



Facultad de
Comunicación y Documentación

UNIVERSIDAD DE GRANADA

GRADO EN INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

TRABAJO FIN DE GRADO

**Derecho a la Información de la Ciudadanía y Alfabetización
Mediática: Proyecto Chana Press**

Presentado por:

D. Samuel Martín López

Tutores:

D. José Luis Masegosa Requena

D^a Cristina Prieto Sánchez

Curso académico 2015/2016

D./Dña.: José Luis Masegosa Requena y Cristina Prieto Sánchez, tutor/a del trabajo titulado **Derecho a la Información de la Ciudadanía y Alfabetización Mediática: Proyecto Chana Press** realizado por el alumno/a **Samuel Martín López**, INFORMA que dicho trabajo cumple con los requisitos exigidos por el Reglamento sobre Trabajos Fin del Grado en **Información y Documentación** para su defensa.

Granada, 5 de Septiembre de 2016

Fdo.: _____

Por la presente dejo constancia de ser el/la autor/a del trabajo titulado **Derecho a la Información de la Ciudadanía y Alfabetización Mediática: Proyecto Chana Press** que presento para la materia Trabajo Fin de Grado del Grado en **Información y Documentación**, tutorizado por el/la profesor/a **D. José Luis Masegosa Requena y D^a Cristina Prieto Sánchez** durante el curso académico 2015- 2016.

Asumo la originalidad del trabajo y declaro que no he utilizado fuentes (tablas, textos, imágenes, medios audiovisuales, datos y software) sin citar debidamente, quedando la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada exenta de toda obligación al respecto.

Autorizo a la Facultad de Comunicación y Documentación a utilizar este material para ser consultado con fines docentes dado que constituyen ejercicios académicos de uso interno.

05 / 09 / 2016

Fecha

Firma

AGRADECIMIENTOS

A D. José Luis Masegosa Requena y D^a Cristina Prieto Sánchez, por su ayuda a la hora de realizar este trabajo.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	13
2. OBJETIVOS.....	19
3. METODOLOGÍA.....	20
4. DISCUSIÓN.....	22
5. CONCLUSIONES.....	43
BIBLIOGRAFÍA.....	44

RESUMEN

El propósito de este trabajo es determinar el papel desempeñado por la página web comunitaria Chana Press (<http://chanapress.com/>), como elemento de defensa del derecho a la información de la ciudadanía. Además se pretende mostrar su eficacia como instrumento de alfabetización mediática de la población del barrio de La Chana de Granada. Para ello analizaremos todas las fases del proyecto y su funcionamiento a la hora de producir informaciones. Como complemento contamos con las estadísticas de la cuenta de Facebook de Chana Press y una entrevista al Secretario del Sindicato de Periodistas de Andalucía en Granada, cuyo objetivo es completar la información sobre el proyecto al ser esta institución la principal impulsora del proyecto.

Abstract

The purpose of this study is to determine the role played by the Community Chana Press website (<http://chanapress.com/>), as an element of defense of the right to information of the public. Furthermore, it aims to show its effectiveness as an instrument of media literacy of the population in the neighborhood of La Chana of Granada. We will analyze all phases of the project and its operation in producing information. Complementing have statistics Facebook Chana Press and an interview with the Secretary of the Union of Journalists of Andalusia in Granada, which aims to complete the information on the project this institution to be the main promoter of the project.

1.- Introducción

En una era en la que los grandes medios de comunicación se encuentran controlados y son propiedad de los poderes económicos y políticos, la relativa democratización de la información que proporciona el entorno digital es un caldo de cultivo perfecto para la proliferación de iniciativas comunicativas de carácter comunitario. Amparadas en la revolución digital y las posibilidades que proporciona el entorno Web 2.0, permite no sólo a la ciudadanía un mayor y mejor acercamiento a los medios de comunicación, sino que les proporciona las herramientas necesarias para exponer de manera directa su opinión e inquietudes sobre todo lo concerniente a la actualidad informativa.

A la hora de analizar las principales características del derecho a la información y en especial del fenómeno de los medios comunitarios, se antojaba esencial abordar un estudio de caso que integrase las características propias de esta clase de medios de comunicación y que se tratase de un ejemplo no abordado con anterioridad.

Todos estos factores confluyen en Chana Press, iniciativa promovida por el Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA) con el objetivo de mejorar la alfabetización mediática en la población y promocionar un modelo de lectura y acercamiento críticos hacia los medios de información y comunicación. No sólo es una defensa de los factores anteriormente mencionados, sino que además se integra en la línea de la defensa de la libertad de expresión y del derecho a la información (art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el art. 20 de la Constitución Española.).

Lo que hace tan especial a Chana Press, consiste en que no es sólo una iniciativa de medio de comunicación de carácter comunitario, sino que constituye un reflejo de cómo esos medios promovidos por la ciudadanía van de la mano en su importancia creciente con los movimientos políticos y sociales que han convulsionado la escena política en los últimos años. Además supone un caso poco habitual en este tipo de proyectos de medios ubicados en barriadas, los cuales suelen desarrollarse en el ámbito radiofónico. Y es que, la elección de desarrollar esta iniciativa comunicativa en el formato de página web le da un carácter innovador que permite además una expansión de los ejercicios de expresión y participación colectiva derivados de la Web 2.0. A través de su colaboración en el proyecto de la web, los ciudadanos se convierten en prosumidores en su máxima expresión, toda vez que no sólo generan contenido propio, sino que al tener un carácter informativo su poder de difusión es muy superior, además de instantáneo al

encontrarse en internet.

En este caso debemos hacernos una reflexión:

“Pero, ¿cuál es el perfil de prosumidor ideal? Un individuo «productor» de nuevos mensajes que sabe organizar los recursos necesarios para generar un contenido creativo e innovador; «revisor» de los contenidos que recibe y de los que elabora, desde una mirada crítica, reflexiva y plural; debe ser «observador» del proceso de producción y emisión del mensaje y su impacto, teniendo en cuenta las posibles audiencias.”¹

1.1- El Derecho a la Información

Desde un ámbito jurídico, podemos considerar al derecho a la información como la rama del derecho que tiene por objeto el estudio de las normas jurídicas que regulan los alcances y los límites del ejercicio de las libertades de expresión y de información y sus derechos accesorios a través de cualquier medio. Es un principio universal que recoge el derecho que todo ser humano tiene a recabar, procesar y emitir información por cualquier medio a su alcance. En definitiva, se aclara que la información no puede ser tratada como mercancía sino que pertenece a la ciudadanía.

Este derecho no es sólo un valor derivado del propio derecho a la libertad de expresión, sino que constituye un paso decisivo para consolidar una democracia de carácter participativo. De alguna manera, es una forma de entregar una cuota importante de poder a la población, la cual obtiene así la suficiente información para tomar decisiones y poder pedir cuentas a sus gobernantes. Es, por lo tanto, el mejor símbolo de libertad y transparencia en una sociedad moderna, eliminando cualquier barrera entre el conocimiento y la ciudadanía.

Podemos afirmar, por tanto, que el derecho a la información constituye un pilar fundamental del Estado de Derecho, ya que éste garantiza a su vez la libertad de pensamiento. Y es que, en definitiva, como afirma Sanjurjo Rebollo (2009) “el derecho de la información es una disciplina vital, unida a los medios de comunicación audiovisuales, al periodismo, a las nuevas tecnologías, a la publicidad y a los derechos de autor, entre otros temas.”²

1 García-Ruiz, R., Ramírez-García, A. y Rodríguez-Rosell, M. (2014) Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora en *Comunicar* [En línea]. Nº 43. Disponible en: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=43&articulo=43-2014-01>.

² Sanjurjo Rebollo, B. (2009). *Manual de Derecho de la Información*. Madrid: Dykinson, p.61.

1.2 – Los Medios Comunitarios

Derivado del desarrollo de los medios de comunicación, se hizo necesario garantizar el derecho a buscar, recibir e impartir información. Y es que, como dice el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1984) “todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión y de opinión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.³

El concepto de libertad de expresión no es más que la exteriorización de otro derecho fundamental comentado con anterioridad, la libertad de pensamiento, ya que había sido establecido en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789 y 150 años y después se vio ampliado en la Declaración de las Naciones Unidas con el concepto de libertad de información. Se trata de un derecho fundamental que no sólo alcanza a los periodistas o empresarios del mundo de la información, sino a cualquier persona, sea cual sea su condición.

Muchos medios de comunicación han incorporado iniciativas que persiguen asegurar la participación de su público, de manera que resultan más accesibles a su audiencia. Sin embargo, la accesibilidad a la información cobra toda su magnitud en los medios de comunicación comunitarios. No en vano

“ya en los años 80, la Comisión MacBride de la UNESCO promovía los medios gestionados por grupos de ciudadanos como forma de ejercer el derecho a comunicar, esto es, una concepción activa del derecho a la información, a transmitir a los otros la verdad tal y como uno la concibe, según sus aspiraciones, condiciones de vida, etc., el derecho a debatir y a influir en las decisiones que toman los responsables”.⁴

Dentro de esos medios, la forma más habitual que adopta es la radiodifusión, ya que los medios de producción y acceso son económicos, permite un gran alcance y no excluye al público analfabeto. Sin embargo, como veremos en un próximo apartado, la

³ Organización de las Naciones Unidas. (n.d.). *Declaración Universal de los Derechos Humanos* [En línea]. Disponible en: <http://www.un.org/es/documents/udhr/>.

⁴ Reguero, N. (2011) Los medios ciudadanos ante la digitalización en Francia y España. Una aproximación desde el derecho a comunicar en *Eptic: Revista Electronica Internacional de Economia* [En línea]. Vol. 13, nº3. Disponible en: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/307/>.

revolución digital y la era de la Web 2.0 permiten la traslación de ese tipo de medios al entorno de internet. También es importante la drástica reducción del analfabetismo en España hasta su práctica desaparición a excepción de reductos de población muy envejecida. Ya sea a través de blogs o incluso podcasts, que sustituyen o complementan a la radio tradicional, la ciudadanía puede encontrar, previa formación o introducción básica en la tecnología necesaria, un medio de expresión y difusión directo y global.

En términos generales, los medios comunitarios se definen más por su misión que por su magnitud o ubicación. Se asocia habitualmente con una información de ámbito local y una tendencia a la libre circulación de las ideas y opiniones. Su objetivo es educar y entretener por partes iguales, pero ante todo informar y crear un entorno en el cual confluya la transmisión de información con el debate tanto interno como con cualquier otro ciudadano sobre los temas de actualidad tratados. Este tipo de iniciativas acostumbran a ser pequeñas, sustentadas y administradas por la comunidad y mantenidas con cierto apoyo local habitualmente en forma de donaciones y trabajo voluntario. Podemos afirmar pues, que los medios comunitarios están destinados a llenar todos aquellos vacíos informativos que los medios de comunicación convencionales no pueden o desean cubrir por diferentes motivos. No olvidemos además que:

“De alcanzar esta alfabetización mediática e informativa dependen muchos de nuestros derechos y no sólo comunicativos, sino laborales, políticos y cívicos. De esa alfabetización singular depende también hacer avanzar y profundizar en la democracia. Nos estamos refiriendo a esa democracia que exige la conformación de una ciudadanía activa y participativa: basada en un modelo de ciudadano comprometido con la búsqueda de la información real, con la creación de nueva información e implicado en los procesos sociales.”⁵

Como afirma la UNESCO “aunque están destinados a cualquier ciudadano, resulta patente que las mujeres y los jóvenes suelen encontrar en el marco de los medios comunitarios una especie de refugio tanto para expresar sus inquietudes como para ver facilitada su participación directa en los medios”.⁶ Es innegable la dificultad que

⁵ Gavara de Cara, JC. Y Pérez Tornero, JM. (2012). *La alfabetización mediática y la ley general de comunicación audiovisual en España*. Barcelona, UOC, p. 47.

⁶ UNESCO. *La función de los Medios de Comunicación Comunitarios* [En línea]. Disponible en:

encuentran las mujeres para verse incluidas en los procesos de toma de decisiones en la sociedad, al igual que los jóvenes cuya integración e iniciación en los medios de comunicación encuentra numerosas trabas. Podemos decir que, además de cubrir el objetivo de informar libremente, los medios comunitarios pueden contribuir a reflejar situaciones de opresión y discriminación, de manera que la audiencia pueda tener una perspectiva que facilite su elección para superar esas barreras de la mejor forma. Deben proveer de la suficiente información para permitir la participación ilustrada de la población en los procesos democráticos, esenciales en su futuro tanto a nivel local como nacional.

Las nuevas tecnologías proporcionan opciones hasta hoy inéditas para que una parte de la población informe al resto, labor habitualmente ejercida por los periodistas profesionales en exclusividad. En un contexto de crisis como el que vivimos, puede que la única forma de hacer valer los derechos humanos y denunciar sus violaciones y cualquier otro tipo de actividad en contra de la Ley, sea a través de las informaciones de ciudadanos de a pie, libres quizás del yugo que los intereses de los medios pone sobre los periodistas y su libertad de acción. Pueden eludirse de esta manera con mayor facilidad factores como la censura o manipulación de las noticias al producirse una descentralización de la información fuera de los medios estándar y controlables.

Hay que aclarar que la Constitución española reconoce el “derecho de la ciudadanía a recibir una información veraz y plural” (artículo 20), pero ese es un aspecto que desde la época de la Transición sigue sin ser regulado a través de ley alguna. De esta manera no se encuentran regulados los monopolios dentro de la comunicación ni la propia profesión periodística en sí. Es quizás una de las grandes asignaturas pendientes de nuestro país, ya que cualquier democracia que se precie debe poder garantizar una información veraz, plural y ante todo de libre acceso.

1.3 – Los Medios comunitarios y la web 2.0

Internet llega a todos los hogares, está presente en prácticamente cada rincón del planeta. El impacto que tiene pues la web, herramienta principal de internet para el usuario de a pie, es inmenso dentro de la vida diaria:

<http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday2009001/themes/the-role-of-community-media/>.

“La clave de este estado de cosas hay que buscarla en el hecho de que, durante los últimos años del siglo XX y los primeros del XXI, las tecnologías digitales y los nuevos medios se han situado en el epicentro de nuestras vidas: están siendo el factor determinante de nuestro concreto estadio civilizatorio. Son las tecnologías las responsables de haber construido el contexto artificial hipertecnológico en el que los objetos y las personas se han dotado, en su mayoría, de una especie de interface digital. El resultado es que casi todos trabajamos, nos relacionamos en un ambiente mediado y enriquecido digitalmente. De hecho, nuestra existencia parece discurrir dentro de una especie de burbuja digital.”⁷

A pesar de las múltiples posibilidades con respecto a la democratización del acceso a la información que ofrece internet, resulta palpable que no toda la población posee las herramientas cognitivas necesarias tanto para desenvolverse en el entorno web, como para sacarle el máximo partido a las herramientas digitales necesarias para su uso. No en vano no todo son ventajas:

“Probablemente internet – como medio de medios y emblema del desarrollo mediático- no solo ha propiciado beneficios al ser humano, sino que, con la enorme transformación que ha puesto en marcha, ha dado y sigue dando lugar también a mucha profusión informativa, pero también a la ampliación de importantes zonas de confusión y de secreto y a grandes tensiones por el poder que genera.”⁸

Debido a esta revolución de internet los medios de comunicación sufrieron a su vez una reestructuración, en mayor o menor medida, pero en definitiva todos se vieron afectados por los cambios inherentes a la era digital. Un ejemplo de ello es el hecho de que el uso de redes sociales y versiones web de los diarios ha favorecido la inmediatez para recibir noticias independientemente del lugar en que ocurren las 24 horas del día. También la televisión se ayuda de vídeos subidos a internet para reforzar la información e incluso en ocasiones son el único recurso gráfico del que se dispone, ya que lo inesperado de multitud de acontecimientos hacen imposible que sean grabados por cámaras profesionales.

⁷ Pérez Tornero, JM. y Varis, T. (2012). *Alfabetización mediática y nuevo humanismo*. Barcelona, UOC, p.26.

⁸ *Ibíd*em, p. 45 .

Otro medio de comunicación de signo tradicional que se adaptó a las nuevas tecnologías fue la radio. En primer lugar cambiaron las señales analógicas por digitales, lo cual a la postre permitió la difusión de sus transmisiones a través de ordenador. Esto facilita que sean seguidas por un público potencial mayor, ya que al contrario que la radio tradicional puede ser seguida desde cualquier rincón del mundo.

Sin duda alguna, la mayor inmediatez en la difusión de las noticias y la exigencia de un proceso más rápido, no sólo facilitaron el acceso a la información sino que supusieron un reto para los periodistas que tuvieron que replantearse sus metodologías de trabajo. Abrió además la posibilidad de que el ciudadano medio, ajeno de manera directa a los medios de comunicación, pudiese ejercer su derecho no sólo a acceder a la información sino a producirla y difundirla, ya sea a través de blogs o redes sociales. Y es que, aunque ya con la inclusión de secciones de comentarios en los contenidos *online* de los medios de comunicación se facilitaba la participación del usuario, convertirse en prosumidor es un paso definitivo para alcanzar una mayor comprensión y dominio del entorno informativo. La cuestión clave es:

“Dicho de un modo muy sencillo, los derechos comunicativos son reales solo cuando se asientan en determinadas competencias de los ciudadanos, sin ellas, son solo retórica. La cuestión clave es, por tanto, qué capacidades tiene el ciudadano ante un sistema mediático o comunicativo. ¿Puede intervenir en el sistema produciendo mensaje? ¿Puede acceder a la información y seleccionarla según sus deseos e intereses? ¿Puede validarla por sí mismo? ¿Puede, en definitiva, dotarse de una base informativa y cognoscitiva que le permita ser autónomo en sus juicios y decisiones? ¿Puede, en consecuencia, obrar autónomamente?”⁹

2.- Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es analizar el papel que tiene un medio comunitario como *Chana Press* en la defensa del derecho a la información de la ciudadanía. A la par ahondaremos en los entresijos del proyecto de esta página web comunitaria, un ejemplo idóneo de oasis ciudadano informativo.

Debemos pues exponer todo el marco teórico necesario sobre el derecho a la información y este tipo de medios de comunicación, de manera que ejerzan de base y

⁹ Gavara de Cara, JC. y Pérez Tornero, JM. , *La alfabetización mediática y la ley ...*, op. cit. p. 47-48.

ancla de conocimiento sobre el que sustentará el estudio de caso a realizar. En cuanto a dicho estudio de caso, relataremos todos los elementos que dieron lugar a la creación del proyecto, buscando conocer además de primera mano las impresiones de los principales responsables. Es nuestro objetivo también conocer el impacto que tiene la página web y sus redes sociales en el público objetivo, siendo el objetivo secundario realizar una proyección de futuro del medio analizado.

3.- Metodología

A la hora de abordar la cuestión, debemos tener claro que estamos ante un estudio de caso. Eso no solo marcará las diferentes metodologías a emplear, sino la profundidad del tratamiento temático del mismo. A continuación expondremos los diferentes puntos de apoyo que sustentarán la metodología utilizada en este trabajo.

3.1 Análisis de la web Chana Press.com y sus redes sociales

En primer lugar, analizaremos a fondo la página web de Chana Press, proyecto *online* objeto de nuestro estudio, no sólo su contenido y tipología sino su organización y el carácter estético de la propia web, algo esencial debido a la primera impresión que causa en una mayoría de visitantes esporádicos.

Además, será esencial observar el uso y repercusión de las redes sociales vinculadas a la página web, elemento indispensable en la actualidad a la hora de difundir cualquier tipo de contenidos alojados en el entorno web.

3.2 Cuestionarios de valoración relacionados con el proyecto

También contaremos con una serie de cuestionarios de valoración, los cuales nos ayudarán a comprender tanto el nivel de satisfacción de los participantes como su grado de implicación y la profundidad y especialización de sus conocimientos. La realización de estos cuestionarios fue acometida en distintas fases del proyecto, variando con ello no sólo el enfoque de las preguntas, sino las variables de datos que podrán sernos de utilidad.

Por un lado tenemos los cuestionarios realizados de manera previa a su inicio a cada uno de los participantes en los talleres formativos (Redacción periodística, Grabación de Imagen y Edición de Video y Gestión de contenidos de medio digital). El objetivo de

estos primeros cuestionarios era medir la formación y conocimientos iniciales de los participantes sobre cada materia, además de conocer sus expectativas sobre los mismos. Una vez realizados dichos talleres, se procedió a una nueva tanda de cuestionarios de valoración de cara a medir tanto la satisfacción de los participantes como la evolución de sus conocimientos durante la realización del mismo.

Por último y con motivo de la realización de este trabajo, tuvimos la oportunidad de someter a los colaboradores de Chana Press resultantes de los talleres de formación a las preguntas de un cuestionario elaborado por el autor de esta investigación. En esta ocasión se buscó evaluar la satisfacción de los participantes y el cumplimiento de sus expectativas durante los primeros meses de funcionamiento del proyecto, a la vez que se ponía el foco sobre la evolución y conocimientos adquiridos y se formulaban aquellas expectativas y previsiones a título personal de los futuros pasos del proyecto.

3.3 Dinámicas de trabajo de sus colaboradores

Es importante también conocer cuál es el día a día con respecto a Chana Press de sus colaboradores. Para ello entraremos en contacto con sus dinámicas de trabajo, tanto las concernientes a la preparación de cada contenido que será publicado en la web como a las relativas a la difusión de los mismos.

3.4 Identificación de los colectivos implicados en el proyecto

Un elemento esencial en el tipo de proyecto que estamos analizando, de un marcado carácter social, es la identificación y enumeración de los diversos colectivos que lo integran. No en vano el barrio de La Chana tiene una gran variedad de asociaciones y movimientos de carácter social y colectivo integrados en su tejido asociativo.

3.5 Entrevistas semiestructuradas

Por último, también será de utilidad para nuestro objetivo principal la realización del formato de entrevista semiestructurada. El formato algo libre de este tipo de entrevistas nos facilitará mucha más información de la que cualquier otro formato de carácter más rígido hubiese hecho.

4. Discusión

4.1 Antecedentes del Proyecto Chana Press

Tal como se recoge en la entrevista realizada a Francisco Terrón, secretario del Sindicato de Periodistas de Andalucía en Granada (Ver Anexo 2), el derecho a la información de la ciudadanía es un tema que ha preocupado siempre a este sindicato. Más concretamente lo relativo al llamado tercer sector o medios libres, un contexto informativo sin regular en nuestro país. Este tipo de medios de comunicación son aquellos que no pertenecen a ninguna empresa o intereses privados, sino que surgen en el contexto de las entidades ciudadanas. Podríamos afirmar que en el campo radiofónico hay algunos atisbos de iniciativas prometedoras, pero a día de hoy sobreviven con dificultades en materia económica aquellas que se encuentran en activo.

El germen del proyecto fue una convocatoria sobre alfabetización mediática (Orden de la Consejería de Presidencia y Administración Local de la Junta de Andalucía del 16/10/2014), la cual se suele realizar tanto desde el ministerio a nivel estatal como desde cada comunidad autónoma en el ámbito regional. El SPA se planteó iniciar lo que es a día de hoy, hasta donde su conocimiento alcanza, un caso único de ejercicio práctico del derecho a la información de la ciudadanía en el entorno digital. Todo sostenido sobre la idea de que “la necesidad de definir nuevos términos de actuación sobre una sociedad en continuo cambio, híbrida e intercultural es tarea prioritaria para una correcta planificación social”¹⁰.

Se tuvo claro desde el principio pues que la idea era tomar una dirección radicalmente diferente, rompiendo con los antecedentes sobre el campo. Se perseguía pues que la ciudadanía fuese capaz de comprender el funcionamiento del sistema de medios de comunicación, pudiendo *a posteriori* comprender no sólo en qué consisten, sino distinguir entre buena o mala información y detectar las posibles manipulaciones de la misma. Esta incentivación del comportamiento crítico de la audiencia viene acompañada de lo que hace a este proyecto radicalmente diferente a lo realizado hasta

¹⁰ Barranquero Carretero, A. (2007). Concepto, instrumentos y desafíos de la edu-comunicación para el cambio social en *Comunicar* [En línea]. Nº 29, v XV. Disponible en: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=29&articulo=29-2007-19>.

ahora. Nos referimos al hecho de que los receptores de información se conviertan a su vez en emisores de la misma.

Por un lado se produce un periódico digital de carácter ciudadano y por otro, al tener conocimiento veraz sobre el funcionamiento de los medios de comunicación, los vecinos del barrio serán capaces de identificar con mayor precisión aquellos contenidos susceptibles de interesar a los medios de carácter convencional, promoviendo con ello la difusión de la vida y las actividades de su barrio más allá de su entorno cercano. Es de obligación añadir que barrios como la Chana no suelen recibir cobertura informativa, a excepción de algún suceso truculento o eventos de carácter llamativo como manifestaciones ciudadanas. Es por lo tanto mucha la información poco llamativa, pero crucial en el desarrollo y vida cotidiana del barrio, que queda al margen de la agenda mediática de los medios convencionales que centran su atención sobre otro tipo de temas. De este modo Chana Press ejerce también de herramienta de obtención de información sobre el entorno del ciudadano y su posterior difusión cerrando el tándem emisor-productor de información.

El objetivo principal del proyecto Chana Press por tanto es educar a la población con respecto a la información, la comunicación y los medios de comunicación, mientras que el secundario sería la conversión a emisores de la propia información. Naturalmente nunca será equiparable a ejercer la profesión de periodista, algo que requiere de una formación y nivel de profesionalidad alejados de los objetivos de esta iniciativa. Lo que sí se persigue es conseguir que cualquier persona pueda adquirir la capacidad de comunicar y con ello reforzar la idea de la libertad de información para depositarla en manos de la ciudadanía.

4.2 Fases del proyecto e implementación del soporte web

A la hora de exponer las fases del proyecto la distribución sería la siguiente:

1) Fase de diseño.

En esta primera fase se seleccionó el barrio en el que tendría cabida el medio comunitario. Se barajaron varias opciones, quedando la disputa final entre el Zaidín y la Chana. Aunque ambos son barrios idóneos para una iniciativa de estas características en

la ciudad de Granada, la balanza se acabó inclinando hacia la Chana. Los principales motivos fueron que se trata de un barrio muy activo, con un tejido social muy comprometido y con gran cantidad de asociaciones. Precisamente ese último factor es el que nos lleva a la siguiente fase.

2) Identificación de colectivos.

Esta etapa conllevó no solo identificar los diferentes colectivos presentes en el barrio, sino contactarlos y comprobar el posible nivel de implicación de los mismos en el proyecto. El grado de aceptación de la idea entre las diferentes asociaciones fue muy alto, algo que impulsó de manera crucial las expectativas de sus responsables.

Primero debemos pues enumerar todos los colectivos y asociaciones del barrio de La Chana que fueron contactadas para el proyecto:

- *Asociación de Vecinos Bobadilla
- *Asociación de Vecinos Chana, Encina y Angustias
- Asociación de Vecinos Jardines Puerta Elvira
- Asociación de Vecinos Cerrillo de Maracena
- Asociación de Vecinos Albayda
- *Asociación Grupo Motor de Mujeres de la Chana
- *Asociación de Mayores Chaboce
- *Asociación Santo Domingo de Guzmán
- *Asociación de Comerciantes de la Chana
- *Unión Deportiva Estrellas Chana
- *Asociación para el Tratamiento del Daño Cerebral Adquirido (AGREDACE)
- *Asamblea de Mujeres La Terrona (Cerrillo de Maracena)
- AMPA del Colegio Virgen de la Consolación
- Equipo Directivo del Colegio Ciudad de los Niños
- Equipo Directivo del IES Francisco Ayala
- Equipo Directivo del colegio Eugenia de Montijo
- Equipo Directivo del colegio San Juan de Dios
- Equipo Directivo del Colegio Cerrillo de Maracena
- *AMPA del IES Francisco Ayala
- *AMPA Trébol del IES Juan XXIII
- *AMPA La Brújula del Colegio Santa Juliana

- AMPA del Colegio Eugenia de Montijo
- AMPA del IES Severo Ochoa
- *Centro de Día de Mayores de la Chana

Con todas estas asociaciones se contactó y todas las que tienen un asterisco estuvieron representadas en algunas de las reuniones de presentación del proyecto en la Chana. Como se puede apreciar, está incluido el Cerrillo de Maracena y la zona de Albayda (alrededores de la Diputación) porque el proyecto Chana Press se presentó para todo el distrito Chana y tanto el Cerrillo como la zona de Albayda están incluidas en este distrito, según la distribución del Ayuntamiento de Granada.

Las reuniones de coordinación y los Encuentros Chana Press se realizan en el Centro Cívico de la Chana, auténtico motor de la vida asociativa del barrio. Sin la complicidad de su dirección y la ayuda prestada, hubiera sido imposible desarrollar el proyecto al carecer de un lugar físico para las reuniones y los cursos. Lo mismo ocurrió con el Centro Guadalinfo, cuya responsable facilitó sus instalaciones para el curso de vídeo y continúa aportando todo tipo de información sobre las actividades del Centro Guadalinfo, lo que permite realizar informaciones sobre algunas de ellas para la web.

A continuación una muestra de las asociaciones presentes en el barrio de la Chana y que colaboran con el proyecto:

- Asociación de vecinos Encina, Chana y Angustias
- Asociación de vecinos Bobadilla
- AMPA Trébol
- AMPA La Brújula
- Asociación de Mayores Chaboce
- Asociación de Mujeres Grupo Motor

Hay otros colaboradores que son usuarios del Centro Guadalinfo de la Chana. Otros colaboradores son del barrio pero no pertenecen a ninguna asociación y hay que destacar dentro de ellos al grupo de profesores del IES Severo Ochoa que participa también en Chana Press. Esto último es muy importante porque el barrio se ha

convertido en una comunidad de aprendizaje (esta es una nueva tendencia en educación que busca integrar en el proceso educativo a todos sus miembros: padres, profesores y alumnos).

3) Talleres de formación.

El siguiente paso fue la realización de los talleres de formación, destinados en primer lugar a potenciar la alfabetización mediática de los ciudadanos de la zona y que tenían como objetivo opcional para los participantes su involucración posterior en el proyecto Chana Press. La mecánica de funcionamiento de los cursos consistió en la propuesta de tres tipos de formaciones, dirigidas a la alfabetización mediática de aquellas personas interesadas en acercarse a los medios de comunicación y conocer las rutinas de sus profesionales:

- Redacción periodística.

Dentro de los contenidos de este taller, se perseguía familiarizar a los participantes tanto con los principales géneros periodísticos como con el funcionamiento de los medios de comunicación, haciendo especial hincapié en la elaboración de los contenidos informativos. Además, se hizo una introducción al papel de la ciudadanía con respecto a los medios de comunicación, no sólo como consumidores de la misma sino a nivel de productores de contenidos.

- Grabación de Imagen y Edición de Vídeo.

Aunque inicialmente también estaba planteada la inclusión de formación fotográfica, las limitaciones presupuestarias del proyecto hicieron necesario centrarse en la parcela de grabación y edición de vídeo. Durante este taller se procuró proporcionar a los participantes los conocimientos básicos necesarios tanto para identificar todas las características de la grabación de imágenes como de los procesos necesarios para su posterior edición. Además, se les introdujo en conceptos clave como los derechos de autor y los usos permitidos de materiales gráficos a través de la red. En cuanto a los soportes utilizados, se tuvo en cuenta las limitaciones de muchos de los potenciales colaboradores y la formación de grabación de vídeo tuvo lugar con teléfonos móviles, a día de hoy de uso común y que permiten unos mínimos de calidad de imagen

aceptables.

- Gestión de contenidos de medio digital.

Las competencias promovidas en este conjunto de contenidos son las necesarias para desenvolverse con fluidez en un entorno de contenidos web. De esta manera, los participantes fueron introducidos de manera elemental en todos los formatos y procedimientos clave del medio digital indispensables para contribuir en esa parcela dentro del proyecto Chana Press, independientemente de que fuesen a participar o no de dicho proyecto, algo que cada uno acabaría decidiendo a la conclusión de los talleres. Toda esta formación resulta esencial en tanto que:

“Desde la perspectiva de cada uno de los ciudadanos, no hay autonomía personal sin autonomía comunicativa, no existen derechos sobre la comunicación y ante los medios si no dispone de las competencias suficientes para desenvolverse adecuadamente con los medios que están a su alcance”¹¹

Como complemento a la formación impartida, se realizaron varias visitas a medios de comunicación o espacios de ámbito cultural. El objetivo no era sólo aportar añadidos a los conocimientos transmitidos, sino que los futuros participantes de Chana Press tuviesen la ocasión de conocer de primera mano el funcionamiento de un medio de comunicación. Los lugares visitados fueron:

- Redacción periódico IDEAL.
- Canal Sur.
- Museo de Andalucía de Caja Granada.

¹¹ Gavara de Cara, JC. Y Pérez Tornero, JM. , *La alfabetización mediática y la ley ...*, op. cit. p. 46.



Figura 1 – Fotografía de la visita al Periódico Ideal de Granada. Disponible en: <http://chanapress.com/wp-content/uploads/2015/11/rotativa.png>

4) Desarrollo.

Una vez definidos quiénes de los participantes en los talleres de formación integrarían Chana Press y con la web dispuesta para su pleno funcionamiento, la planificación, elaboración y publicación de contenidos fue tomando forma de manera progresiva.

En materia de colaboradores, se dividen en fijos y ocasionales. Con respecto a los colaboradores fijos o continuos (en torno a la docena), son aquellos en los que se sustenta la base de contenidos de la web. Dentro de los colaboradores de signo más profesional en su perfil, tienen varios periodistas que participan ejerciendo diferentes labores tales como Community Manager. Por otro lado hay personas que sin pertenecer de manera directa al proyecto aportan información sobre iniciativas y eventos que tienen lugar en La Chana o el resto de la ciudad de Granada, siendo un vínculo esencial de transmisión de información desde el propio barrio. No son pocas las personas que se ofrecen también para ejercer como columnistas de opinión, algo que ha desembocado en que este tipo de contenido tenga su propio espacio en la web. En definitiva, se cumple la premisa de concepción inicial de la web como blog ciudadano.

5) Presentación de la web.

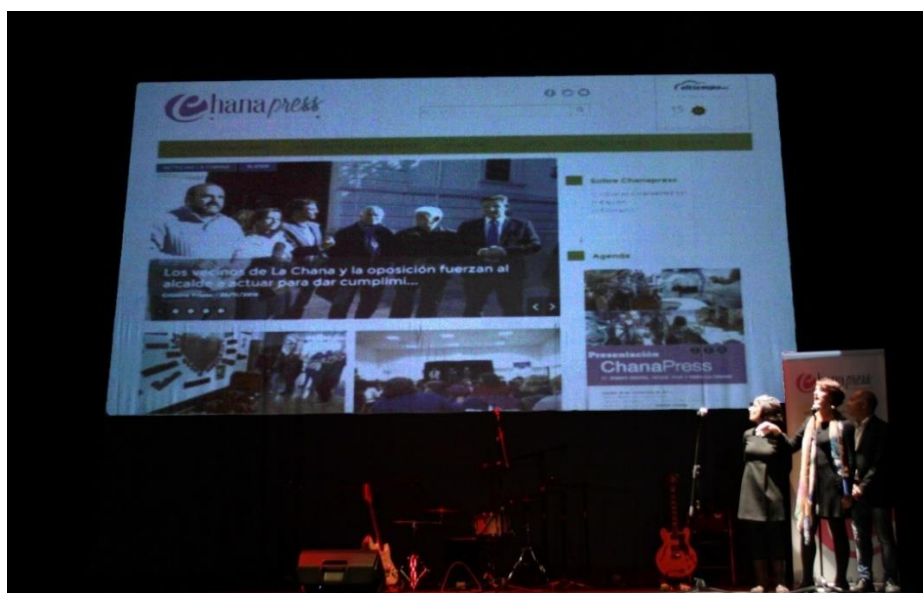


Figura 2 – Fotografía de la presentación de Chana Press en el Teatro José Tamayo. Disponible en: http://www.spandalucia.com/wp-content/uploads/2016/02/Presentaci%C3%B3n-Chana-Press_Patri-D%C3%ADez.11.png

El jueves 26 de noviembre de 2015 tuvo lugar la presentación de Chana Press en el Teatro José Tamayo del barrio de La Chana. En el acto de presentación Francisco Terrón, secretario del Sindicato de Periodistas de Andalucía en Granada, afirmó que *“se quiere acercar los medios a los ciudadanos y formar una ciudadanía crítica con la información que recibe a diario porque de ella dependen muchas decisiones que afectan directamente a su vida”*. Con esta afirmación ya quedaba patente desde un comienzo que el objetivo principal del proyecto iba a ser la alfabetización mediática y que para ello resultaría esencial la participación e integración activa en el proyecto de la propia población.

Como se puede uno imaginar, era una cita muy esperada por todo el alumnado participante en los talleres de formación, los cuales también tuvieron su presencia en este acto de presentación. En concreto el Grupo Motor de Mujeres, asociación de gran importancia y actividad en el barrio de la Chana, realizó una lectura dramatizada sobre la violencia de género. Este hecho fue muy significativo, tanto por la actualidad del tema en cuestión como porque el día anterior había sido la fecha elegida para reivindicar la lucha contra esta mancha en nuestra sociedad.

La gala fue presentada por Encarni Torres, quien además de ser locutora de radio de profesión, es vecina del barrio de La Chana. Los participantes en el acto de

presentación fueron:

- José Fernández Ocaña, Presidente de la Asociación de Vecinos Chana, Encina y Angustias.
- Ainhoa Gil, responsable de proyectos del Sindicato de Periodistas de Andalucía.
- Francisco Terrón, Secretario del Sindicato de Periodistas de Andalucía en Granada.
- Cristina Prieto, Secretaria de Comunicación del Sindicato de Periodistas de Andalucía.
- Lola Fernández, Secretaria General del Sindicato de Periodistas de Andalucía.
- German González Pérez, Delegado de Educación de la Junta de Andalucía.
- Lola Arco, responsable de Comunicación de la Caja Rural.

Los participantes se encargaron tanto de explicar los pormenores del proyecto como de incentivar a la participación e implicación del tejido asociativo del barrio y la vecindad en general. Se explicaron pues las distintas fases por las que ha pasado este proyecto, desde su presentación a la Dirección General de Comunicación Social de la Consejería de Presidencia y Administración Local de la Junta, hasta su aprobación definitiva en el mes de mayo del año pasado.

Se relató además el desarrollo de los talleres formativos a la par que se desarrollaba la página web en sí. Se presentaron todas las secciones y contenidos, de los cuales ya se habían producido diversos ejemplos. Los miembros del Sindicato de Periodistas de Andalucía destacaron la trayectoria de la organización y su intención de apoyar a los periodistas para que sus crónicas o reportajes puedan realizarse desde la libertad de información y expresión.

Además se subrayó la apuesta que el SPA hace del derecho de la ciudadanía a la información, considerando este proyecto como pionero en España y realizándose la previsión de que un proyecto como Chana Press solo puede desembocar en iniciativas del mismo tipo en otras ciudades del país. Quedó muestra también del apoyo económico tanto de la Junta de Andalucía como de la Caja Rural de Granada y la Fundación Caja Granada.

Por último comentar que en el acto de presentación de Chana Press se hizo entrega de los diplomas al alumnado asistente a los talleres de formación, los cuales fueron impartidos por miembros del Sindicato de Periodistas de Andalucía. Estos diplomas fueron entregados por los representantes de la Junta de Andalucía y la Caja Rural de Granada. El cierre de tan festivo acto llegó de la mano de un grupo de rock del propio barrio de La Chana, Satélite Virginia, quienes a su vez manifestaron su intención de colaborar en Chana Press ayudando a difundir la actividad cultural en los jóvenes del barrio.

4.3 Funcionamiento y experiencia de los miembros

Existe lo que podríamos denominar tres motores de actividad:

- Reuniones periódicas

Moderadas por uno de los coordinadores, supone la reunión de todos los colaboradores para poner temas en común y seleccionar aquellos que habrán de elaborarse para su posterior publicación. De esta manera, se seleccionan temas y se asignan las tareas, eligiéndose para cada contenido un encargado del material gráfico y la persona que elaborará el texto, siendo *a posteriori* un tercer implicado el encargado de subir el contenido a la página web. Hay que recalcar que no se establecen presiones a nivel de tiempo de desarrollo de las noticias, de manera que a la larga se consigue una mayor calidad de contenidos, aunque naturalmente se pierda algo de inmediatez con respecto a los medios convencionales.



Figura 3 – Fotografía de reunión de coordinación de contenidos. Disponible en : <http://chanapress.com/wp-content/uploads/2016/01/reunion-gestion-de-contenidos.jpg>

Durante la asistencia a una de estas reuniones, pudimos constatar la siguiente mecánica de funcionamiento:

- 1- Comentario sobre temas anteriores o asuntos pendientes.
- 2- Discusión de la importancia y viabilidad de los futuros artículos.
- 3- Se atribuyen temas próximos y/o se reafirman los pendientes de elaborar o publicar.

Por lo que pudimos observar, el escaso tiempo libre de sus miembros es un factor negativo en sus posibilidades de implicación en el proyecto, al igual que la falta de hábito en muchos de ellos en cuanto a la disciplina que exige un ritmo de publicación continuo.

- Encuentros Chana Press.

Se trata de un formato de entrevistas bastante novedoso, consistente en realizarlas de manera colectiva entre todos los colaboradores de la web que se encuentren presentes. En todos los realizados hasta la fecha se ha contado con algún tipo de personalidad o personaje público de Granada. Esto no es casualidad, ya que se contacta con personajes relevantes haciendo de ello la característica principal de este formato.



Figura 4 – Fotografía de Encuentro Chana Press con Juan Pinilla. Disponible en :
<http://chanapress.com/juan-pinilla-cantaor-para-el-siglo-xxi/>

En ningún momento se establecen límite de tiempo o preguntas, lo cual junto con el carácter colectivo de este tipo de entrevistas da como resultado un ambiente distendido y la posibilidad de abordar cuestiones y enfoques alejados de las entrevistas más convencionales. Además, la calidad se ve muy beneficiada por el hecho de que un grupo de personas estudie durante bastantes días al personaje entrevistado en profundidad. Muchos de los entrevistados durante los encuentros han llegado a manifestar que se trataba de la mejor entrevista que habían hecho jamás, destacando sobremanera la comodidad y familiaridad con la que se había desarrollado el evento.



Figura 5 – Fotografía de Encuentro Chana Press con Fuensanta La Moneta. Disponible en :
<http://chanapress.com/bebo-de-todos-para-encontrar-mi-propia-personalidad-asegura-la-bailaora-fuensanta-la-moneta/>

Los encuentros Chana Press son muy importantes porque están acercando a los vecinos de la Chana a personajes muy conocidos de Granada a los que no tendrían acceso si no

existiera este proyecto. Y la función es doble, porque estos personajes conocidos también están conociendo otra realidad de su ciudad, un barrio popular como la Chana y un proyecto al que se han acercado sus vecinos. Es destacable que, hasta este momento, ninguna de las personas con las que se ha contactado para que acuda como invitado ha declinado la invitación. Esto está sirviendo también para elevar el nivel cultural de los colaboradores y despertar su interés por disciplinas muy variadas y de actualidad. Sirva como ejemplo la visita de la Fiscal Delegada de Violencia de Género, cuya presencia ayudó a reforzar las campañas de sensibilización sobre este problema.



Figura 6 – Fotografía de Encuentro Chana Press con Susana Vega. Disponible en :

<http://chanapress.com/la-violencia-de-genero-germina-en-los-jovenes-nacidos-en-una-sociedad-en-igualdad-asegura-susana-vega-torres/>

- Situaciones informativas imprevistas.

Por último tenemos las denominadas situaciones informativas imprevistas, sucesos inesperados derivados de visitas de personalidades relevantes o acontecimientos de gran importancia tanto en el barrio como en la propia ciudad. Para algunos de estos acontecimientos son necesarias las acreditaciones de prensa de Chana Press, algo inédito hasta la fecha en lo que respecta a medios no profesionales. Aunque es una de sus utilidades, las acreditaciones no se hicieron solo para cubrir acciones puntuales sino con la finalidad de que los colaboradores se sintieran identificados con la web y el proyecto.



Figura 7 – Modelo de Acreditación de Prensa de Chana Press

Hay que destacar un hecho y es que al tratarse de una iniciativa ciudadana, ha dado lugar a facilitar un escaparate para otro tipo de iniciativas ciudadanas. Ejemplos de esta tendencia son los comunicados de prensa que la Marea Amarilla realiza sobre cualquiera de sus manifestaciones y actividades, los cuales ya tienen de antemano todos los elementos básicos necesarios para su publicación en los medios convencionales. No sólo ejerce Chana Press de vía de difusión de este tipo de información, sino que se produce un proceso de retroalimentación entre proyectos enfocados a la intervención ciudadana. En definitiva se buscará aumentar la capacidad de identificar la información de calidad y qué es una verdadera noticia por parte del ciudadano, a través del aprendizaje de las rutinas de la profesión periodística.

La Marea Amarilla es quizás el movimiento ciudadano reciente más importante de la ciudad de Granada. Creado y formado por vecinos del barrio de La Chana con motivo a la oposición de las obras del AVE de Bobadilla al no ser soterrada y someter al barrio a un forzado aislamiento detrás de un muro. Ante lo que consideran una injusticia con respecto al barrio de la Chana se han unido y “ahora, treinta años después, los vecinos de La Chana han decidido volver a revivir ese espíritu y levantar su voz para detener el proyecto del AVE provisional que ya asoma por Bobadilla y que condenará al barrio al aislamiento más absoluto.”¹²

¹² Granada Hoy, *Elecciones generales 2011* en granadahoy.com. [En línea]. Disponible en: <http://www.granadahoy.com/article/granada/2018563/la/chana/se/levanta/una/marea/amarilla/contra/ave/provisional.html>

No cabe duda de que medios comunitarios y alternativos suelen ir de la mano en ocasiones importantes con los movimientos ciudadanos de protesta. Esto se debe a que el carácter independiente y con vocación de apoyo a la población de estos medios hace de ellos un refugio ideal para defender los intereses colectivos de estas iniciativas. La esencia de la cuestión de fondo es que:

“A la luz de estas experiencias, y pese a que en el imaginario colectivo aún persiste la idea de que los medios comunitarios constituyen iniciativas aisladas, marginales y desconectadas entre sí, las evidencias sobre el terreno demuestran todo lo contrario. A partir de las redes analizadas, el mito de las 3 p, o la consideración tradicional de que los medios comunitarios son pocos, pequeños y pobres, está cada día más lejos de ser realidad. Los análisis demuestran que en ningún sentido son escasas sino cada vez más numerosas; no todas operan a pequeña escala, sino que se conectan progresivamente a nivel regional e incluso global; y, pese a que muchas afrontan el futuro en situación de precariedad económica, existen experiencias consolidadas que permiten pensar en el Tercer Sector de la Comunicación como un ámbito en alza, e incluso un posible yacimiento de empleo para futuros periodistas.”¹³

4.4 Evolución e impacto en su entorno

Los talleres formativos fueron impartidos a más personas de las que finalmente participaron en el proyecto de la página web, algo lógico si tenemos en cuenta que la celebración de esos talleres tenían como objetivo principal la alfabetización mediática, siendo la participación en Chana Press algo con carácter opcional.

Los principales responsables de coordinar Chana Press no dudan en destacar el miedo que generaba en los primeros participantes la magnitud de aquello que se les pedía. Sin embargo, podemos afirmar que lo que en un principio era temor a que todo aquello les fuese difícil de abarcar, ha derivado en la adquisición de conocimientos y competencias suficientes para identificar aquello que es noticia, siendo esencial para ello su actitud más propia ya de productores de información. Son continuas las alertas de los colaboradores ante cualquier evento o información surgida en el barrio, habiéndose adquirido pues hábitos más propios de una agencia de noticias.

Resulta destacable además que todos aquellos que se unieron al proyecto en sus

¹³ Barranquero Carretero, A. y Meda González, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M en *Athenea Digital* [En línea]. 15(1). Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenea.1385>.

comienzos continúan en el mismo, consolidándose así en el barrio y generando continuos nuevos acercamientos tanto para aportar información como para ofrecerse a generarla. Es digno de recalcar que ninguna de esas personas que se interesan por el proyecto, una vez concluida la fase formativa y que se han unido a Chana Press, formaron parte ni de los talleres ni de cualquier otra actividad de los inicios, sino que se suman como consecuencia de la repercusión del proyecto en la ciudadanía. Es decir, se han unido tras conocer la iniciativa a través de la web u otros vecinos.

La mejor manera de medir el impacto en su entorno de Chana Press es comprobar cómo muchos de sus colaboradores pertenecen a asociaciones y agrupaciones esenciales del barrio de la Chana. De esta manera, dentro de los colaboradores de la web hay lugar para miembros de la Asociación de Vecinos de la Chana, AMPA Trébol, Asociación de Vecinos Bobadilla, Guadalinfo o el IES Severo Ochoa entre otros. Colaboradores directamente implicados aparte, varias de esas u otras asociaciones aportan información de manera puntual o incluso dan su ayuda en aquello que les sea posible. Además, con el tiempo, el número de firmas que se ofrecen para escribir artículos de opinión ha ido creciendo, hasta el punto de que una sección exclusiva a ese tipo de textos esté implementada dentro de la propia web.

En cuanto a la relevancia de la información que proporciona la web, más de un 90% no se recoge en otros medios, de modo que podemos considerarla información nueva que de otra manera no hubiese podido llegar a la audiencia. De alguna manera y a largo plazo Chana Press podría ser una hemeroteca de información completa sobre la historia del barrio de la Chana desde el nacimiento del proyecto, ejerciendo en cierto modo de herramienta de análisis sociológico de la zona y sus gentes.

4.5 Análisis de contenidos

En primer lugar, debemos observar las noticias publicadas en la web. Aunque como es natural una amplia mayoría de estos contenidos consisten en informaciones vinculadas al barrio de La Chana, hay lugar también para actualidad concerniente al resto de la ciudad de Granada, aunque de forma más puntual. Destacan, como no podía ser de otra forma, las acciones de protesta y gestiones de la Marea Amarilla por la oposición del barrio de la Chana con respecto a las obras del AVE de Bobadilla.

Hay que resaltar que todas las informaciones referidas a los problemas del trazado ferroviario en la Chana están presentadas desde un punto de vista más cercano al barrio

que a las instituciones, informándose además de aquellos apoyos y acciones puntuales de otros barrios de la ciudad para fortalecer todo el movimiento. Esto las desmarca sobremanera de cualquier otro medio que recoja estas noticias, algo que es un sello inherente a todo el proyecto de Chana Press.



Figura 8 – Noticia sobre el soterramiento del AVE. Disponible en : <http://chanapress.com/el-zaidin-se-une-a-la-lucha-de-la-marea-amarilla-por-un-el-soterramiento-de-las-vias-del-ave/> . Captura de pantalla 10/08/2016

Un ejemplo dentro de las noticias de Chana Press y que resalta su importancia y relevancia informativa para el barrio de La Chana lo encontramos en que todas las informaciones sobre las competiciones de gimnasia rítmica, una actividad en pleno auge en el barrio y de gran éxito competitivo, sólo las ha publicado Chana Press. Es decir, el barrio genera información interesante, no sólo para sus vecinos, sino para el resto de la ciudad que no se recogen en el resto de medios, lo que quiere decir que Chana Press está cubriendo un hueco al que no se acercan los medios convencionales.

Dentro del resto de temas cubiertos por la web encontramos algunos de interés general para la ciudad de Granada y otros cuyo espectro de interés se limita al barrio origen de la iniciativa comunicativa. En el primer grupo se engloban noticias como la dimisión del alcalde, la toma de posesión del nuevo alcalde o las manifestaciones por las obras del AVE. También hay lugar para comunicaciones o campañas informativas de FACUA sobre múltiples situaciones injustas y dañinas para los consumidores, algo que rara vez recibe cobertura mediática más allá de situaciones destacables a nivel de repercusión.

Con respecto a aquellas informaciones que repercuten en exclusividad al barrio de La Chana, encontramos noticias de los siguientes bloques o tipos:

- Gimnasia rítmica.
- Historia del barrio.
- Actividades culturales.
- Campañas solidarias.
- Actividades I.E.S. Severo Ochoa.
- Manifestaciones.
- Información y noticias de las asociaciones.
- Transporte público.
- Sucesos.
- Festividades.

Por otro lado tenemos los artículos de opinión, a través de los cuales diversos colectivos han podido no sólo colaborar en Chana Press, sino hacer patente su opinión y visión sobre aquellos asuntos que atañen al barrio. A día de hoy son 6 los artículos de opinión publicados por autores externos al proyecto, los cuales han tenido las siguientes autorías:

- Marea Amarilla.
- Víctor Manuel García Muñoz, Presidente de la Asociación de Vecinos Bobadilla.
- AMPA La Brújula del Colegio Santa Juliana.
- Asociación de Comerciantes y Hosteleros de La Chana.
- José Fernández Ocaña, Presidente de la Asociación de Vecinos Chana, Encina y Angustias.
- Mar Solera, Secretaria General de Facua Granada.

Debemos destacar una vez más el contenido denominado “Encuentros Chana Press”, formato innovador de entrevistas grupales que permite un acercamiento de los vecinos de La Chana a figuras relevantes tanto de su propio barrio como de la ciudad de Granada. Los encuentros realizados hasta la fecha han tenido los siguientes

protagonistas:

- Juan Pinilla, cantaor de flamenco.
- Raúl Ruiz (conocido como El Niño de las Pinturas), artista gráfico callejero.
- Granada Blues Band, banda de blues y soul.
- Susana Vega Torres, Fiscal Delegada de Violencia de Género en Granada.
- Pepa Masegosa Gallego, Astrónoma.
- Fuensanta Fresneda Galera (conocida como La Moneta), bailaora de flamenco.
- Isidro Toro Moyano, Director del Museo Arqueológico de Granada.

Hay que resaltar que la página web también contiene diversos vídeos de entrevistas, Encuentros Chana Press o de determinadas noticias cubiertas por los colaboradores. Este detalle es importante porque implica la posibilidad de continua puesta en práctica de los conocimientos adquiridos por los colaboradores en el taller de formación de Grabación de imagen y edición de vídeo. Supone un paso más en el proceso de alfabetización mediática de la ciudadanía del barrio de La Chana y un punto más que hace resaltar y diferenciarse a este proyecto de otros de índole similar, ya que se logra trasladar a la práctica habitual todo aquello enseñado en un marco teórico. Algo que desgraciadamente rara vez se logra hasta la fecha en este tipo de iniciativas.

4.6 Redes sociales y repercusión

En la actualidad, las redes sociales son un elemento indispensable en nuestro día a día. Y es que no cabe duda de que:

“El surgimiento de las redes sociales ha venido acompañado del auge y desarrollo constante de las tecnologías de la comunicación, que inicialmente asociamos con nuestro ordenador personal, pero que incumbe a toda una red mucho más potente que se traduce en terminales renovados, como la televisión digital, o más actuales, como la telefonía móvil y tabletas digitales.”¹⁴

Aunque en un principio su uso estaba prácticamente monopolizado al ámbito personal y

¹⁴ Pantoja, A. (2011). Los nuevos medios de comunicación social: Las redes sociales en *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura* [En línea]. N° 12. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3737961.pdf>.

las relaciones humanas en sentido recreativo, con el tiempo son una herramienta más a la hora de fortalecer la imagen corporativa de cualquier empresa y de conseguir aumentar la difusión de medios de comunicación de cualquier tipo. Esto no es una excepción en lo que respecta a Chana Press, que a día de hoy tiene sus respectivos perfiles corporativos en Facebook, Twitter y Youtube.



Figura 9 – Perfil de Facebook de Chana Press. . Captura de pantalla 05/08/2016

A la hora de observar la repercusión a través de redes sociales de los contenidos de la web, no cabe duda de que el más destacado y fiable es Facebook, ya que es de los tres perfiles el que cuenta con mayor número de seguidores.

Como veremos a continuación, no existe una tendencia regular y clara en lo que a subidas y bajadas en las estadísticas de visitas y alcance de las publicaciones. Esa irregularidad se justifica en el carácter informativo de la web, por lo que dependiendo del nivel de actualidad e importancia de determinados contenidos semanales los datos serán mas o menos positivos. Valga como ejemplo de ello las siguientes capturas de estadísticas de la cuenta de Facebook de Chana Press:

Semana del 8 al 14 de febrero



Figura 10 – Estadísticas de Facebook de Chana Press. . Captura de pantalla 01/08/2016



Figura 11 – Estadísticas de Facebook de Chana Press. . Captura de pantalla 01/08/2016

Podemos apreciar como se trata de dos semanas separadas en el tiempo y con una clara diferencia en valores como el número de visitas a la página, el alcance total de audiencia, las personas que interactuaron o el total de me gusta que obtuvo el perfil de Facebook de Chana Press.

Teniendo claro que en ningún momento Chana Press es un medio con un alto alcance de audiencia o seguimiento constante, debemos buscar entre los contenidos publicados el motivo de tales variaciones. En la primera captura de estadísticas, correspondiente al tramo de días del 8 al 14 de febrero de 2016, se publicaron contenidos sobre las

protestas por las obras del AVE y una actividad del IES Severo Ochoa. Aunque de bastante calado para la población del barrio de La Chana, es necesario observar que los contenidos en relación a las obras del AVE suelen ser cubiertas por otros medios de índole local e incluso general. Por otro lado, la segunda captura comprendida entre los días 23 al 29 de mayo, nos revela noticias relacionadas tanto con el Corpus de Granada como con una carrera de índole solidaria celebrada en la localidad de Albolote, cuyo objetivo era defender el derecho a la información de la ciudadanía. Este último contenido podría haber resultado decisivo para obtener un mayor seguimiento durante estos días, ya que se trata del tipo de contenido que apenas obtiene difusión con respecto a festividades o eventos llamativos del mismo tipo y que encuentra en un medio como Chana Press su espacio informativo.

Podemos afirmar en definitiva que a falta de que Chana Press logre consolidar una audiencia fuerte y constante, serán el tipo de contenidos y su difusión en otros medios lo que marque en gran medida el grado de seguimiento que reciban los contenidos de la web.

5. Conclusiones

Después de exponer en profundidad las características y desarrollo del proyecto Chana Press, se hace necesario proceder a las conclusiones sobre el mismo. En primer lugar, y aunque naturalmente aún tienen mucho trabajo por delante, queda patente que a día de hoy se cumple el objetivo de dar un papel activo a la ciudadanía en la difusión de aquellas informaciones que tienen cabida en su entorno y vida diaria. Esto se produce no sólo por el mantenimiento del grueso inicial de colaboradores de la web dentro de los habitantes del barrio de La Chana, sino por el volumen creciente de colaboraciones de carácter esporádico tanto a la hora de escribir como de proporcionar información, ya sean ciudadanos individuales o colectivos representativos del barrio.

Además, es evidente que otro objetivo esencial en el planteamiento inicial del proyecto es igual de exitoso. Nos referimos a la alfabetización mediática de la ciudadanía con respecto a los medios de comunicación y su comprensión de los mismos. Cada vez es mayor no sólo la comprensión de los colaboradores de Chana Press de aquello que reciben desde los medios, sino que va en aumento su enfoque crítico de esta información y su interés en contrastar una misma noticia accediendo a diferentes

fuentes.

Como afirmamos al comienzo de este trabajo, el objetivo principal del mismo era analizar el papel que tiene un medio comunitario como *Chana Press* en la defensa del derecho a la información de la ciudadanía. Podemos considerar nuestro objetivo principal como cumplido, ya que ha quedado patente su correcto funcionamiento como iniciativa ciudadana y su carácter independiente y didáctico a la hora de facilitar la difusión de informaciones relativas al barrio de La Chana de Granada producidas por habitantes del mismo.

Bibliografía

1. Barranquero Carretero, A. (2007). Concepto, instrumentos y desafíos de la educomunicación para el cambio social en *Comunicar* [En línea]. Nº 29, v XV.
2. Barranquero Carretero, A. y Meda González, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M en *Athenea Digital* [En línea]. 15(1), págs. 139-170.
3. García-Ruiz, R., Ramírez-García, A. y Rodríguez-Rosell, M. (2014) Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora en *Comunicar* [En línea]. Nº 43, págs. 15-23..
4. Gavara de Cara, JC. Y Pérez Tornero, JM. (2012). *La alfabetización mediática y la ley general de comunicación audiovisual en España*. Barcelona, UOC.
5. Granada Hoy (2015) *Elecciones generales 2011* en granadahoy.com. [En línea].
6. Organización de las Naciones Unidas. (n.d.). *Declaración Universal de los Derechos Humanos* [En línea].
7. Pantoja, A. (2011). Los nuevos medios de comunicación social: Las redes sociales en *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura* [En línea]. Nº 12.
8. Pérez Tornero, JM. y Varis, T. (2012). *Alfabetización mediática y nuevo humanismo*. Barcelona, UOC.
9. Reguero, N. (2011) Los medios ciudadanos ante la digitalización en Francia y España. Una aproximación desde el derecho a comunicar en *Eptic: Revista Electronica Internacional de Economía* [En línea]. Vol. 13, nº3.
10. Sanjurjo Rebollo, B. (2009). *Manual de Derecho de la Información*. Madrid: Dykinson.
11. UNESCO. *La función de los Medios de Comunicación Comunitarios* [En línea].

Anexo 1: Cuestionarios de valoración

CUESTIONARIO INICIAL – TALLER DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA

Nombre y apellidos:

¿Cómo se informa de lo que ocurre a su alrededor?

Viendo la televisión.

Leyendo periódicos.

Escuchando la radio.

¿A qué tipo de información le presta más atención?

Información de Granada.

Información nacional.

Noticias deportivas.

Noticias de sucesos.

Prensa rosa.

¿Qué tipo de programas dedicados a la actualidad le interesan más en la televisión?

Informativos.

Programas de reportajes.

Programas de entrevistas.

Tertulias.

Programas de deportes.

Programas del corazón.

Programas de humor.

Programas de entretenimiento.

¿Qué tipo de programas dedicados a la actualidad le interesan más en la radio?

Informativos.

Magazines variados con entrevistas e información.

Deportes.

Música.

Concursos.

¿Comenta con su familia, amigos o vecinos las noticias de su barrio o su ciudad?

Si.

No.

En un periódico, ¿qué tipo de noticias lee con más asiduidad?

No leo periódicos.

Las de información local.

Las de información de Andalucía.

Las de información nacional.

Los deportes.

Las noticias de sociedad.

Los suplementos dominicales.

Los pasatiempos.

¿Cuántos libros lee al año?

De 0 a 1.

De 1 a 3.

De 4 a 8.

Más de 8.

¿Qué tipo de lecturas prefiere en su tiempo libre?

- o Libros de viajes.
- o Novelas.
- o Libros de autoayuda.
- o Biografías.
- o Obras de teatro.
- o Libros de humor.
- o Cuentos.

CUESTIONARIO INICIAL – TALLER DE VÍDEO Y CAPTACIÓN DE IMAGEN

DATOS PERSONALES

Nombre Alumno/a:

Nivel de Estudios:

- o Ninguno.
- o EGB/ Primaria.
- o Bachiller/ FP.
- o Universitarios.

Informática:

- o Nivel Usuario.
- o Medio.
- o Alto.

Profesión:

1. ¿Dispones de dispositivos de captación de imagen (cámara de vídeo, cámara de fotos digital, Tablet, móvil)? En caso afirmativo enuméralos.
2. ¿Dispones de ordenador y conexión a internet?
3. ¿Has realizado con anterioridad algún taller o curso de cámara o montaje de vídeo?
4. ¿Grabas vídeos y los compartes con amigos/as y familiares?
5. ¿Tienes abierta alguna cuenta en redes sociales o plataformas de internet (Facebook, twitter, youtube, linkelind)?
6. ¿Has subido fotografías o vídeos a la red?
7. ¿Por qué realizas este taller?
8. ¿Cuándo financiemos el taller continuarás ampliando conocimientos y práctica sobre el uso de las herramientas que vamos a utilizar?

CUESTIONARIO INICIAL – TALLER DE GESTIÓN DE CONTENIDOS DE MEDIO DIGITAL

Nombre y apellidos:

1. ¿Tienes ordenador en casa?
2. ¿Has participado en alguna formación para aprender a utilizarlo o sacarle mayor partido?
3. En un día normal, ¿cuánto tiempo sueles pasar delante del ordenador?
4. ¿Tienes conexión a internet en casa?
5. ¿Para qué sueles conectarte a internet?
6. ¿Tienes alguna cuenta de correo electrónico?
7. ¿Participas en redes sociales? De ser así indícanos cuáles.
8. ¿Te conectas a internet a través de tu teléfono móvil?
9. ¿Eres lector/a frecuente de prensa digital? ¿Cuáles son los contenidos que más te interesan?

CUESTIONARIO EVALUACIÓN TALLER REDACCIÓN PERIODÍSTICA

Sexo:

O Hombre

O Mujer

Edad:

Evalúa estos aspectos del taller (Pobre, Regular, Bueno, Excelente):

Programa:

Duración:

Horario:

Lugar de realización:

Conocimientos de los formadores:

Claridad expositiva de los formadores:

Métodos de trabajo:

Materiales y recursos empleados:

1. ¿Hasta qué punto crees que este taller te ha ayudado a conocer las rutinas de los medios de comunicación y de sus profesionales?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

2. ¿Hasta qué punto crees que este taller te ha ayudado a conocer los principios básicos de la redacción de informaciones y opinión, las fuentes periodísticas y la gestión de contenidos en formato digital?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

3. ¿Hasta qué punto crees que este taller te ha ayudado a adquirir una visión crítica de las informaciones que se ofrecen en los medios de comunicación para detectar la manipulación?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

4. ¿Hasta qué punto crees que este taller te ha ayudado a familiarizarte con el proceso de redacción de noticias para el diario Chana press?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

5. ¿Qué fue lo más interesante del taller?

6. ¿Crees que lo que has aprendido te va a resultar útil?

7. En tu opinión, ¿qué no funcionó durante este taller? ¿Qué sugerencias tienes para mejorarlo?

8. ¿Estás interesado en seguir vinculado al proyecto? ¿Piensas participar en el diario digital Chana Press? ¿Cómo?

9. ¿Te interesaría participar en el futuro en talleres de formación en radio y/o fotografía?

10. ¿Hay algo que no se haya preguntado que quieras agregar?

**CUESTIONARIO EVALUACIÓN TALLER GRABACIÓN IMAGEN Y
EDICIÓN DE VIDEO**

Sexo:

O Hombre

O Mujer

Edad:

Evalúa estos aspectos del taller (Pobre, Regular, Bueno, Excelente):

Programa:

Duración:

Horario:

Lugar de realización:

Conocimientos de los formadores:

Claridad expositiva de los formadores:

Métodos de trabajo:

Materiales y recursos empleados:

1. ¿Hasta qué punto crees que este taller te ha ayudado a reconocer los elementos que componen el lenguaje audiovisual y a estructuras una noticia audiovisual?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

2. ¿Hasta qué punto crees que en este taller has aprendido a grabar con tu dispositivo móvil las imágenes y los sonidos necesarios para la realización de una noticia mediante una pieza audiovisual?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

3. ¿Hasta qué punto crees que este taller te ha ayudado a editar con el dispositivo móvil o el ordenador una noticia?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

4. ¿Qué fue lo más interesante del taller? ¿Cuándo fue y qué aprendiste?

5. ¿Crees que lo que has aprendido te va a resultar útil?

6. En tu opinión, ¿qué no funcionó durante este taller? ¿Qué sugerencias tienes para mejorarlo?

7. ¿Estás interesado en seguir vinculado al proyecto? ¿Piensas participar en el diario digital Chana Press? ¿Cómo?

8. ¿Te interesaría participar en el futuro en talleres de formación en radio y/o fotografía?

9. ¿Hay algo que no se haya preguntado que quieras agregar?

CUESTIONARIO EVALUACIÓN TALLER GESTIÓN DE CONTENIDOS DE MEDIO DIGITAL

Sexo:
O Hombre
O Mujer

Edad:

Evalúa estos aspectos del taller (Pobre, Regular, Bueno, Excelente):

Programa:

Duración:

Horario:

Lugar de realización:

Conocimientos de los formadores:

Claridad expositiva de los formadores:

Métodos de trabajo:

Materiales y recursos empleados:

1. ¿Hasta qué punto crees que este taller te ha ayudado a obtener los conocimientos necesarios para la edición y gestión de un medio digital?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

2. ¿Hasta qué punto crees que en este taller has aprendido a adaptar una información para su publicación en un medio digital e incluir todos los elementos necesarios para su correcta comprensión?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

3. ¿Hasta qué punto crees que este taller te ha ayudado a conocer las principales redes sociales para compartir las informaciones de un medio digital?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Mucho

4. ¿Qué fue lo más interesante del taller? ¿Cuándo fue y qué aprendiste?

5. ¿Crees que lo que has aprendido te va a resultar útil?

6. En tu opinión, ¿qué no funcionó durante este taller? ¿Qué sugerencias tienes para mejorarlo?

7. ¿Estás interesado en seguir vinculado al proyecto? ¿Piensas participar en el diario digital Chana Press? ¿Cómo?

8. ¿Te interesaría participar en el futuro en talleres de formación en radio y/o fotografía?

9. ¿Hay algo que no se haya preguntado que quieras agregar?

CUESTIONARIO EVALUACIÓN PROYECTO CHANAPRESS

Sexo:

O Hombre

O Mujer

Edad:

1. Una vez transcurridos los primeros meses de CHANAPRESS, ¿Cuál es tu grado de satisfacción con el proyecto?

Bajo 1 2 3 4 5 Alto

2. ¿En qué nivel consideras que se han cumplido tus expectativas iniciales?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Totalmente

3. ¿Piensas que se han cumplido los objetivos planteados por los responsables del proyecto?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Totalmente

4. ¿En qué grado crees que ha cambiado tu forma de acercarte a los medios de comunicación con esta experiencia?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Totalmente

5. ¿Consultas un mayor número de medios de comunicación a la hora de contrastar una noticia que antes de trabajar en CHANAPRESS?

Nada en absoluto 1 2 3 4 5 Totalmente

6. ¿Cuál es tu nivel de motivación actual con respecto al proyecto de cara al futuro?

Bajo 1 2 3 4 5 Alto

7. ¿Qué cosas crees que podrían mejorarse del funcionamiento de CHANAPRESS?

8. ¿Cuáles son tus expectativas de futuro con respecto al éxito de la web?

9. En caso de ampliar a otros medios de comunicación, ¿Cuál es el que te gustaría que fuese primero y por qué?

Anexo 2: Entrevista

Entrevista completa realizada a Francisco Terrón, secretario del Sindicato de Periodistas de Andalucía en Granada. Realizada el 6 de Junio de 2016 en la sede andaluza del SPA, situada en la calle Hileras número 1 de Granada.

Pregunta – En primer lugar y antes de iniciar la entrevista, ¿algo que quieras aportar como introducción al tema que nos ocupa?

Respuesta - Empezaré diciendo que el derecho a la información es un derecho universal, un derecho humano reconocido por la declaración universal de derechos de las Naciones Unidas y que viene a decir que: “todo ser humano tiene derecho a recabar, procesar y emitir información por cualquier medio a su alcance”. Este mismo derecho viene recabado en el ordenamiento europeo, sobretudo en el Consejo de Europa que hace una declaración que es el Código deontológico del Periodismo o la Comunicación, donde se habla que la información no es una mercancía sino pertenece a la ciudadanía.

Asimismo la Constitución española reconoce el derecho de la ciudadanía a recibir una información veraz y plural. Viene en el artículo 20, aunque luego no se ha desarrollado, de hecho no existe una ley de información que lo regule. Nos hemos quedado como en la transición, ya que en la transición no se abordó este tema en profundidad, no se reguló la profesión y de hecho no hay una ley de medios que regule los monopolios. Este derecho y esta necesidad para una democracia de recibir información veraz, plural y que esté garantizada, que es lo que aquí, no hay ley que lo garantice, ya que queda en manos de los jueces quienes pueden tardar años en resolverlo.

En ese contexto uno de los aspectos sin regular es el llamado tercer sector o medios libres, que son los que no pertenecen a ninguna empresa sino a entidades ciudadanas. En el campo radiofónico digamos que se ha abierto un pequeño rayo de luz, pero tan mal regulado y restrictivo que acaban siendo prácticamente económicamente inviables las que existen. En el campo digital que sepamos no hay ningún medio similar a Chana Press.

Pregunta - ¿Cómo surgió la idea del proyecto?

Respuesta - Desde que existimos como sindicato este tema nos ha preocupado, ya que siempre hemos entendido que no solo nos tenemos que preocupar de nuestros derechos profesionales, sino también de la calidad de la información que estamos dando y qué tipo de información llega a la ciudadanía, porque de eso en definitiva depende la calidad de nuestra democracia. Lo teníamos en mente desde hace años, hasta que vimos una convocatoria sobre alfabetización mediática que hace tanto el ministerio a nivel estatal como cada comunidad autónoma a nivel regional. Desde que salen estas convocatorias, tal como se venía aplicando, quienes lo solicitan suelen dar una pequeña charla en los colegios sobre periodismo, o incluso los periódicos o empresas de comunicación hacen algún número realizado por niños o algo similar, quedándose ahí la cosa.

Nosotros quisimos dar un paso en otra dirección, o por lo menos con una calidad

diferente, consistente en que la gente fuera capaz de comprender como funciona el sistema de medios y que a posteriori fueran capaces de distinguir cuando una información está bien hecha o no, que sepan cuando hay una posible manipulación y que en definitiva sean críticos. Lo que es radicalmente distinto a lo hecho hasta ahora es que ellos también sean emisores de información. Esto tiene una doble vertiente: por un lado ellos hacen su propio periódico digital, y por otro al conocer cómo funcionan de primera mano los medios y qué es noticia, ellos sabrán “vender” mejor lo que pasa en su barrio a los medios de comunicación. Es decir, ellos sabrán cuándo una noticia es interesante para los medios de comunicación y así sus actividades y la vida en el barrio tendrán más proyección fuera de él.

Esto venía después de la constatación de que La Chana, al igual que la mayoría de barrios de las ciudades y pueblos de Andalucía y España, solo aparece en los grandes medios cuando hay algún problema gordo como un asesinato o atraco, o debido a algún tipo de manifestación. Sin embargo otras informaciones fundamentales de la vida cotidiana no salen porque no son llamativas. De esta manera, por un lado los ciudadanos podrían tener mas capacidad para colocar fuera los eventos importantes al saber identificarlos, pero también les daríamos con Chana Press un instrumento para que ellos sepan aquello que ocurre en el barrio y puedan difundirlo, de modo que sean a la vez receptores y emisores de información, lo cual creo que es el gran valor de este proyecto.

Pregunta - ¿Qué objetivos os planteasteis en el comienzo?

Respuesta - Por un lado educar a la ciudadanía respecto a la información, la comunicación y qué son los medios de comunicación y por otro lado que ellos sean emisores. No es que hayamos hecho un montón de periodistas en un rato, lo cual requiere una formación continua y ser profesional, lo que queríamos es que cualquier ciudadano tuviera capacidad de comunicar cosas y, en la línea de lo que decía antes, que la información no es propiedad de nadie sino de la ciudadanía y los periodistas somos meros intermediarios. Y en este sentido ellos son emisores de sus propias actividades, desde la Marea Amarilla hasta cualquier baile o actividad del barrio, muchas se quedarán solo en Chana Press pero otras ellos mismos ya lo saben vender muy bien. Por ejemplo, cuando la Marea Amarilla hace una manifestación sobre el tren, tienen capacidad de hacer una nota y mandarla a los medios, y aunque a posteriori el medio trabaje en base a esa nota ya tienen los elementos básicos como fotos y datos.

Una cosa que he ido observando con el tiempo, es que al principio cuando empezó el proyecto todos se asustaron mucho al sentir que todo esto les venía grande. Pero una vez metidos en la rutina, podríamos decir que haciendo están aprendiendo. Y es que ha llegado un punto en que lejos de estar asustados, ya saben identificar lo que es noticia y tienen la actitud de productores de información. Ya todos nos dan la alerta de cuando ocurre algo en el barrio, en lugar de esperar a que les llegue esta información, habiéndose convertido en una agencia de barrio. Es una rutina que han interiorizado en su papel de productores, de manera en que se fijan más en lo que ocurre y dan la voz de alerta. Para mi ese ha sido un paso muy importante que han hecho aprendiendo las rutinas de la profesión periodística.

Pregunta - ¿Cuáles fueron las fases del proyecto hasta la implementación en el soporte web?

Respuesta - Primero hubo una fase de diseño en la que seleccionamos el barrio. Podría haber sido cualquier otro, pero al observar que al no ser un barrio marginado había tenido pocas actividades previas de este tipo, y sin embargo tiene una gran cantidad de asociaciones y es un barrio muy activo, nos decidimos a realizarlo allí. También es un barrio muy organizado y con un tejido social activo, esencial para realizar un proyecto así. Otra opción fuerte hasta el final fue el Zaidín, aunque finalmente ganó esta opción. Una segunda fase fue identificar los colectivos, contactarlos y comprobar su posible nivel de implicación. A continuación comenzamos con la formación, en la que realizamos tres tipos de talleres tras los cuales realizamos la presentación pública del proyecto, diseño final de la web incluido, siendo éste el punto de arranque.

Pregunta - ¿De qué manera funcionaron los talleres de formación iniciales?

Respuesta - Se hicieron 3 grupos. Uno de redacción, otro de diseño web y un último de lenguaje audiovisual, en concreto de edición y grabación de vídeo, ya que por falta de presupuesto hubo que eliminar el de fotografía. El de vídeo se hizo con un móvil, ya que es el modo más accesible de poder grabar vídeo para el perfil de los participantes del proyecto.

Pregunta - ¿Cuál ha sido el grado de participación de los colaboradores en el proyecto a lo largo de este tiempo?

Respuesta - Los talleres se impartieron a más gente de la que finalmente participó en el proyecto, algo normal ya que los talleres tenían como objetivo principal la alfabetización mediática de los colectivos de la zona, siendo la participación en Chana Press algo opcional a posteriori. Lo interesante ha sido que no solo la gente que se unió desde el principio continua, sino que Chana Press se está consolidando en el barrio y la gente comienza a buscarnos para darnos información, de manera que se está acercando otra gente que no participó ni en los talleres ni en los comienzos del proyecto, como la gente de las AMPAS y los colegios, gente que se va sumando desde que empezamos hace 9 meses.

La participación es voluntaria y conforme a la disponibilidad de cada uno. Esto no está planteado como un trabajo u obligación, sino como una participación casi lúdica y con un interés social para la gente que participa. Esta flexibilidad también ha hecho que la gente se acerque al proyecto en la medida que tienen posibilidades y tiempo. Y también que poco a poco cada uno vaya dando rienda suelta a sus habilidades. Por ejemplo tenemos 2 licenciadas en Bellas Artes que se han ofrecido a realizar dibujos de los invitados durante los “Encuentros Chanapress” que realizamos.

Pregunta - ¿Cuál es la dinámica de organización y funcionamiento de la web?

Respuesta - Hay 3 motores de actividad. Uno es las reuniones periódicas, moderadas y encauzadas por la coordinadora, en las que todos se reúnen para poner en común

temas y seleccionarlos para su posterior publicación. Hay otro punto importante que son los “Encuentros Chana Press”, los cuales son mensuales y se realizan con gente conocida. Y por último tenemos las acciones puntuales, cosas imprevistas que suceden en cada momento a raíz de visitas o acontecimientos importantes en el barrio o la ciudad.

El procedimiento pues es seleccionar temas y asignar tareas, eligiéndose si se puede un gráfico y alguien que escriba en cada tema, para a posteriori elegir quien lo sube a la web. Cuando hay una acción imprevista se comunica y asigna a través del grupo de WhatsApp. Hay que decir que todo esto se realiza de forma pausada. Por ejemplo las entrevistas duran lo que tienen que durar, no existe la prisa de los medios convencionales y eso es una ventaja. Puede que pierda la inmediatez de los medios profesionales pero tiene otra cadencia distinta que acaba dándole calidad. Muchos de los entrevistados en los encuentros han dicho que es la mejor entrevista que les han hecho nunca, a pesar de ser gente relevante. Ten en cuenta que van en torno a 10 o 12 colaboradores los cuales llevan una semana estudiando al entrevistado y dan una dimensión diferente a la entrevista.

Por ultimo tenemos la web en sí y sus redes sociales, Facebook y Twitter, las cuales no estaban previstas en la formación pero se encuentran en desarrollo continuo a la par que el funcionamiento del proyecto.

Pregunta - ¿Se han involucrado a asociaciones y representantes de colectivos del barrio de alguna manera?

Respuesta - Si, ten en cuenta que de los colaboradores de la web hay gente de Asociación de Vecinos Bobadilla, AMPA Trebol, Asociación de vecinos de La Chana, Guadalinfo, IES Severo Ochoa, Grupo Motor de mujeres de La Chana.... Esos como directamente implicados y luego hay muchas asociaciones que colaboran dando información o ayudando con lo que pueden aportar. También tenemos algunos periodistas que echan una mano en distintos perfiles como Community Manager. El tema es que hay unos colaboradores más fijos y continuos (12 o 13 personas) y otra gente que a medida que el proyecto se consolida en el barrio nos buscan para contactar y colaborar. Por ejemplo, nosotros tenemos una persona del AMPA La Brujula, Maria José, que colabora con nosotros regularme. Su hija hace gimnasia rítmica, y su equipo del colegio gana muchos premios y su directora nos llama por ello, es decir, aunque no viene a las reuniones nos hace llegar información de manera continua. Además mucha gente se ofrece a escribir como columnista. Y es que la web está concebida como un pequeño medio de comunicación, o más bien un blog ciudadano. Ha ido creciendo conforme la gente va madurando a la par que el proyecto, hasta el punto de que estamos en una fase de incluso implementar la sección de opinión. Ya tenemos 12 firmas diferentes y hay que destacar que no tenemos a día de hoy ninguna negativa. Naturalmente a unos les cuesta más que a otros. Además, como es un medio tutelado por profesionales, la información siempre es rigurosa.

Pregunta - ¿Cómo dirías que ha sido la evolución de Chana Press?

Respuesta - Tuvo una fase de diseño, formación, presentación e inicio de la web,

lanzamiento y desarrollo actual. En esta fase de desarrollo continuo en la que nos encontramos, estamos a punto de terminar la que consideramos la primera fase. A continuación buscaremos mejorar la información, ampliar secciones y perfeccionar. Son los propios colaboradores los que nos piden más talleres y formación.

Pregunta - ¿En qué grado crees que tiene relevancia en la ciudadanía la información que se proporciona en la web?

Respuesta - Repasando la información de la web, más de un 90 por ciento no se recoge en otros medios, por lo que es información nueva que no habría podido llegar al barrio. Podría decirse que dentro de 50 años alguien podrá consultar en la web la historia del barrio y hacer un estudio sociológico, ya que ahí está recogida mucha información. De otra manera si vas a la hemeroteca de un periódico no encuentras más información que cuando hay un muerto o algún evento similar. Así que aporta información nueva.

Pregunta - ¿Cuáles son las perspectivas de futuro? ¿Pensáis expandir el formato a otras localidades o barriadas?

Respuesta - Esto lo organiza el Sindicato de Periodistas de Andalucía, pero es una actividad subvencionada en un alto porcentaje, aportando el sindicato una pequeña cantidad buscando colaboraciones con otras entidades. Nosotros creemos en la alfabetización mediática y nos presentamos a otras convocatorias en busca de financiación para la formación. Aparte de la formación, tiene coste cero, ya que lo que participamos lo hacemos de manera altruista. Siempre que sea posible lo haremos extensible a otros sitios, ya que somos un sindicato regional. La idea es hacerlo en otros sitios de Andalucía, aunque la prioridad es consolidar este proyecto ya en marcha y que está funcionando muy bien y centrar ahí nuestros recursos. Tenemos solicitado un proyecto conjuntamente Chana Press con Onda Color; una radio comunitaria de Málaga, que en caso de que sea aprobado tendremos un periódico digital comunitario y por otro lado una radio del mismo signo, de forma que podamos intercambiar experiencias y potenciar ambos proyectos.