fondo que se pueden interpretar como una oportunidad, que abrirían la opción de reinventar la educación para el desarrollo desde la comunicación y participación, reencontrándose con los públicos, y sobre todo reforzando la construcción de un tejido social.

Por tanto, la comunicación y la cultura audiovisual ponen alas a la Educación para el desarrollo, en esta dirección, se plantea la utilización de las TICS, dentro del proceso pedagógico que, una vez más, cuestiona las estrategias tradicionales de educación.

Esta propuesta se consolida como una revisión al modelo comunicativo orientado a la educación para el desarrollo a la luz de la cultura audiovisual. Además, es importante comprender que el desarrollo tecnológico favorece, de cierta manera, a la democratización de la comunicación desde la posibilidad de acceso a generar espacios comunicativos.

Estos espacios son socializados no solo desde las plataformas convencionales que responden al poder ejercido por los medios de comunicación masivos; sino desde espacios que permiten mayor acceso de cierta población a espacios y procesos que generan una comunicación abierta y democrática.

El reino de la imagen trae nuevas figuras de la razón, porque ya no habría una sola racionalidad desde la que podamos pensar todas las dimensiones de los cambios de civilización actuales. Acostumbrados como estamos a reducir la *cultura* al libro, la *razón*, la abstracción y la contemplación, lo que nos cuesta asumir es el nuevo estatuto cognitivo de la imagen, punto de referencia que nos remite a lo sensible y a la participación abierta, sin el cual no es posible entender la complejidad de nuestra sociedad (Sala, 2009: 22).

De acuerdo al autor, se pretende consolidar al audiovisual como:

- Herramienta que permita la sensibilización y la difusión de información de manera puntual y adecuada; sin incurrir en mensajes simples, engañosos, catastrofistas, y corrigiendo malas prácticas.
- En incidencia política, creando opinión.
- En investigación, generando materiales que aporten a recabar información.
- En educación-formación (formal y no formal), complementando las actividades que ya hacen con otras acciones diseñadas con estrategias a medio y largo plazo para que se comprenden los problemas y sus orígenes.

Sin embargo, la estrategia propuesta va más allá y reconoce la pluralidad de los y las jóvenes como actores que intervienen en su propia formación, orientada a una educación para el desarrollo y su vínculo con lo popular y comunitario en cada uno de sus espacios.

Finalmente, cabe apuntar que la democratización de espacios comunicacionales, es un precedente importante en la creación de un tejido social integrador, pues la consideración del acceso que brindan los medios alternativos o redes sociales es prominente y tiende a crecer y popularizarse entre los públicos jóvenes del Distrito Metropolitano de Quito; por tanto, la implementación de estrategias que articulen las propuestas locales a un plan distrital de comunicación popular juvenil, no solo fortalecerá las propias prácticas de los y las jóvenes, sino que también genera un efecto de cascada, pues es indiscutible que los contenidos vertidos, generarán debate y discusión en torno a las temáticas de interés juvenil.

## **CAPÍTULO 3. PROGRAMA EMBLEMÁTICO JÓVENES Q**

### **3.1 Marco legal y constitucional del Programa Emblemático Jóvenes Q**

En el Ecuador se garantiza un enfoque de derechos, pues según la Constitución, en su Art. 44 se establece que: El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas(Constituyente, 2008:11).

Esta premisa se especifica en el siguiente artículo: Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales (Constituyente,2008:12).

En este contexto, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito considera que La juventud se ha definido tradicionalmente como un proceso de transición a la vida adulta, donde las políticas públicas se enfocaban en educación, formación, empleo y vivienda; y en facilitar a los jóvenes la inserción social.

Pero otro enfoque dice que no solo serían políticas para integrarse a la vida adulta, sino basadas en entender a la juventud como una etapa plena de la vida con características singulares. Por lo tanto, se debe intentar afirmar la condición juvenil, facilitando la plena satisfacción de las necesidades como jóvenes, sin tener un pensamiento sanitario desde lo adulto para pensar a los jóvenes, sino de identidad y cultura.

Asimismo, el artículo 39 de la Constitución Ecuatoriana establece que se garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público.

Así también el artículo 329 de la Constitución Ecuatoriana establece que “las jóvenes y los jóvenes tendrán el derecho de ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de auto sustento, cuidado familiar e iniciativas comunitarias. Se impulsarán condiciones y oportunidades con este fin. Para el cumplimiento del derecho al trabajo de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el Estado adoptará medidas específicas a fin de eliminar discriminaciones que los afecten, reconocerá y apoyará sus formas de organización del trabajo, y garantizará el acceso al empleo en igualdad de condiciones” (Constituyente A, 2008: 83).

La Ley de la Juventud e los artículos 14, 15, 16 y 17 reconoce, respectivamente, las Políticas de promoción de los derechos a la educación, las Políticas de promoción del empleo juvenil, las Políticas de protección de la salud y las Políticas de la promoción de la participación juvenil.

La Agenda Nacional de Juventudes, la política 5 promueve la oferta, las expresiones culturales diversas, lugares de encuentro y espacios públicos de intercambio que valoren las distintas identidades juveniles. La Agenda Nacional de Juventudes, la política 7, impulsa y fortalece la participación y su pleno ejercicio en la población juvenil.

El Plan Metropolitano de Desarrollo, eje 2 señala que: Quito accesible y para los ciudadanos, fundamenta el disfrute de derechos ciudadanos a una vida digna, a la libertad, salud y educación; con especial atención a grupos prioritarios.

En este sentido, “La formulación, gestión e implementación de la política pública y la consecuente oferta institucional hacia la juventud se ha caracterizado por ser escasamente incluyente y poco sensible a la diversidad de condiciones culturales y sociales de estos grupos y las demandas y reivindicaciones planteadas desde referentes colectivos e individuales; en definitiva una escasa comprensión del rol de los jóvenes como agentes efectivo de cambio en el desarrollo local. La preeminencia del enfoque adultocéntrico sobre los fenómenos de juventudes, estructuró un accionar institucional cuyo objeto, la juventud era un sujeto pasivo y receptor de acciones” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013: 4).

“Según el último censo (CVP 2010), en Quito existe 711.368 jóvenes de entre 14 y 29 años. El mayor porcentaje (36,11%) se encuentra entre 19 y 24 años. La mayor cantidad de jóvenes del DMQ se encuentran en la Administración Eloy Alfaro, por eso los programas deben priorizar este sector” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013: 7).

### **3.2. El programa emblemático Jóvenes Q**

El programa emblemático Jóvenes Q fue creado en el mes de marzo del año 2012 con el objetivo de fortalecer la capacidad de ejecución de las y los jóvenes como actores estratégicos de desarrollo, desde la diversidad de género, cultura, estética, prácticas e imaginarios; enfatizando en las acciones encaminadas a lograr las mismas oportunidades de aquellos jóvenes que se encuentran en situación de vulnerabilidad, busca además apoyar los emprendimientos juveniles y las iniciativas artísticas y culturales que se generan en el DMQ, concibiendo una cultura de respeto a la diversidad.

Como parte del programa emblemático Jóvenes Q figura la construcción de la Escuela de formación de Comunicadores Populares, la misma que trabaja en el territorio del DMQ, dividida en las ocho Administraciones Zonales. En el año pasado, los y las

jóvenes participaron de un proceso de formación llevado a cabo por CIESAPAL; con quienes se trabajó un proceso formativo en producción radiofónica y fotográfica.

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, sensible frente a las necesidades de intervención y empoderamiento del espacio público, plantea el montaje de una estrategia de comunicación popular conjunta de todos los grupos de Comunicadores Populares de las ocho Administraciones Zonales.

En el año 2013, continuando con lo planificado previamente dentro del espectro comunicacional del programa Emblemático Jóvenes Q, se pretende promover y generar espacios de interacción que fomenten la participación de los y las jóvenes en espacios de libre expresión y que generen una propuesta de Ciudadanía Activa.

Con el fin de reconocer el esfuerzo de los y las jóvenes al formar parte activa y propositiva en la formación de la imagen comunicacional del programa Jóvenes Q, es indispensable dotar y garantizar, que los y las jóvenes puedan acceder a espacios de socialización del material recopilado a lo largo del proceso de formación de comunicadores populares.

Esta propuesta presenta una reflexión frente a las narrativas que despiertan el interés juvenil, así como las resignificaciones que se construyen en torno a los diferentes actores, lugares y sectores desde la óptica juvenil. Es también una manera de generar debate y crítica y la realización de eventos sobre la educación en el arte y la cultura diversa que son prioridad desde la narrativa joven.

Por tanto, es importantes conocer la situación de estos grupos de Comunicadores Populares para potenciar y fortalecer las actividades emprendidas desde cada una de las zonas.

Jóvenes Q organiza su trabajo en 3 componentes:

**Tabla 1 Componentes Jóvenes Q**

| <b>Componente</b>  | <b>Actividad</b>                           | <b>Descripción</b>   |
|--|--|--|
| <b>Ciudadanía activa</b>   | Escuelas de formación ciudadana de Jóvenes | Procesos de formación de jóvenes en cada AZ.   |
|  | Colonias y campamentos vacacionales        | <p><b>Colonias vacacionales:</b><br/>Cada administración recibe jóvenes voluntarios para campamentos con niños. Cada campamento en las zonales tiene su lógica para operatividad.</p> <p><b>Campamentos vacacionales:</b><br/>Encuentros con los jóvenes monitores de las colonias durante 2 fines de semana</p> |
| <b>Sensibilización y acción juvenil frente al cambio climático</b> | Reforestación                              | Fortalecer los corredores verdes y reforestar a lo largo del DMQ   |
|  | Voluntariado verde                         | Articular a jóvenes que por iniciativa individual o a través de organizaciones, colectivos u otros niveles de participación, deseen aportar en acciones o actividades ambientales  |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Salud sexual y reproductiva con énfasis en prevención de embarazo adolescente</b> | Participación y actoría juvenil   | Promoción de la participación de adolescentes, jóvenes y actores de la sociedad civil (mesas temáticas, hojas de ruta territoriales, iniciativas de colectivos juveniles)<br><br>Fortalecimiento de liderazgos y vocerías juveniles; y formación comunitaria en derechos, SS y SR en AZ/CDC. |
|  | Acceso a servicios de salud sexual y reproductiva de calidad en las UMS | Implementación de atención amigable en SSR para adolescentes, en las UMS y sus redes de primer nivel<br><br>Acceso a métodos de anticoncepción - MAC en el espacio público (dispensadores)   |

**Nota:** estos son los ejes bajo los que las diferentes actividades de Jóvenes Q se enmarcan.

La pertinencia de un eje comunicacional construido de manera participativa, aportará positivamente a procesos de socialización requeridos en el Programa Jóvenes Q; indiscutiblemente la difusión de actividades, estrategias, líneas conceptuales y de acción, reforzará y motivarán la participación de los y las jóvenes de Distrito Metropolitano de Quito.

### **3.3 Comunicación popular participativa desde la educomunicación, la base formativa de Jóvenes Q**

La concepción de educación popular, según Paulo Freire, contribuye elementos y definiciones muy importantes a la construcción de la comunicación popular; se evidencia, en primera instancia, que las transformaciones sociales tienen que ver directamente con los sujetos oprimidos, ellos por su experiencia de vida, aportan a la formulación de nuevos conocimientos, su visión de la realidad contribuye a la formulación de una reforma donde se integre a grupos históricamente oprimidos, dando un salto teórico práctico, necesario y de gran riqueza para la construcción de un modelo que vincule lo macro y lo micro, lo objetivo y subjetivo, generando abstracciones más cercanas al mundo concreto, así también entendiendo la acción política y su relación con lo educativo.

Así, la comunicación popular pretende ser una propuesta que permite ver la comunicación desde una perspectiva distinta, que se desarrolla mediante una praxis comunicacional teórica y práctica, diversa y que se modifica según el contexto histórico en que se realiza. Plantea la complementariedad en los procesos comunicativos y educativos.

Surgieron así dos peligrosos equívocos. El primero que identifica la comunicación popular con el espacio local, excluyendo al pueblo de su responsabilidad para con la sociedad, en términos de la lucha pública y de la formación de una opinión política popular. El segundo que identifica la cultura y la comunicación popular reñida con la masiva, vírgenes del contagio comercial. Allí no estaría lo popular. Se ignoran así ingenuamente, los recorridos de la formación de la cultura, de masas en el país, que se forjaron en este siglo y ya tienen décadas de funcionamiento, comprometiendo en ellas los gustos y placeres de los pueblos y sus

necesidades de representación cultural más vital y cotidiana (Alfaro, 1988: 23).

La primera corriente a la que se le puede llamar comunicación popular, alternativa y comunitaria<sup>5</sup>, está constituida por iniciativas populares y orgánicas a los movimientos sociales. Estas experiencias son denominadas con frecuencia como comunicación participativa, dialógica, educativa, horizontal, comunitaria o radical. Se trata de una comunicación que proviene de segmentos poblacionales subalternos. Mediante la interacción se pretende recuperar el significado de un grupo social, su memoria histórica y rescatar la oralidad de la vida cotidiana y de la realidad que los rodea.

Dos paradigmas se esbozan así, el político y el educativo popular. Que si bien su origen viene del modo de entender la lucha social, o mejor dicho de las estrategias del cambio que nuestras sociedades requieren, se han trasladado y desarrollado específicamente hacia el campo comunicativo. Aunque sus matrices más remotas se insertan en las pugnas entre ilustrados y románticos adquieren un rostro particular en la complejidad política y cultural latinoamericana, a raíz de los nuevos y contradictorios actores sociales, quienes desquiciaron los viejos esquemas de interpretación y acción. Ese salto hacia el ámbito comunicacional, mecánicamente, ocasionó no pocos resbalones, al abandonar su relación con lo social. Porque, curiosa y contradictoriamente es allí donde ambas tendencias se unen, en esa "creencia" de que la participación a suscitar, ahora o después, debe ser estrictamente comunicacional(Alfaro, 1988:4).

De esta manera, los medios de comunicación popular, alternativa y comunitaria son fundaciones comunitarias, que buscan generar cambios sociales, basados en las necesidades e intereses de las comunidades locales, para impulsar la participación democrática y consolidar la cultura regional. Son de servicio público, sin fines de lucro,

---

<sup>5</sup> La comunicación popular, alternativa y comunitaria tienen el mismo enfoque comunicacional.

orientados a difundir información de interés para la comunidad; deben destinar espacios en su programación que aseguren la participación de la comunidad, a través de programación comunitaria que propicie su desarrollo cultural y socioeconómico, el sano esparcimiento y los valores nacionales.

En la misma línea, se promueve una tendencia de enfoque de derechos, democratizando, a partir de la generación de una concepción filosófica basada en la interpretación, comprensión y adaptación de su realidad. De ahí que, es la educación la que favorece la interacción del comunicador popular con el acontecer en su entorno.

Hace énfasis en una educación que valore las capacidades del individuo en la construcción de conocimiento en pro de la sociedad democrática, con el apoyo de un Estado docente, que busca colectivizar la educación, otorgar el derecho de formación social a las comunidades y convertir a las personas en seres pensantes y defensores de la libertad, igualdad y democracia. Se consolida así, la formulación de un poder popular que devuelva la voz a las mayorías.

En la línea de Alfaro, la definición del comunicador como promotor y gestor de relaciones actuantes y vivas, nos permite ahora sí pensar la conexión entre comunicación y vida social. Esa riqueza le proporciona su valor estratégico.

Cuando se hace comunicación se está directamente en las dinámicas y conflictos sociales, en la construcción de las identidades culturales, en las pugnas y las sumisiones políticas con respecto a las culturas hegemónicas, en las relaciones que se establecen y las que se ignoran, en las esperanzas que se fabrican entre los sueños y los placeres "evasivos" del entretenimiento, en las propuestas alternativas que se tejen y se construyen real y simbólicamente(Alfaro, 1988:31).

Es indispensable fomentar la capacidad crítica fundamentada en el conocimiento de la propia realidad, facultando al ser que comunica a intervenir su cotidianidad desde la

práctica comunicativa responsable, comprometida y solidaria para con sus semejantes, pues avoca a la asociación por necesidades comunes.

Las personas entienden, reconocen y se identifican con la realidad para transformarla y adecuarla a las exigencias de sus necesidades. "Cuanto más descubren las masas populares la realidad sobre la cual deben incidir su acción transformadora y crítica, más se supera la pasividad u opresión a la cual han estado sometidas" (Freire, 1969:7).

El humanismo democrático, como eje fundamental tiene a la comunicación, es importante recalcar que la educomunicación es una herramienta para la liberación del pensamiento, pues ya se evidencia la importancia de generar procesos cognitivos a partir de la experiencia comunicacional con un enfoque crítico que logre romper con el esquema clásico de persuasión y consumo de entretenimiento.

Es indispensable entender que el acceso a la información es una herramienta de poder fundamental en el mundo globalizado actual; pues, como ya se manifestó anteriormente, en torno al tema existen grandes grupos y sectores económicos que disputan el monopolio de los medios y el derecho a la información como bien privado.

Las expresiones transformadoras, generadas por jóvenes de sectores populares, nunca son elevadas a un nivel noticioso o mediático, por lo tanto son invisibles.

Desde el planteamiento disfuncionista se manifiesta la necesidad de productores y técnicos que dominen el lenguaje mediático y que se centren en la producción de resultados, por lo que fabricar productos se convierte en su tarea principal, como un eje más de la industria cultural.

Por otro lado "la comunicación supone la existencia de un otro con quien nos relacionamos mediáticamente. Se trata de elaborar productos que sustenten, conlleven y favorezcan una vinculación real y simbólica, donde emisor y perceptor se involucren a partir del diálogo y la intercomunicación, con un destino valorativo y transformador. El

interés se centra en los procesos comunicacionales y educativos que se gestan y no en la calidad intrínseca de lo ofertado, ya sea como contenido o como estética del productor.” (Alfaro, 1988:29).

En 2012 se creó la Red de Jóvenes Comunicadores Populares; CIESPAL los capacitó en talleres de producción audiovisual. Esta iniciativa se orientó a fortalecer liderazgos y vocerías juveniles a través de la formación en contenidos audiovisuales que se difundirán en la plataforma web [www.jovenesq.com](http://www.jovenesq.com)<sup>6</sup> y en las redes sociales.

En torno a estas escuelas giran los siguientes objetivos estratégicos:

- Fortalecer la red de Jóvenes Comunicadores Populares en las Administraciones Zonales del MDMQ.
- Alimentar la plataforma web [www.jovenesq.com](http://www.jovenesq.com) con contenidos audiovisuales que permitan la difusión de las propuestas juveniles locales.
- Crear unidades de producción audiovisual en al menos 4 zonas: sur, centro, valles y norte, que permitan la sostenibilidad de los grupos capacitados.

Para el cumplimiento de los mismos se determina una metodología basada en el intercambio de saberes desde las realidades de los jóvenes participantes:

- A través del diálogo de saberes se establece el intercambio y adaptación del conocimiento de comunicación de las y los jóvenes con la propuesta de los facilitadores.
- Planificación reflexiva, creativa y adaptada a realidades propias.
- Evaluación y sistematización de tareas: conocer debilidades y fortalezas del proceso.
- Formación con énfasis en lo cotidiano, desde el hacer colectivo a lo individual y viceversa.
- Ejercicios de trabajo en equipo.
- Coherencia político - técnica con prácticas comunitarias.

---

<sup>6</sup> Página web revisada el 18 de octubre de 2014

En este sentido se plantean las siguientes actividades:

- Los talleres de formación audiovisual se realizaron con el siguiente esquema zonal:
  - Zona Sur (Quitumbe y Eloy Alfaro)
  - Zona Centro (Manuela Sáenz y Eugenio Espejo)
  - Zona Valles ( Los Chillos y Tumbaco)
  - Zona Norte (Calderón y la Delicia)

Cuando se habla de Educomunicación, en el contexto de Jóvenes Q, se entiende a esta como la comunicación que va ligada a la educación, rompe con los esquemas tradicionales de producir y difundir ideas, pensamientos, conocimientos e información. La Educomunicación podría definirse como una educación con/para/en la comunicación.

En general “entendemos por educación no formal el conjunto de procesos, medios e instituciones específicas diferenciadamente diseñados en función de explícitos objetivos de formación o de instrucción, que no están directamente dirigidos a la provisión de los grados propios del sistema educativo reglado” (Sala, 2009: 19).

El proceso educativo acontece indiferenciada y subordinadamente a otros procesos sociales, cuando aquel está inmiscuido inseparablemente en otras realidades culturales, cuando no surge como algo distinto y predominante en el curso general de la acción en que transcurre tal proceso, cuando es inmanente a otro cometido, cuando carece de un contorno nítido, cuando tiene lugar de manera difusa que es otra denominación de la educación informal (Sala, 2009: 19).

El proceso educativo es un proceso de comunicación, de la eficacia de esta última dependen los resultados del primero.

Por tal razón, "sólo en la educación puede nacer la verdadera sociedad humana y ningún hombre vive al margen de ella. Por consiguiente, la opción se da entre una

educación para la domesticación alienada y una educación para la libertad. Educación para el hombre-objeto o educación para el hombre-sujeto” (Freire, 1969: 1).

La educación debe ser praxis, reflexión y acción del hombre con el mundo para transformarlo.

Por medio de la Educomunicación es posible promover la educación liberadora, aquella que prepara al sujeto para pensar, desarrollar su conciencia, su sentido crítico. Entonces, si la educomunicación pretende ser un instrumento liberador de pensamiento que permite al hombre ser un ente activo dentro de la sociedad, la comunicación popular es un medio para llegar a hacer y fortalecer las transformaciones que las sociedades quieren en sus contextos; los comunicadores populares son los mediadores para lograrlo.

Sin duda, todas las personas pueden comunicarse unas con otras, sin embargo, no todas logran expresar sus ideas con claridad, por lo que es difícil tener una recepción clara de un mensaje. Los comunicadores populares son aquellos que visibilizan las problemáticas y recuperan la oralidad de una comunidad, mediante la participación democrática, en donde todos tienen la opción de la palabra.

Los medios masivos tal como hoy funcionan son negativos no sólo por sus contenidos, sino también por su forma de comunicación. Porque monopolizan la palabra. Porque hablan ellos solos y dejan mudo y sin posibilidad de respuesta y de participación al pueblo. Si se hace lo mismo en los medios populares, se seguirá reproduciendo el mismo estilo vertical y autoritario de comunicación (Kaplún, 1985:8).

En este sentido generar herramientas comunicacionales, que estén al servicio de los y la jóvenes es un elemento que aportará a fortalecer procesos locales que permitan poner en común el ejercicio de derechos.

De esta manera, “los sectores populares no quieren seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados. Pasar a ser interlocutores. Junto a la *comunicación* de los grandes medios, concentrada en manos de unos pocos grupos de poder, comienza a abrirse paso una comunicación de base; una comunicación popular, comunitaria, democrática” (Kaplún, 1985: 4).

Para Kaplún existen dos formas de comunicar:

**Tabla 2 Formas de comunicar**

| <b>Comunicación Dominadora</b> | <b>Comunicación Crítica</b> |
|--------------------------------|-----------------------------|
| Monólogo                       | Diálogo                     |
| Poder                          | Comunidad                   |
| Vertical                       | Horizontal                  |
| Unidireccional                 | Doble vía                   |
| Monopolizada                   | Participativa               |
| Concentrada en minorías        | Al servicio de las mayorías |

**Nota:** formas de comunicación según Kaplún

El joven comunicador popular debe entender que realiza una comunicación no para la gente, sino con la gente, que se constituye como una herramienta transformadora de la realidad. El comunicador popular es sujeto de mediación y de difusión de la democracia.

La metodología participativa es una forma de concebir y abordar los procesos de construcción del conocimiento que concibe a los involucrados/as como agentes activos más que como perceptores de información.

El consultor/a (capacitador) parte del conocimiento de los y las jóvenes del DMQ que

conocen la realidad de sus zonas y por tanto las demandas de las mismas. El consultor generará grupos focales lúdicos e interactivos donde se promueve el diálogo de los y las participantes fomentando la conciencia grupal y generando una apropiación sistemática del proceso de creación de una red de voluntariado joven para el DMQ.

El consultor/a (capacitador) generará un cuestionario experto que permita recabar, de los grupos focales, información sobre qué características debe tener el voluntariado juvenil para garantizar el interés, la participación y la permanencia de los y las jóvenes que participan del programa de formación de jóvenes comunicadores populares de Jóvenes Q.

#### **34. Producción audiovisual desde Jóvenes Q**

Se propone como marco conceptual una perspectiva que enfatice la dimensión constructora de la realidad social, desde las propuestas teórico-metodológicas de aquellos marcos a los que se denomina *estructuracionistas* o *teorías de las prácticas*. Lo anterior implica partir de algunas premisas generales. Por un lado, se considera que la ciudad es en sí misma un constructo social, cambiante y contingente. Por otro lado, los sujetos que *construyen* la ciudad cotidianamente, - no solo habitan ni sólo interactúan en ella-, no se orientan únicamente por referentes de racionalidad instrumental, lo que vuelve imprescindible considerar (Reyes Aguinaga, 2012:12).

Hacia 1970, la crisis de la *idea de ciudad moderna* se junta con la crisis social real de este periodo, lo que da lugar a la explosión de una serie de términos que tratan de dar cuenta de estos procesos en términos urbano-territoriales: *deslocalización industrial*, proliferación de *periferias internas*, *obsolescencia de infraestructuras públicas globales*, entre otras; esta línea de reflexión ha dado paso a las versiones *pesimistas* de la

década de los 80s sobre la *disolución de la ciudad*, que enfatizan en sus situaciones caóticas, en sus desórdenes y violencias, pero que a la vez desencadenan reactivamente reflexiones y acciones políticas relacionadas con el *relanzamiento del espacio público de la ciudad* (Reyes Aguinaga, 2012:15).

Siendo Jóvenes Q un programa emblemático del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, es indispensable fomentar procesos de participación en la formulación de sus discursos, desde perspectivas inclusivas y sustentadas en la visión del Buen Vivir.

Investigar la ciudad y las culturas urbanas, en sus procesos y dinámicas, así como en la diversidad de sus actores y conflictos, implica partir de una aproximación teórico-conceptual sobre las características genéricas y la historicidad más amplia de los espacios urbanos; a la vez que el esclarecimiento de las características más particulares que tienen las ciudades latinoamericanas y más particularmente las ecuatorianas dentro de los procesos de acumulación capitalista y las transformaciones socio-económicas y culturales que esos conllevan (Reyes Aguinaga, 2012:20).

En el material audiovisual de Jóvenes Q en palabras de Alfaro, tiene sentido la participación popular en los procesos de producción. No es sólo por nuestra generosidad, sino porque de esa manera se preparan a crecer en el ámbito nacional y a fortalecer la vida de la organización popular. Gradualmente aprenderán a dominar el proceso de construir su palabra, de configurar el relato, de manejar y recrear los lenguajes, de saber dirigirse a otros y generar una opinión popular, de vincularse entre los diversos sujetos populares.

Se generan diferentes elementos que consolidan relaciones y apreciaciones en el proceso mismo de recolección de información, que produce la interacción de sujetos jóvenes que participan en diferentes espacios creados por la comunidad, así como de los diversos grupos que las culturas juveniles y la sociedad.

A partir de los procesos formativos se plantea la posibilidad de generar un grupo de jóvenes capaces de producir materiales audiovisuales, con contenidos desarrollados por ellos mismos, con el objetivo de formular una estética propia del joven quiteño, no solo nacido en Quito, sino residente, pues por ser la capital del Ecuador, muchos jóvenes migran a la ciudad, ya sea por temas laborales, familiares o por cuestiones de estudio; además es común que los y las jóvenes de otras provincias estén interesados en asistir a una universidad en la capital.

La actitud y el proyecto educativo es un compromiso y una creencia activa en la capacidad de transformación del sujeto popular, más que en la brillantez o eficacia de nuestros métodos, aunque también son gravitantes. Se desarrolla en las acciones de acompañamiento de la vida cotidiana y de las múltiples actividades de las organizaciones, los talleres o eventos que se programen con ese fin, constituyen momentos del proceso, construido con los propios destinatarios. (Alfaro, 1988:47).

Asumiendo el hecho de que la expresividad popular se reprime, la palabra popular no tiene una valoración positiva, pues está relacionada históricamente de manera estratégica a una concepción vulgar del término; la idea es trabajar sobre este concepto con los y las jóvenes, con la finalidad de deconstruirlo y revalorizarlo.

Vinculando así, la creación popular a una acción política representada en la producción audiovisual, pero que para su realización y formulación deberá provenir de una perspectiva política y de concepción de lo joven, desde la cultura popular y deberá estar enraizada en la vida cotidiana.

Mediante la interiorización subjetiva y las dinámicas de socialización, va construyendo sueños, opiniones, críticas y goces diversos, sólo y juntamente con *otros*, considerados como *suyos*. Así se orienta y ubica en la vida social, se involucra en el proceso comunicacional, iniciado por los productores de los medios (Alfaro, 1988:44).

Este nivel de producción audiovisual está orientado hacia la descripción y análisis de un ahora, pero nos ayuda a transformar el después, se trata entonces de aportar a la construcción de un sentido democrático y de participación que favorece a las vinculaciones y respetos y que además, pretende promover el saberse escuchar, el saberse contar.

Es necesario que en la construcción de productos comunicacionales se conozca al destinatario, en este caso joven, desde su individualidad social, su vida cotidiana, sus demandas y deseos comunicativos, sus conflictos afectivos y familiares, para evidenciar sus historias y necesidades sociales, y de la misma manera, sus modos de expresar y contar; por ende también su nivel de encuentro con sus semejantes.

En este sentido, se aporta a la construcción de instancias orgánicas de la comunicación, a manera de centros de prensa, diseñando constantemente nuevas formas de procesar la voluntad política para fomentar el encuentro comunitario.

La recreación constante del entusiasmo y la mística interna unida a la organicidad son las nuevas pertinencias de la comunicación popular al interior de las organizaciones, donde se van haciendo los nuevos protagonistas políticos de nuestras sociedades tan complejas y tan marcadas por la injusticia y la violencia(Alfaro, 1988:41)

## **CAPÍTULO 4. REALIZACIÓN AUDIOVISUAL DEL DOCUMENTAL: MEMORIA SOCIAL DEL PROYECTO COMUNICADORES POPULARES DEL PROGRAMA EMBLEMÁTICO JÓVENES Q DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

El Municipio de Distrito Metropolitano de Quito, desde la Secretaría de Inclusión Social, en el marco del programa Emblemático Jóvenes Q, diseña un proyecto de capacitación en torno a temas comunicacionales para los y las jóvenes del Distrito, distribuido en las Administraciones Zonales con la finalidad de generar espacios para la comunicación popular y la participación de los y las jóvenes.

A partir de esta propuesta, se generó un documento audiovisual, que permite sistematizar la experiencia vivida por los y las jóvenes y también apoyar a la formulación de un material que sirva como difusor del trabajo y la experiencia del proceso de formación de los comunicadores populares.

### **4.1 Registrar el proceso formativo de los comunicadores populares de Jóvenes Q**

La iniciativa orientada a ofrecer una serie de talleres en temáticas comunicacionales como: audiovisual, redes sociales e investigación, está dirigida a los y las jóvenes quienes recibirán herramientas para reproducir la realidad en la que viven a través de productos comunicacionales, producidos en el Distrito Metropolitano de Quito. De esta manera se pretende generar más espacios de diálogo, participación, para incidir en el mejoramiento de cada barrio.

Esta propuesta se enmarca en el programa Jóvenes Q, pues fortalecer los canales de comunicación popular que se llevan a cabo en el programa Jóvenes Q, proyectándose a formar una red de comunicadores del Distrito Metropolitano de Quito.

El espacio formativo tiene por objetivo, capacitar a los y las jóvenes de las Administraciones Zonales brindando herramientas comunicacionales.

**Título: Comunicadores populares AZ Valles 2013**



**Figura 1 Fuente Jóvenes Q**

Con la propuesta latente en torno a definir en cada barrio, jóvenes que desarrollen actividades comunicacionales sobre temas y acontecimientos de interés juvenil. Entendiendo que el sentido de la comunicación, no está ligada únicamente al tema mediático y aprovechando las nuevas tecnologías.

Conformar un grupo que registre y edite material audiovisual con el fin de producir cortos, pastillas de audio, que transmitan experiencias, inquietudes y puntos de vista de los jóvenes, además de ser los que elaboren las noticias para la página web y revista jóvenes Q, desde espacios locales.

**Título: Comunicadores populares Centro 2013**



**Figura 2 Fuente Jóvenes Q**

Los jóvenes comunicadores populares son 35, de entre 15 años y 25 años, de las Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito, quienes reciben capacitación.

Se evidencia entonces la necesidad de generar una memoria audiovisual, que recopile el proceso formativo de los y las jóvenes. Desde la perspectiva de romper con el abordaje adultocéntrico, se busca, a través del diálogo de saberes, establecer el intercambio y adaptación del conocimiento de comunicación de las/os jóvenes con la propuesta de los facilitadores.

Así, a partir de la implementación de la planificación reflexiva, creativa y adaptada a nuestras realidades, se pretende generar un proceso de aprendizaje que refuerce interés desde los jóvenes en actividades de índole comunicacional.

Jóvenes de los barrios de la zona interesados por las actividades que se desarrollan en su sector realizarán materiales comunicacionales que se difundirán en la página web y revista Jóvenes Q.

El rol de las familias de los participantes de los talleres es validar y facilitar una autorización escrita en el caso de que sean menores de edad, ya que emplean su tiempo libre en actividades para su formación profesional y humana.

En talleres de cuatro sesiones intensivas, los jóvenes que participan en procesos de comunicación recibirán dos talleres teóricos y dos prácticos durante un mes.

#### **4.2 Metodología, de la intervención a la memoria**

El curso se desarrolla a través de la propuesta de temas elegidos por el facilitador, para su posterior abordaje siguiendo el cronograma establecido. Se envían lecturas para reforzar el taller.

En este sentido, se realiza el acompañamiento en cada espacio propuesto por el proceso de capacitación, capturando momentos de trascendencia que permitan contar la historia de estos jóvenes y de este proceso.

El objetivo es que los jóvenes se acerquen a este campo a través de su relación de vida cotidiana con el quehacer diario de la comunidad, den a relucir sus imaginarios juveniles para combinar con elementos estéticos- técnicos de luz, encuadre y composición y así obtener a través de imágenes hechos cotidianos de los rostros de la realidad que no se ven en los mass-media.

Es importante encontrar momentos adecuados para recabar información y recopilar material para la construcción de la memoria audiovisual, pues una interrupción abrupta o de índole invasiva, generará una distorsión en el propio proceso de los y las jóvenes que participen en los talleres.

Se trabaja la convocatoria de los/las jóvenes desde cada Administración Zonal, gestión realizada por el técnico de juventudes de cada Administración. Para lo que se considera los siguientes criterios:

- Jóvenes que estén participando de manera activa en los procesos organizativos que se desarrollan desde las Administraciones Zonales y jóvenes que tienen un nivel medio de vinculación con la comunidad
- También se trabaja desde el enfoque de equidad de género entre los/las jóvenes participantes, procurando que jóvenes de ambos sexos se vinculen a esta actividad en un espacio de dialogo en igualdad de derechos.
- Otra consideración importante es vincular a jóvenes cuyas edades oscilen entre los 15 años en adelante.
- **Zona Sur** (Administración Quitumbe y Administración Eloy Alfaro)
- **Zona centro Norte** (Administración Eugenio Espejo y Manuela Sáenz)
- **Zona Norte** (Administración La Delicia y Administración Calderón)
- **Zona Valles** (Los Chillos y Tumbaco)

Se realiza el acompañamiento con la finalidad de capturar en video momentos, elementos y entrevistas, que permitan contar la experiencia de los y las jóvenes comunicadores populares.

Resulta indispensable, socializar con los y las jóvenes participantes del taller la intención del material a recopilarse, pues a más de contar con la facilidad de acudir a estos espacios, es importante no dejar de lado la aceptación de los participantes para construir la memoria social.

**Título: Comunicadores populares Centro 2013**



**Figura 3 Fuente Jóvenes Q**

### 4.3 Fases de producción documental

**Título: Comunicadores populares Centro 2013**



**Figura 4 Fuente Jóvenes Q**

La realización de un documental cuenta con tres fases principales, la primera de estas es la preproducción; en un principio, los jóvenes comunicadores populares formularán ideas en torno a las realidades que buscan contar, lo que tendrán que resolver es cómo representar dicha realidad.

Lo primero que se debe tomar en cuenta es el aspecto técnico, que hace referencia a la captación de las imágenes. Una vez resuelta por el desarrollo tecnológico de los soportes de la imagen y las cámaras de captación la posibilidad de registrar la realidad natural con todos sus valores perceptibles, el primer problema que se plantea el cineasta ante el hecho del registro de la observación es el de las condiciones y características de la realidad, del universo que se va a observar, y la

necesidad de disponer de los medios técnicos necesarios para que ese universo pueda ser captado y registrado por las máquinas cinematográficas (Barroso, 2009:94).

**Título: Comunicadores populares Valles 2013**



**Figura 5 Fuente Jóvenes Q**

Otro punto importante es el aspecto humano del registro de la realidad. Un comunicador popular, por más que persiga la objetividad no podrá deslindarse de su condición de ser humano; sus intereses, ideología, condicionamientos atraviesan cada aspecto de su realidad y sus acciones estarán ligadas a su subjetividad. Por consiguiente, el proceso de realización del documental, tanto en el montaje como en la edición y difusión, será el resultado de su discurso intersubjetivo. La realidad en la realización de un producto audiovisual es interpretada y mostrada bajo las pautas culturales e intelectuales de su realizador.

No es concebible observación alguna sin que lo observado no se modifique o altere como consecuencia de la mera observación, y más cuando esa observación, como es el caso de la filmación documental, conlleva la irrupción de elementos ajenos y artificiales (...). La realidad es un constructo humano, individual y subjetivo, y el filme documental (...) es un discurso fruto de una voluntad enunciativa, de naturaleza subjetiva y, por consiguiente, la actitud adoptada por el cineasta frente a

la realidad y el modo y el procedimiento de llevar a cabo dicha observación-filmación se ha convertido en la actualidad en algo tan relevante como el resultado de la propia observación (Barroso, 2009:96).

Por tanto el comunicador popular, consciente de su intervención en la realidad observada, seleccionará, a su parecer, las imágenes más apropiadas para la representación más acertada de la realidad que desea mostrar.

En la fase de preproducción el comunicador elegirá, también, el lenguaje audiovisual y el tratamiento que le dará a la realidad que busca representar. La base de formación de los comunicadores populares contempla aspectos que tiene que ver con el desarrollo de los modos y formas de representación necesarios para un medio de comunicación, en este caso, el lenguaje necesario para que sus ideas sean comprensibles y claras.

Las teorías de planificación y el montaje tuvieron como norte la idea de comunicar y hacerse entender, criterios, normas, reglas y leyes que se fueron incorporando tanto al rodaje como al montaje no tuvieron otro fin que establecer códigos de entendimiento comúnmente aceptados entre el autor, el filme y el espectador, para facilitar la comunicación (Barroso, 2009:123).

**Título: Comunicadores populares Valles 2013**



**Figura 6 Fuente Jóvenes Q**

Con este antecedente, la comunicación popular y alternativa, maneja un lenguaje coloquial y propio de los jóvenes. No solo para que sea entendido por los ciudadanos en general, a quienes se dirigen sus productos audiovisuales, sino también para reivindicar e implantar sus modos propios de expresión, para de esta manera romper códigos impuestos desde la academia y desde la visión adultocéntrica.

La segunda fase es la de producción, esta incluye acciones como el registro de las imágenes de la realidad. El comunicador, seleccionará las imágenes que le parezcan pertinentes; es indispensable recordar que un producto audiovisual no es la realidad en sí, sino una representación de la misma.

Lo que se selecciona de la realidad son fragmentos de espacio y de tiempo, acciones constitutivas de los hechos (...) o de la actividad humana o biológica representada. Es por eso, que el rodaje solo facilita algunas partes de la realidad y la ordenación significativa que se aplica durante el montaje proporciona una interpretación subjetiva (Barroso, 2009, pág. 126).

**Título: Comunicadores populares Valles 2013**



**Figura 7 Fuente Jóvenes Q**

Según Barroso, los elementos de la significación que debe tomar en cuenta un comunicador para plasmar su idea principal en el producto comunicacional, que aporte sentido y garantice la interpretación que le dará el espectador son los siguientes:

- El espacio de la realidad o escenario de la acción
- Los objetos que lo completan, es decir la ambientación
- Los objetos que intervienen en la acción manejados por los personajes
- Los personajes y su apariencia
- La iluminación natural
- El paisaje sonoro, es decir los ruidos y silencios de la escena
- Las palabras pronunciadas, de forma espontánea como parte de los actos humanos o provocados por la interpretación de la cámara y del comunicador
- La música producida por los actos y acciones de los personajes de la realidad representada

Las imágenes que se elegirán para el montaje (tercera fase) del producto audiovisual serán aquellas que el comunicador considere que aportan a la idea que busca transmitir.

La tercera fase es la del montaje y edición, en este momento se intentará dar coherencia a la secuencia de imágenes que el realizador del producto audiovisual seleccionó previamente. En este momento, una vez más intervienen la subjetividad, las intenciones y los patrones culturales del comunicador popular.

Partiendo de que el documental es una representación de la realidad y nada tiene que ver con la ficción, en la fase del montaje se pretende plasmar un sistema de continuidad que genere el mayor realismo posible, es decir, hacer que el montaje sea prácticamente invisible para el espectador.

La voluntad del documental por presentarse como un registro de la realidad con la mínima intervención da pie a que entre las diversas opciones estéticas del montaje, (...) el documental, apela preferentemente

al *sistema de continuidad* (...) cuyo principal cometido es el borrado de las huellas de la escritura cinematográfica: hacer pasar desapercibida la fragmentación de la escena en planos, los cortes o cambios de plano articulados en el montaje, los saltos de imagen como consecuencia de la condensación temporal, el respeto del sentido direccional en las entradas y salidas del cuadro, etc. (Barroso, 2009:257).

El montaje y edición, generalmente son usados como sinónimos, sin embargo tiene dos implicaciones distintas, el montaje hace referencia al proceso intelectual y creativo del comunicador popular, mientras que la edición es el proceso meramente técnico.

**Título: Comunicadores populares Centro 2013**



**Figura 8 Fuente Jóvenes Q**

“El montaje es una opción narrativa y, por consiguiente, confiere lógica y estructura a los planos rodados y, además, confiere expresividad y sentido – significado añadido- en virtud de las relaciones que se establecen en el interior de la secuencia visual” (Barroso, 2009:258).

Es así que en este momento toda la intencionalidad narrativa del comunicador y el sentido añadido se plasman en un montaje, por supuesto, que no siempre seguirá cánones tradicionales puesto que la creatividad juvenil es indispensable en dicho proceso.

Otro aspecto elemental de la fase de montaje y edición es el orden y estructura del guion; una vez que se seleccionaron y cortaron las escenas que se utilizaran en el producto audiovisual, se trata de visionar y encontrar una línea narrativa, la misma línea que se planteó en la primera fase, que es la idealización del proyecto, muchas veces, a partir de la investigación, la historia que se buscaba contar puede verse modificada por varios aspectos, entre ellos, nuevas fuentes o giros inesperados en la captura de las imágenes. A partir de la reflexión, el encuentro con diversas experiencias de vida y el roce directo con la realidad, el comunicador popular precisa.

**Título: Comunicadores populares Centro 2013**



**Figura 9 Fuente Jóvenes Q**

“Encontrar esa línea y que de esa primera idea surja un orden de las escenas; es como volver a reescribir la escaleta del proyecto, pero ahora, con la experiencia del encuentro con la realidad y la evidencia de las imágenes y los testimonios que se ha sido capaz de obtener” (Barroso, 2009: 265).

Además, se tendrán que determinar las transiciones, esto consiste en el cambio de planos que suponen las determinaciones espacio-temporales.

Hay muchas formas y modos diferentes. Los esenciales son: el *corte o cambio*, que es el modo de la continuidad estricta; *el fundido*, de negro o,

a negro, en una dirección provoca un efecto de clausura, de finalización de un periodo o una situación y, al contrario denota inicio, punto de partida, etc.; *el encadenado*, por su efecto de concatenación y sobreimpresión del final de un plano con el inicio del siguiente, genera un fuerte efecto de relación, de vinculación o dependencia; *las cortinillas*, que tienen un efecto separador pero a la vez estableciendo relación. (Barroso, 2009:267).

Sin embargo, los jóvenes imprimirán su creatividad con libertad en cada aspecto del montaje y edición del producto final, pues desde su construcción de discurso, se plantea generar y potenciar categorías diversas que desde su identidad se planteen como ejes temáticos de producción comunicacional.

Todo producto audiovisual debe también tener un ritmo determinado, que aporte a la significación y que provoque interés en el espectador. El ritmo está determinado por los sonidos sincrónicos y la música. El compás musical aportará sentido al carácter físico de la secuencia.

En cuanto a la música, Señala Barroso: si se trata de percibir el ritmo, parece indiscutible que será más fácil que ese ritmo visual llegue precisamente a través de la música (...), uno de los elementos conformadores de la banda sonora.

Al tiempo que se han colocado imágenes, una detrás de otra, se han colocado sus respectivos sonidos directos: ambientes de la escena, diálogos, monólogos. El resultado del primer montaje o corte de la película es ya una secuencia audiovisual, con sus sonidos principales incorporados y sincronizados (Barroso, 2009: 268 - 269).

Desde esta perspectiva, la música juega un rol fundamental en la construcción de la narrativa, por tal razón utilizar una pista técnicamente adecuada es importante, pero desde la construcción discursiva de la narrativa popular, será importante que también responda de manera coherente e incluyente en apoyo a lo que se pretende transmitir.

“El sonido contribuye a incrementar el efecto de la realidad de la imagen, porque es parte integrante de la realidad natural” (Barroso, 2009:289).

De esta manera, el sonido contribuye a las acciones de los personajes que intervienen en el producto comunicacional. El sonido y el silencio pueden explicar, sugerir, reforzar y determinar el sentido de una imagen.

## CONCLUSIONES

La producción audiovisual, cobra gran fuerza a partir de la implementación de nuevas tecnologías vinculadas al quehacer comunicacional. Desde el hecho de contar con equipos de filmación que están, cada vez más, al alcance de la población joven, hasta la posibilidad que generan plataformas virtuales como *Youtube*; sin dejar de lado el rol de las redes sociales que potencian la difusión de productos, ideas e información, que no necesariamente está vinculada a voces oficiales y medios de comunicación tradicionales.

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, busca generar un proceso formativo para jóvenes comunicadores populares, buscando fortalecer la imagen del Programa Emblemático Jóvenes Q, pues este equipo aporta a la difusión de espacios para los y las jóvenes de la ciudad, sin embargo, el discurso de estos comunicadores populares describe una manifestación sensible y cambiante de identidad, cultura y memoria; los y las participantes terminan siendo los propios voceros de sus historias, contándolas en su propio lenguaje y a sus pares.

Desde el programa emblemático Jóvenes Q, se consolida una concepción de la comunicación como una herramienta que generara una ciudadanía activa, partiendo desde la participación de los y las jóvenes en los diferentes procesos y programas emprendidos. La comunicación y sus implicaciones educativas refuerzan elementos de la cotidianidad y la convivencia de las personas orientadas a generar espacios de convivencia más amigables.

Se construyó un producto comunicacional con sujetos sociales que construyen sus realidades locales, la creación audiovisual que se genera desde Jóvenes Q; exige también, una sensibilización con la realidad de la que se habla, pues entenderla y discutirla son elementos fundamentales en la reflexión que genera la necesidad de narrar historias desde el lenguaje audiovisual.

A partir la generación de prácticas comunicativas que incluyen a poblaciones vulnerables del Distrito Metropolitano de Quito, se ha promovido la participación en el proceso de construcción de políticas públicas a la luz de prácticas y cotidianidades; fomenta además, la responsabilidad de sostener, mantener y mejorar diferentes variables que resultan determinantes para la democracia, así como para el ejercicio políticas públicas desde un enfoque de derechos.

Por otro lado, concluimos que si bien el proceso de capacitación y formación de los comunicadores populares ha rendido sus frutos y los y las jóvenes están trabajando en materiales comunicacionales permanentemente, se requieren de espacios de interacción social que permiten la difusión de estos conocimientos, vivencias y experiencias.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Aldás, E. N. (2009). *El audiovisual y la educación para el desarrollo, Del entretenimiento a la participación*. Valencia: Fundación Mainel.
- Alfaro, R. M. (1988). ¿PARTICIPACIÓN PARA QUÉ? *Diálogos Nro. 22*.
- Arroyo, C. (2013). Escuela Latinoamericana de comunicación y el pensamiento crítico de Antonio Pascuali. *ALAIC*, 3.
- Barroso, J. (2009). *Realización de Documentales y Reportajes*. España: Síntesis.
- Constituyente, A. (2008). *Constitución Política del Ecuador*. Quito: Asamblea Constituyente.
- De la LLave Cuevas, J. (2009). *El Audiovisual y la educación para el desarrollo, Del entretenimiento a la participación*. Valencia: Fundación Meinel.
- Freire, P. (1969). *La Educación como práctica de la libertad*. Chile: Siglo XXI.
- García, J. (2009). *El Audiovisual y la Educación para el desarrollo del entretenimiento a la participación*. Valencia: Fundación Mainel.
- Jelin, E. (2010). *Historia y memoria social*. En libro: Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas. Daniel Mato. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. 2005. pp. 219-239.
- Kaplún, M. (1985). *El Comunicador Popular*. Quito Ecuador: CIESPAL.
- McCall, E. (2011). *Comunicación para el Desarrollo Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Nueva York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

- Montero Díaz, J. (2009). *El Audiovisual y la educación para le desarrollo, Del entretenimiento a la participación*. Valencia: Fundación Mainel.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2013). *Documento Política de Juventudes del DMQ*. Quito: MDMQ.
- Useche, María, (2010) Revista Universitaria de Investigación y Dialogo Académico Vol. 6, Estrategias de formación en la Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria, en Venezuela, CONHISREMI,
- Reyes Aguinaga, H. (2012). *Informe Final de la Consultoría para "Investigación sobre culturas urbanas en el Distrito Metropolitano de Quito"*. Quito.
- Sala, J. E. (2009). *El audiovisual y la educación para el desarrollo del entretenimiento a la participación*. Valencia: Fundación Mainel.